

КАК ВЫГЛЯДИТ КАЧЕСТВЕННАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ: РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ ДВУХ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Мы разобрали два реальных объявления — типичное и профессиональное. Вы увидите, как правильная подготовка и подача объекта увеличивают интерес, трафик и конечную стоимость.

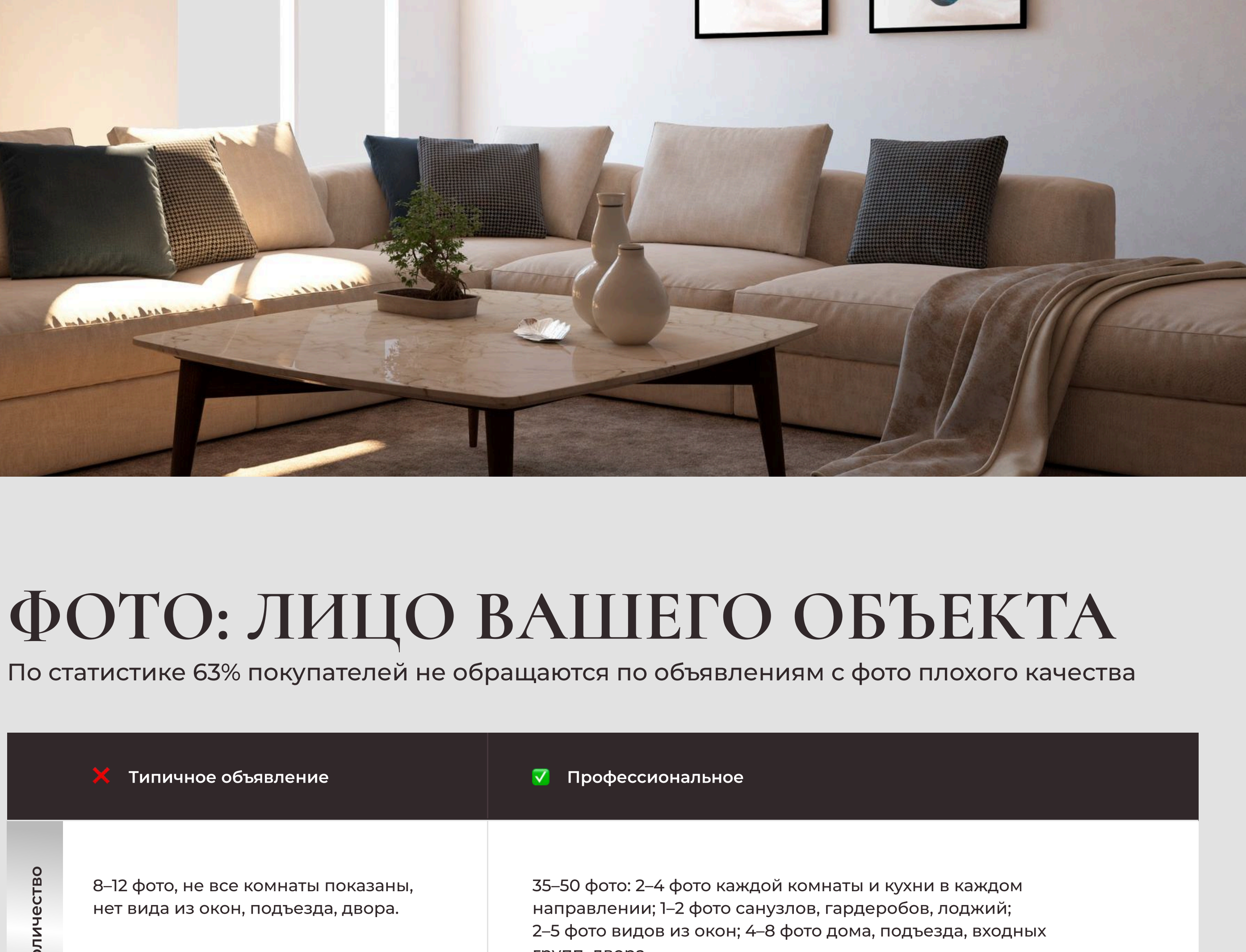
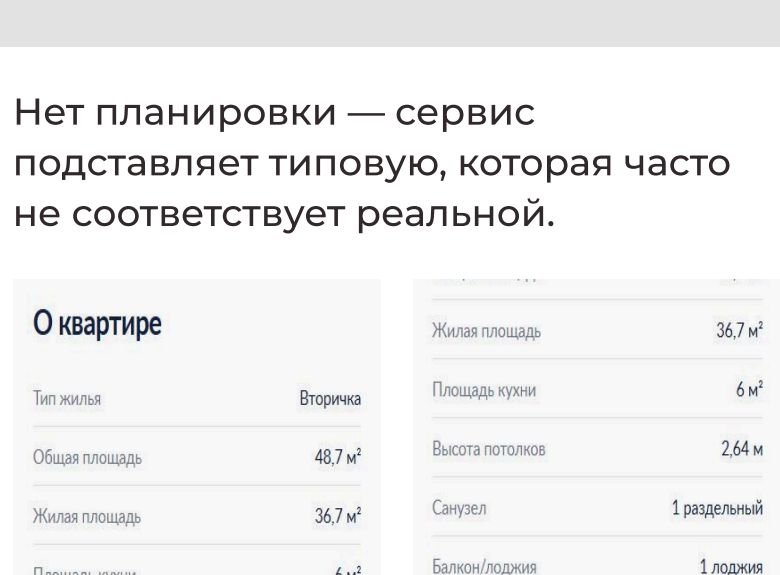
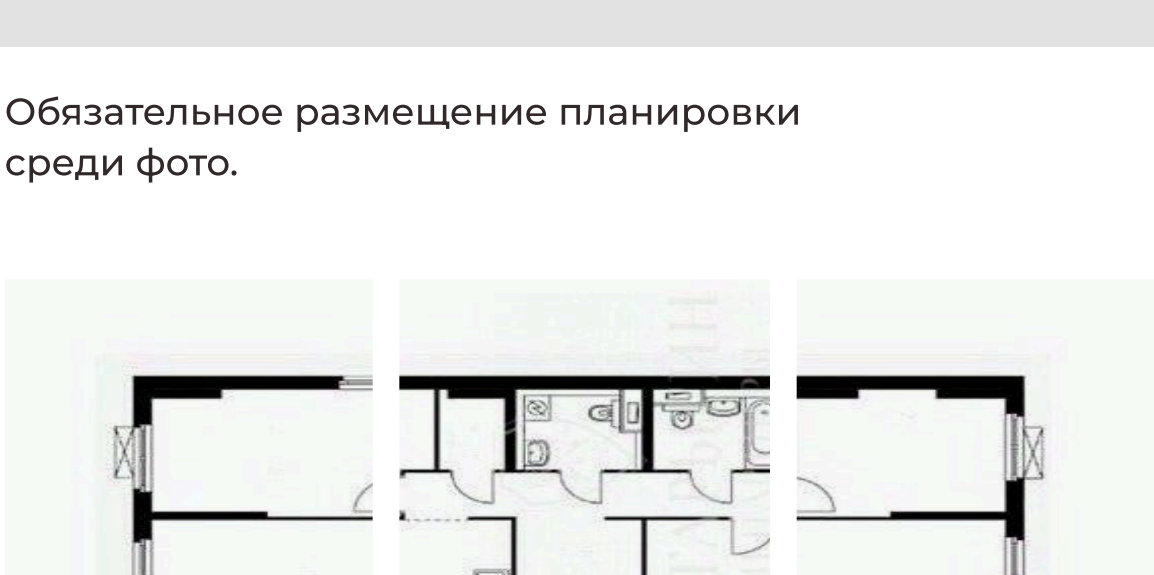
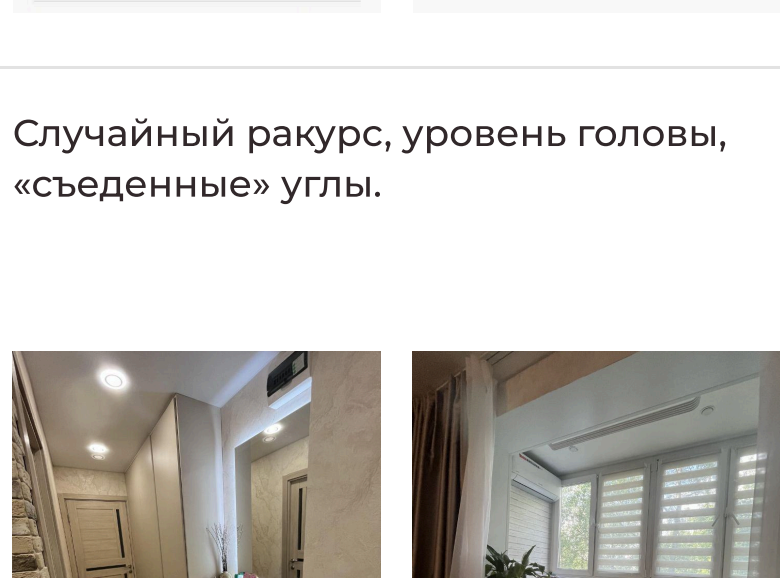
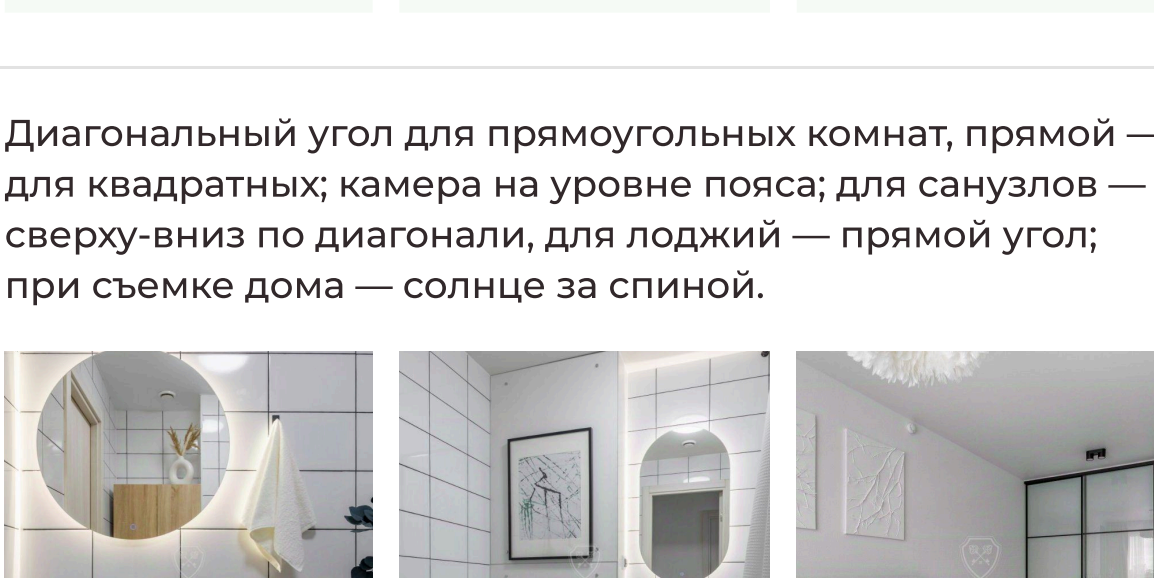
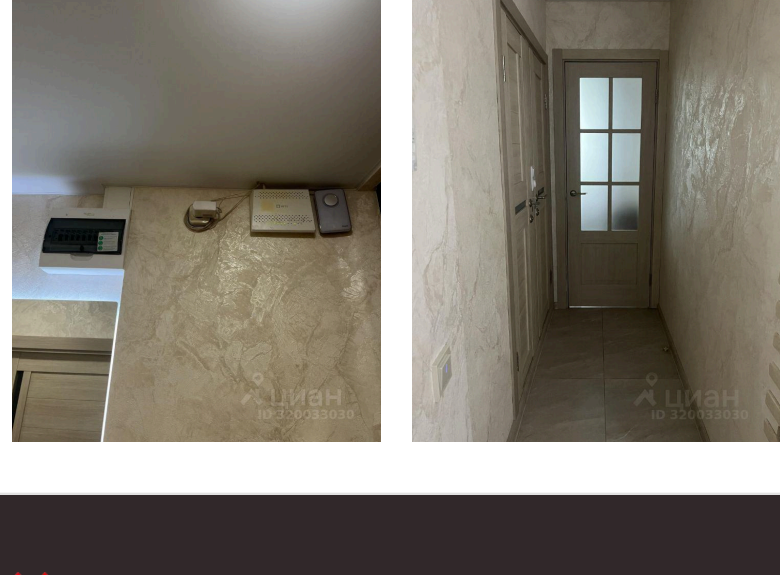
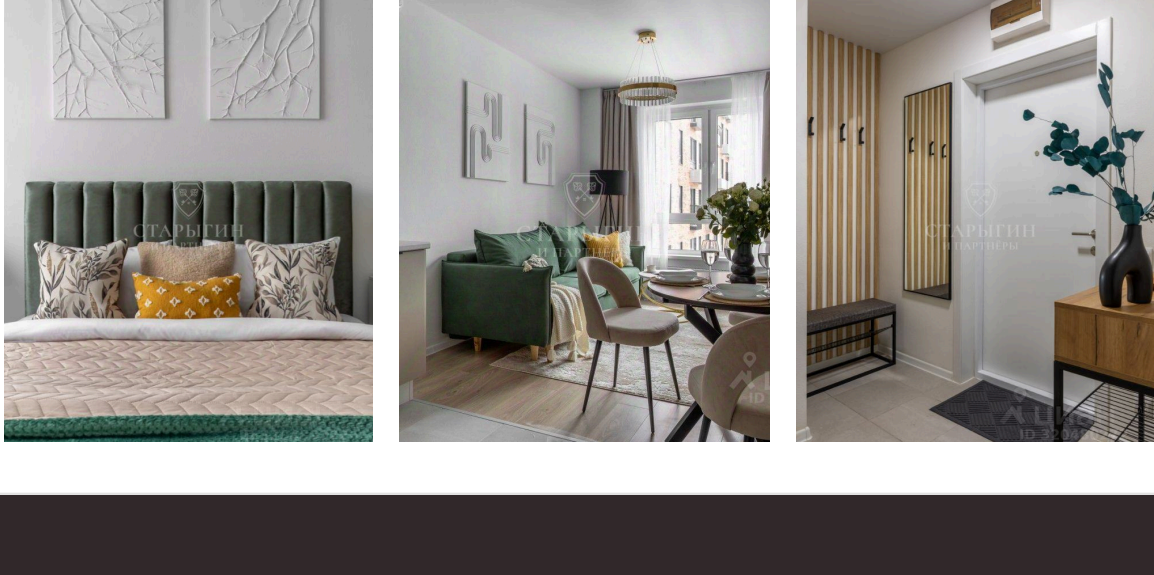
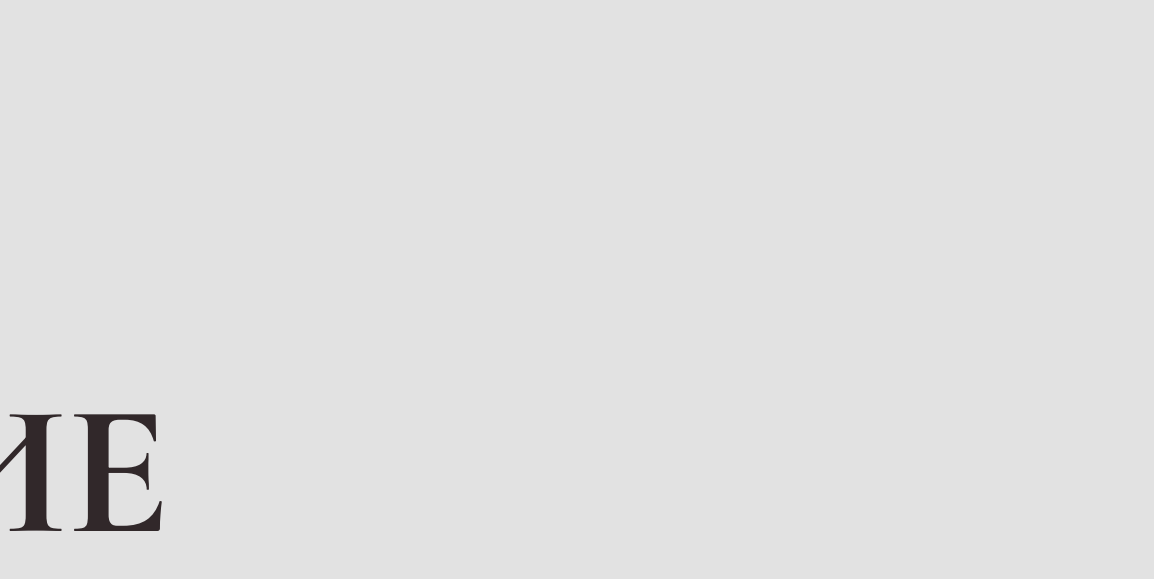


ФОТО: ЛИЦО ВАШЕГО ОБЪЕКТА

По статистике 63% покупателей не обращаются по объявлениям с фото плохого качества

	❌ Типичное объявление	✅ Профессиональное
Количество	8-12 фото, не все комнаты показаны, нет вида из окон, подъезда, двора.	35-50 фото: 2-4 фото каждой комнаты и кухни в каждом направлении; 1-2 фото санузлов, гардеробов, лоджий; 2-5 фото видов из окон; 4-8 фото дома, подъезда, входных групп, двора.
Качество	Размытые кадры, низкое разрешение, плохое освещение, засветы. 	Разрешение от 1920*1080 (идеал — 2560*1440, 2K), съемка без искусственного света днем, корректировка экспозиции при съемке к окну. 
Вертикаль/Горизонт	Вертикальные снимки на телефон, обрезают пространство и искажают масштаб. 	Горизонтальные кадры, передающие реальную площадь помещения. 

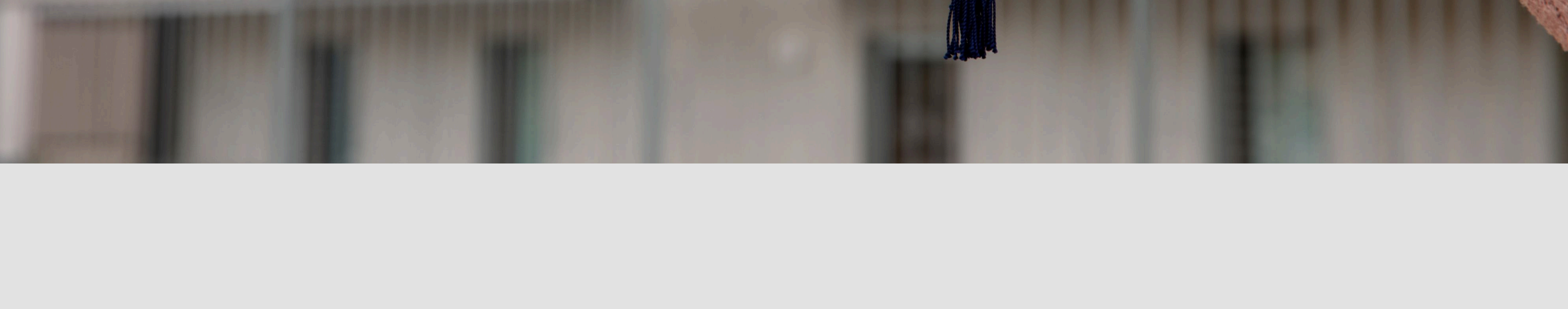
Планировка	Нет планировки — сервис подставляет типовую, которая часто не соответствует реальной. 	Обязательное размещение планировки среди фото. 
Угол обзора	Случайный ракурс, уровень головы, «сидящие» углы. 	Диагональный угол для прямоугольных комнат, прямой — для квадратных; камера на уровне пояса; для санузлов — сверху-вниз по диагонали, для лоджий — прямой угол; при съемке дома — солнце за спиной. 
Порядок	Фото вперемешку, нет ощущения последовательности. 	От самого визуально привлекательного помещения — к выходу, чтобы клиент получил виртуальный тур. 
	❌ Типичное объявление	✅ Профессиональное

ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

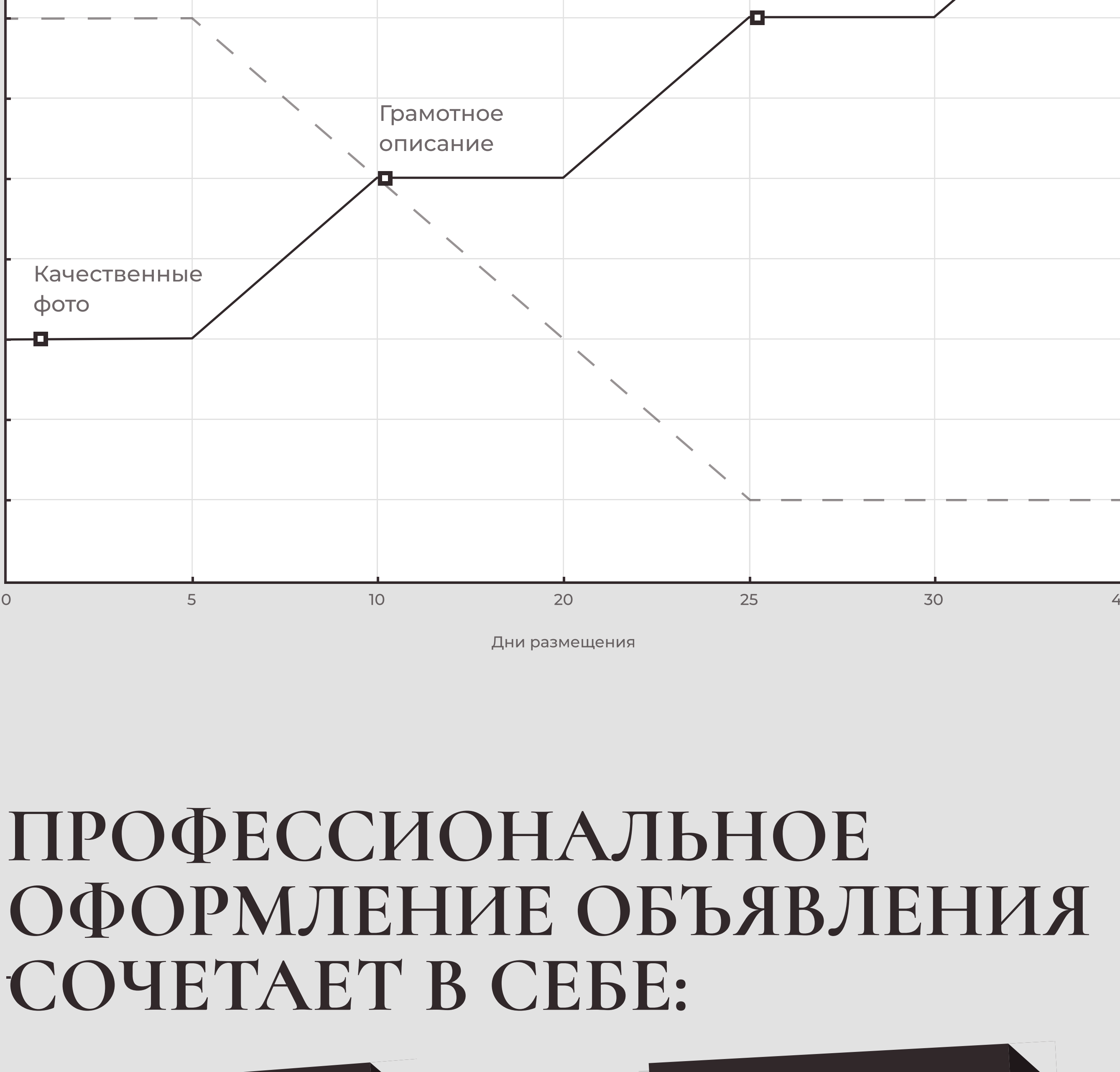
Характеристика	Типичное объявление	Профессиональное объявление	Формулировка в проф. варианте
📏 Площадь	Есть, но без разбивки или с ошибками	Есть, с указанием общей, жилой, кухни, лоджий, кладовок и др.	Данные из ЕГРН/техплана, точная разбивка по всем помещениям
🏠 Характеристики дома	Автозаполнение без проверки	Есть, с уточнением у застройщика и на профильных порталах	Дополнительно проверено участие дома в программе реновации
📏 Высота потолков	Нет или указана «на глаз»	Есть, проверено поисточникам или замерено лазером	Указана точная цифра в метрах, подтвержденная измерением
🏠 Состояние	Есть, но преувеличено («квар» при старом ремонте)	Есть, честное описание	Подробно: год ремонта, износ, состояние инженерии, фото соответствуют
🚗 Парковка	Нет или упомянута вскользь	Существует шесть основных типов парковки: • Открытая во дворе • Под шлагбаумом • Подземный паркинг • Стихийная • Для резидентов • Гостевая	В объявлении перечислены все доступные для конкретного объекта варианты
🚗 Лифты	Нет	Есть	Количество, тип, марка, конкурентные
Характеристика	Типичное объявление	Профессиональное объявление	Формулировка в проф. варианте

ТРАФИК И ПРОДВИЖЕНИЕ

Что учитывать	Почему важно	Последствия игнорирования
Количество трафика по объявлению	Площадки вроде Циан и Авито закладывают каждому объявлению ограниченное число показов и обращений. Как только лимит достигнут — объявление «отскакивает» в поиске. Причём в счёт идут даже звонки риелторов с предложением услуг.	Объявление просто перестанут находить обычным способом, поток покупателей иссякнет.
Лимит трафика	Без продвижения и бизнес-тарифов лимит обычно составляет 15-20 целевых просмотров и около 10 звонков/сообщений. После этого — почти тишина.	Обращения прекращаются, объект «зависает» на площадке без шансов на быструю продажу.
Тип продвижения	Есть два варианта: фиксированное (пакеты премиум/top) и аукционное (когда конкуренты делают ставки, чтобы быть выше).	Без правильного продвижения охваты быстро падают, объект теряет позиции.
Качество рекламной кампании	Даже если объявление в топе, плохие фото или преувеличенное описание «убьют» результат.	Покупатель просто пролистает мимо, даже если вы на первом месте.
Анализ конкурентов	Изучение аналогичных объектов даёт понимание цены, подачи и способов продвижения. Это позволяет выделиться в выдаче.	Объявление теряется среди конкурентов, продажа затягивается.
Аналитика и целевая аудитория	Оценка ликвидности района, дома, самой квартиры и понимание, кто именно покупает этой локации, — это половина успеха.	Объявление не попадает в цель, трафик не превращается в реальных покупателей.
Что учитывать	Почему важно	Последствия игнорирования



ДИНАМИКА ПРОСМОТРОВ ОБЪЯВЛЕНИЯ



ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ СОЧЕТАЕТ В СЕБЕ:

01.
Качественную аналитику и подготовку

02.
Продающее фото и описание

03.
Грамотное использование рекламных ресурсов

Это не только красиво, но и результативно: продается быстрее, с большим количеством клиентов и по более высокой цене.

ХОТИТЕ, ЧТОБЫ ВАШ ОБЪЕКТ ПРОДАВАЛСЯ БЫСТРЕЕ И ДОРОЖЕ? ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ