

Как PR в строительстве помогает привлечь клиентов и проекты

Вы профессионально строите дома, поставляете качественные материалы, строго соблюдаете сроки и ГОСТы. Но при этом ваш бизнес не растет так, как мог бы. Почему?

Потому что сегодня недостаточно быть просто «хорошими». Важно быть видимыми и узнаваемыми. Если о вашей компании не говорят в отраслевых медиа, если вас нет в топе поиска и в рекомендациях — клиенты идут к тем, кто звучит громче.

В этой статье — о том, как PR помогает строительным компаниям и поставщикам стройматериалов выделяться на рынке, укреплять доверие и стабильно получать заявки. С конкретными цифрами, примерами и трендами.

Почему PR в строительной индустрии может не давать результата

Многие бизнесы в строительной сфере уже пробовали «что-то из PR» — писали статьи, делали пресс-релизы, платили за публикации. И... не получили результат. Разбираем три ключевые проблемы, из-за которых PR в строительстве может не работать.

Ошибка 1: Публикации «для галочки»

Если тексты скучны, без реальных кейсов, проблем клиента и сильного заголовка — никто их не читает. Хорошая PR-статья должна удерживать внимание и показывать вашу ценность.

Ошибка 2: Безликий бренд

«Компания N строит дома». И что? У таких компаний тысячи клонов. Но если вы показываете лицо бизнеса, реальные объекты, интервью с руководителем или инженерами, рассказываете о подходах — вы начинаете выделяться.

Ошибка 3: Нет стратегии

Разовая публикация не формирует образ компании. Только системный PR — когда вы регулярно появляетесь в отраслевых СМИ, делаете экспертные комментарии, продвигаете кейсы — даёт результат.

Ошибки в PR-стратегии могут свести на нет все усилия. Узнайте, как избежать этих проблем и сделать PR действительно эффективным в статье [“Как сделать так, чтобы о вашем бренде писали бесплатно”](#).

PR-тренды в строительной сфере: что работает сегодня

Конкуренция в строительной отрасли и сегменте стройматериалов растет: заказчики всё чаще выбирают не только по цене, но и по доверию к бренду. Особенно в B2B — девелоперы, снабженцы, прорабы ищут надёжных партнёров, смотрят кейсы, читают статьи, анализируют репутацию компании.

Какие PR-инструменты сегодня действительно работают и помогают строительным компаниям выделяться? Рассмотрим ключевые тенденции, которые формируют будущее строительного бизнеса.

Тренд	Что делать?
Заказчики доверяют экспертам, а не безликим компаниям. Личность руководителя, инженера или архитектора усиливает доверие	– Развивать личные соцсети и профессиональные профили спикеров – Публиковаться в отраслевых и деловых изданиях – Давать комментарии по резонансным темам (например, рост цен, дефицит материалов)
Эксперты с публичностью могут привлекать более дорогие контракты — доверие напрямую влияет на ценность	– Добиваться публикаций в авторитетных строительных и деловых изданиях – Создавать инфоповоды: запуск объектов, внедрение новых технологий
Публикации в СМИ не только увеличивают узнаваемость, но и улучшают позиции в поисковых системах. Это не просто имиджевая история, а обязательный инструмент роста. Подробнее рассказали в статье “Почему PR — это не роскошь, а необходимость для бизнеса”	– Добавлять ссылки на сайт в публикациях – Оптимизировать статьи под ключевые запросы
Контент должен быть полезным и вовлекающим. Заказчики выбирают тех, кто не просто продает, а объясняет и делится опытом	– Делать экспертные разборы проектов: задачи, решения, сроки, технологии – Публиковать истории объектов («до/после», фото и видео с площадки)
Клиенты все чаще выбирают контент в формате коротких видео и аудиоразборов	– Запускать интервью с архитекторами, прорабами, подрядчиками – Вести YouTube или Telegram-канал с разбором проектов, обзорами решений, советами

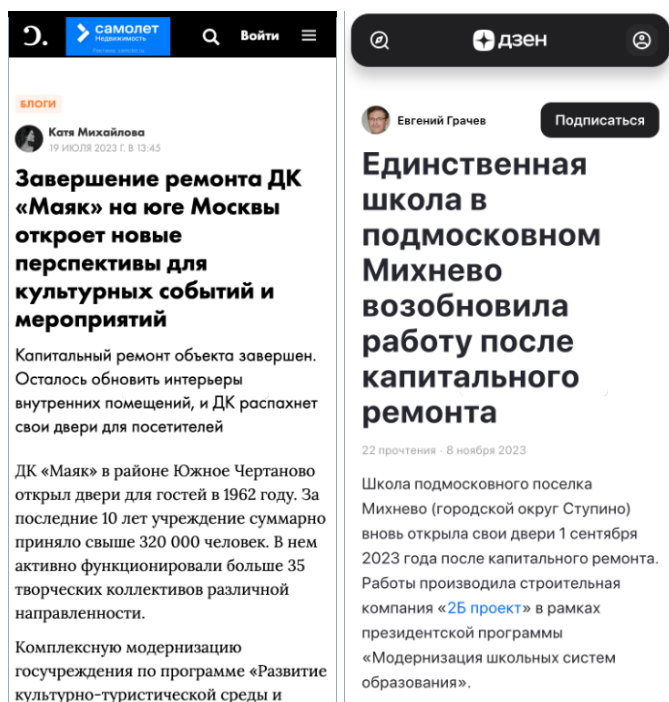
Как PR увеличивает доход — PR-кейс строительного бизнеса

Один из наших клиентов — строительная компания, работающая на территории Москвы и Московской области — поставил перед собой задачу: привлечь внимание к крупным инфраструктурным проектам, подчеркнуть участие в госзаказах и усилить позиционирование как надежного подрядчика.

Результат PR-кампании в строительной сфере

полученный одним из наших клиентов в строительной сфере после 6 месяцев работы по PR-сопровождению:

Проблемы	Решение	Результат
Компания реализовывала масштабные проекты, но оставалась малоизвестной	Организованы публикации в топовых строительных и деловых изданиях	Охват более 3 800 000 человек
Отсутствие доверия со стороны бизнеса и госструктур	Публикации кейсов по реализации социальных объектов, школ и медцентров	152 подтвержденных целевых заявок из материалов в СМИ и блогах
Слабый интерес к проектам и недоверие к бренду	Подготовлены экспертные статьи о контроле качества, экологичности и сроках реализации	Количество брендовых запросов в поиске выросло на 39% (год к году)
Недостаточная узнаваемость в профессиональной среде	Упоминания в ключевых СМИ, публикации с упором на кейсы, архитектурные решения и уникальные технологии	Дополнительно 29 000 переходов на сайт (год к году)
Сложности с позиционированием и выходом на аудиторию премиум-сегмента	Упор на имиджевые проекты и освещение партнерств с крупными застройщиками	Повышение среднего чека на 15%



Пример публикации в Самолет недвижимость, ДЗЕН нашего клиента на регулярном PR-сопровождении

Профильные издания для публикаций и PR-продвижения в строительной индустрии



Что вы получите от PR в строительной сфере

- **Публикации в топовых СМИ** — ваш бренд увидят тысячи потенциальных клиентов.
- **Рост доверия** — PR формирует репутацию, а репутация приводит клиентов
- **Выход на новую аудиторию** — вас начнут обсуждать, цитировать, репостить
- **Системный PR** — не просто разовые публикации, а выстроенная стратегия продвижения
- **Измеримые результаты** — рост трафика, заявок

Что делать, если нет времени на PR

Если у вас нет времени заниматься PR самостоятельно, это не значит, что о вас не должны узнать. Доверьте продвижение профессионалам — нашей команде PRPanda, и сосредоточьтесь на работе с клиентами. Узнайте, почему PR не обязательно должен быть дорогим и сложным процессом в [нашей статье](#).

Почему выбирают нас?

- Работаем с ведущими СМИ (Forbes, РБК, «Ведомости» и др.).



Коммерсантъ

- Запускаем PR-кампании под ключ – от инфоповодов до публикаций.
- Результаты уже через 30 дней – рост упоминаний, трафика и заявок.