Тайм-код для вашего удобства:

|  |  |
| --- | --- |
| 00:00 | Зачин. Что такое “свобода” |
| 02:34 | О чём урок? |
| 03:21 | Понятие "Целевая аудитория”.  Сегменты целевой аудитории в разрезе финансовых возможностей |
| 06:26 | Сегмент “Эконом” |
| 06:54 | Сегмент “Комфорт” |
| 07:03 | Сегмент “Бизнес” |
| 07:14 | Сегмент “Премиум (элит)” |
| 07:28 | Анализ сегментирования целевой аудитории по ценовому диапазону (спрос) |
| 07:47 | Анализ сегментирования целевой аудитории по ценовому диапазону (предложение) |
| 08:28 | Сегментирование целевой аудитории по половой принадлежности |
| 09:17 | Сегментирование целевой аудитории по "жизненному циклу" |
| 10:04 | Сегмент “ Одинокий молодой мужчина/женщина” |
| 11:05 | Сегмент “Молодая семья без детей или с детьми младше 6 лет” |
| 12:09 | Сегмент “Семья с детьми старше 6 лет” |
| 14:23 | Сегмент “Семья со взрослыми детьми” |
| 14:55 | Сегмент “Пожилая пара / одинокий пожилой мужчина или женщина” |
| 15:21 | Анализ взаимосвязи сегментирования целевой аудитории по "жизненному циклу" и ценовому сегменту |
| 16:35 | Связь ликвидности от продажи земельного участка с сегментацией целевой аудитории |
| 17:56 | Мастер-класс по выделению целевого сегмента для различных территорий в Московской области |
| 26:09 | Пример возможного продукта в виде участка с домом в соответствии с сегментированием целевой аудитории |
| 31:10 | Особенности формирования продаваемого продукта в зависимости от внешних факторов |
| 32:29 | Влияние пандемии в 2020 году на спрос на загородную недвижимость |
| 34:45 | Влияние сезонности образования участков на вероятность снижения конкуренции на эти участки на торгах |
| 36:02 | Влияние сезонности продажи участков на количество целевых клиентов |
| 37:07 | Тестирование гипотезы предварительной продуманной продажи |
| 37:40 | Сравнение капитализации перепродажи и переуступки |
| 38:12 | Мастер-класс по проведению оценки инвестиционного проекта “Перепродажи” |
| 48:39 | Мастер-класс по проведению оценки инвестиционного проекта “Переуступка аренды” |
| 49:35 | Особенности переуступки права аренды в Московской области |
| 50:14 | Случаи когда переуступка целесообразнее продажи |
| 51:55 | Практическое задание |
| 52:40 | Особенности образования участков под коммерцию для перепродажи и переуступки |
| 53:51 | Заключение |