

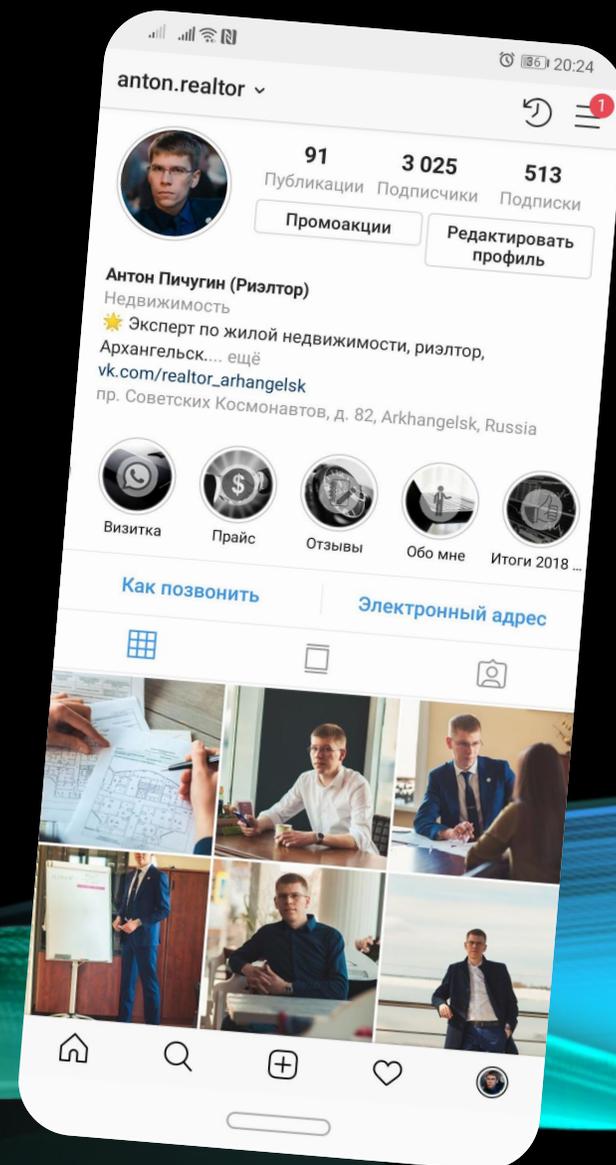
# ЛИЧНЫЙ БРЕНД РИЭЛТОРА

Формирование личного бренда риэлтора  
как эксперта через

Instagram

**Пичугин Антон @anton.realtor**

Руководитель офиса РК «Регион-С»

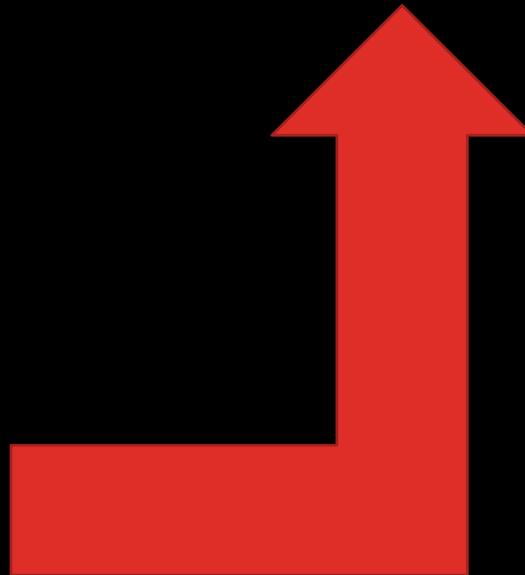


# СМЕНА ПАРАДИГМЫ



Образование  
«На всю жизнь»

Образование «В течение  
всей жизни»



**«КЛИЕНТ УЖЕ НЕ ТОТ»**



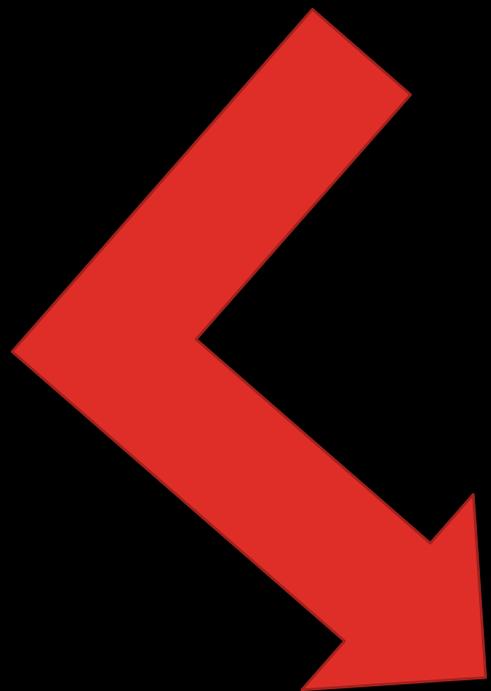
**ОН ОБРАЗОВАННЫЙ!**

# УТОЛИТЬ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ГОЛОД



«ПРИКОРМИТЬ»

**ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ ПАПКА**



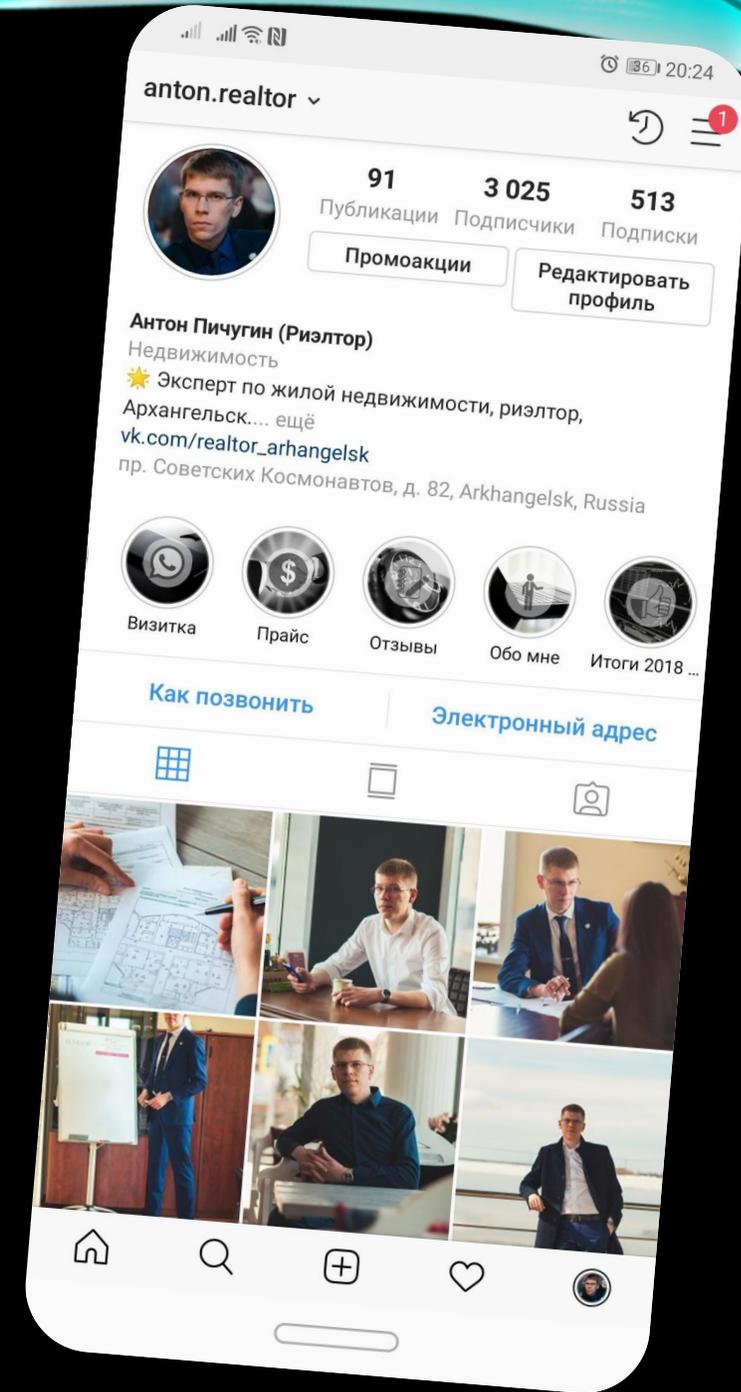
**ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА В СОЦСЕТИ**

# ЛИЧНЫЙ БРЕНД – ЭТО:

- Помощник (или враг) в продаже своей экспертизы;
- Дополнительная точка касания с клиентом для «подогрева»;
- Дополнительный (или основной) источник привлечения холодных контактов;
- Инструмент для поддержания постпродажного контакта с клиентом.

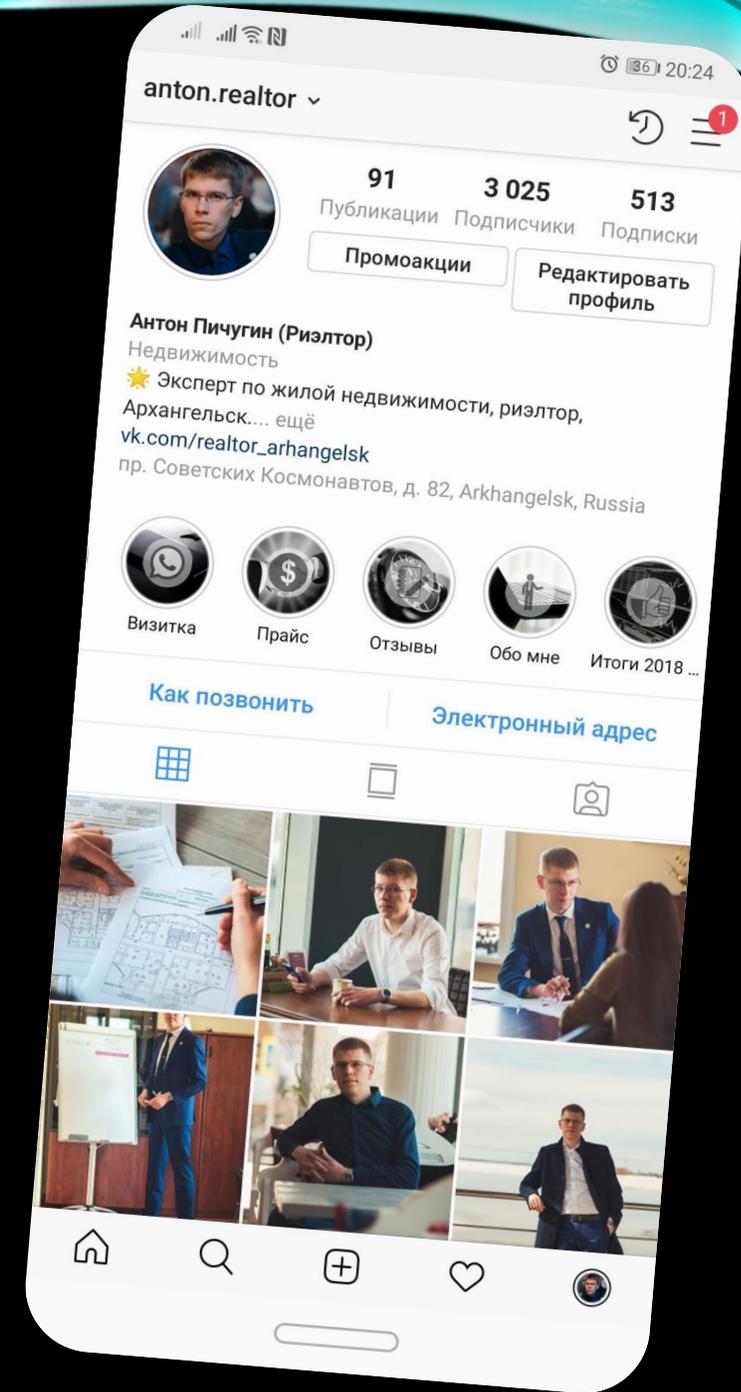
# INSTAGRAM - ОШИБКИ

- **Закрытый профиль;**
- **Avito вместо ленты;**
- **Реклама застройщика (банка);**
- **Несоответствие контента.**



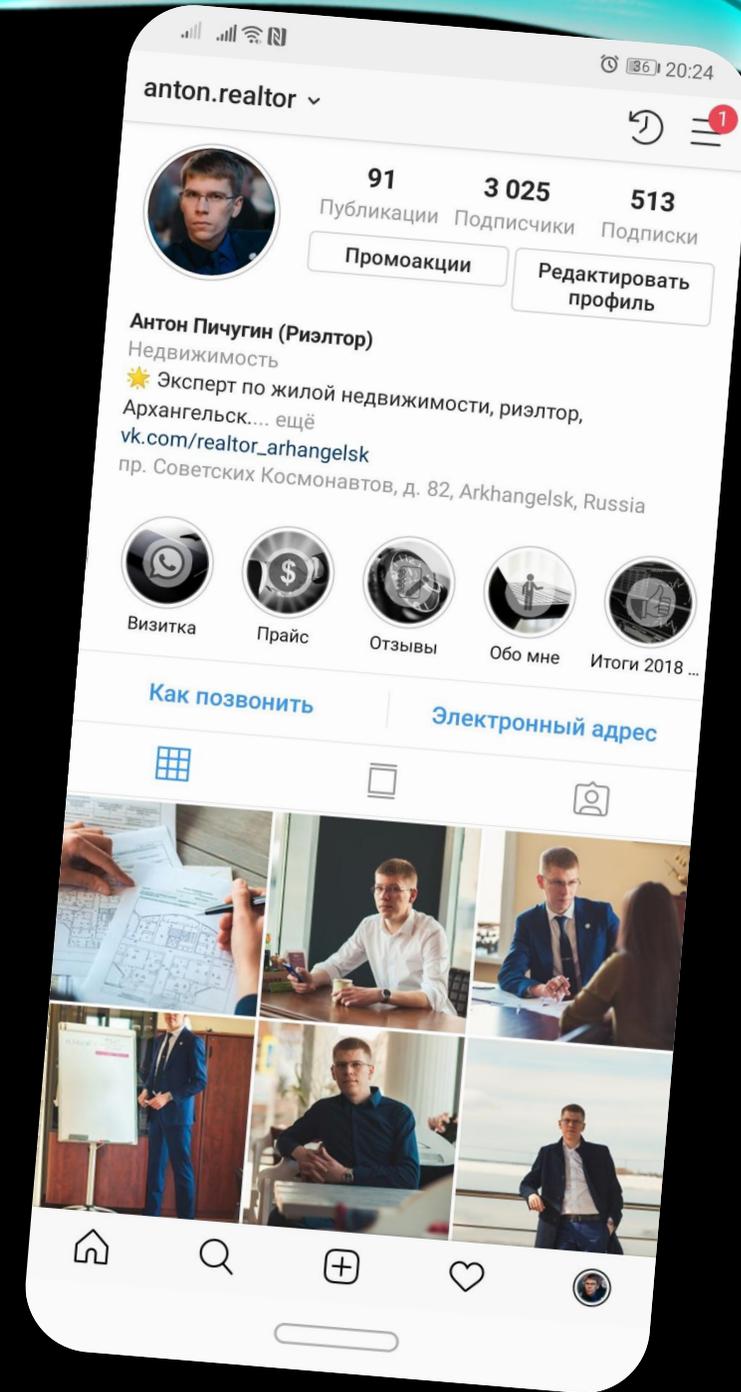
# INSTAGRAM - СТРАТЕГИЯ

- Создание картинки;
- «Автоботы»;
- Реклама у местных блогеров;
- Продвижение контента.



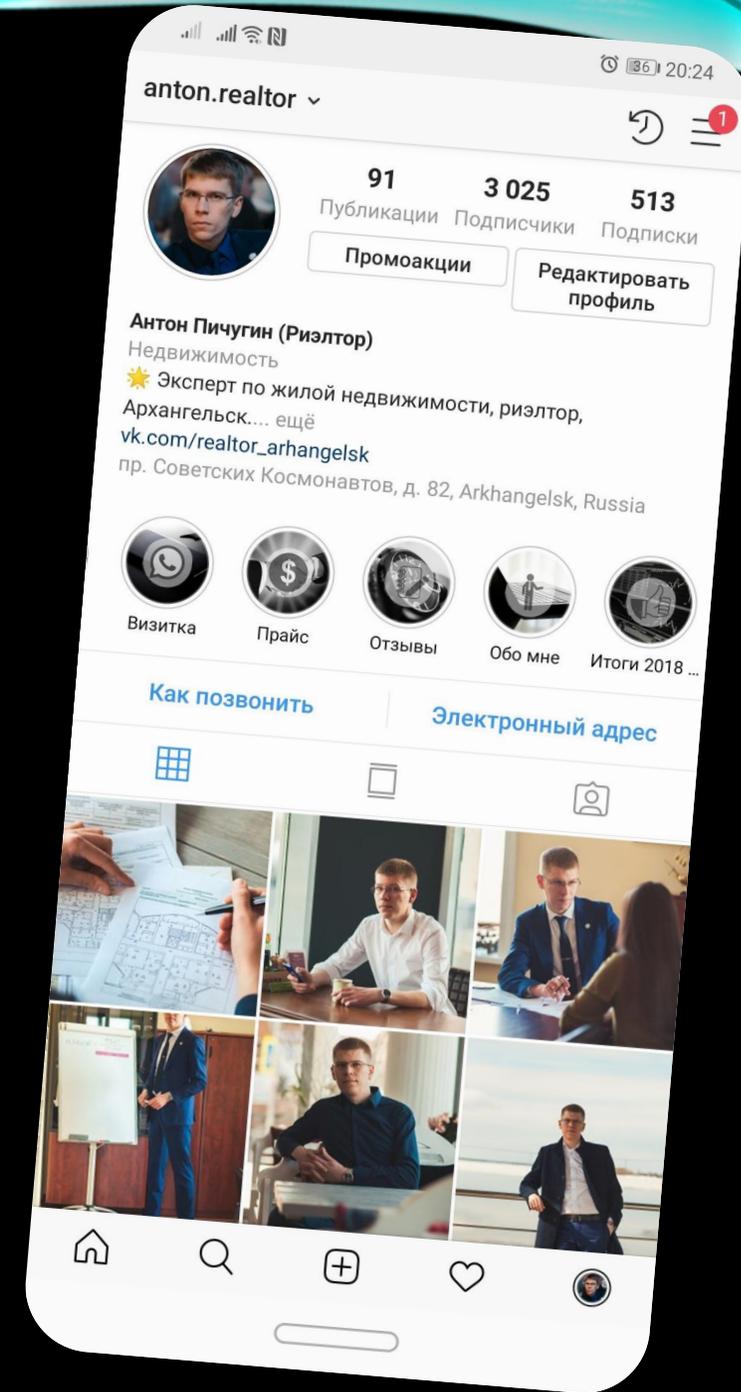
# INSTAGRAM - СТРАТЕГИЯ

- Бизнес-аккаунт и привязка facebook;
- Анализ статистики;
- Корректировка плана;
- Продвижение контента.



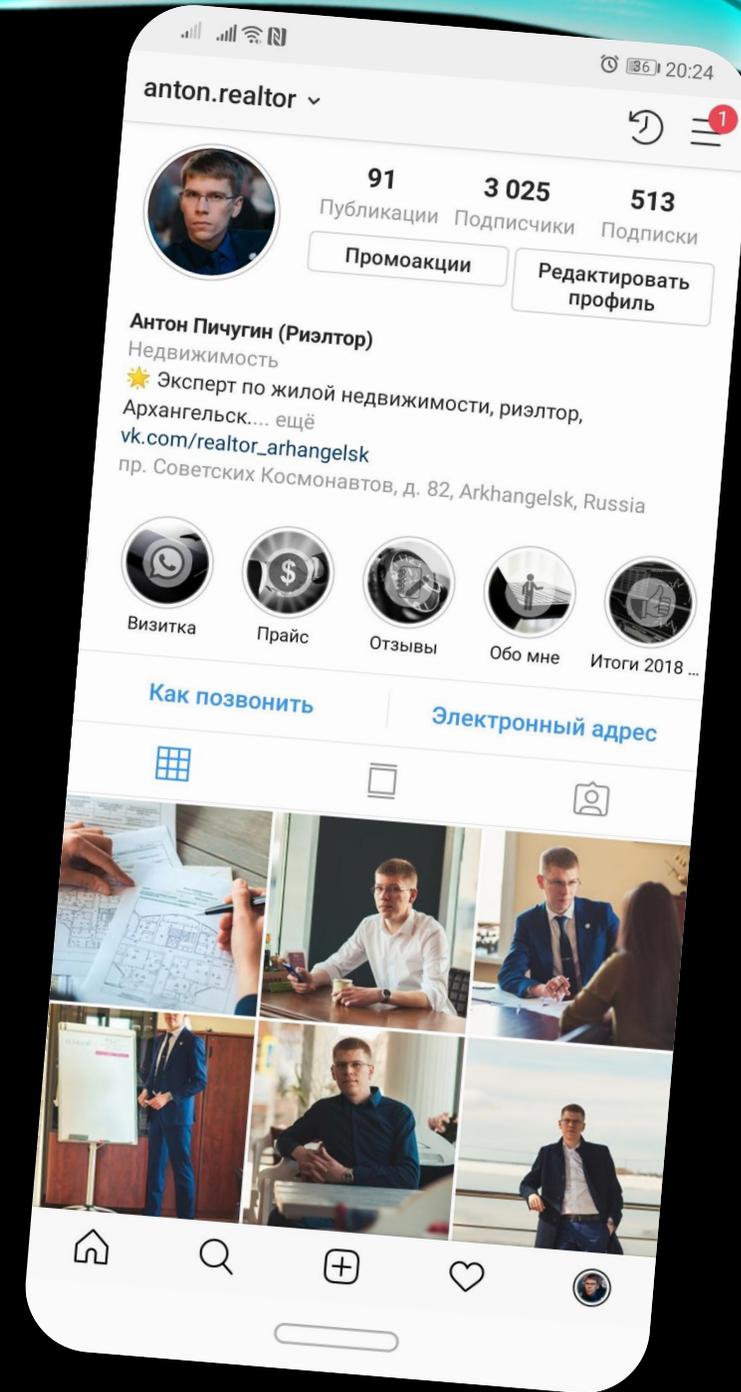
# INSTAGRAM - КОНТЕНТ

- Вовлекающий 40-50%;
- Образовательный 20 - 25%;
- Брендированный 30%;
- Рекламный – 5-10%.



# INSTAGRAM - КОНТЕНТ

- Качественная картинка;
- Селфи уходит в прошлое;
- сторис + актуальное;
- Прямые эфиры.



# INSTAGRAM - РАСХОДЫ

- Деньги – окупаемость;
- Время - ?
- Работа с контентом - ?

