

Go-to-Market brief pro PR agenturu

Jak bychom rádi měřili úspěch

Rentodo je nový komerční projekt na trhu s pojištěním nemovitostí. Jako první přichází se **skutečným pojištěním nájemní smlouvy**. Ve spolupráci s pojišťovnou **AXA** by rád přinesl nové možnosti na realitní trh, a to prostřednictvím produktu, který přinese jistotu na realitní trh s nájmy.

Brand Story

Rentodo je nový projekt od realitních makléřů pro realitní makléře (a finanční poradce, kteří se zajímají o realitní trhy, zejména trh s nájmy).

- Proč Rentodo: All in One řešení pro všechny na trhu s nájmy
- Kdo jsme: Narušitel konvencí na trhu, kde narušení není běžné (jsme průvodcem a odborníkem na trh s nájmy..)
- Rentodo vize: Chceme být nejnovativnější společností na českém realitním trhu a stát se synonymem bezpečí, dostupnosti a osobního rozvoje (pro B2C i B2B).
- Naše mise: Jako první přinášíme osvědčené zahraniční produkty, které přispějí ke kultivaci českého realitního trhu (začínáme s pojištěním nájemní smlouvy)

Značka Rentodo nevytváří reklamu, ale obsah

Obsah Rentodo má vysokou informační hodnotu, zná nadsázku, je zábavný a mluví o problémech svých zákazníků, které dokáže vyřešit, nemluví o sobě.

Naše cílové skupiny

Primární pro B2B Realitní makléři

V ČR působí asi **10 000** realitních makléřů

Hlavní prodejní argumenty

- A:** Nedostatek alternativ
- B:** Získává službu navíc
- C:** Nástroj rozvoje vl. Kmene
- D:** Fee za zprostředkování

Primární pro B2B Finanční poradci

V ČR působí asi **30 000** fin. poradců vázaných v top 50. Fin-poradenských spol.

Hlavní prodejní argumenty

- A:** Nedostatek alternativ
- B:** Jedinečný důvod oslovit klienta
- C:** Nikdo jiný nemá tento produkt
- D:** Fee za zprostředkování

Sekundární cíl. skupiny: majitelé a nájemníci (budeme cílit až v pozdější fázi).

Pro koho je Rentodo určeno

Majitel bytu

- Obávají se neplatičů
- Nemají čas ani chuť řešit vymáhání nájmu
- Vysoké náklady na opravy tech. závad bytu

Realitní makléř

- Propad trhu s prodejem bytů
- Často nemají vlastní kmen klientů
- Nemají důvod ke kontaktování klienta

Nájemník

- Náklady spojené s častým stěhováním
- Vysoké kauce
- Nejistota při výpadku příjmu

Finanční poradce

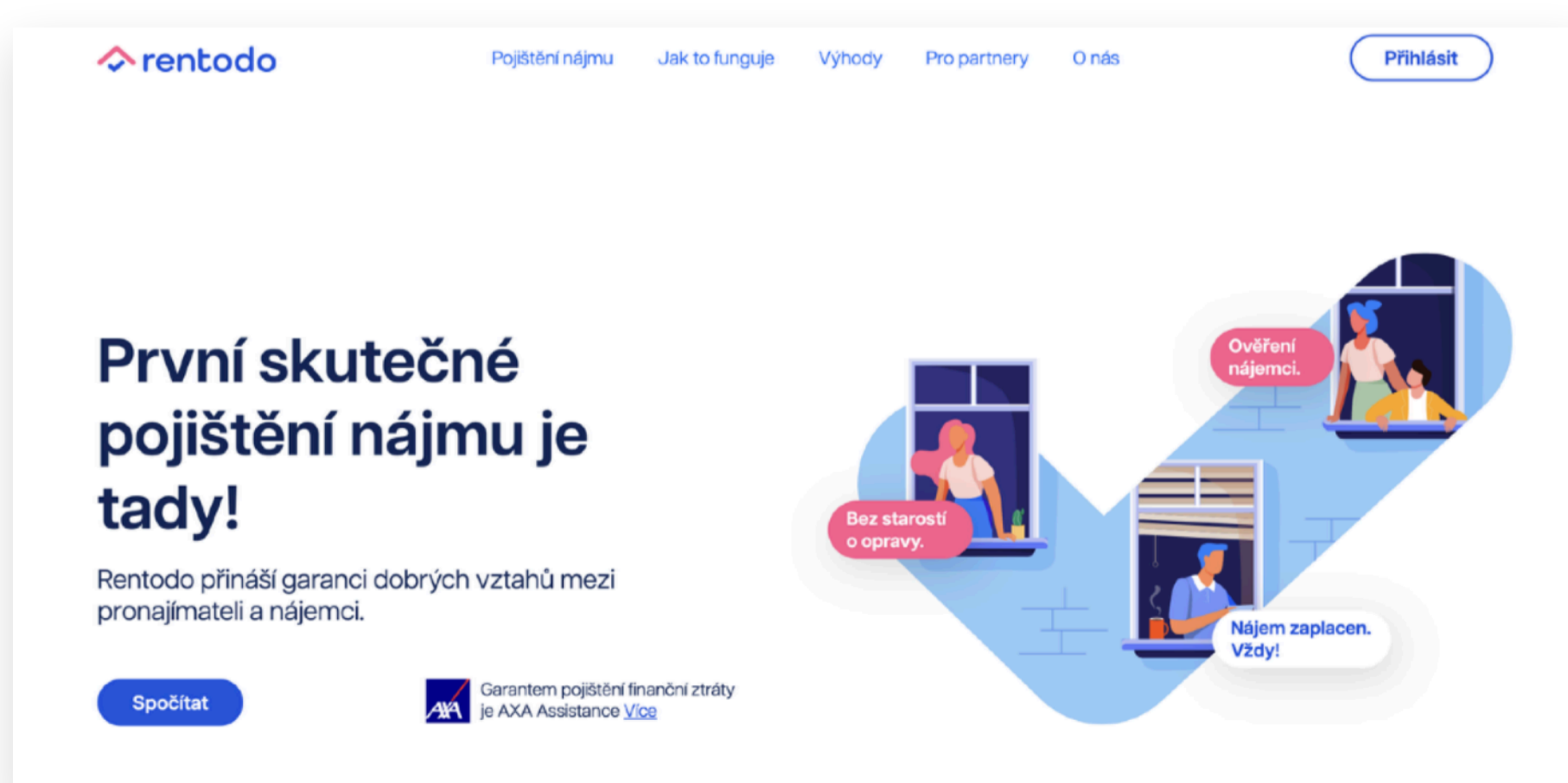
- Potřebuje zajistit finanční bezpečnost (snížit riziko)
- Ocení další důvod ke kontaktování klienta
- Hledá jedinečný produkt

Market Insights

- Po třech desetiletích, kdy Češi jednoznačně upřednostňovali koupi vlastní nemovitosti před bydlením v nájmu, přichází doba, kdy nájemní bydlení prožije svoji renesanci, protože hypotéka se stává nedostupnou. V současné době žije v nájmu přibližně necelých 22 % obyvatel (ČSÚ)
- Pro více než třetinu nájemníků (38 %) představují výdaje spojené s nájmem více než 30% položku v rámci jejich čistých příjmů. To je také nejčastější příčinou špatných vztahů mezi jednotlivými aktéry na realitním trhu s nájemním bydlením.

Produkt

- rentodo.cz



Trychtýř go-to-market kampaně



Vlastní databáze

- Důležitým cílem kampaně je rozvoj vlastní databáze
- HI. Taktikou je 10 dílný Newsletter: Realitní Master Class
- Newsletter zajišťuje Lemonade s ambasadory projektu
- Kdokoli může obsah získat výměnou za svůj email (na webu Rentodo)
- HI. Insight: Proč 87% realitních agentů selhává (statistika EU)? Nedokáží vybudovat síť kontaktů a rozvíjet kvalitní vztahy.
- Jak přemýšlet jako špičkový agent v realitách se dozvíte v 10 dílnám Master Class od top makléřů z komunity Rentodo.

Tým ambasadorů: František Kroupa (Archer Reality), Andrea Střechová (Svoboda&Williams)

- **PR agentura v tomto případě zajišťuje část návštěvnosti webu**
- **A může zpracovávat obsah vytvořený pro Newsletteru pro další PR komunikaci**

Úkoly pro PR agenturu

- Vytvoření PR strategie
- **Stanovení rozpočtu vzhledem k cílům**
- Organizace tiskové konference
- Určení poměru investic do "Earned" vs Paid media
- Research oborových médií a PR kanálů pro kampaň
- Vytvoření media plánu (včetně timeline)
- Vytvoření seznamu vhodných influencerů (+řízení vztahů)
- Práce s vybranými influencery
- Vytypování vhodných komunitních akcí
- LinkedIn Blog (management soc. sítě a LinkedIn blogu)
- Částečné generování trafficu pro web Rentodo
- Vytvoření "Media Kitu"
- Správa Google Alerts (či podobné)
- Týdenní reporting
- Pravidelné měsíční schůzky
- Stanovení KPI's

Timing pro Launch

- Srpen (příprava PR strategie)
- **Září (Tisková zpráva a zahájení kampaně)**
- Říjen (První měsíční optimalizace)
- 3Q 2024 (zisk 350 smluv)

Cíle pro Go-to-Market kampaně (nutné doladit PR cíle přímo s agenturou)

Roadshow

0

Direct Sales
1000 smluv / 3Q 2024

Organic

???

Rozvoj vl. databáze
350 smluv / 3Q 2024

Paid

???

Placená kampaň
650 smluv / 3Q 2024