

47 лидов за 30 дней для крупного застройщика в ЮФО

Превратили Instagram из витрины с рендерами в рабочий канал привлечения покупателей квартир: контент, доверие, таргет и передача лидов в CRM.

Instagram

таргет

застройщик

CRM

Лиды

47

Клики

40 823

CPL

-132%

Прибыль

+124%



Instagram / недвижимость / CRM

Крупная строительная компания в Южном федеральном округе

Портфель компании

- десятки реализованных проектов;
- жилые комплексы комфорт- и бизнес-класса;
- коммерческая недвижимость;
- инфраструктурные объекты;
- сильный продукт и узнаваемость на рынке.

Аудитория

Покупатели, которым важны не только квадратные метры, но и комфортная среда, безопасность, благоустройство и эстетика.



Instagram работал как галерея, а не как канал продаж

01

Сильный продукт

объекты, инфраструктура и бренд уже были у клиента

02

Слабая воронка

красивые рендеры не вели к заявке и консультации

03

Мало доверия

не хватало процесса, людей, стройки и экспертности

04

Нужна система

соцсеть нужно было встроить в маркетинг и CRM

Сделать Instagram частью реальной воронки продаж

Основные задачи

- привлечь аудиторию, которая находится в поиске жилья;
- увеличить заявки на консультации и просмотры;
- повысить доверие к застройщику;
- показать не только объект, но и процессы, команду и стройку;
- связать Instagram с CRM и продажами.

Связка продвижения



Instagram встроили в воронку продаж: контент формировал доверие, реклама приводила обращения, CRM помогала видеть качество лидов.

Стратегию построили вокруг трёх СМЫСЛОВ

01

Открытость

стройка, процессы, команда, реальные этапы работ

02

Уверенность

юридические нюансы, ответы на вопросы,
экспертность

03

Эмоции

новая жизнь, безопасность, тишина, комфорт

Что выявили на аналитике

- аудитория принимает решение через страхи, триггеры и сравнение вариантов;
- конкуренты визуально похожи друг на друга и часто ограничиваются рендерами;
- скрытый потенциал был в живом контенте: стройка, люди, процессы и реальные клиенты.

Пересобрали контент под доверие и заявки

01

Карусели

разбор планировок, сравнение ЖК, советы по выбору квартиры

02

Reels

стройка, интервью с прорабами и риелторами

03

Stories

интерактивы, опросы, быстрые касания

04

Фото

реальные кадры стройки и инфраструктуры

05

UGC

семьи, переезд, ремонт и живые истории

06

Визуал

светлая лента, минимализм, природные оттенки

Рекламу запустили на второй неделе работы

Тестировали

- Lead Ads;
- переходы в Direct;
- клики на сайт;
- видео и Reels;
- несколько рекламных сообщений под разные мотивы покупки.

Продвижение								
		С	Результаты	Охват	Показы	Цена за результат		Потраченная сумма
		Нет Кам	1 889 Количество кликов ...	88 680	165 918	8,10 р. За клик по ссылке	3...	15 307,19 р.
		Нет Кам	3 604 Количество кликов ...	225 698	518 887	7,91 р. За клик по ссылке	5...	28 525,15 р.
		Нет Кам	4 717 Количество кликов ...	215 611	642 264	7,77 р. За клик по ссылке	8...	36 639,60 р.
		Нет Кам	7 374 Количество кликов ...	347 066	782 434	6,15 р. За клик по ссылке	9...	45 357,27 р.
		Нет Кам	3 864 Количество кликов ...	116 224	230 043	11,02 р. За клик по ссылке	8...	42 587,63 р.
1: 18			40 823 Количество кликов ...	1 847 716 Пользоват...	4 721 379 Всего	6,62 р. За клик по ссылке		270 371,03 р. Всего потрачено

Сегментировали аудитории по жизненным сценариям

01

Молодые пары

первая квартира и старт самостоятельной жизни

02

Семьи с детьми

безопасность, двор, инфраструктура, школы

03

IT-специалисты

комфортная среда и современный формат жизни

04

Мамы в декрете

безопасная среда, спокойствие, удобство района

05

Жители районов

переезд рядом с привычной инфраструктурой

06

CRM

все лиды передавались клиенту для контроля качества

Instagram стал реальной частью системы продаж



Новые лиды

47

Клики

40 823

Стоимость заявки

-132%

Прибыль

+124%

Ключевой эффект: соцсеть перестала быть имиджевой витриной и начала давать измеримые обращения.

Рабочую систему продвижения недвижимости через соцсети

01

47 лидов

новые обращения за 30 дней

02

40 823 клика

массовые переходы из Instagram

03

CPL ниже

стоимость заявки снижена на 132%

04

Прибыль выше

рост прибыли из Instagram на 124%

05

Связка с CRM

контент - доверие - заявка - обработка

06

Бренд доверия

стройка, люди и процессы вместо одних рендеров

SMM для застройщика работает, когда он встроен в продажи

Важно показывать

- стройку и реальные процессы;
- открытость компании;
- экспертность и юридические ответы;
- эмоциональные сценарии жизни;
- понятный путь от контента до заявки.



Instagram / недвижимость / CRM

Instagram стал площадкой доверия, источником заявок и частью маркетинговой стратегии

Мы не просто вели Instagram. Мы пересобрали его как точку входа в систему продаж жилого комплекса: через доверие, экспертность, визуал, рекламу и CRM.

Финальные показатели

- 47 новых лидов за 30 дней;
- 40 823 клика из Instagram;
- стоимость заявки снижена на 132%;
- прибыль из Instagram выросла на 124%.

Главный вывод

В недвижимости SMM даёт результат, когда аккаунт работает не как витрина, а как часть воронки продаж.

Креативный поток - создаём контент и рекламу, которые помогают бизнесу получать заявки.