

Маркетинговая аналитика (стандарт отчетности)

№	Название аналитики	Содержание, показатели
1	Мониторинг и прогноз реализации собственных проектов.	<ul style="list-style-type: none">Визуализация статистики продаж.Прогноз рыночной реализации проекта на оставшуюся часть требуемыми объемами с сохранением гармоничной средневзвешенной цены.
2	Мониторинг обращений и работы с клиентами. Воронка продаж.	<p>Отчет об эффективности рекламы и работы с клиентами, динамика первичных обращений, визуализация показателей конверсии, расчет коммуникативной и экономической эффективности рекламы и работы с клиентами.</p> <p>Показатели:</p> <ul style="list-style-type: none">Доля маркетинг бюджета в выручке.Количество первичных обращений.Количество чистых броней.Количество и структура отказов.Соотношение экспозиции к продажам.Количество, объем и сумма сделок.Средний чек, удельная цена.Доля сделок с агентствами.Доли сделок по способам оплаты.Конверсия обращений.Стоимость лида и договора (клиента).Эффективность каналов и носителей.
3	Мониторинг новостроек и цен.	<p>Визуализация среднерыночных показателей предложения по районам и классам жилья, для понимания с каким демпингом / премией идет реализация собственных проектов.</p> <p>Показатели:</p> <ul style="list-style-type: none">Средняя цена по районам и классам.Средневзвешенная цена проектов со схожими параметрами (конкуренты).Показатель добавленной стоимости собственных проектов относительно среднерыночной цены квадратного метра конкурентов.
4	Мониторинг окружения. Анализ конкурентов и ценообразование.	<ul style="list-style-type: none">Оценка конкурентоспособности собственных проектов и новостроек-аналогов, построение индивидуальных звезд УТП.Ценообразование собственных проектов и лотов.

5	Мониторинг спроса на новостройки. Емкость и структура рынка.	<p>Визуализация абсолютных и относительных показателей продаж новостроек города (по данным Росреестра):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рейтинг застройщиков. • Рейтинг проектов. • Объем продаж по районам и классам. • Соотношение экспозиции к продажам по новостройкам со схожими параметрами (нужен договор с «Пульс продаж»).
6	Мониторинг покупателей жилья. Сегментация спроса на новостройки.	<p>Визуализация данных CRM и анкетирования покупателей жилья в офисе продаж:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сегментирование спроса (покупателей). • Портрет и предпочтения сегментов. • Ситуации, критерии выбора и модель принятия решения о покупке жилья. • Прочие вопросы, актуальные с точки зрения текущего момента.
7	Мониторинг лояльности и удовлетворенности клиентов.	<ul style="list-style-type: none"> • Оценка индекса лояльности клиентов. • Оценка удовлетворенности клиентов (опрос через год-два после заселения).
8	Мониторинг узнаваемости и информированности о застройщиках.	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ узнаваемости застройщиков. • Оценка имиджевых характеристик топ-списка узнаваемых застройщиков.
9	Исследования по концепции и стратегии.	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ наилучшего использования участков и объектов недвижимости, оценка участков под застройку. • Изучение спроса на формат и характеристики жилья в заданной локации. Рыночное тестирование маркетинговых идей и архитектурных решений. • Разработка рекомендаций по квартирографии (структуре и номенклатуре квартир) и другим характеристикам проекта. • Анализ УТП и рекламной активности конкурентов (перечень акций и рекламной активности с оценкой рекламного бюджета). • Разработка предложений по позиционированию проекта на рынке. • Разработка годовой программы продвижения проекта.
10	Прочее	<p>Маркетинговая аналитика для банков, партнеров и госучреждений, оценка клиентского сервиса в отделах продаж, опросы на различные узкие и прикладные темы.</p>