

• ВАКАНСИЯ

Специалист по Маркетингу, Рекламе и Продвижению

Хотели бы пригласить в нашу команду эрудированного человека, с высоким уровнем IQ и мотивацией начать карьеру в Маркетинге, Рекламе и Продвижении (PR, SMM) в секторе «Коммерческая недвижимость – Стрит-ритейл»

Кого мы приглашаем:

Студентов, обучающихся в Магистратуре (первый или второй год обучения)

Возможные варианты сотрудничества:

1) Полная занятость, 5 дней в неделю (для нас предпочтительнее именно этот вариант сотрудничества),

- или -

2) Неполная занятость

- 3 полных рабочих дня (с 10:00 до 19:00), для возможности совмещения работы с обучением в Университете
- – или –
- 5 неполных рабочих дня с понедельника по пятницу (~ с 10:00 до 14:00 или с 15:00 до 19:00) для возможности совмещения работы с обучением в Университете.

Основные требования

- Хорошая или Отличная успеваемость в Школе и Университете,
- Грамотный чистый русский язык: устный и письменный
- Доброжелательность, пунктуальность, открытость, порядочность.
- Способность к самостоятельной работе.

Квалификация (не являются обязательными требованиями, но будут являться преимуществом при принятии решения).

- Опыт работы в amoCRM (или в любой другой CRM)
- Базовые навыки работы в графических программах Adobe Illustrator / Photoshop или Corel Draw, или их аналогами;
- Увлечение фотосъемкой; Обработка файлов, снятых в формате RAW; Опыт обращения с камерой, Фотосъемка в стандарте Full frame, Micro 4/3;
- Увлечение видеосъемкой: опыт создания GIF и коротких видео, опыт работы с видеоредакторами; редактирование отснятого материала в законченный материал, выкладка на сайт;
- Понимание как устроен/работает Яндекс.Дзен.

Задачи и Результаты

В тесном контакте с менеджерами отдела, руководителем отдела аренды, коммерческим директором Вы работаете с существующей клиентской базой (в нашем случае это более 500 коммерческих предприятий) и потенциальными арендаторами, представителями бизнеса или физическими лицами, чьи интересы лежат в области коммерческой недвижимости.

Результаты:

- увеличение потока входящих звонков и запросов на аренду свободных помещений;
- продвижение компании, как надёжного бизнеса с положительной репутацией на рынке коммерческой недвижимости Санкт-Петербурга
- продвижение компании, как профессионала своего дела в секторе аренды коммерческой недвижимости,
- продвижение HR бренда компании, как надёжного привлекательного работодателя; тем самым заложить основу для создания будущего Агентства по коммерческой недвижимости и Академии недвижимости (Центр подготовки специалистов в области коммерческой недвижимости),
- увеличение количество подписчиков в социальных сетях.

Задачи:

Аналитика даты amoCRM (количество, качество звонков, cost per lead...).

- Изучить и начать использовать amoCRM — онлайн-систему учёта клиентов и сделок, предназначенную для автоматизации процесса взаимодействия с клиентами. Сервис сохраняет данные о пользователях и сделках, систематизирует письма и звонки, ставит задачи, создаёт отчёты, формирует документы и д. (<https://www.amocrm.ru/>
- Изучить и настроить приложение для e-mail рассылки ([UniSender](#) — это быстрая адресная рассылка E-mail и SMS сообщений. Загружайте адреса и имена клиентов, всё остальное сервис берёт на себя. В UniSender содержится подробная статистика по рассылкам, вы можете легко узнать информацию о том, сколько человек прочитали письмо, и кто именно перешёл на сайт за дополнительной информацией.

Рекламные объявления.

Редакция и размещение творчески-составленных рекламных объявлений на Avito (помещения разных метражей, разных по ракурсу фотографий, красочных, привлекательных и выигрышных характеристик объектов и описания их расположения («location, location, location!!!»), различных слоганов, привлекающих внимание. Анализ звонков, результатов размещения рекламных объявлений.

Работа с наружной рекламой, баннерами. Организация (автоматизация) размещения уличной рекламы (уличные баннеры), замена макетов на наружной рекламе: аналитика звонков, мониторинг состояния наружной рекламы, заказ полиграфической продукции, постановка задач монтажникам на размещение баннеров, контроль;

Разработка и проведение комплексного продвижения компании в интернете (контекст, таргет) и offline; создание каналов продвижения Компании, PR на интернет-порталах, социальных сетях, SMM-продвижение: аккаунты в социальных сетях, создание контента для соц. сетей и блогов. В рамках этих задач Вам предстоит как рутинная, так и творческая работа:

- Создать и настроить Телеграмм-канал (каналы), Инстаграм аккаунт, Twitter аккаунт, YouTube канал. Вести (администрирование) сайт компании (пополнение информации, мониторинг работоспособности, редактирование статей);
- Автоматизировать рассылки по e-mail, в Telegram-канале, WhatsApp.
- Плотно заняться Копирайтингом: написанием пресс-релизов, обработкой и редактированием содержания видео-выступлений, созданием и размещением привлекательных рекламных объявлений.
- Заняться Организацией и Созданием Видеороликов (редактировать отснятый материал в законченный продукт) и видеопрезентаций. Размещать их на сайте и других интернет-платформах (YouTube, Instagram);
- Начать работу над созданием серии подкастов для сайта компании и других платформ;
- Проводить фото и видео съемки имиджевого контента/объектов компании.
- Проводить интервью с ключевыми сотрудниками компании, арендаторами; создавать короткие видеорепортажи и выкладывать в соц.сети.
- Выбрать и сделать одного из наших сотрудников «медийной» персоной, своего рода лицом компании для Utube канала.
- Проводить анализ целевой аудитории, привлекать аудиторию в паблики, работать над увеличением количества подписчиков, заинтересованности и вовлеченности пользователей.

P.S.

Учиться не у кого, в компании не было штатного маркетолога. Учёба «боем»! Объём работы большой, но есть и хорошие новости. Рядом с Вами опытные, очень опытные сотрудники и руководство успешной компании. Есть у кого дотошно выяснить все нюансы бизнеса. И ещё, мы не требуем немедленного результата, входите в курс дел постепенно, затем постепенно, без суеты (но системно!) начинайте вести работу по всем направлениям.

Вам предстоит 1) научиться и 2) немедленно применять полученные знания:

- Продвигать бренд в социальных сетях;
- Оценивать тенденции рекламы в социальных сетях и внедрять их в свою работу;
- Разобраться в механизмах продвижения в социальных сетях;
- Приобрести знания и понимание web-стандартов и особенностей публикации контента в социальных сетях;
- Разобраться в правилах и алгоритмах социальных сетей, отслеживании и применения всех новинок для успешного продвижения;
- Научиться планированию и организации работы;
- Ориентироваться в большом объёме информации и работать в режиме многозадачности, уметь расставлять приоритеты;

- Научиться проводить интервью: выспрашивать, выяснять, докапываться до сути и создавать короткий познавательный и увлекательный контент, привлекающий сотни, тысячи подписчиков.

Условия работы:

- Мы предлагаем почти семейную, но вместе с тем динамичную творческую атмосферу, где ценятся профессиональная компетентность и взаимоуважение, постоянное профессиональное развитие и личностный рост;
 - В штат компании со всеми обязательствами по ТК РФ;
 - Полная занятость / Неполная занятость – выбор за Вами;
 - Гибкий график работы;
 - Комфортный офис у ст. м. "Удельная".
-

• КОМПАНИЯ

Сектор/Сегмент: Коммерческая недвижимость, «стрит-ритейл», аренда коммерческих площадей.

Компания: Собственник коммерческих помещений. Все объекты в Санкт-Петербурге. В бизнесе с 1998 года.

Объекты: Сегмент «стрит-ритейл», приблизительно 80+ коммерческих помещений в собственности площадью (преимущественно) ~ 25 - 70 м.кв. каждое, в шаговой доступности от метро, сдаются в аренду под магазины, кафе, аптеки, сети оптики, ломбарды, офисы банков и страховых компаний и прочее целевое использование.

Инструменты: Используем в работе amoCRM, размещаем объявления на Avito, активно используем рассылки, уличную рекламу, развиваем сайт компании, постоянно обновляем базу потенциальных арендаторов ...

О ситуации на рынке аренды коммерческих помещений у метро:

В нашем узком сегменте в городе порядка 500 потенциальных арендаторов, кто "садится" (снимает помещение в аренду) у метро.

Конкуренция за арендатора достаточно жёсткая. Мы бы сказали так: сейчас пришло время арендатора (много бизнеса ушло в интернет-торговлю, очень много предложений на помещения в аренду). И поэтому, когда к нам обращается платежеспособный значимый для нас арендатор, кто готов и способен платить

высокую ставку аренды за наши площади с высокой проходимостью в шаговой доступности от метро – мы должны действовать быстро.

К счастью, со многими арендаторами мы уже работали и знаем их требования. Иногда мы предоставляем арендаторам свой договор и правка самая минимальная. Но бывают договоры (и переговоры), на которые согласование и подписание которых уходит без малого месяц.

Юристы, с которыми мы работаем – лучшие в своём деле не только в Санкт-Петербурге, но и в стране, делают работу отменно: чрезвычайно оперативно и качественно.

С удовлетворением можем заявить, что благодаря скрупулёзной преддоговорной работе по поиску качественных арендаторов – у нас нет проблемы дебиторской задолженности.

Сейчас мы получаем ~1200 звонков месяц, 120 т.р./мес уходит на рекламу, заключаем 2-3 договора аренды в месяц, себестоимость одного договора аренды ~ 50 000 рублей.

Кто наши арендаторы:

Булочные, кафе, банки (кто хочет "сесть" у метро), салоны оптики, салоны красоты, страховые компании, магазины кормов для животных, продуктовые магазины, страховые компании, федеральные сети...все те, кто нуждается в большой проходимости.

Мы «охотимся» за 1) платёжеспособными арендаторами, 2) кто способен платить высокие арендные ставки, и 3) чей продукт (товар, услуга) дополняет ассортимент других арендаторов, расположенных рядом. Это непросто, чтобы совпали все три условия. Но если «звёзды сходятся», мы делаем всё, чтобы Договор состоялся. Кто наши идеальные арендаторы? Банки, страховые компании, салоны оптики, крупные сети. С ними тяжело заключить договор аренды, который устроит обе стороны, это сложные, долгие переговоры с ЛПР...

Процессы, конъюнктура:

Специалисты (менеджеры) компании занимаются поиском арендаторов на свободные объекты, заключением договоров аренды (самостоятельно и с помощью наших юристов) встроенных коммерческих помещений на первом этаже жилых домов в шаговой доступности у метро, руководитель отдела и коммерческий директор помогает тем менеджерам отдела, кто испытывает сложность в переговорах и заключении Договора с «трудными» арендаторами.

Менеджеры размещают рекламу на Avito (основная для нас площадка) и других ресурсах. Сохраняют в amoCRM, пополняют, обновляют список ЛПР и прямых контактов собственников коммерческих предприятий (потенциальных арендаторов, кому потенциально интересны наши небольшие коммерческие площади с большой проходимостью).

В бизнес-центрах, больших торговых центрах сдавать помещения в аренду намного легче. Арендаторы сюда приходят сами, показать помещение не составит

труда. В нашем случае очень много времени уходит на показ помещений. Организованность – это отличительная черта наших менеджеров по аренде. Ведь 50 % времени нашего менеджера по аренде – это работа на выезде, на объектах, сдаваемых в аренду. Динамичная среда!

Одна из основных проблем для каждого из нас, кто специализируется в аренде коммерческой недвижимости, – это время. Важно молниеносно определять при общении с заказчиком - кто "сядет" (заключит договор аренды), а на кого из потенциальных арендаторов не стоит тратить время. Наши менеджеры по аренде - это люди со значительным опытом.

Есть определённая «лёгкость» нашего бизнеса. Сдав объект в аренду, в дальнейшем мы лишь поддерживаем рабочие отношения с арендатором, отслеживаем поступление арендной платы, отслеживаем финансовое состояние арендатора, оперативно реагируем на просьбы арендатора, касающиеся вопросов эксплуатации, но это уже другого рода задачи...

Из всего количества помещений в собственности у нас, как правило, свободны ~ 3-4 объекта ежемесячно. Мы анализируем (оцениваем, отслеживаем, "мониторим") состояние наших арендаторов, активно выясняем их финансовое положение для того, чтобы предугадать следующий шаг, возможное банкротство арендатора. Это даёт нам необходимое время найти и предложить новым арендаторам ещё не освободившийся объект. наших арендаторов условно разделяем на:

- тех, кто не совсем финансово стабилен (в среднем около 10% арендаторов от общего числа),
- тех арендаторов (~20% от всех), кто финансово достаточно стабилен в настоящий момент, но требует повышенного внимания (из-за состояния отраслевого сегмента, рыночной конъюнктуры или по другим причинам);
- основное "ядро" тщательно подобранных (таких приблизительно 70%) арендаторов - это опытный, устойчивый, стабильный, надёжный бизнес.

Работа на опережение, прогнозирование (прибылен или убыточен арендатор) - одна из наших задач. Предварительный договор аренды - договор с теми арендаторами, кто хотел бы "сесть" на один из наших объектов, важнейшая составляющая нашей работы. Страхуя свой бизнес, мы заключаем много таких предварительных договоров...

• Контакты

Турчинская Наталья
Advantica Recruitment | Advantica Automation
Моб.: +7 (911) 982-82-69
E-mail: n.turchinskaya@advantica-spb.org
Веб-сайт: www.advantica-automation.ru

