



Хотите стать гуру в сдаче помещений в аренду?

Мы подготовили для вас 10 правил,
следуя которым, вы добьётесь
успеха в этом нелёгком пути!

И помните, настоящие
профессионалы www.officeagency.ru
ждут вас, чтобы помочь!

Не забывайте про заметки к слайдам —
там ещё больше полезной информации



10 ПРАВИЛ ДЛЯ ПРОДВИНУТЫХ АРЕНДОДАТЕЛЕЙ



1	Делать SWOT-анализ	3
2	Знать продвинутые площадки	4
3	Не пренебрегать сайтом и презентациями	5
4	Хранить полное техническое описание в отдельном файле	6
5	Фиксировать статистические данные и анализировать входящие звонки	7
6	Выстраивать стратегию коммерческих переговоров	8
7	Использовать cold-calling, скаутинг и договариваться	9
8	Работать с брокерами	10
9	Создать единую линию маркетинга	11
10	Работать с отзывами в интернете	12

— | Подробности — в нашей следующей презентации или на нашем сайте www.officeagency.ru. Не хочется напрягаться? Мы сделаем все за вас! | —

Используйте таблицу ниже для составления собственного SWOT-анализа или обращайтесь в Office Agency, мы вам с ней поможем:

Вы должны объективно оценивать ваше здание или офис:

- Сильные стороны указывать при продвижении объекта;
- Значимость слабых уменьшать для арендатора;
- Возможности понимать и использовать;
- Негативные факторы — устранять!



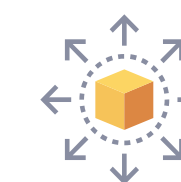
Сильные стороны	Слабые стороны
• Первая линия СК (узнаваемость);	• Устаревшие инженерные системы;
• Высота потолков;	• При входе мало интерьерных деталей;
• Видовые характеристики.	• Лифтовые зоны в трещинах;
	• Сложность с парковкой и заездом на неё.
Возможности объекта	Негативные внешние факторы
• Увеличение арендуемой площади;	• Насыщенность района дешевым предложением;
• Возможность дополнительного заработка на инфраструктуре;	• По Яндекс-картам есть ощущение, что объект очень далеко от метро;
• При реновации общих зон — увеличение арендной ставки и % заполняемости;	• Увеличение комиссии брокерам у соседних объектов.
• При делении офисов на мелкие зоны — увеличение заполняемости.	

Есть ресурсы, которые не широко известны среди арендаторов, но зарекомендовали себя среди брокеров и других посредников.

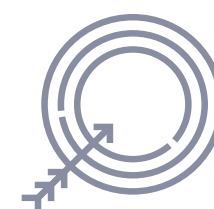
Например, **Zdanie.info**, **CityRenter.ru**.

CityRenter.ru — это площадка нового поколения, на ней размещаются объекты с прямыми контактами собственников.

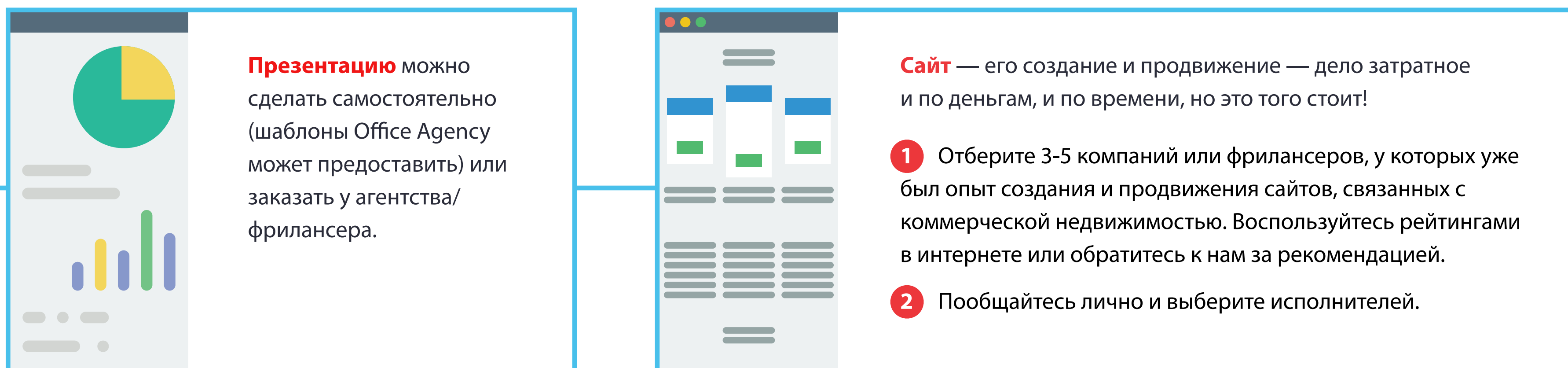
ВНИМАНИЕ! Если ваша задача — реализовать большой пул различных офисных площадей, то лучше разместиться везде, где только можно.



НО: на всех источниках должна быть одинаковая информация.



Станьте экспертом в своем деле: выполнив шаги по сбору информации из нашей базовой презентации (www.officeagency.ru), закажите качественную и красивую презентацию по своему объекту или — ещё лучше — сделайте сайт!



Совет от экспертов Office Agency: выбирайте известные компании и заключайте с ними официальные договора, предусматривающие санкции за недобросовестную работу. **В данном деле ценнее будет время, потраченное на проект, нежели деньги.**



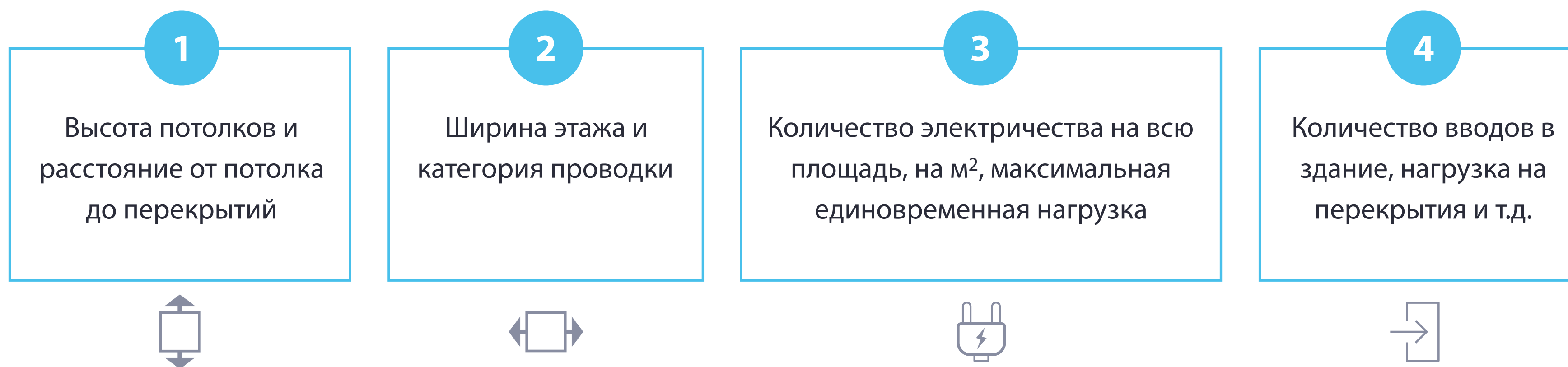


ПРАВИЛО 4

ХРАНИТЬ ПОЛНОЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ В ОТДЕЛЬНОМ ФАЙЛЕ



Рынок недвижимости развивается, а люди становятся более подкованными, нужно быть готовым отвечать уже на первом показе на такие вопросы как:



Пригласите своего инженера для составления полного технического описания. Брокеры Office Agency готовы помочь в составлении такого списка предоставив статистику часто задаваемые вопросы на показах.



ФИКСИРОВАТЬ СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ И АНАЛИЗИРОВАТЬ ВХОДЯЩИЕ ЗВОНКИ

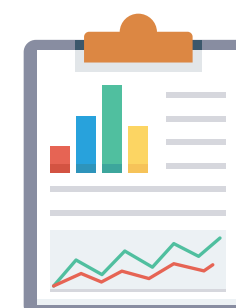
ЦИФРЫ НЕ ВРУТ!

Если у вас **мало просмотров ваших объявлений**, то это равно небольшому количеству звонков, что равно длительной и неэффективной сдаче вакантных помещений.



Заведите себе простые таблицы в Эксель и вписывайте туда данные каждую неделю. Проанализировав их, вы поймете:

- В каком месяце будет проще сдать объект;
- Где и каким образом лучше разместить объявление;
- Какие фото и рекламные тексты лучше конвертируются в звонок и т. д.



Ежедневные фиксация и анализ всех входящих звонков помогут вам сдавать эффективнее и быстрее ваши объекты или отдельные помещения! Они помогут:

- Отследить эффективность рекламных компаний;
- Конверсию с ваших объявлений (текстов, фото);
- Наполнить базу данных клиентов и контрагентов.

Если у вас нет времени и желания этим заниматься, но вы понимаете всю необходимость — позвоните нам, и мы расскажем, как это решить!





ВЫСТРАИВАТЬ СТРАТЕГИЮ КОММЕРЧЕСКИХ ПЕРЕГОВОРОВ



Для качественных и успешных переговоров нужна стратегия их ведения и заранее подготовленные ответы на «стандартные выпады» от потенциального арендатора

1

Постарайтесь воспроизвести ранее проведенные переговоры по аренде, выпишите себе основные «больные» точки, те моменты — где вам ранее пришлось сторговаться или согласиться на условия Арендатора. Постарайтесь продумать заранее аргументы «за» и «против».

2

Максимально подробно узнайте про бизнес своего оппонента: их текущую ситуацию по аренде, расширение или наоборот уменьшение площади, сколько компания на рынке, как долго сидели на предыдущем месте.



Грамотный брокер поможет вам собрать информацию и подготовиться к переговорам. Такие брокеры работают здесь — www.officeagency.ru



ИСПОЛЬЗОВАТЬ COLD-CALLING, СКАУТИНГ И ДОГОВАРИВАТЬСЯ С СОСЕДЯМИ

Когда стоит острая задача сдать помещение — **нужно применять максимальное количество разных методов и путей**

1

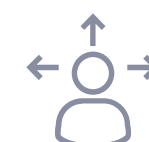
Звоните в соседние здания и предлагайте текущим арендаторам более интересные или выгодные условия по аренде.

2

Используйте особый способ разведки — «скаутинг». Самостоятельно или через своего доверенного агента приходите на объект под видом потенциального арендатора и далее вступаете в коммерческие переговоры. Так вы узнаете реальные коммерческие условия вашего конкурента.

3

Договаривайтесь с соседними и ближайшими объектами по работе с «отказниками». Пообещайте руководителям отделов или менеджерам аренд соседних БЦ такую же комиссию, какую вы готовы платить агентствам, и новый потенциальный арендатор не заставит себя ждать!



Впечатлите и заинтересуйте брокеров,
чтобы привлечь их интерес к своему объекту!

1

Организируйте брокер-тур

Спланируйте **долгий показ** своего объекта и помещений в нем для большего количества агентов, брокеров, консультантов: **обзаведитесь их телефонами и e-mail-адресами**, чтобы разослать им приглашения.

Устройте фуршет с напитками и едой, чтобы люди максимально долго присутствовали на показе и дополнительно выделили ваш объект среди других объектов.

2

Мотивируйте брокеров

дополнительными бонусами и призами. Существует несколько стандартных премий после закрытия сделки:

- Дополнительный денежный бонус лично брокеру (сверх комиссии);
- Повышение комиссии по последующим сделкам лично для данной компании или брокера;
- Телефон или планшет;
- По крупным метражам: автомобиль.



Создать единую линию маркетинга

Если вы не работаете с профессиональным маркетинговым агентством и не заключаете эксклюзивный договор с брокером, вам нужно самостоятельно вести и контролировать единую «линию маркетинга».

На всех сайтах агентств недвижимости должны быть одинаковые цены и полная информация по объекту

На **CIAN** должны быть также у всех реальные цены и метражи

Нужно следить за тем, чтобы у любого потенциального арендатора не было даже малейшего шанса «зацепиться» где-то в интернете за неверную информацию по вашему помещению



Еженедельно проверяйте популярные страницы в интернете с информацией по вашему объекту.



ВНИМАНИЕ

При заключении эксклюзивного договора с нашей компанией, мы это делаем самостоятельно и бесплатно.



Пока отзывы про бизнес-центры не очень популярны в сети, но уже многие посещаемые сайты агентств недвижимости предлагают поставить оценку тому или иному БЦ.



Отзывы также можно оставить в **Яндексе, Желтых страницах, Zoon** и т.д.

Просматривайте **хотя бы 1 раз в месяц** все отзывы о своем объекте, которые сможете найти в интернете.

Отвечайте на них публично — не стесняйтесь. Социальная среда в интернете — **очень сильный инструмент**, хоть он пока и не добрался до коммерческой недвижимости настолько сильно, не стоит им пренебрегать!





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



**Мы всегда готовы ответить на ваши вопросы
и помочь со сдачей в аренду ваших помещений**

Ждем вас на www.officeagency.ru!
Здесь работают профессионалы

