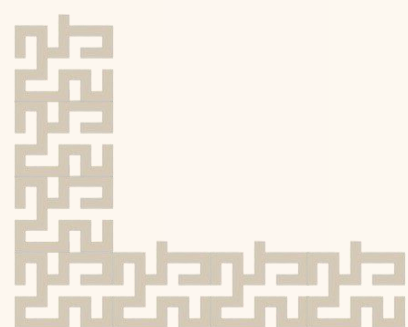




بروفايل تعريفى

البرنامج التسويقي للمطور العقاري



2024-
2025

إعداد: إدارة طوبى العقارية

جدول المحتويات

- عن طوبى
- لماذا طوبى
- فريق طوبى
- أقسامنا
- برنامج طوبى لشركات التطوير العقاري
- مميزات البرنامج
- مكونات البرنامج والخدمات
- وسائل استقطاب العميل في برنامج طوبى
- استراتيجية التسويق
- إدارة العلاقات مع العملاء
- خدمات ما بعد البيع
- استخدام تقييم الأداء "مؤشر الأداء KPI"

عن طوبى

تقع مساكن طوبى العقارية في قلب شمال الرياض
الناض وعلى شريانها الرئيسي طريق الملك فهد
وتركز على التسويق العقاري بمفهومه الجديد
ووسائله المتنوعة



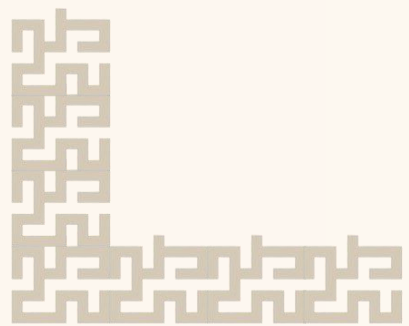


لماذا طوبى

نمتلك في طوبى العقارية قاعدة بيانات خاصة بهتلف الشرائح، ونسعى لاستقطاب

عملاء حقيقيين ومتجدين، ويتم تحديث البيانات وفقاً لمتطلبات السوق والعلاء، مع

استخدام الوسائل التسويقية المتنوعة والمتجددة حسب ما يتطلبه السوق والعويل.

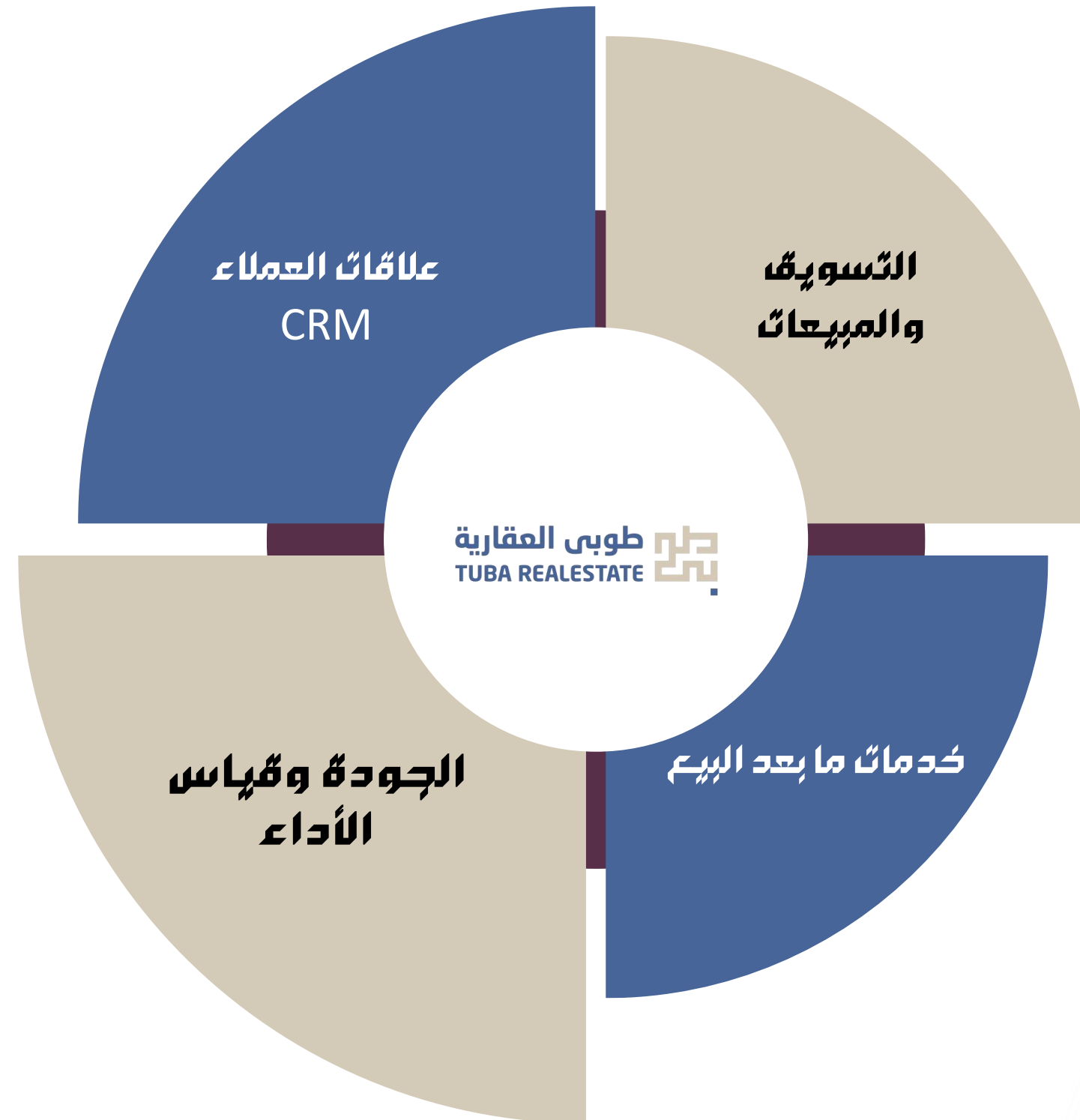


أفريقنا

نفخر في طوبى العقارية بفريق مبدع، بفكر متجدد، يواكب
حديث السوق، مع خبرة امتدت لسنوات في مجال التسويق العقاري

طوبى العقارية
TUBA REALSTATE

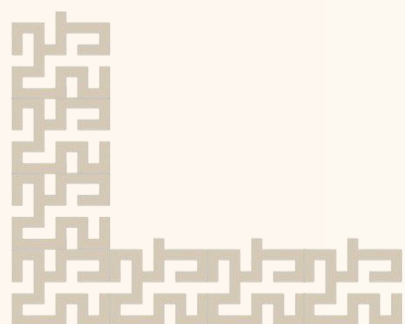
أقسامنا





برنامج طوبى لشركات التطوير العقاري

تطلق اليوم طوبى العقارية برنامجها المتميز المتخصص لخدمة شركات التطوير العقاري بهدف تسريع العملية البيعية للمطور العقاري، مع الرضا العالي للعميل والمستملك.



أهمميزات البرنامج

1. يعمل البرنامج على تسريع عملية البيع لدى شركات التطوير العقاري

2. المحافظة على إبراز العلامة التجارية للشركة المطورة بصورة جاذبة

3. تلبية احتياجات المطورين العقاريين في كل ما يتعلق بالتسويق والبيع والتسليم

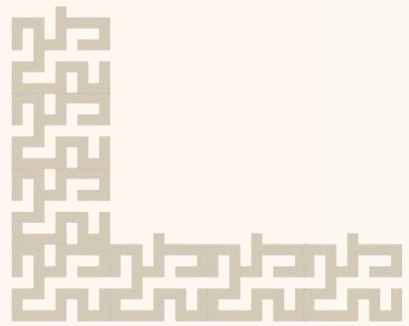
4. القدرة على الوصول للعميل المحتمل وإعادة استهداف الرغبات الشرائية

5. التسويق بهتلف الوسائل التقليدية والحديثة، والحرص على التميز والتفرد في العرض

6. إضافة مقترحات وتفاصيل تحسينية في الوحدات البيعية والتي من دورها جذب العميل للشراء



مكونات البرنامج والخدمات



المكونات البرنامج

A. صناعة محتوى المشروع من خلال عرض فني متكامل يبدأ من عملية التصوير والمميزات حتى استكمال جميع الجوانب الفنية

B. فريق مبيعات متكامل لإدارة العروض وتسويقها

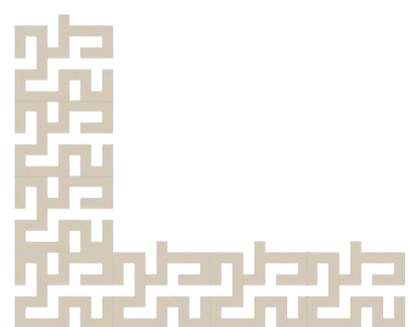
C. موقع الكتروني مخصص للعروض العقارية

D. استقبال العملاء في المشاريع المعروضة من خلال فريق متخصص

E. تسليم وحدات المشروع للعملاء من خلال التوثيق الرسمي، وتسليمها بطريقة مبتكرة وجذابة



وسائل استقطاب العميل في برنامج طوبى



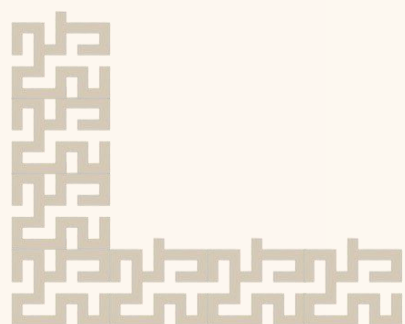
تطوير المنتجات والخدمات

1. الشراكات التقنية مع المنصات العقارية
2. إقامة بوثات للمشاريع الكبرى في شركات القطاع الخاص والعام وتقدير الوحدات السكنية لهم، مع تخصيص عروض خاصة للموظفين، والتعاون مع البنوك
3. الاتصال والتواصل البيعي لقاعدة العملاء المتوفرة مع اعداد سكربت مخصص لكل عرض مقدم
4. إقامة حملات مهولة بأهداف واستراتيجية مدروسة
5. إبراز العروض لزوار مقر شركة طوبى
6. الشراكات التسويقية وتوفير الحلول التحويلية





استراتيجية التسويق



استراتيجية التسويق

البحث السوقي

دراسة السوق المحلي والإقليمي لفهم الطلب على أنواع معينة من العقارات، مثل العقارات السكنية، التجارية، أو الفاخرة.

تحديد الجمهور

ناءً على التحليل السابق، تقسيم الجمهور إلى فئات مثل المشتريين لأول مرة، المستثمرين، المستأجرين، أو أصحاب الشركات، مع فهم تفضيلاتهم واحتياجاتهم.

تحليل المنافسين

دراسة استراتيجيات التسويق التي يتبعها المنافسون الرئيسيون في السوق، ومعرفة نقاط القوة والضعف لديهم

هوية العلامة التجارية

تنوع المنتجات و ضمان أعلى معايير الجودة بتطبيق نظام إدارة الجودة لضمان أن جميع المنتجات تلبى المعايير العالية

التفرد والتهيز

تقديم مزايا تنافسية واضحة تميز الشركة عن غيرها، مثل الأسعار التنافسية، خدمات ما بعد البيع، أو الحلول التكنولوجية المتقدمة مثل المنازل الذكية.

الموقع الإلكتروني

تصميم موقع إلكتروني احترافي وسهل الاستخدام يعرض جميع المشاريع العقارية والخدمات المتاحة، مع توفير خاصية البحث عن العقارات والتواصل المباشر

المحتوى العقاري

تقديم محتوى غني ومفيد عن المشاريع العقارية، نصائح استثمارية، ودراسات السوق عبر المدونات أو صفحات المشاريع لجذب الزوار والعملاء المحتملين

المنصات الاجتماعية

إبراز العروض في صفحات نشطة على منصات مثل فيسبوك، إنستغرام، لينكدإن، وتويتر للتفاعل مع الجمهور المستهدف، ونشر صور وفيديوهات للمشاريع الجارية والمكتملة.

التسويق التفاعلي

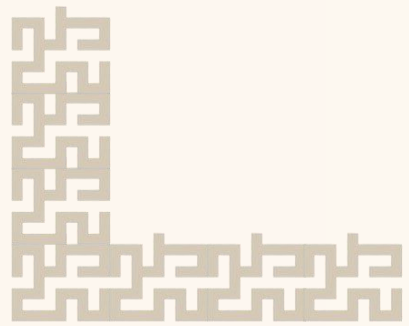
تقديم جولات افتراضية ثلاثية الأبعاد للعقارات عبر الإنترنت، مما يتيح للعملاء استكشاف المشاريع دون الحاجة إلى الحضور الشخصي.

العلاقات العامة

التعاون مع المؤسسات المالية والبنوك لتقديم عروض تمويلية ميسرة للعملاء الراغبين في شراء العقارات. تقديم خدمات تصميم داخلي بالتعاون مع شركات متخصصة لجذب العملاء الذين يرغبون في عقارات مجهزة.



إدارة العلاقات مع العملاء



إدارة العلاقات مع العملاء

تقسيم العملاء

- التقسيم حسب النوع: تصنيف العملاء بناءً على نوع العقار الذي يبحثون عنه (سكني، تجاري، فخم، استثماري).
- التقسيم حسب الاحتياجات: تصنيف العملاء بناءً على احتياجاتهم، مثل العملاء الذين يبحثون عن شراء أول منزل، أو المستثمرين، أو المستأجرين.
- التقسيم الجغرافي: تخصيص العملاء حسب مناطق الاهتمام لتقديم عروض وخدمات أكثر تخصيصاً.

نظام CRM

- نظام إدارة علاقات العملاء: استخدام نظام مخصص للعقارات يسمح بتخزين بيانات العملاء، بما في ذلك معلومات التواصل، احتياجاتهم، وأي تفاعل سابق مع الشركة.
- تكامل البيانات: دمج نظام CRM مع منصات التسويق الإلكتروني، موقع الشركة، وقنوات التواصل الاجتماعي لجمع وتحليل جميع البيانات المتعلقة بتفاعلات العملاء.

- التواصل الدوري: التواصل المستمر مع العملاء من خلال نشرات إخبارية شهرية أو عبر إرسال تحديثات حول المشاريع الجديدة.
- المتابعة بعد البيع أو الإيجار: ضمان المتابعة الدورية مع العملاء بعد إتمام الصفقة، سواء لطلب التغذية الراجعة حول تجربة الشراء أو التأجير، أو لتقديم خدمات ما بعد البيع مثل الصيانة.

التفاعل المستمر

تحسين تجربة العميل

- دعم العملاء: توفير خدمة عملاء متاحة على مدار الساعة للتعامل مع الاستفسارات أو الشكاوى بشكل سريع وفعال.
- تقديم المعلومات بشكل شفاف: الحرص على أن تكون المعلومات حول المشاريع العقارية، الأسعار، وخطط الدفع واضحة وسهلة الفهم للعملاء.
- جولات افتراضية ومادية: توفير خيار الجولات الافتراضية والمادية للعقارات التي تهم العملاء لضمان تقديم تجربة متكاملة.

التغذية الراجعة والتحسين المستمر

- تحليل البيانات: استخدام بيانات لتحليل تفضيلات العملاء وأنماط سلوكهم، مما يساعد في تطوير منتجات وخدمات أكثر ملاءمة لهم.
- تحديث الاستراتيجية: تحسين استراتيجيات إدارة علاقات العملاء بشكل دوري بناءً على تحليل البيانات والتغذية الراجعة من العملاء.

الاحتفاظ بالعملاء واستعادة العملاء السابقين

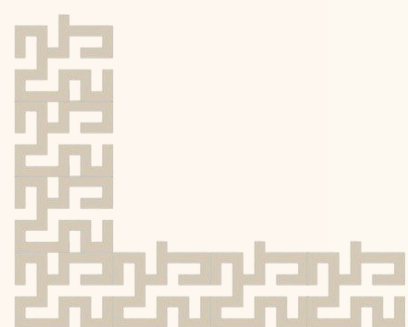
- الاحتفاظ بالعملاء: التركيز على بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء من خلال المتابعة المستمرة وتقديم خدمات إضافية حتى بعد إتمام الصفقة.
- استعادة العملاء السابقين: إعادة استهداف العملاء السابقين بعروض خاصة أو تحديثات حول مشاريع جديدة قد تكون ملائمة لهم.

خدمات ما بعد البيع

- الصيانة وإدارة الممتلكات: توفير خدمات الصيانة والإدارة للممتلكات المباعة أو المؤجرة لضمان بقاء العميل على تواصل دائم مع الشركة، مما يعزز ولاء العميل.
- الدعم في التمويل: تقديم استشارات حول خطط التمويل وإرشاد العملاء حول الحلول المالية الأنسب لاحتياجاتهم.



خدمات ما بعد البيع

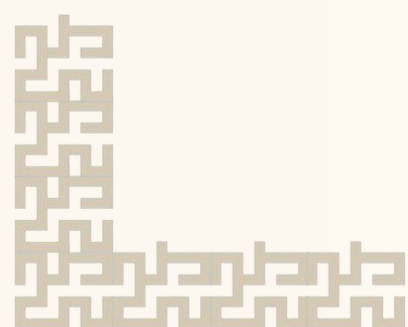






تقييم الأداء والمرونة

مؤشر الأداء KPI



شكرا لوقتك، طوبى تفخر بالتعامل
مع عملاء رائعين مثلك،،،،،