



**Хотите быстро и выгодно сдать
офисное помещение в аренду?**

Просто следуйте нашей инструкции!

— | Всего 6 шагов отделяют вас от «очереди»
из потенциальных арендаторов

— | Обращайте внимание на заметки к слайдам —
там ещё больше полезной информации.
Или просто звоните нам!

Шаг	1	Собираем информацию полно	3
Шаг	2	Оформляем данные красиво	4
Шаг	3	Прорабатываем договор аренды профессионально	5
Шаг	4	Рекламируем грамотно	6
Шаг	5	Презентуем правильно	7
Шаг	6	Подключаем email-маркетинг эффективно	8





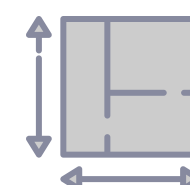
Сделайте качественные фотографии

Min количество фотографий здания — 5 шт.

Min количество фотографий офисного блока — 5 шт.

Что нужно фотографировать:

- Фасад здания (2 фото);
- Входная группа здания;
- Ресепшен (пропускная система);
- Парковка;
- Общепит (столовая, кафе или вендинг с кофе-пойнтом);
- Отделка офиса.



Прорисуйте план помещений с размерами

Обратитесь в профессиональную компанию по замеру помещений или найдите фрилансера, который делал уже такую работу



Сделайте продающий текст

- Определите 2-3 самых главных преимущества собственности и сделайте на них акцент в тексте;
- Напишите описание к зданию, до 500 знаков без пробелов;
- Напишите описание к помещению, до 500 в без пробелов;
- Проверьте описание на правильность и полноту информации: наличие метража, высоты потолков, коммерческих условий и т. д.

Сделайте флаер!



Мини-презентация понадобится для рассылки брокерам и потенциальным арендаторам.

В ней должно быть максимум 3 страницы:

- 1 фото здания, описание здания
- 2 фото помещения, описание помещения
- 3 план помещения





Самое основное в договоре аренды — это защита ваших интересов как собственника помещения!

1

Подготовьте ваш договор
с юристом

2

Покажите грамотному брокеру
(консультанту), а лучше нескольким



4

Оформите приложения
соответствующим образом

3

Подготовьте все основные
документы по помещению



Разместите рекламу* на самой крупной площадке по недвижимости в рунете — **Cian.ru**

- Не забудьте указать и загрузить все собранные вами данные по помещению.
- Воспользуйтесь премиальным размещением объектов, если по вашей собственности уже много объявлений, и вы хотите выделиться.
- На сайте необходима регистрация и внесения депозита, если не хотите заниматься этими вопросами самостоятельно, обращайтесь к нам!



Обладателям креативного офисного или иного уникального коммерческого пространства имеет смысл разместить объявление на **Avito Недвижимость**. Никакой регистрации и внесения депозита здесь не потребуется



* Компания Office Agency сделает это для вас бесплатно

**Позвоните в топ-30 агентств
и презентуйте им свой объект!**

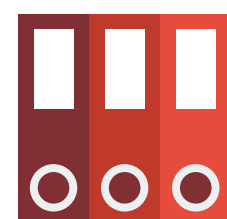
Свяжитесь с топ-30 агентств и представьте им своей объект:

- Найдите список в одном из рейтингов;
[http://www.cityrenter.ru/organizations?
field_organization_category_value=agency](http://www.cityrenter.ru/organizations?field_organization_category_value=agency)
- Обзвоните их или отправьте email с презентацией и материалами.



Если у вас нет времени или желания этим заниматься, мы сделаем это за вас!





Создайте несколько отдельных файлов и ежедневно добавляйте туда новые email-адреса

- брокеров;
- текущих арендодателей;
- всех прошлых арендодателей и др.



Регулярно делайте рассылки, следуя следующим правилам:

- Не рассылайте информацию по одним и тем же адресатам чаще двух раз в неделю. Лучше это делать один раз, в один и тот же день недели и временной диапазон;
- В рассылке нужно делать акцент на высокую информативность с минимальным количеством «воды»^{*};
- Вкладывать вложения в письмо презентацию или флаер. Письма со ссылками на сайт или хранилище могут попадать в спам.

@

1
Делать
SWOT-анализ

2
Знать
продвинутые
площадки

3
Не пренебрегать
сайтом и
презентациями

4
Хранить полное
техническое
описание в
отдельном файле

5
Фиксировать
статистические
данные и
анализировать
входящие звонки

6
Выстраивать
стратегию
коммерческих
переговоров

7
Использовать
cold-calling,
скаутинг и
договариваться

8
Работать с
брокерами

9
Создать
единую линию
маркетинга

10
Работать с
отзывами в
интернете

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!



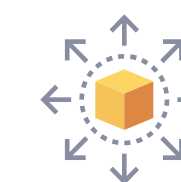
Сильные стороны	Слабые стороны
• Первая линия СК (узнаваемость);	• Устаревшие инженерные системы;
• Высота потолков;	• При входе мало интерьерных деталей;
• Видовые характеристики.	• Лифтовые зоны в трещинах;
	• Сложность с парковкой и заездом на неё.
Возможности объекта	Негативные внешние факторы
• 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.

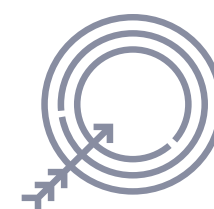
Например, **Zdanie.info**, **CityRenter.ru**.

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

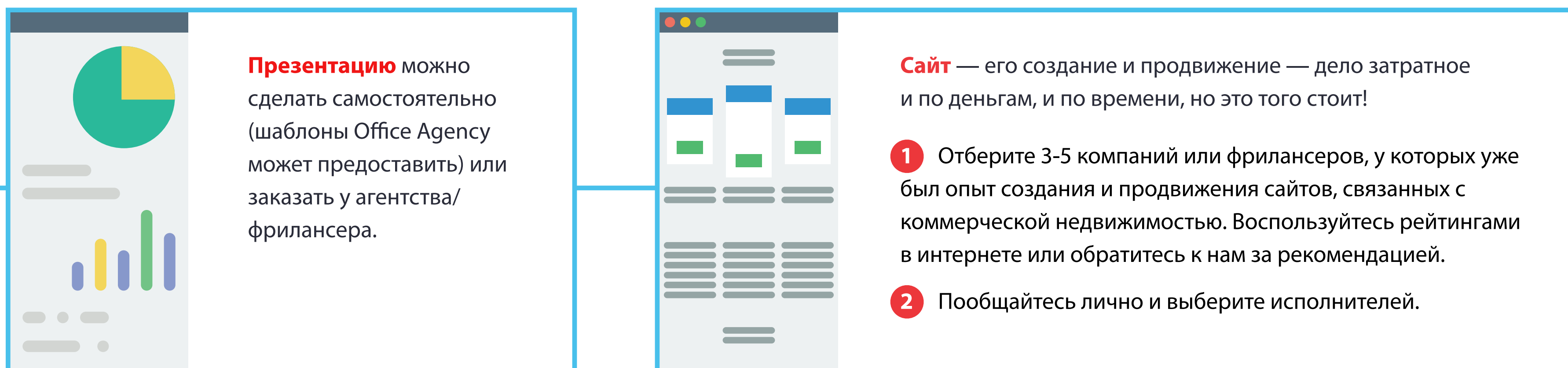
ВНИМАНИЕ! Если ваша задача — реализовать большой пул различных офисных площадей, то лучше разместиться везде, где только можно.



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.**



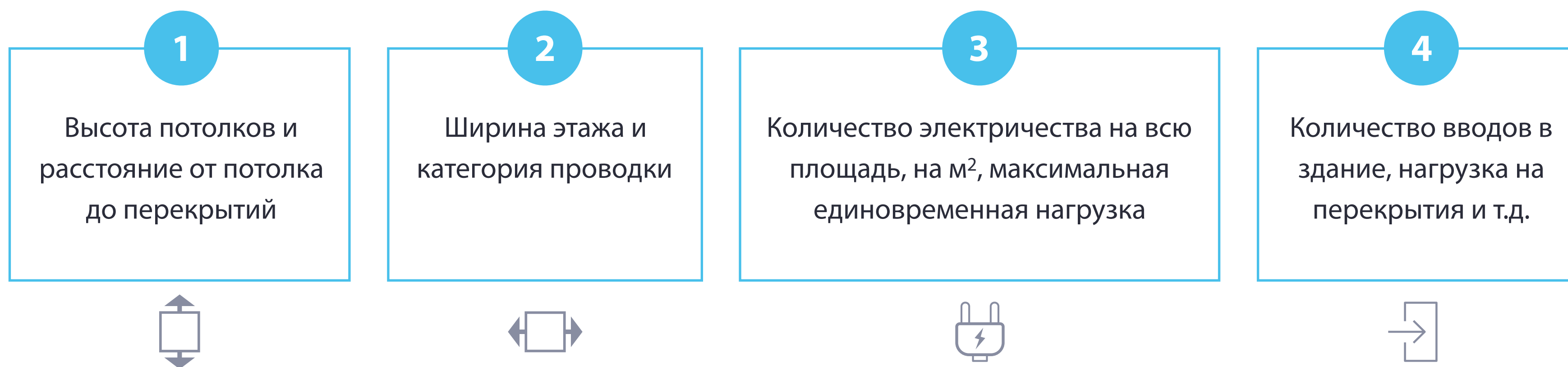


ПРАВИЛО 4

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

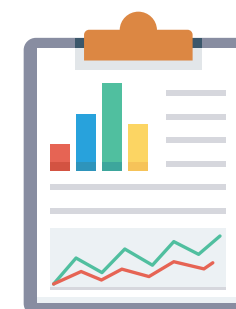
ЦИФРЫ НЕ ВРУТ!

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!



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

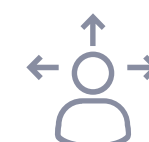
Звоните в соседние здания и предлагайте текущим арендаторам более интересные или выгодные условия по аренде.

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.



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

