

Изменения потребительских предпочтений при выборе недвижимости

Ольга Нарт

основатель и руководитель

Агентства New&Now

www.newnow.agency

ОЛЬГА НАРТ

Эксперт в области управленческого консалтинга

18 лет создаю успешные бренды в недвижимости и управляю продажами самых прибыльных ЖК в РФ.

Профессиональный художник. Выпускница Российской Академии Художеств им. Сурикова.

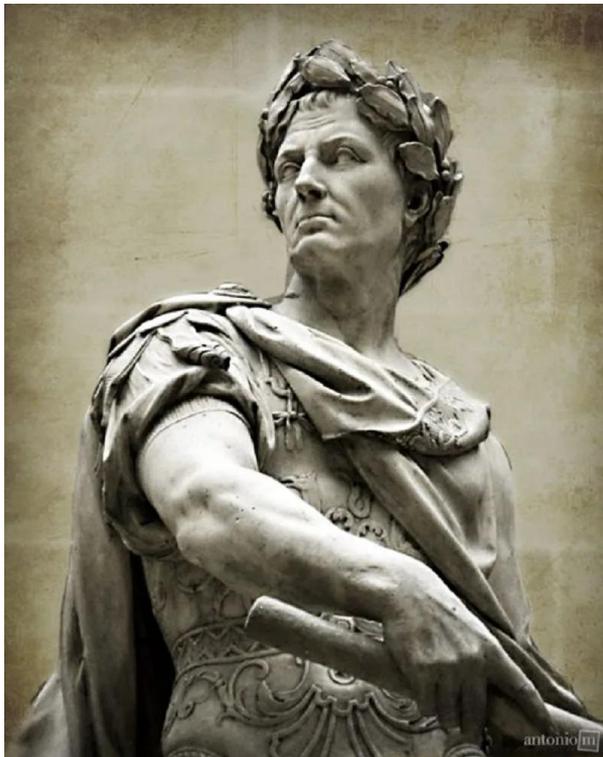
Управляю эстетикой проектов и маржинальностью бизнеса.

Арт-консультант. Советник по искусству

В портфолио участие в международных арт-проектах, выставки в России и за рубежом, несколько персональных выставок

Обширная практика выстраивания эффективной системы маркетинга и продаж, арт-консалтинг в части упаковки девелоперских проектов и собственных частных резиденций, когда и недвижимость, и искусство формируют инвестиционный портфель клиентов





Extremis malis extrema remedia

Отчаянные времена –
отчаянные меры

СТРАХИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

FOMO
(Fear of Missing Out) -
страх упустить выгоду



FOBO
(Fear of a Better Option) -
Страх перед лучшим
вариантом

СТРАХИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

FOMO

Это страх упущенной возможности. Когда кажется, что все вокруг уже богаты, успешны и достигли всего, о чем можно желать. А вы стоите за кулисами и наблюдаете за их триумфом издалека.

FOBO

Страх лучшего варианта. В таких случаях любой ваш выбор кажется недостаточно хорошим. Причём сожалеть о нем можно и до приятия решения, и после. А что было бы, если?..



Страх

FOMO

Страх упустить самое важное
— страх упустить выгоду

Люди боятся даже на минуту выключиться из жизни, чтобы не пропустить интересные события, возможности или информацию. Большую часть дня проводят онлайн: проверяют ленты социальных сетей, чаты, почту. Им становится необходимо изучать жизнь других и сравнивать ее с собственной.

Действие

ПРОДАЖИ

- Успокаивать
- Демонстрировать успешные кейсы
- Сопереживать

МАРКЕТИНГ

- Формировать контент
- Много контента
- Много видео-контента
- Вдохновлять!

Страх

FOMO

Страх лучшего варианта



Действие

Создавать Mindset-стратегии - не просто подстраиваться под менталитет клиента, но и прогнозировать его развитие с учетом обратной связи.

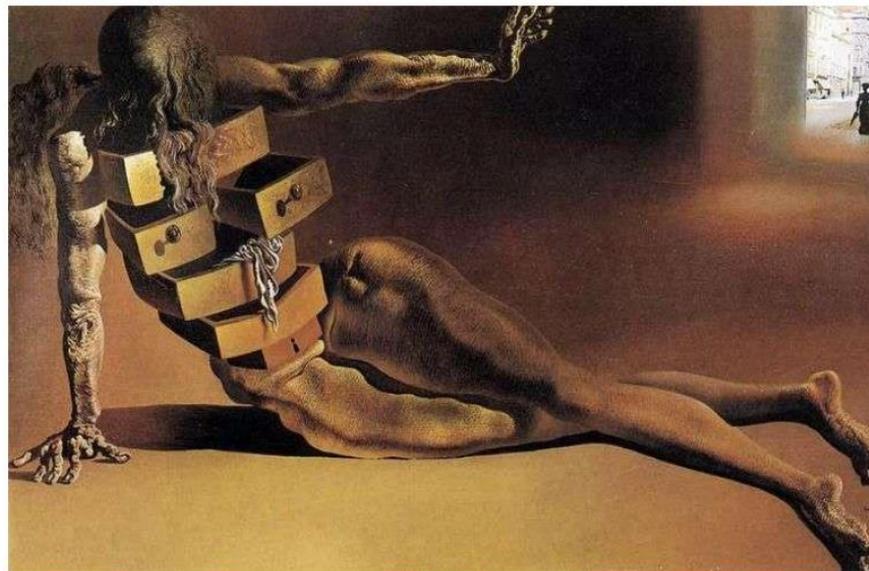
- ✓ глубокий мониторинг потребностей и удовлетворенности клиентов
- ✓ оптимизация линеек товаров и услуг, отвечающих индивидуальным потребностям и образу жизни клиентов
- ✓ актуализация и персонализация всех каналов взаимодействия с брендом.

СТРАХИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

FODA
(Fear of doing anything)

Страх сделать что-либо

Апогей предыдущих двух состояний.
Когда боязнь следующего шага
становится настолько сильной, что
вы делаете выбор в пользу ничего.



ЭКОЛОГИЧНОСТЬ. ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

GREEN

IS

THE NEW BLACK

21-25 ОКТЯБРЯ
МОСКВА 2024

Ольга Нарт
Агентство New&Now
www.newnow.agency

СТРАХ

Снижение покупательской способности

ДЕЙСТВИЕ

Адаптируемые помещения



ТГ КАНАЛ КВАДРАТНЫЕ ДЕНЬГИ



ОБ ИСКУССТВЕ ДЕВЕЛОПМЕНТА И
ИНВЕСТИЦИЙ В НЕДВИЖИМОСТЬ

18 ЛЕТ СОЗДАЮ УСПЕШНЫЕ БРЕНДЫ
В НЕДВИЖИМОСТИ
И УПРАВЛЯЮ ПРОДАЖАМИ
САМЫХ ПРИБЫЛЬНЫХ ЖК В РФ

ЛИЧНЫЙ ВЗГЛЯД НА УСПЕШНЫЕ ТРЕНДЫ В
ДЕВЕЛОПМЕНТЕ,
О МИЛЛИОНАХ И КВАДРАТНЫХ МЕТРАХ

21-25 ОКТЯБРЯ
МОСКВА 2024

Ольга Нарт
Агентство New&Now
www.newnow.agency

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС