



# MACON

A D V I C E

## БЛОГ

5 РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ БЕЗ КОТОРЫХ НЕ  
ОБОЙТИСЬ ОТДЕЛУ ПРОДАЖ ЗАСТРОЙЩИКА

---

ФЕВРАЛЬ 2019

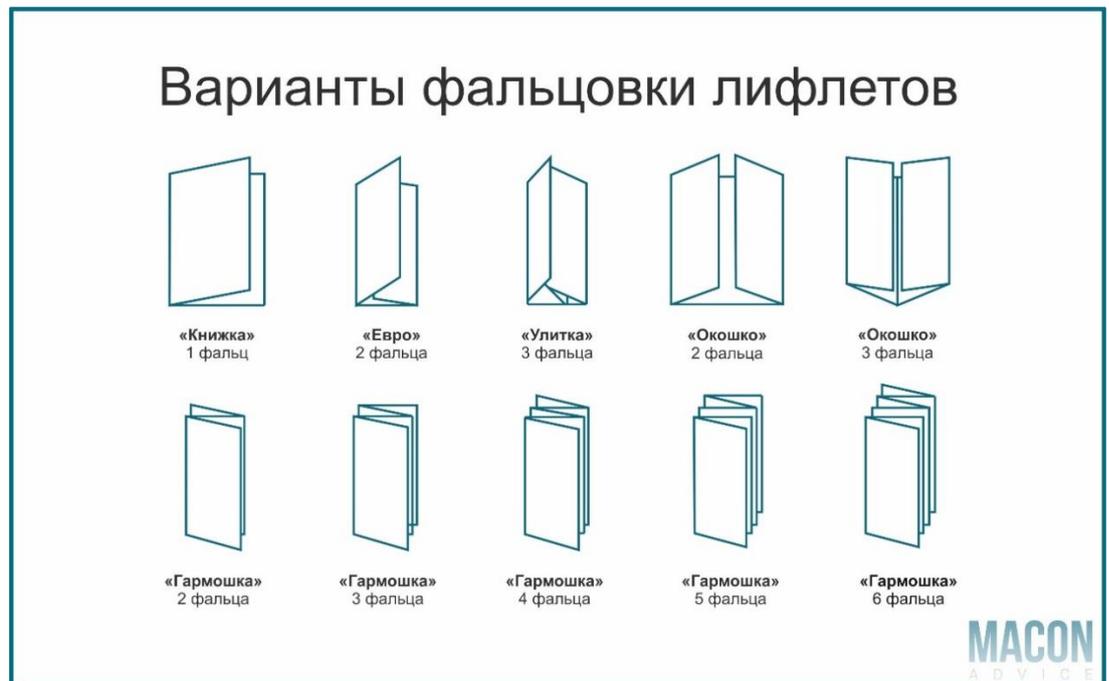
За 6 лет работы с девелоперами мы сформировали свой личный must have лист в отношении полиграфии для отделов продаж. Можно придумать и сделать много разного, интересного, необычного и классного, но не всегда на это есть деньги, а главное, это не всегда нужно.

Сегодня расскажем про тот самый минимум, который должен быть в офисе продаж и у менеджеров:

- Лифлет;
- флаер;
- презентационный комплект;
- прайс;
- визитки.

## ЛИФЛЕТ

Лифлет – обычно лист формата А4, с двусторонней печатью, который складывается в несколько раз. Подходит для размещения основной и самой полезной для клиента информации.



### Какая информация нужна:

1. Основные данные о проекте (где расположен, сколько этажей, конструктивный тип).
2. Информация о ценах (может и не быть, если ценовая политика компании очень динамичная).
3. Условия покупки.
4. Планировка типового этажа.
5. Наименование застройщика и адрес сайта с проектной декларацией.
6. Контакты отдела продаж.

Лифлеты подходят для:

- Презентаций ЖК в офисе продаж, чтобы показать клиенту основные плюсы.
- Раздачи на выставках и мероприятиях, для проведения промо-акций.

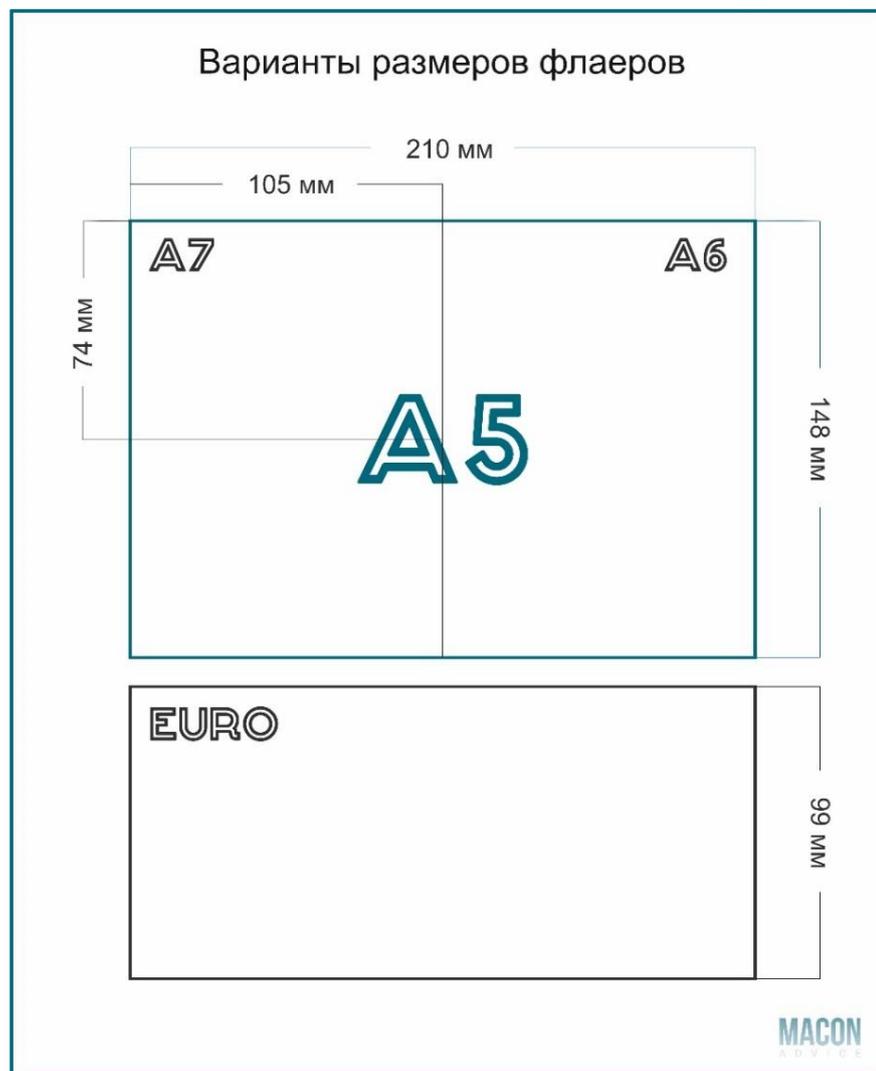
**ФЛАЕР**

Флаер – небольшая листовка формата А5, А6 или Евро с двусторонней или односторонней печатью.

Флаер не предусматривает информативности текстов и больше подходит для промо-акций, особенно если есть скидки, подарки за покупку и другие стимулирующие мероприятия.

**Какая информация нужна:**

1. Информация о доме/квартире
2. Призыв к действию.
3. Условия скидки или акции.
4. Наименование застройщика и адрес сайта с проектной декларацией.
5. Контакты.
6. В качестве изображения лучше выбирать рендеры или фотографии, а не планировки квартир.



**ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЙ  
КОМПЛЕКТ**

Презентационный комплект – это рабочий материал для отдела продаж. Могут быть отдельные листы с планировками, описанием проекта, генпланом и фотографиями, а может быть сверстаный и сшитый альбом.

Встречаются комплекты разных форматов, но идеален А3 – лучше видно площади комнат на планировках и мелкие элементы благоустройства на генплане. Для долгой службы комплекта лучше выбрать плотную бумагу или ламинировать листы.

Кроме отделов продаж альбомы подойдут и для выставок, где менеджеры будут проводить консультации.

**Какая информация нужна:**

1. Основные данные о проекте (где расположен, сколько этажей, конструктивный тип).
2. Карта района с отметками школ, детских садов и прочей инфраструктуры.
3. Генплан проекта с отметками расположения всех элементов комплекса.
4. Отрисованные планировки этажей.
5. 3D планировки нескольких типов квартир.
6. Рендеры или фотографии сданных домов.
7. Основные документы по проекту: разрешение на строительство, проектная декларация, документы на участок, технические условия на коммуникации.

**ПРАЙС**

Прайсы есть в любом офисе, но обычно это незаметный помощник менеджера. Сейчас речь идет о полноценном раздаточном материале. Выбор формата зависит от того, какую информацию размещать. Оптимальный размер от А6 до А4. Могут быть одно- или двусторонними, на плотной бумаге.

- На листе формата А6 можно разместить таблицу с ценами и краткую информацию о способах покупки.
- Формат А5 позволяет добавить информацию о банках-партнерах, описание рассрочки, а также разместить планировку одного подъезда типового этажа.
- На листе формата А4 размещается все тоже самое, но он удобней потому, что планировки будут лучше читаться.

Прайс – это своеобразное лицо проекта, поэтому сделать его лучше в фирменном стиле.

**Что писать:**

1. Цены (можно сделать общий прайс или отдельные и по двушкам, однушкам)
2. Варианты покупки (ипотека с перечислением банков, рассрочка, федеральные программы).
3. Отрисованная планировка типового этажа.
4. Контакты менеджера или отдела продаж. Можно оставить свободные строчки – такой прайс сможет использовать в своей работе и риэлтор, продающий квартиры в комплексе.
5. Наименование застройщика и адрес сайта с проектной декларацией.

**ВИЗИТКИ**

Если альбомы и прайсы – это лицо офиса и компании, то визитки – лицо менеджера. Они должны быть хорошего качества и выполнены в фирменном стиле.

**Что писать:**

1. Контакты менеджера.
2. Адрес офиса продаж.
3. Сайт проекта и/или застройщика.



Чтобы не запутаться в перечне информации, что и где размещать, мы сделали шпаргалку:

Наименование	Что внутри					Для чего	
	Основная информация о проекте	Контакты	Цены	Планировки	Акции	Офис продаж	Раздатка на мероприятиях и промо
Лифлет	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Флаер		✓			✓	✓	✓
Презентационный комплект	✓			✓		✓	
Прайс		✓	✓	✓	✓	✓	
Визитка		✓				✓	✓



---

Г. КРАСНОДАР, УЛ. КРАСНАЯ, 65, ОФИС 36

[YV@MACON-ADVICE.RU](mailto:YV@MACON-ADVICE.RU)

+7 861 210 11 55