



РОССИЙСКАЯ
СТРОИТЕЛЬНАЯ
НЕДЕЛЯ



ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



ЕРЗ

Единый
ресурс
застройщиков

Свой отдел продаж vs аутсорсинг: когда, кому и зачем?



**Проектный коммерческий
директор ГК Ривьера
(Екатеринбург)**

**Эксперт по построению
коммерческой функции
девелопера**

CEO SMART.Недвижимость

Наша команда работает по
нескольким направлениям:

- ИССЛЕДОВАНИЯ
- МАРКЕТИНГ
- ПРОДАЖИ
- КОММУНИКАЦИИ
- РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТА



Анастасия Поддубная



Инхаус или аутсорсинг

Выбор между инхаус-командой и аутсорсингом зависит от стратегических целей компании. Оба варианта имеют сильные и слабые стороны, важно учитывать ключевые факторы

	Свой отдел продаж	Аутсорсинг (АН, проектные отделы)
Стоимость	Высокая (ФОТ, обучение, CRM, офис)	Гибкие условия, фикс + %
Контроль	Максимальный (бренд, клиенты, процессы)	Ограниченный, зависимость от подрядчика
Экспертиза	Нужно обучать сотрудников	Готовые профессионалы
Скорость запуска	Долго (от 6 мес.)	Быстро (1-2 мес.)

Свой отдел – для крупных девелоперов с долгосрочными проектами.

Аутсорсинг – если важна гибкость, скорость выхода на рынок и снижение рисков.

Стратегии организации продаж

- **Эксклюзивный проектный отдел продаж** – застройщик работает с одним партнером или создает внутренний отдел для конкретного проекта.
- **Ко-эксклюзив** (несколько агентств недвижимости) – работа с несколькими АН на партнерских условиях.



Эксклюзивный отдел продаж vs ко-эксклюзив

Эксклюзивный проектный отдел:

- ✓ Полный контроль над продажами и клиентским сервисом
- ✓ Глубокое знание продукта и стратегии продаж
- ✓ Брендинг и маркетинг работают на единый канал
- ✗ Дороже и сложнее в управлении
- ✗ Долгий процесс создания команды

Ко-эксклюзив (несколько АН):

- ✓ Быстрый охват рынка, возможность продаж через разные агентства
- ✓ Экономия на создании собственной команды
- ✓ АН уже имеют клиентскую базу
- ✗ Сложнее управлять качеством работы агентств
- ✗ Возможна внутренняя конкуренция между АН, что влияет на ценообразование

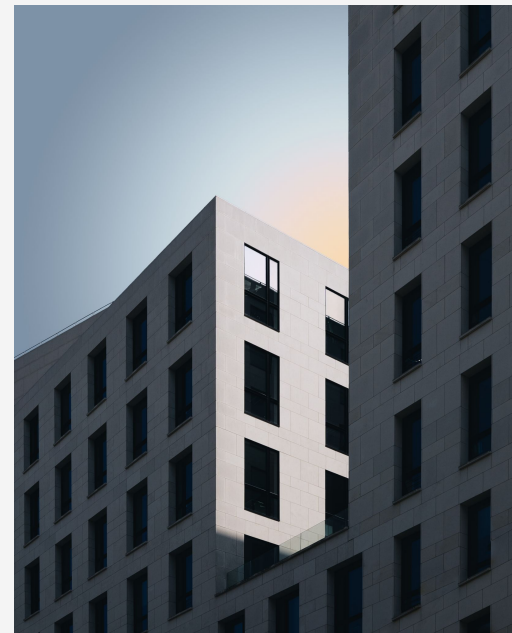
Как эффективно выстроить работу с подрядчиком по продажам?

KPI и контроль качества:

- **Прозрачные метрики эффективности** (конверсия, срок закрытия сделки, доля отказов).
- **Регулярная отчетность** и проверка качества работы агентов.
- **Тайные покупатели** и **аудиты** взаимодействия с клиентами.

Инструменты:

- **CRM-системы** с аналитикой продаж (MacroCRM, Bitrix24, AmoCRM)
- Регулярные **отчеты** с аналитикой по лидам и воронке продаж.
- **Скрипты продаж** и **стандарты** работы с клиентами



Спасибо за внимание



Анастасия
Поддубная



Много полезной информации и наш
опыт работы в нашем **ТГ-канале**