



# Как «перформит» наружка

*Кейс федеральной компании «Этажи» и Russ Outdoor*

[www.etagi.com](http://www.etagi.com)

---



---

# Как купить или продать квартиру в **21** веке?



# «Этажи» в рейтингах



**№1**

в РФ агентство недвижимости по версии Сбербанк

Forbes

**№5**

франшиз в рейтинге Forbes



**ТОП-3**

франшиз по версии Бибосс



**№1**

Сайт [etagi.com](https://etagi.com) по количеству посещений среди агентств недвижимости



**ТОП-25**

компаний в рейтинге hh.ru



**ТОП-8**

компаний в мире по количеству сделок

**9% доли рынка** в РФ по количеству сделок (среди городов присутствия)

# Почему классическое медиа?

---

**—**  
Отдача  
с вложенного  
рубля

**x3**

**по отношению  
к прошлому году**

# Ключевые показатели эффективности

Средний GRP — **0,5**

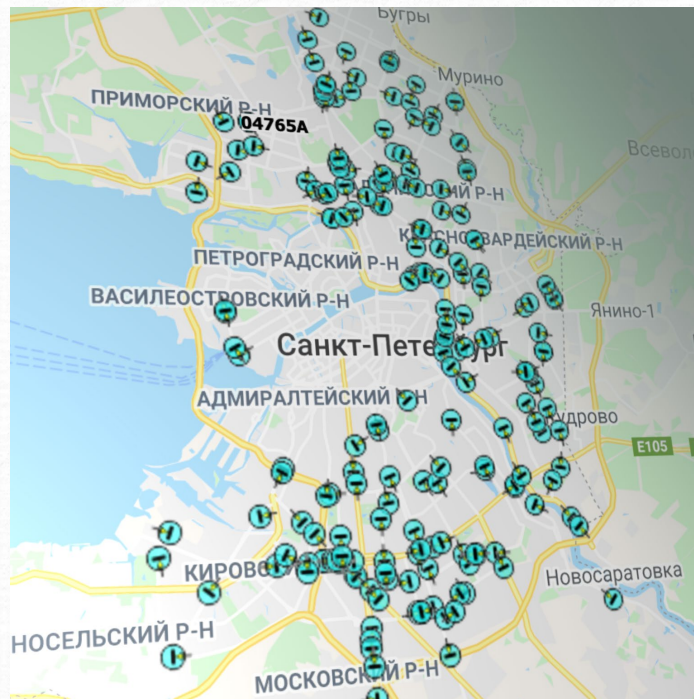
Сроки размещения — не менее **2-х месяцев**  
со сменой визуала 1 раз в месяц

Предпочтительные форматы — статика

**Статика** — **75%**

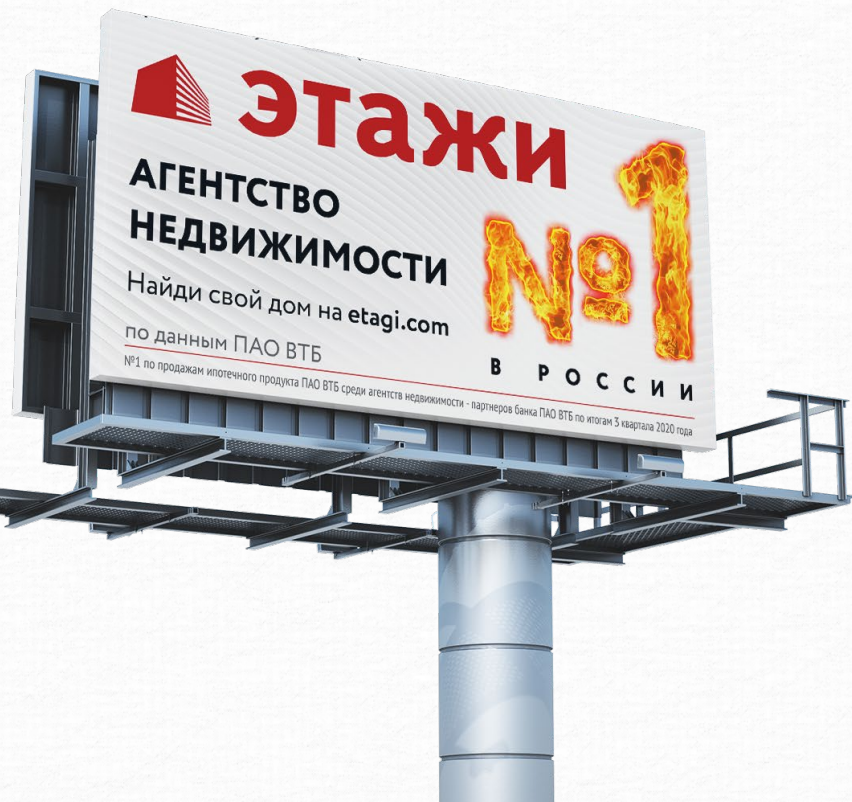
**Призматронов** + **экраны** — **25%**

Сторона А — **68%** Сторона Б — **32%**





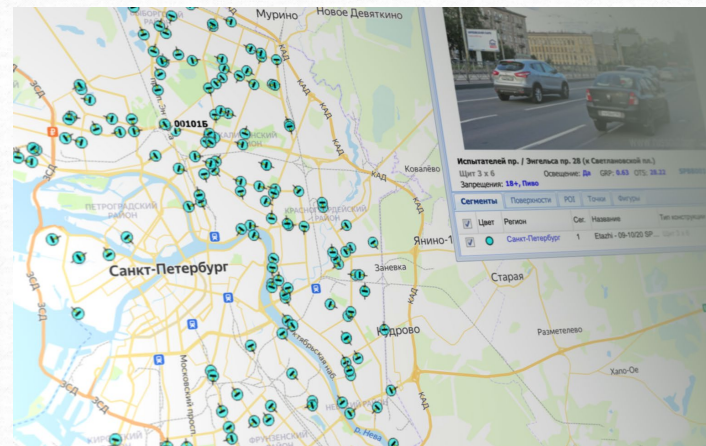
# Рекламная кампания



**Период:** июнь-октябрь 2020

**Регион:** Санкт-Петербург

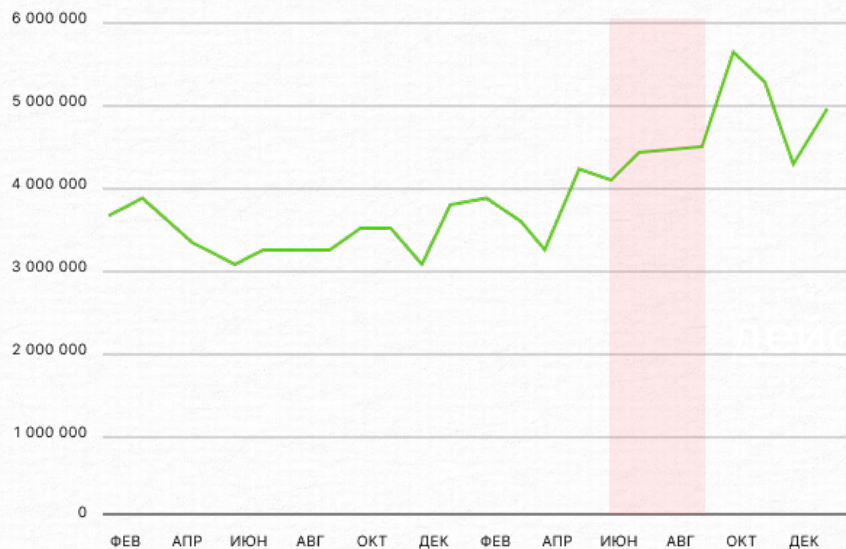
**Охват:** 86% населения\* (3,7 млн человек)



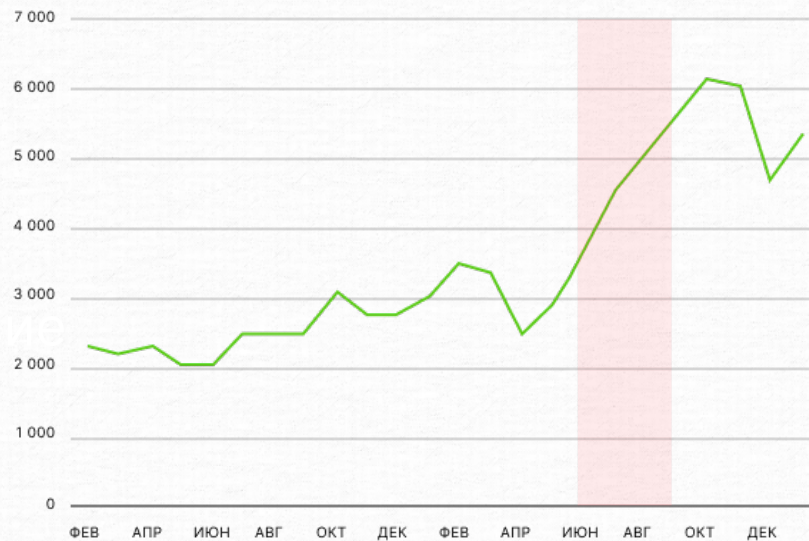
\*По данным AdMetrix. Население 18+

# Запросы Яндекс

## «Недвижимость»



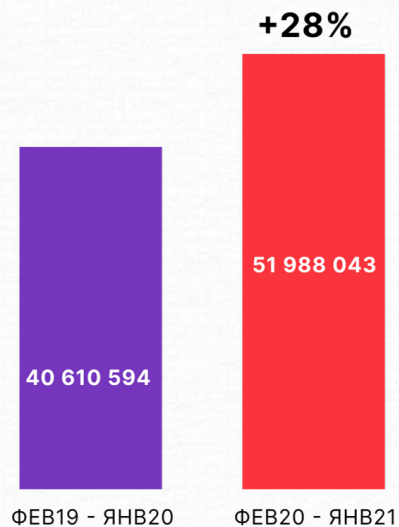
## «АН Этажи»



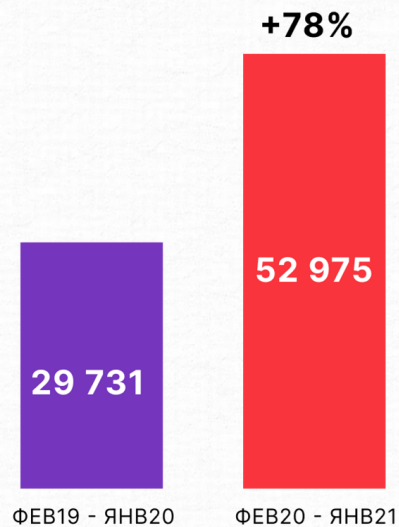


# Запросы яндекс

## «Недвижимость»

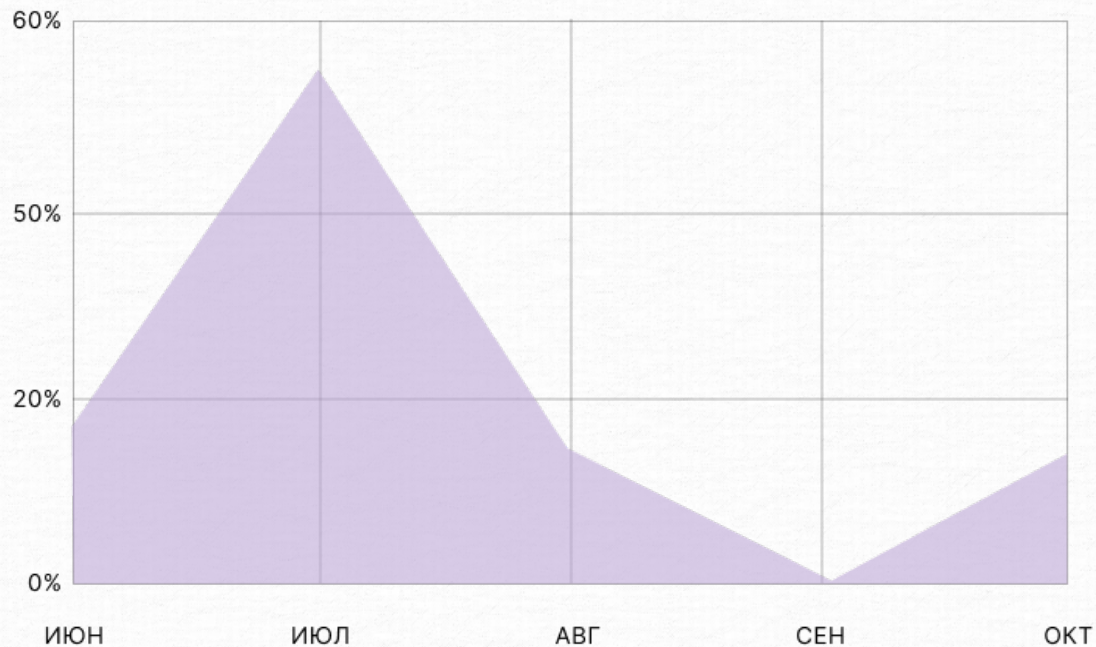


## «АН Этажи»





# Результаты рекламной кампании



Месяц	Прирост М-т-М
Июнь	17%
Июль	55,30%
Август	14,80%
Сентябрь	0,20%
Октябрь	14,10%

# Результаты рекламной кампании

---

02

**Прирост по количеству нанятых риелторов:**

+ **60%** в декабре  
по отношению к июню 2020  
года

03

**Усиление партнерского канала**

04

**Удержание и лояльность персонала**



# Основные выводы и изменения

---

1. Инвестиции в бренд через классические каналы оправданы
1. Ключевые показатели для определения объема инвестиций в классические каналы — доля рынка, доходность бизнеса и отдача с вложенного рубля в маркетинг
1. Пересмотрели инвестиции в классические каналы продвижения в городах-миллионниках в рамках Стратегии на 2021 год / поставили новые амбициозные цели.

# Планы на будущее

Москва — аэропорты, метро

Санкт-Петербург — аэропорт, метро

Сочи — аэропорт

демонстрирование

покупка

