

MARKETING ON-LINE

W SPRZEDAŻY MIESZKAŃ
DEWELOPERSKICH

09.09.2020R Warszawa

Zagadnienia główne :

- Od czego zacząć prospecting, czyli Twoja grupa docelowa
- Strona internetowa jako główna wizytówka dewelopera
- SEO, czyli promujemy stronę (i inwestycję) w wyszukiwarkach
- Reklama strony w Internecie
- Social media w marketingu nieruchomości deweloperskich
- Email i mailing w kontakcie z klientem
- Aspekty prawne i ograniczenia w marketingu w Internecie

**Tomasz
Łysakowski**

Trener biznesu specjalizujący się
w szkoleniach
i warsztatach coachingowych



Korzyści uczestnika

W trakcie szkolenia uczestnik pozna narzędzia, które daje dziś Internet w docieraniu do potencjalnych klientów, zainteresowanych zakupem nieruchomości na rynku pierwotnym. Równocześnie na szkoleniu dowie się:

- ✓ jak prowadzić stronę www własnej inwestycji (i czego oczekiwać od firmy, która taką stronę tworzy),
- ✓ co powinno być na stronie, by zmusić klienta do działania, gdy już na nią trafi,
- ✓ jak zoptymalizować stronę pod wyszukiwarke Google'a w zgodzie z najnowszymi trendami SEO (lub jak rozmawiać z firmą oferującą usługi SEO),
- ✓ jak skutecznie pozycjonować swoją stronę i zapewnić jej wysokie miejsce w wynikach wyszukiwarek,
- ✓ jak prowadzić stronę na Facebooku i co tam umieszczać – a na co uważać,
- ✓ co i jak promować – i w których mediach społecznościowych,
- ✓ w jaki sposób reagować na niekorzystne opinie w sieci, czarny PR konkurencji oraz wpisy niezadowolonych klientów,
- ✓ jak korzystać z mailingu, by nie trafić na listę spammerów,
- ✓ w jakie reklamy w Internecie zainwestować, by jak najszybciej trafić do swojej grupy docelowej.

Przebieg treningu i metody pracy

Zajęcia podzielone są na część wykładową i ćwiczenia. W ramach wykładów uczestnicy przyswajają podstawową wiedzę na temat strategii i technik docierania do klientów zainteresowanych nieruchomością deweloperską. W trakcie ćwiczeń omawiają przykładowe strony www i fanpage'e firm deweloperskich, dowiadują się, na czym polega optymalizacja strony z pomocą wtyczek do SEO, tworzą przekazy skierowane do klientów (notki, zdjęcia lub nagrania na własną stronę lub profil) i omawiają z trenerem perspektywy ich promocji.

MARKETING ON-LINE

W SPRZEDAŻY MIESZKAŃ
DEWELOPERSKICH

Program szkolenia

9:30-11:15 - zajęcia

Od czego zacząć prospecting, czyli Twoja grupa docelowa

- Target (grupa docelowa) działań marketingowych i prospectingowych. Dlaczego musisz wiedzieć, do kogo kierujesz komunikację, zanim ją przygotujesz.
- Zdefiniowanie grupy docelowej. Określenie zachowań i preferencji grupy docelowej, pod kątem przygotowania argumentacji sprzedażowej i metod dotarcia.

Strona internetowa jako główna wizytówka dewelopera

- Zasady tworzenia strony: jak powinna dziś wyglądać i zachowywać się idealna witryna.
- Cena nieruchomości – czyli to, czego najczęściej poszukuje klient na stronie. Kiedy należy ją umieszczać – a kiedy jest to niewskazane.
- Kontent, czyli treść strony, czyli o co musisz zadbać, zanim zaczniesz cokolwiek promować. Zasady tworzenia dobrych treści.
- Zdjęcia, rzuty mieszkań, slajdy, wideo i inne elementy multimedialne na stronie – jak zadbać, by nie było ich ani za mało, ani za dużo i by spełniały swą rolę.
- Konwersja, czyli rabaty, obniżki, graty i inne elementy strony zmuszą klienta do tego, by do Ciebie zadzwonić lub napisać.

11:15-11:30 – przerwa

11:30-13:00 – zajęcia

SEO, czyli promujemy stronę (i inwestycję) w wyszukiwarkach

- Pozycja strony w wyszukiwarce: z czego dziś wynika.
- Optymalizacja strony: co to są słowa kluczowe, jak je ustawić. Na jakie frazy najlepiej się pozycjonować?
- Co jeszcze powinna zawierać witryna zoptymalizowana pod roboty Google'a. Szybkość, wydajność i responsywność strony i ich rola w SEO.
- Linki do strony: jakie są skuteczne, a jakie nie – i gdzie można je umieszczać, a gdzie niekoniecznie.

Reklama strony w Internecie

- Działania reklamowe i promocyjne jako pasywny sposób dotarcia do klienta – czyli co zrobić, by mniej się napracować, a mieć więcej leadów (jeśli już masz środki).
- Narzędzia reklamy w Internecie i ich budżety. Za co najbardziej opłaca się płacić: wyświetlenia, kliknięcia czy może konwersję?

MARKETING ON-LINE

W SPRZEDAŻY MIESZKAŃ DEWELOPERSKICH

Program szkolenia

- Co działa na umysł e-klienta? Sposoby dotarcia do nowych klientów w Internecie.
- Copywriting – zasady tworzenia atrakcyjnych i magnetyzujących przekazów reklamowych.
- Google Ads, czyli reklama w wyszukiwarce – kiedy opłaca się iść na skróty?
- RTB (Real Time Bidding) i nowe zjawiska w reklamie internetowej.

13:00-13:45 – lunch

13:45-16:00 – zajęcia

Social media w marketingu nieruchomości deweloperskich

- Media społecznościowe i ich zastosowanie w docieraniu do klientów: kiedy są naprawdę skuteczne, a kiedy są po prostu modą
- Budowanie i zarządzanie profilami firmowymi oraz fanpage'ami na portalach społecznościowych.
- Jak tworzyć efektywne wpisy sprzedażowe na profilu inwestycji? Jak robić dobre zdjęcia na Instagrama? Co robić, by ktokolwiek to zobaczył (oraz komu i ile można za to zapłacić).
- Konkursy, nagrody i inne sposoby zachęcania użytkowników serwisów społecznościowych do aktywności i polecenia firmy, produktu lub polubienia strony.
- Błędy w komunikacji w social media: na co koniecznie musisz uważać.

Email i mailing w kontakcie z klientem

- Aktywne pozyskiwanie klientów za pomocą mailingu – co musisz wiedzieć, zanim zdecydujesz się na te formy komunikacji.
- Skąd bierzemy bazy danych – pierwszy kontakt z klientem. Czy ciągle należy kupować bazy mailingowe?
- Mailing z własnej skrzynki lub przez firmę zewnętrzną: na co uważać, by nie trafić na listę spammerów.
- Formy adresatywne w mailu. Jak zwracać się do klienta w pierwszej wiadomości.
- Techniki motywowania klientów do otwierania i czytania emaili.

Aspekty prawne i ograniczenia w marketingu w Internecie.

- Regulacje prawne związane z komunikacją elektroniczną, w tym odpowiedzialność za „spam” w marketingu. Kiedy i komu możesz po prostu wysłać informację handlową, a kiedy musisz mieć wcześniejszą zgodę.
- RODO i ochrona danych osobowych w kontekście podejmowanych działań promocyjnych i handlowych w Internecie. Informacja o ciasteczkach i o RODO na stronie – kiedy musi być i jak powinna wyglądać.

MARKETING ON-LINE

W SPRZEDAŻY MIESZKAŃ
DEWELOPERSKICH

Tomasz Łysakowski

jest trenerem biznesu, specjalizującym się w szkoleniach i warsztatach coachingowych z zakresu technik sprzedaży, negocjacji, obsługi trudnego klienta i motywowania pracowników. Prowadzi własną firmę szkoleniowo-doradczą TRAININGS.PL, jako trener zewnętrzny współpracuje również z Centrum Edukacji Medialnej Polskiego Radia oraz firmami szkoleniowymi ProAbility, Scholaris Club, Talo Group i Akademia Biznesu MDDP.

Jako trener pracuje przede wszystkim z firmami i instytucjami. W dziedzinie technik sprzedaży nieruchomości na rynku pierwotnym prowadził treningi m.in. dla firm deweloperskich SGI S.A., Sawa Apartments, NAPOLLO, IgherHome, Mota-Engil Central Europe, DOMBUD S.A., Arkop, Real Development Group, Szerbud, Art-Deweloper, DanBud, Yuniversal Development, Mota-Engil Real Estate Management, Archideon Development, Frontline Construction, GT Factory, Domian-Bud i Towarzystw Budownictwa Społecznego w Toruniu i Sosnowcu. Z zakresu sprzedaży na rynku wtórnym szkolił m.in. pośredników WGN Nieruchomości, AD Drągowski Real Estate, Nowak Estate, członków Powszechnego Towarzystwa Ekspertów i Konsultantów Rynku Nieruchomości oraz pracowników sprzedających nieruchomości PZU SA i PZU Życie. W dziedzinie ogólnych technik sprzedaży i obsługi klienta szkolił m.in. pracowników MAKRO Cash and Carry, Bricomarche, Europejskiego Funduszu Leasingowego i Siemens Industry Software. W zakresie wystąpień publicznych i prezentacji szkolił m.in. pracowników działu PR Mazda Motor Logistics Europe i Lasów Państwowych. Na co dzień prowadzi również szkolenia z zarządzania pracownikami oraz prowadzenia i moderowania spotkań.

Szlify wykładowcy zdobywał w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego (2003-2006) oraz w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej (2003-2008). Od 2006 współpracownik Polskiego Radia (ekspert w programach Jedynki i Czwórki), okazjonalnie także na falach TOK FM. Od 2009 ekspert z zakresu psychologii społecznej, marketingu i komunikacji w Pytaniu na Śniadanie (TVP2) i – gościnnie – w TVN i Polsat News.

MARKETING ON-LINE

W SPRZEDAŻY MIESZKAŃ
DEWELOPERSKICH

09.09.2020R Warszawa



Do kogo kierowany jest warsztat

Szkolenie adresowane osobom, które chcą poznać i pogłębić wiedzę na temat skutecznego reagowania i jednocześnie prowadzenia klienta. Szkolenie polecane dla pracowników, którzy poprzez poznanie narzędzi psychologii społecznej będą postrzegać swój kontakt z klientem nie jako kapryśny los, ale jako przewidywalny oparty na zasadach proces.

Zapraszamy min. stanowiska :

- ✓ Pracownicy działów obsługi klienta firm deweloperskich.
- ✓ Sprzedawcy w firmach deweloperskich, prowadzący pozakupową opiekę nad klientem.
- ✓ Menedżerowie zarządzający zespołami sprzedażowymi.

MIEJSCE WARSZTATÓW:

Centrum Konferencyjne Golden Floor
Al. Jerozolimskie 123A, 02-037 Warszawa

WIĘCEJ INFORMACJI:

biuro@proability.pl
22 787 59 12

MARKETING ON-LINE

W SPRZEDAŻY MIESZKAŃ
DEWELOPERSKICH

www.proability.pl

zgloszenia@proability.pl