

**«ХАЙП УМЕСТЕН ТОЛЬКО
ТОГДА, КОГДА ЭТО СМЕШНО
И НЕ НЕСЁТ УГРОЗЫ
ДЛЯ ЖИЗНИ»**

**Гэльнаур Валеева, («Унистрой», Казань)
Интервью в рамках **GMK** Marathon**



АННА ПЕЧЁРКИНА:

ПРИВЕТ, МАРАФОНЦЫ! СЕГОДНЯ МЫ ГОВОРИМ С ГЭЛЬНУР ВАЛЕЕВОЙ, ДИРЕКТОРОМ ПО ПРОДАЖАМ КОМПАНИИ «УНИСТРОЙ» В КАЗАНИ, КРУПНЕЙШИМ ЗАСТРОЙЩИКОМ ТАТАРСТАНА О ТОМ, КАК СЕЙЧАС ВЕСТИ СЕБЯ ДЕВЕЛОПЕРУ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

Гэльнур, в текущей ситуации на рынке недвижимости должна ли сейчас компания-девелопер отрабатывать в социальных сетях коронавирусную повестку или стоит сосредоточиться на развитии бренда и спокойно рассказывать о планировках, об особенностях проектов?

Я считаю, что хайп уместен и актуален только тогда, когда это смешно и если это не несёт угрозы жизни человека. Я всегда за ситуационный маркетинг. Но в данной ситуации я считаю, что мы все находимся в непонятной ситуации и не уверены, что вернёмся завтра с карантина и у каждого будут рабочие места. Поэтому, на мой взгляд, эту тему лучше обойти стороной и этой теме не касаться. Лучше лишний раз просто людям говорить, о том, что всё будет нормально, всё восстановится, и работать в рамках той стратегии, которую компания изначально для себя выбрала. Компания «Унистрой» тему коронавируса в своих коммуникациях не поддерживает.

То есть не нужно говорить, что сейчас пандемия, все и так в курсе. Нужно говорить, что любой карантин рано или поздно закончится, и в это время клиенты придут покупать продукт. Хорошо бы, чтобы они понимали, какой это продукт и за что они платят...

Совершенно верно. Сегодня очень важно дать гарантию того, что мы надёжная компания, которая 23 года наращивала свою репутацию, компания, которая создавала рабочие места. Компания «Унистрой» очень много сделала для того, чтобы выработать правильный формат работы с партнёрами. Сейчас очень важно показать, что мы готовы идти на определённые шаги на встречу людям, у которых возникнут эти сложности. Потому что сегодня уже поступает очень много звонков от клиентов, которые переживают по поводу своей платежеспособности. Уже сегодня просят предоставить рассрочку на парковочные места, просят предоставить рассрочку на квартиры, включая кооперативные квартиры (компания «Унистрой» использует как один из инструментов продажи Жилищный накопительный кооператив — прим. ГМК) и те, которые были приобретены в банке через ипотечные кредиты. Поэтому наша задача сегодня — создать максимально возможные условия для того, чтобы у наших клиентов было ощущение, что наша компания о них заботится, и мы создадим все условия, чтобы клиентам было комфортно.

А вот тут важный вопрос на уточнение, Гэльдур: стоит ли, на ваш взгляд, в социальных сетях сказать клиентам, что компания готова рассматривать такие обращения, разрабатывать какие-то индивидуальные решения для клиентов, попавших в сложную ситуацию в связи с потерей работы или в связи с резким сокращением дохода? Или, всё-таки стоит быть поосторожней, чтобы случайно не спровоцировать наплыв людей, которые под шумок хотят воспользоваться ситуацией?

Мы, конечно, придерживаемся второй версии. Действительно, многие могут воспользоваться этой ситуацией, под шумок пойти в эту историю. С нашей стороны, конечно, рассмотрены некие меры.

**МЫ ОФИЦИАЛЬНО ЗАЯВИЛИ, О ТОМ, ЧТО ЕСЛИ
ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВОЗНИКЛА ТАКАЯ СИТУАЦИЯ,
КОТОРАЯ ПОВЛЕКЛА ЗА СОБОЙ БОЛЕЗНЬ,
ПОТЕРЮ РАБОТЫ И Т.Д., ТАКИХ КЛИЕНТОВ
В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПОРЯДКЕ МЫ
ОБЯЗАТЕЛЬНО БУДЕМ РАССМАТРИВАТЬ.**

То есть у менеджеров есть понимание как действовать в такой ситуации? Вы к этому готовы, но специально об этом говорить и, что называется, «раскачивать лодку» социальных сетях вы не планируете?

Мы не планируем, потому что мы знаем и мы готовы к тому, что всё это закончится 5 апреля. 6 апреля все спокойно выйдут на работу, у всех будут и рабочие места, и деньги для того, чтобы покупать и не одну, и не две квартиры. Тем более платить по текущим счетам.

Что ж, скрещиваем пальчики, пусть ваши прогнозы сбудутся. Если говорить о встревоженных клиентах, мы вчера затронули такую тему, как негативные комментарии. Люди, которые напряглись, может быть, увидели законсервированную стройку и интерпретировали это как проблему у застройщиков, могут приходиться в социальные сети и писать много-много комментариев не по делу. Может, стоит вообще отключить комментарии? Какова ваша политика в этой ситуации?

Нет, зачем? всю жизнь, сколько я работаю в компании «Унистрой», она выстраивала позицию, что зарплату каждому сотруднику компании платит клиент. И если у клиента есть желание высказать свою точку зрения, какой бы негативной она ни была, мы всегда её принимаем. И наша задача — максимально сохранить лояльность этого клиента, максимально отработать этот негатив, если это действительно по нашей вине.

Принести извинения, чтобы этого негатива в дальнейшем не было. Если это какая-то история с троллингом, мы такие вещи обычно игнорируем. Но мы никогда не стирали, не закрывали, не удаляли негативные комментарии. Наш аккаунт абсолютно открытый и возможность написать любой негативный комментарий есть абсолютно у каждого. Была, конечно, ситуация в прошлом году, когда наш текущий клиент вышел за рамки деловых отношений, когда пошли персональные оскорбления непосредственно наши сотрудников. В этом случае мы конкретно по нему приняли решение, что с ним мы больше не коммуницируем, и возможность комментировать у него отключена.

Ещё один вопрос, который вчера возник в связи с такой кризисной повесткой – стоит ли сейчас в социальных сетях активно показывать стройку? И, насколько я понимаю, возникли опасения, стоит ли показывать людей на стройке, что работы ведутся? Какая позиция у компании в этом вопросе?

Ситуация такая, что в Казани конкретно работа приостановлена. Соответственно, показывать нам нечего. Здесь две стороны медали. Первая сторона – это клиенты, которые заехали уже в сданные дома и проживают. Позавчера у нас стройка ещё работала, и были негативные комментарии из серии: «Почему вы работаете, когда вышли соответствующие рекомендации президента, что нужно приостановить все действия?». У этой категории людей понятна причина опасения. Они переживают, что это, в том числе, несёт определённую угрозу. Но ведь есть вторая категория клиентов, которая ждёт получение своих ключей, и, конечно, они очень переживают, не сорвутся ли сроки сдачи домов. Не возникнут ли какие-то сложности?

ПОЭТОМУ МЫ СТРОЙКУ В ДАННЫЙ МОМЕНТ НЕ ПОКАЗЫВАЕМ, ТОЛЬКО ПОТОМУ ЧТО В ДАННЫЙ МОМЕНТ КОНКРЕТНО В КАЗАНИ СТРОИТЕЛЬСТВО ПРИОСТАНОВЛЕНО.

Какую-то дополнительную информацию выдаёте в эфир из серии: ребята, всё спокойно, всё под контролем, всё сделано правильно, в любой момент мы готовы возобновить работы и вернуться в рабочий график?

Да, мы такую информацию предоставляем, что мы действуем в рамках закона. Как только у нас будут обоснования возобновить работы, мы обязательно это сделаем.

Я знаю, что даже в «мирное» время в вашей компании практикуются выходы первых лиц компании к клиентам, встречи с жильцами, встречи с потенциальными покупателями. Что сейчас вы делаете в этом направлении? Понятно, что пока карантин, вряд ли такие встречи будут, но может быть, какие-то онлайн варианты, прямые эфиры, запись видеообращений. Что думаете на эту тему?

У нас прорабатывается один вариант, потому что, да, мы прекрасно понимаем, что есть отлаженная система стратегии маркетинга, стратегии продаж, когда от 20% до 30% клиентов приходит по рекомендации. Эта статистика практически ежемесячно не меняется. Люди приходят, потому что они нас знают, они нам доверяют, нас рекомендуют. И как таковой входящий трафик идёт из абсолютно понятных каналов. Те каналы, которые работают из месяца в месяц, которые мы тестируем. В нынешних условиях, когда звонки упали, если не на половину, то точно на 40%, мы понимаем, что нам как-то надо поддерживать бизнес, и есть желающие и интересующиеся приобретением квартиры. Есть такая потребность – люди, действительно хотят какой-то онлайн-консультации, что и предоставляет наша компания. Наши менеджеры отдела продаж все работают удалённо. Они консультируют по скайпу, телефону – по любым удобным каналам связи с клиентами.

ЧТО КАСАЕТСЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ У НАС ПРЕДПОЛАГАЮТСЯ. МЫ СЕЙЧАС РАЗРАБАТЫВАЕМ САМ ФОРМАТ. ДЕПАРТАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ СЕЙЧАС ЭТИМ ВОПРОСОМ КАК РАЗ ЗАНИМАЕТСЯ. ДУМАЮ, ЧТО НА ЭТОЙ НЕДЕЛЕ ЧТО-ТО НОВЕНЬКОЕ У НАС ОБЯЗАТЕЛЬНО ПОЯВИТСЯ.

И давайте немного не в контексте социальных сетей задам вопрос, который вчера интересовал весь чат. Идут ли у вас онлайн-продажи сейчас? Получается ли продавать дистанционно? Какие результаты на этой неделе?

На этой неделе у нас пока не было ещё онлайн-продаж. У нас были скорее уже действующие продажи, по которым были одобрены сделки. На прошлой неделе у нас прошла онлайн-продажа.

То есть это пока единичный случай, но вы освоили механизм, и какой-то паники у вас это не вызывает. Планируете ли вы как раз для этого механизма делать какие-то специальные стимулирующие акции? Вот сейчас группа компаний «ПИК» достаточно мощно с помощью таргетинга транслирует информацию «Оформи сделку онлайн, получи 100 000 рублей в подарок». Планируете ли вы какие-то такие стимулирующие штуки?

Мы пока на ближайшую неделю не планировали что-то дополнительное стимулирующее создавать и выпускать. Почему? Потому что у нас сейчас есть чёткая и понятная работа, как мы планируем работать с текущей базой клиентов, которые у нас в работе. Эту неделю точно. Поэтому есть понятные инструменты, есть абсолютно понятные вещи. У сотрудников отделов продаж пока не возникает никаких проблем с этим. Единственное, мы тестово увеличили время приёма звонков. Т.е. если мы раньше работали до восьми вечера,

мы сегодня тестово пробуем поработать до десяти вечера. Мы посмотрим, на сколько само поведение клиентов поменялось, раз все сидят дома, возможно, будет потребность проконсультировать по квартире. Посмотрим, что из этого получится.

Я знаю, что менеджеры обычно боятся, что переход на дистанционное общение с клиентами приведёт к тому, что они будут круглосуточно отвечать на сообщения в WhatsApp'e, круглосуточно принимать звонки по скайпу. Ваши ребята этого боятся?

Было первое такое опасение, но мы уже понимали на прошлой неделе, возможен такой же вариант ограничений перемещений по городу, как в Москве. Поэтому мы весь день тестировали эту схему со всеми сотрудниками, со всеми ребятами. Проблем не возникло, сложностей не возникло.

ЕДИНСТВЕННОЕ, САМИ КЛИЕНТЫ ПОКА НЕ ГОТОВЫ ПОЛУЧАТЬ КОНСУЛЬТАЦИЮ ПО СКАЙПУ. В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, ИХ СМУЩАЕТ ПОЧЕМУ-ТО, ЧТО НУЖНО БУДЕТ ПОКАЗЫВАТЬ ВНЕШНИЙ ВИД, КАК ВЫГЛЯДИТ КВАРТИРА.

Хотя сотрудники говорят о том, что нам, собственно, и не нужно видеть самого клиента и его семью и квартиру. Мы включим демонстрацию экрана и пойдём с вами по демоэтажу. Тем более, в век научно-информационных возможностей у многих нет скайпа. Какие-то новомодные штуки, новомодные какие-то системы, и поэтому большинство по-старинке используют WhatsApp, и его достаточно.

Интересное замечание, что мы то готовы перейти на онлайн консультирование, но иногда клиент не очень готов.

Мы ещё вчера говорили о так называемом User generated content, о контенте, который генерируют сами пользователи. Это могут быть видеоотзывы, могут быть какие-то самодельные обзоры ваших жилых комплексов, могут быть фотографии, сделанные на фоне вашей стройки или на территории ваших ЖК. Как сейчас компания «Унистрой» работает с этим видом контента в социальных сетях?

На текущий момент никак не работаем. Единственное, что мы поддерживаем, это общепринятый хэштег «Мы дома». Управление операционного маркетинга разрабатывает внутренние контентные программы для того, чтобы простимулировать наших текущих клиентов, чтобы рассказывали, как они себя чувствуют в наших жилых комплексах, дома сохраняют условия закрытости, самоизоляции и чем они занимаются. Во всех наших социальных сетях изначально выработана стратегия, что мы всю нашу коммуникацию проводим через клиентов. Здесь, конечно, не исключение.

Для нас очень важно не выходить и предлагать через коммерческую составляющую, а как раз за счёт клиента показывать, что это время побыть рядом с близкими, родными, самыми дорогими. Иногда поиграть в игры с детьми, иногда просто посидеть с любимым человеком, приготовить ужин вместе. И в этот момент как раз есть условия – есть дом, есть квартира, где тебе комфортно и хорошо.

Возможно, это как раз та самая ситуация, когда можно по достоинству оценить эргономику планировки, хорошие светлые лестничные марши, по которым можно бегать вверх-вниз, чтобы компенсировать дефицит фитнеса. Большие просторные холлы, где комфортно встречаться с соседями, и ты не боишься, что ты приблизишься к кому-то на опасное расстояние, места хватит всем, никто никого не напугает. Это любопытно. Новые возможности – посмотрите как здорово быть на карантине в настолько крутых домах.

Ещё один вопрос из вчерашнего чата. А что кроме социальных сетей? Вот, по вашему представлению, кроме социальных сетей, с помощью каких ещё каналов мы сейчас можем и, наверное, даже должны добираться до наших действующих и потенциальных клиентов?

Я, как бывший маркетолог, могу сказать, что в обычной жизни для меня всегда была ориентиром пропорция 60/40. 60% - онлайн, 40% - офлайн в обязательном порядке, потому что офлайн – это история про охват. В текущих ситуациях, наверное, 90/10. При том, что под 10% я всё-таки оставила бы телевидение. Потому что мы сейчас все находимся в ситуации, когда остались дома. У меня самой двое детей, и все по разным комнатам. У кого-то планшет, у кого-то ноутбук, у кого-то компьютер, а кому-то телевизор достался. Поэтому однозначно социальные сети, продвижение в интернете в различных вариациях таргетинга и т.д. И всё-таки, наверное, телевидение я бы оставила.

И последний вопрос, закрывая наш разговор. Что бы вы сказали своим клиентам, будь у вас возможность самой сейчас сделать баннер в интернете, выложить пост в социальную сеть или снять ролик для телевидения?

Я бы сказала, что всё будет нормально. Сейчас самое главное – беречь себя и беречь своих родителей, потому что самая большая зона риска – это наши родители. Сидеть дома и никуда не выходить. Больше читать, больше изучать, больше слушать каких-то интересных людей. Общаться больше с детьми, потому что дети – это то поколение, которое очень быстро растёт и мы на самом деле в эпоху, когда мы движемся, бежим куда-то, очень многое упускаем.

СЕЙЧАС УНИКАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ПРОСТО ПОБЫТЬ РОДИТЕЛЯМИ. И, КОНЕЧНО ЖЕ, ПРОСТО УЗНАВАТЬ, ЧТО БУДЕМ ДЕЛАТЬ В ПОНЕДЕЛЬНИК, В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ, КОГДА МЫ ВЫЙДЕМ НА РАБОТУ. НО НИ В КОЕМ СЛУЧАЕ НЕ ПАНИКОВАТЬ.