



Матрица качественного роста конкурентоспособности девелоперской компании

стратегии прорыва, лучшие практики

Сергей Разуваев

директор маркетингового агентства GMK

GMK

Карта реализованных проектов



Введено при нашей маркетинговой поддержке

3 780 000 м²

Помогли заработать нашим клиентам в прошлом году

53 млрд ₺

Потребности человека



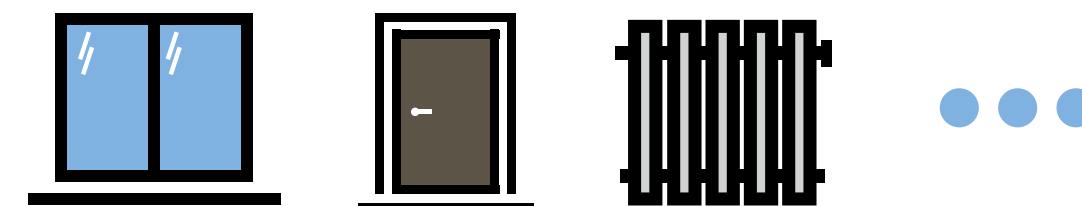
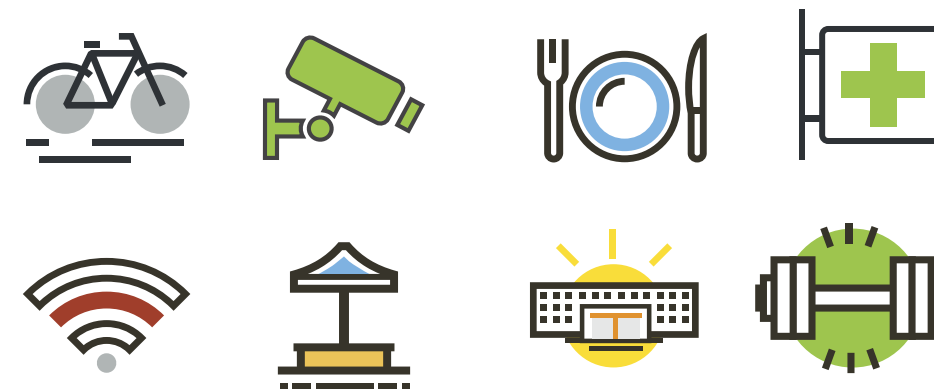
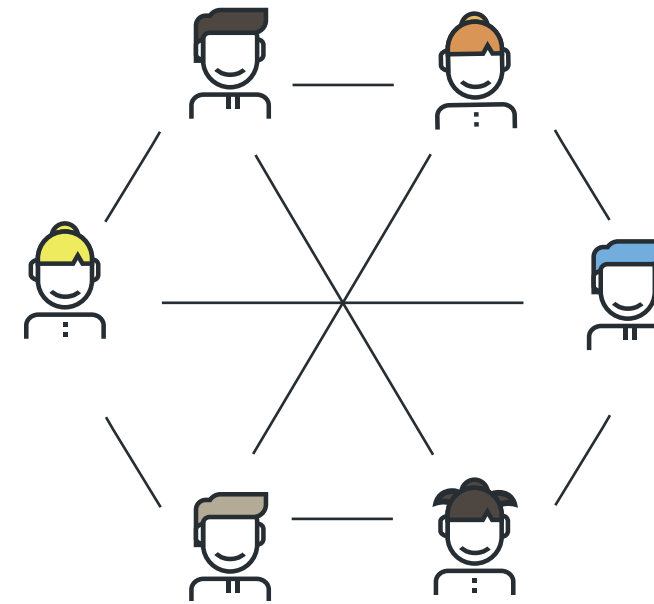
Поговорим об этом

Уровни конкурентной борьбы

3. Культурологический

2. Продуктовый

1. Базовый гигиенический



Уровни конкурентной борьбы

Базовый

Уровень жизни и комфорт проживания соответствует стереотипу, сформированному на рынке недвижимости со времен постсоветского периода.

Продуктовый

Продуктовое развитие и качественное наполнение концепции. Построение проекта на принципах устойчивого развития, формирование факторов, повышающих качество жизни людей.

Культурологический

Создание особой эстетики пространства и культуры проживания в проекте. Привлечение европейских архитектурных бюро к формированию объектов благоустройства, инфраструктуры.

Уровни конкурентной борьбы

Матрица качественного роста

это авторская разработка команды Маркетинг-Консультант, представляет собой наше видение перспектив развития девелоперского бренда. Нацелена на достижение следующих результатов:

- повышение качества продукта и сервиса,
- увеличение силы бренда,
- формирование добавленной стоимости,
- формирование особого и узнаваемого стиля девелопера,
- создание бизнеса, устойчивого к изменениям рынка (вывод на уровень неценовой конкуренции)

Матрица включает в себя:

Вертикальную категорию -
А-культурологический, В-продуктовый, С-базовый

Горизонтальную категорию -

Продукт

Цена

Продажи

Управляющая компания

Продвижение

Потребители

Внешняя среда

Матрица # Верхний уровень

	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	
Культурологический	Среда, стиль жизни	Цена выше рынка, до 20%	Продаем стиль жизни	Развиваем жителей	Апеллируем к преимуществам проживания	«Я понимаю, что дороже, но я хочу здесь жить»	«Да, дороже, но это действительно другая жизнь»	Культурологический
Продуктовый	Двор, квартал, район	Цена выше рынка, до 10%	Продаем инфраструктуру	ЖКХ + Event	Апеллируем к продукту	«Заплачу чуть больше, но сэкономлю на ремонте»	«Цена соответствует качеству»	Продуктовый
Базовый	Квартира, подъезд, дом	Цена в рынке, допустимо превышение до 5%	Продаем квадратные метры	Жилищно – коммунальный функционал	Апеллируем к цене	«Я не готов платить больше»	«Хорошо и недорого»	Базовый
	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	

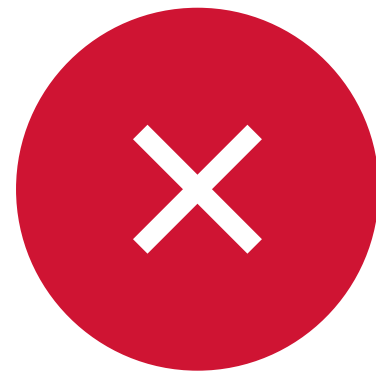
Матрица # Верхний уровень

	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	
Культурологический	Среда, стиль жизни	Цена выше рынка, до 20%	Продаем стиль жизни	Развиваем жителей	Апеллируем к преимуществам проживания	«Я понимаю, что дороже, но я хочу здесь жить»	«Да, дороже, но это действительно другая жизнь»	Культурологический
Продуктовый	Двор, квартал, район	Цена выше рынка, до 10%	Продаем инфраструктуру	ЖКХ + Event	Апеллируем к продукту	«Заплачу чуть больше, но сэкономлю на ремонте»	«Цена соответствует качеству»	Продуктовый
Базовый	Квартира, подъезд, дом	Цена в рынке, допустимо превышение до 5%	Продаем квадратные метры	Жилищно - коммунальный функционал	Апеллируем к цене	«Я не готов платить больше»	«Хорошо и недорого»	Базовый
	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	

Матрица # 1 Продукт

	Квартира	Дом, подъезд	Двор	Квартал, микрорайон	Локация, район	
Культурологический	<p>Планировки: широкий ассортимент, деление на гостевую и спальную зоны, европланировки, совмещенная кухня-гостиная, просторная ванная комната, второй санузел (где требуется), функциональные ниши под технику и мебель, гардеробная, прачечная (в больших квартирах эконом-комфорт)</p> <p>Отделка: «под чистовую» и «под ключ» с широким ассортиментом готовых дизайнерских решений, возможность выбора (например, проект сделано.ру)</p> <p>Окна: пластиковые, деревянные или фибerglassовые профили со стеклопакетами из энергосберегающих стекол (например, Storzay Neo от AGC). Увеличенные оконные проемы, окна в пол</p> <p>Входные двери: сейф-двери надежных производителей (например, с усиленными ребрами жесткости)</p> <p>Радиаторы: финские с терморегуляторами</p> <p>Разводка отопления: горизонтальная (линии разводки на полу)</p> <p>Разводка электрики: евро разводка с достаточным количеством розеток с учетом потребностей человека, качественные выключатели</p> <p>Пол: стяжка с шумоизоляцией (например, Knauf)</p> <p>Потолок: бесшовный, возможно натяжной</p> <p>Стены: выровненные оштукатуренные</p> <p>Система учета: счетчики электроэнергии, горячего и холодного водоснабжения, поквартирные счетчики отопления, система телеметрии (автоматический сбор и передача показаний счетчиков)</p>	<p>Архитектура: авторская, индивидуальный проект архитектурного бюро (например, международное бюро AHR)</p> <p>Входные группы: вход в подъезд с уровня земли, витражные входные группы, 3 двери до входа (домофон расположен на 2 двери), грязезащитные покрытия снаружи и внутри подъезда</p> <p>Оформление МОП: индивидуальный дизайн-проект (например, бюро Realahitekid), навигация на стенах</p> <p>Функциональные помещения: дизайн-концепт колясочных, велосипедных, кладовых</p> <p>Лифт: бесшумные и скоростные лифты надежных производителей (например, Otis, Kone), лифт в паркинг (для эконом-комфорт)</p>	<p>Концепция пространства: закрытый двор, парковочные места вынесены за периметр квартала</p> <p>Озеленение: проект авторского ландшафтного озеленения (например, от бюро Bruto, Словения)</p> <p>Освещение: многоуровневое (3 уровня), а именно архитектурная подсветка зданий и входных групп, освещение проезжих частей и прогулочных аллей, светодиодная подсветка мощения</p> <p>Малые архитектурные формы: качественная уличная мебель (например, MMCite), стильные элементы уличного дизайна</p> <p>Детские площадки: инновационные площадки (например, Proludic) с безопасным покрытием</p> <p>Спортивные зоны: площадки для игровых видов спорта с прорезиненным покрытием, зона workout (на группу домов)</p> <p>Места для отдыха: площадки для барбекю, общественные террасы</p>	<p>Тип застройки: предпочтительно квартальная застройка, различные конфигурации корпусов, переменная этажность, разнообразие фасадов</p> <p>Парковка: подземные и наземные парковочные места, гостевой паркинг</p> <p>Безопасность: комплексная система видеонаблюдения, контроль доступа во двор</p> <p>Внутренняя инфраструктура: ритейл-зона, мини-детский сад, квартальное кафе</p> <p>Благоустройство: беговые и велодорожки, оборудованные удобными пандусами; агора – место встречи людей из разных домов/дворов; зеленое пространство (центральная площадь, парк, променада, амфитеатр)</p>	<p>Подход: застройка в районе с сформированной и развитой инфраструктурой или застройка новой территории с формированием новой комплексной инфраструктуры (Устойчивое развитие территорий)</p> <p>Транспортная инфраструктура: хорошая обеспеченность общественным транспортом, связанность территорий, близость мест приложения труда</p> <p>Социальная: детский сад, детская школа развития, школа, спортивный комплекс, библиотека</p> <p>Бытовая: супермаркет, отделения банков, парикмахерские, химчистки, прачечные</p> <p>Досуговая: под потребности ЦА, а в частности торгово-развлекательный центр, кинотеатр, фитнес-залы, кафе и рестораны, досуговые центры (кулинарные мастер-классы, по вязанию, лепке, изобразительному искусству и другое), пункты проката (велосипед, коньки, лыжи, ролики), контактный зоопарк и др.</p>	Культурологический
Продуктовый	<p>Планировки: ассортимент квартир студии, 1-к, 2-к, 3к и более, большое предложение квартир различной площади</p> <p>Отделка: «под чистовую», качественная не требующая дополнительной проработки</p> <p>Окна: пластиковые профили с трехслойным стеклопакетом, расширенные оконные проемы, заниженные подоконники</p> <p>Входные двери: сейф-двери, не требующие замены (эстетически и функционально)</p> <p>Радиаторы: алюминиевые</p> <p>Разводка отопления: горизонтальная</p> <p>Разводка электрики: евро разводка</p> <p>Пол: цементно-песчаная стяжка, не требует серьезного доп. выравнивания</p> <p>Потолок: без перепада плит</p> <p>Стены: выровненные оштукатуренные</p> <p>Система учета: счетчики электроэнергии, горячего и холодного водоснабжения</p>	<p>Архитектура: интересный проект, возможна переменная этажность группы домов</p> <p>Входные группы: алюминиевая входная дверь, 1-2 ступени, пандус 1 ярус</p> <p>Оформление МОП: стандартный подход, использование качественных современных материалов, большие оконные проемы</p> <p>Функциональные помещения: есть выделенное место для хранения детских колясок и велосипедов</p> <p>Лифт: лифты совместно с Россией производства (например, Thyssen)</p>	<p>Концепция пространства: распределение пешеходных и автомобильных потоков</p> <p>Озеленение: насаждения, газон, клумбы</p> <p>Освещение: 2 уровня, проезжей части и прогулочных зон</p> <p>Малые архитектурные формы: уличная мебель российского производства</p> <p>Детские площадки: современные яркие площадки (например, КСИЛ)</p> <p>Спортивные зоны: уличные тренажеры (на группу домов)</p> <p>Места для отдыха: достаточное количество мест для сидения, беседки</p>	<p>Тип застройки: преимущественно параллельно-периметральная застройка, типовые секции</p> <p>Парковка: организованные наземные парковочные места</p> <p>Безопасность: отсутствует или локальные камеры видеонаблюдения</p> <p>Внутренняя инфраструктура: организованная ритейл-зона</p> <p>Благоустройство: пешеходные дорожки (тротуарная сеть), локальное озеленение, места для выгула собак;</p>	<p>Подход: застройка с созданием достаточной инфраструктуры или в районе с удовлетворением м основных инфраструктурных потребностей ЦА</p> <p>Транспортная инфраструктура: представлена на достаточном для бытового комфорта уровне</p> <p>Социальная: детский сад, школа, в том числе частные учреждения</p> <p>Бытовая: магазины шаговой доступности, сетевые ритейлеры, банкоматы, аптеки</p> <p>Досуговая: кафе</p>	Продуктовый
Базовый	<p>Планировки: типовые</p> <p>Отделка: черновая</p> <p>Окна: деревянные или пластиковый профиль с однослойным стеклопакетом (с большей вероятностью их замены потребителем)</p> <p>Входные двери: из дерева или тонкого металла (требующие замены)</p> <p>Радиаторы: чугунные (с большей вероятностью их замены потребителем)</p> <p>Разводка отопления: вертикальная</p> <p>Разводка электрики: стандартная (по советским нормам)</p> <p>Пол: стяжка требует дополнительного значительного выравнивания</p> <p>Потолок: видны стыковочные швы</p> <p>Стены: штукатурка отсутствует</p> <p>Система учета: счетчики электроэнергии</p>	<p>Архитектура: типовой проект</p> <p>Входные группы: металлическая входная дверь, 1-2 ступени, пандус 1-2 яруса</p> <p>Оформление МОП: стандартный подход</p> <p>Функциональные помещения: отсутствуют</p> <p>Лифт: современные лифты российских производителей (например, Щербинский лифтостроительный завод)</p>	<p>Концепция пространства: классический подход, парковочные места вдоль путей движения транспорта</p> <p>Озеленение: в соответствии с требованиями стандартов</p> <p>Освещение: проезжей части</p> <p>Малые архитектурные формы: отсутствуют</p> <p>Детские площадки: российские производители</p> <p>Спортивные зоны: отсутствуют или уличные тренажеры</p> <p>Места для отдыха: лавочки</p>	<p>Тип застройки: преимущественно параллельная застройка</p> <p>Парковка: хаотичные наземные парковочные места</p> <p>Безопасность: отсутствует</p> <p>Внутренняя инфраструктура: локальные магазины (сплошное размещение на 1 линии)</p> <p>Благоустройство: в соответствии с нормами</p>	<p>Подход: застройка с минимально достаточным набором инфраструктурной оснащенности</p> <p>Транспортная инфраструктура: минимально достаточная транспортная обеспеченность</p> <p>Социальная: в соответствии с нормами</p> <p>Бытовая: существующая района застройки</p> <p>Досуговая: существующая района застройки</p>	Базовый
	Квартира	Дом, подъезд	Двор	Квартал, микрорайон	Локация, район	

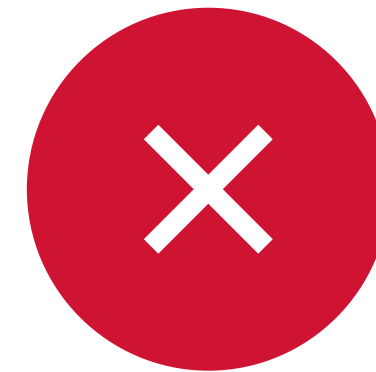
Нефинансовые факторы выбора новостройки



Локация



**Что у нас остается
в инструментарии?**



Цена

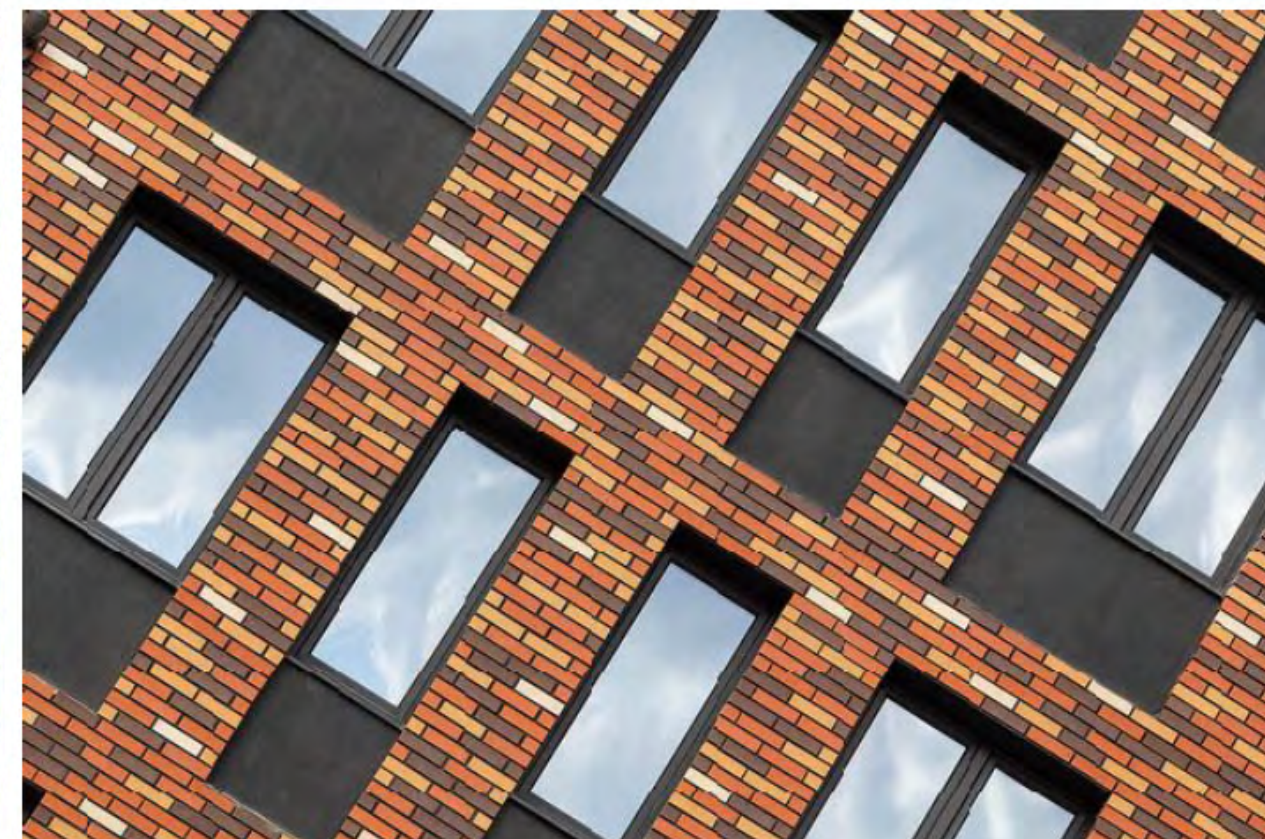
Фасады



Ярко - стандарт
Сдержанно - комфорт,
бизнес

Фасады

Многоформатность
фасада
Разноэтажность



Двор



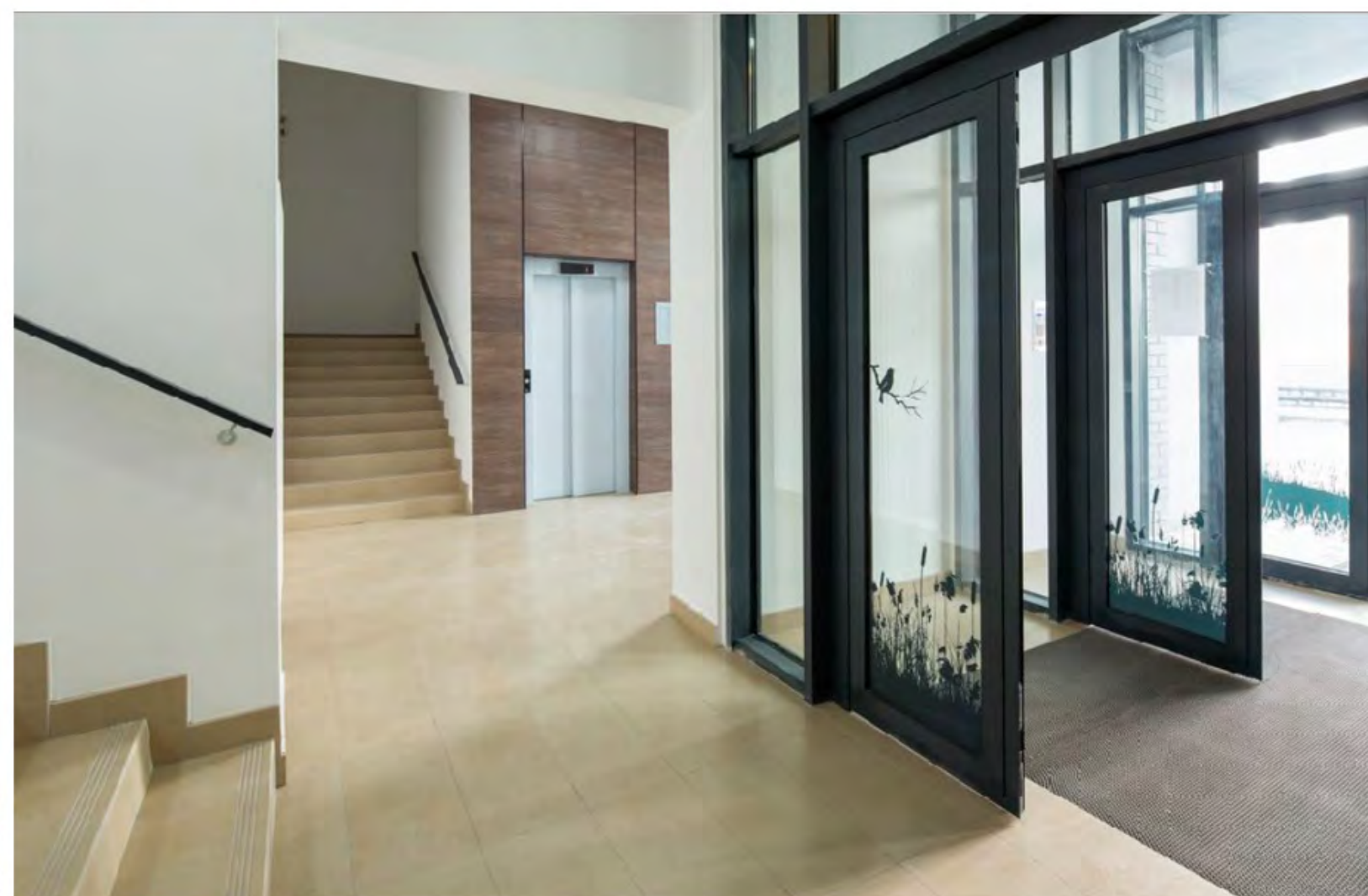
Зонирование
Рельеф
Много зелени
Приватность



Входная группа



Вход с уровня земли
Светопрозрачные
конструкции



МОП



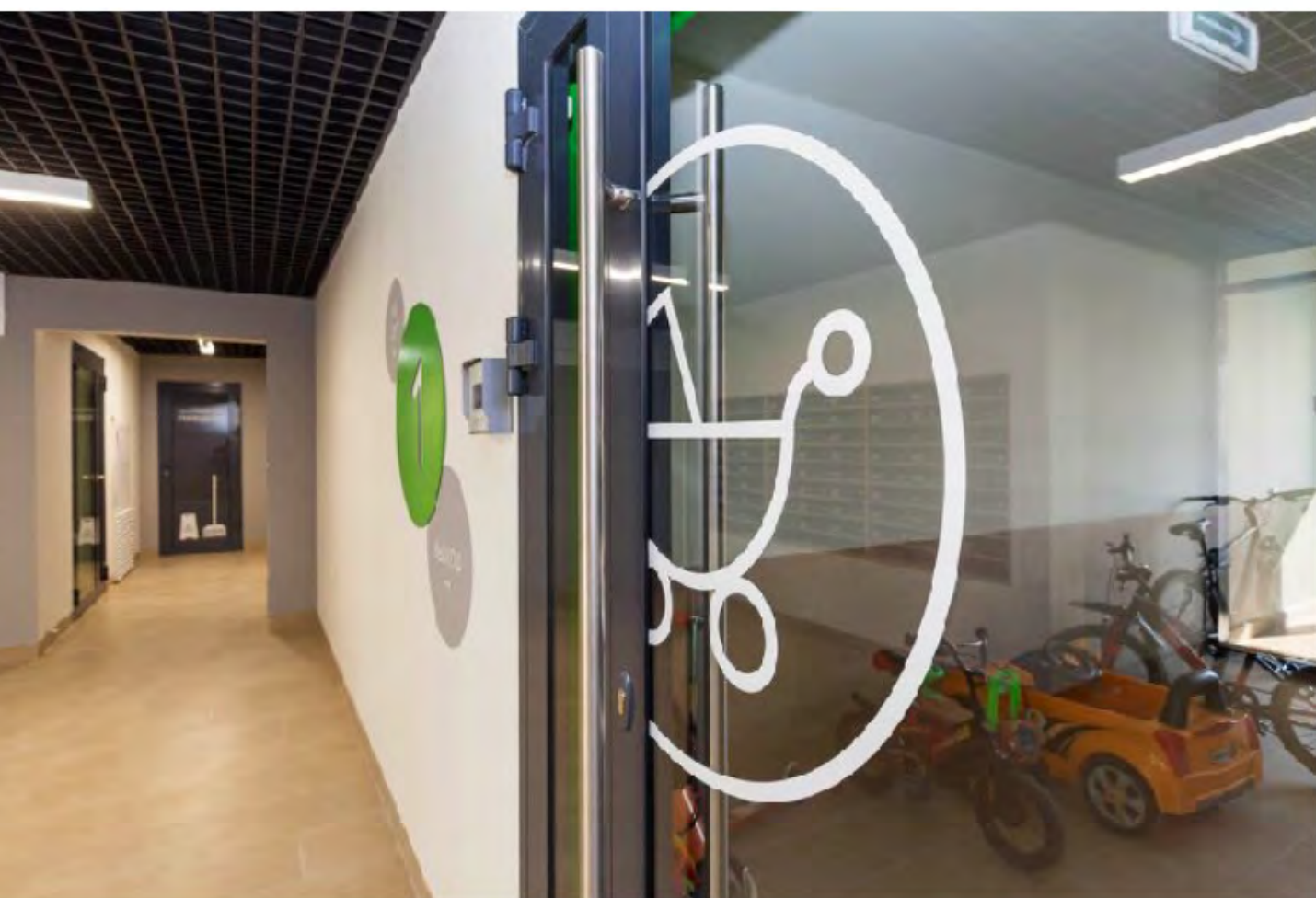
Стильные двери
(звонок, номер квартиры)
Навигационный дизайн
Подвесной потолок



МОП



Колясочная
Велосипедная

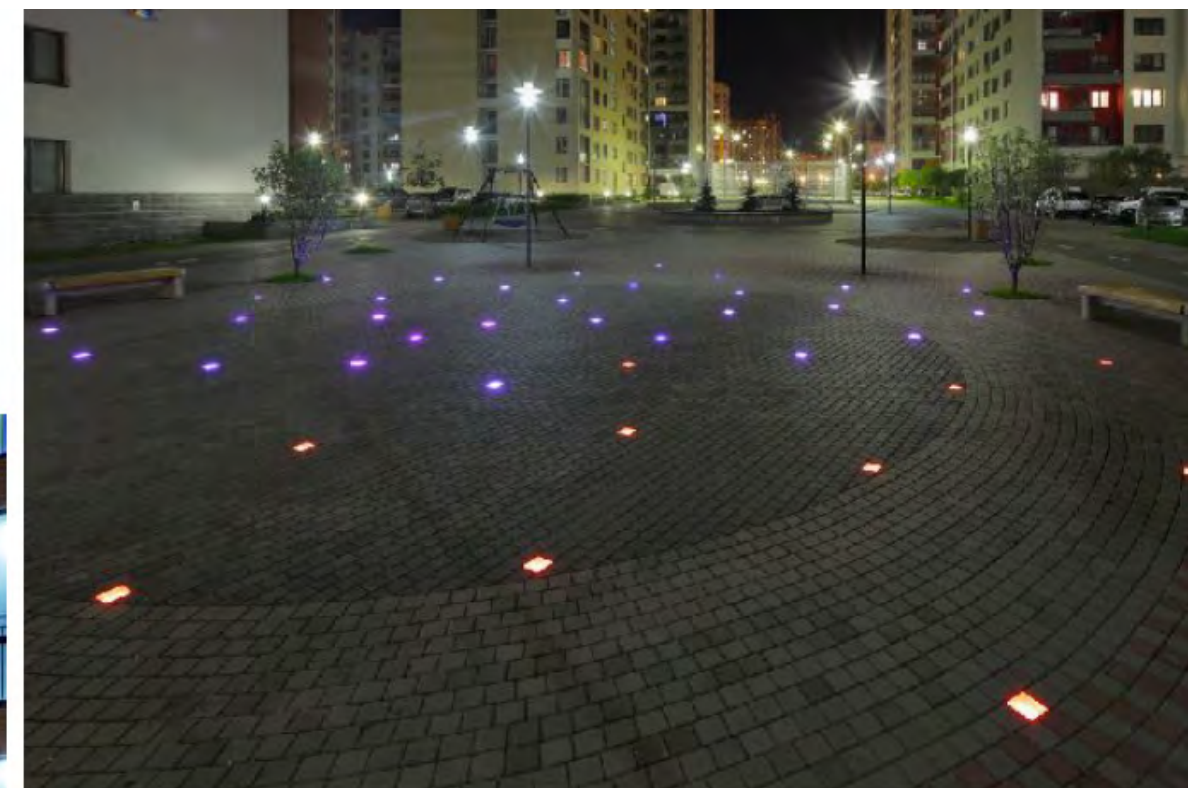


Освещение



Архитектурная
подсветка

Освещение



Несколько
уровней освещения

Спортивные площадки



Многофункциональность
Разделение по возрасту



Озеленение



Логика озеленения
Крупномеры
Несколько уровней
Газон

Базовые правила качественного проекта



Функциональный – просто использовать
Эстетичный – приятно смотреть
Работает 12 месяцев в году
Недорогой в уходе

Качественный посадочный материал



Подобранный с учетом
климатической зоны

Создающий
«немедленный» эффект

Легко восполняемый

Прост в уходе

Качественный посадочный материал



Acer tataricum ginnala
Клён приречный
Гиннала



Acer saccharum
Клён канадский



Acer saccharinum
Клён серебристый



Betula pendula
Берёза повислая



Caragana arborecens
Карагана древовидная



Elaeagnus angustifolia
Лох узколистный



Populus tremula
Осина



Tilia cordata
Липа мелколистная



Malus sylvestris
Яблоня лесная



Malus seiversii
Яблоня Сиверса



Malus royal red
Яблоня Роял Ред



Malus red sentinel
Яблоня "Ред Сентинел"

Палитра озеленения
с учетом климатической
зоны Астаны

Качественный посадочный материал



Salix alba
Ива белая



Salix daphnoides
Ива волчниковая



Salix fragilis
Ива ломкая



Sorbus aucuparia
Рябина
обыкновенная



Edulis, pendula
Рябина
обыкновенная
"Пендула"



Ulmus parvifolia
Вяз мелколистный



Amelanchier lamarkii
Ирга Ламарка



Elaeagnus commutate
Лох серебристый



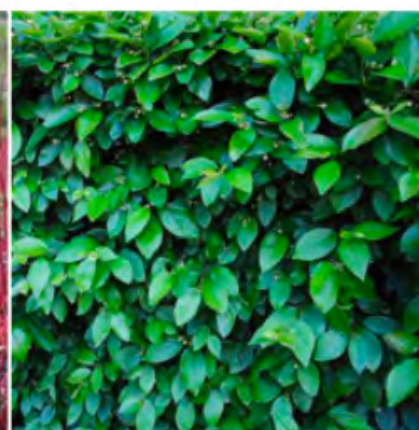
Hippophae rhamnoides
Облепиха
крушиновидная



Symphoricarpos doorenbosii
Снежноягодник
Доренбоза



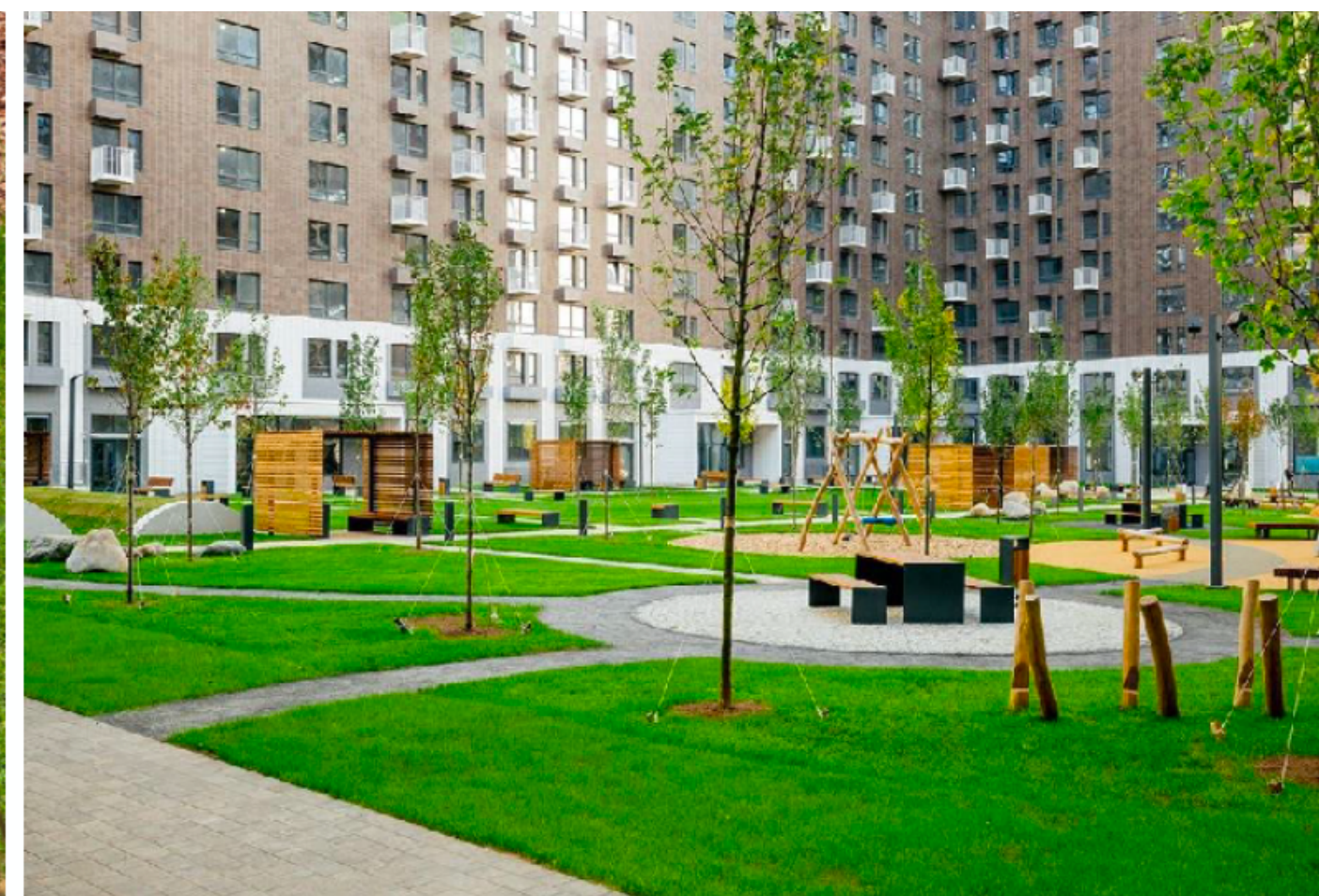
Cornus alba
Дерен белый



cotoneaster lucidus
Кизильник блестящий

Палитра озеленения
с учетом климатической
зоны Астаны

Хороший подрядчик и правильный уход



Имеющий опыт создания качественных проектов
Знающий, как работать с предлагаемым растительным материалом
Не задающий слишком много необоснованных вопросов
Работающий по разумным ценам

Дворы без автомобилей



Безопасные для детей, пожилых и инвалидов
Создающие ощущение собственного парка/сада
Фокус на социальной жизни
Люди чувствуют себя владельцами

Дворы без автомобилей

Озелененный пожарный проезд
Деревья над подземной парковкой
Плотная посадка кустарников и многолетников
Смягчение эффекта «теплового острова» летом
и холодных ветров зимой



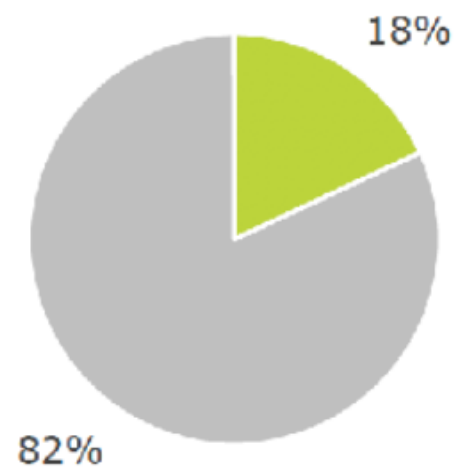
Функциональный ландшафт



Тень, регулирование климата
Дополнительная теплоизоляция кровли паркинга
Организация пространства
Разделение разных потоков движения – безопасность
Приватность для квартир на первом этаже/террас

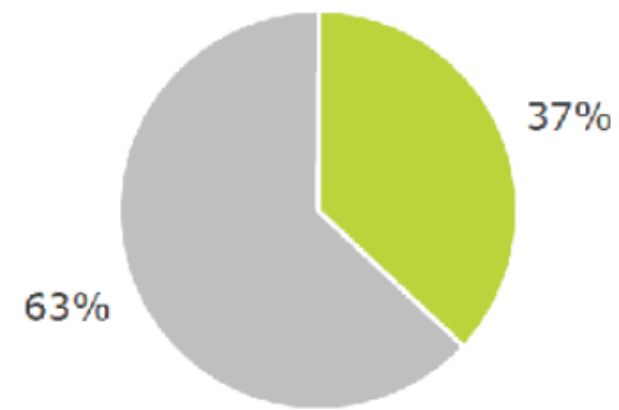
Максимизация озеленения

Двор 2015



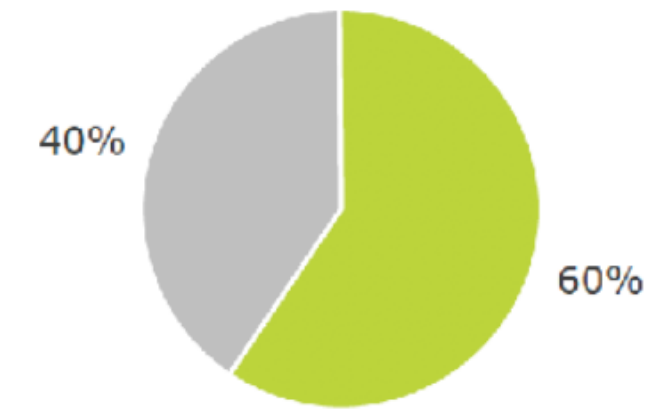
■ Твердые покрытия ■ Озеленение

Двор 2017



■ Твердые покрытия ■ Озеленение

Двор 2018

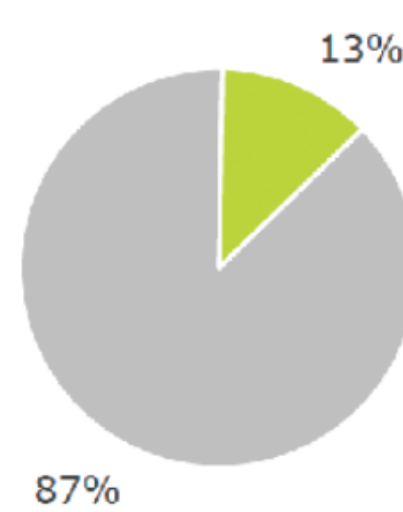


■ Твердые покрытия ■ Озеленение

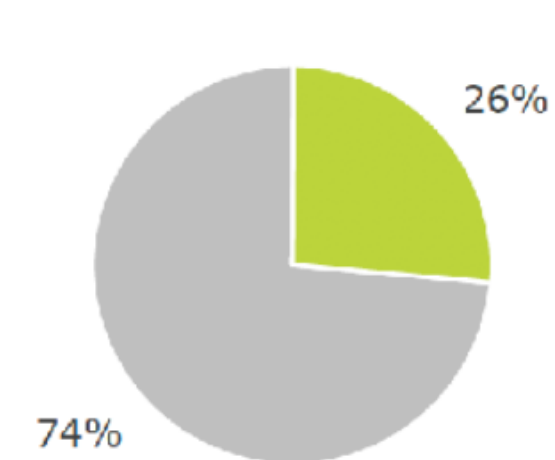
Улица 2015




Улица 2017



Улица 2018





Факторы выбора проекта

Фасад

Двор

Входная группа

МОП

Освещение

Спортивные площадки

Озеленение

Драйверы роста на рынке недвижимости

Перспективы развития

Матрица # Верхний уровень

	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	
Культурологический	Среда, стиль жизни	Цена выше рынка, до 20%	Продаем стиль жизни	Развиваем жителей	Апеллируем к преимуществам проживания	«Я понимаю, что дороже, но я хочу здесь жить»	«Да, дороже, но это действительно другая жизнь»	Культурологический
Продуктовый	Двор, квартал, район	Цена выше рынка, до 10%	Продаем инфраструктуру	ЖКХ + Event	Апеллируем к продукту	«Заплачу чуть больше, но сэкономлю на ремонте»	«Цена соответствует качеству»	Продуктовый
Базовый	Квартира, подъезд, дом	Цена в рынке, допустимо превышение до 5%	Продаем квадратные метры	Жилищно – коммунальный функционал	Апеллируем к цене	«Я не готов платить больше»	«Хорошо и недорого»	Базовый
	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	

Матрица # Верхний уровень

	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	
Культурологический	Среда, стиль жизни	Цена выше рынка, до 20%	Продаем стиль жизни	Развиваем жителей	Апеллируем к преимуществам проживания	«Я понимаю, что дороже, но я хочу здесь жить»	«Да, дороже, но это действительно другая жизнь»	Культурологический
Продуктовый	Двор, квартал, район	Цена выше рынка, до 10%	Продаем инфраструктуру	ЖКХ + Event	Апеллируем к продукту	«Заплачу чуть больше, но сэкономлю на ремонте»	«Цена соответствует качеству»	Продуктовый
Базовый	Квартира, подъезд, дом	Цена в рынке, допустимо превышение до 5%	Продаем квадратные метры	Жилищно - коммунальный функционал	Апеллируем к цене	«Я не готов платить больше»	«Хорошо и недорого»	Базовый
	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	

Клиент купил студию

Мы его знаем!

Мы знаем, как его зовут.

Мы знаем, сколько ему лет.

Мы знаем его семейное положение.

Мы знаем что он купил.

Мы знаем как он купил (ипотека, рассрочка, обмен).

Мы знаем зачем купил.

Мы его знаем. Но!



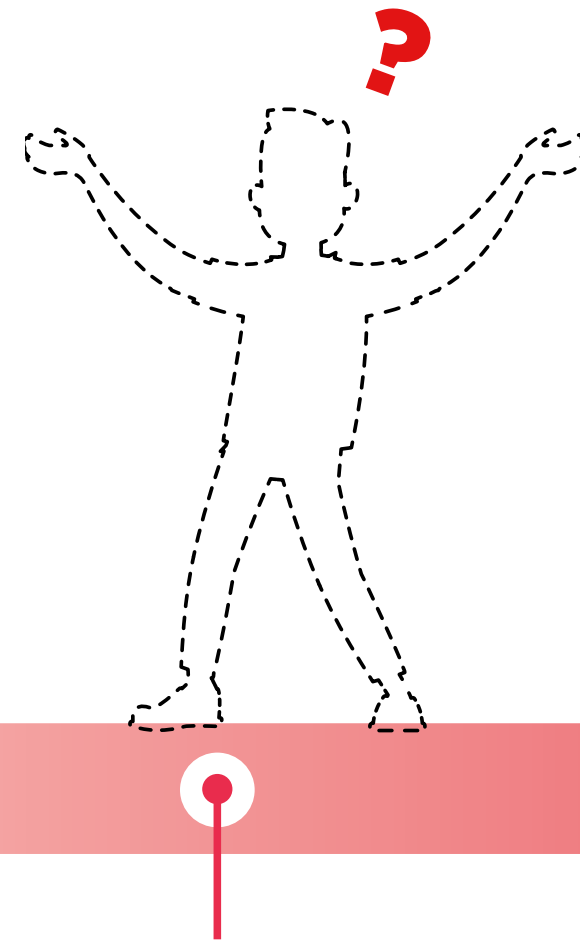
В 98% случаев

не используем это знание

Наш клиент

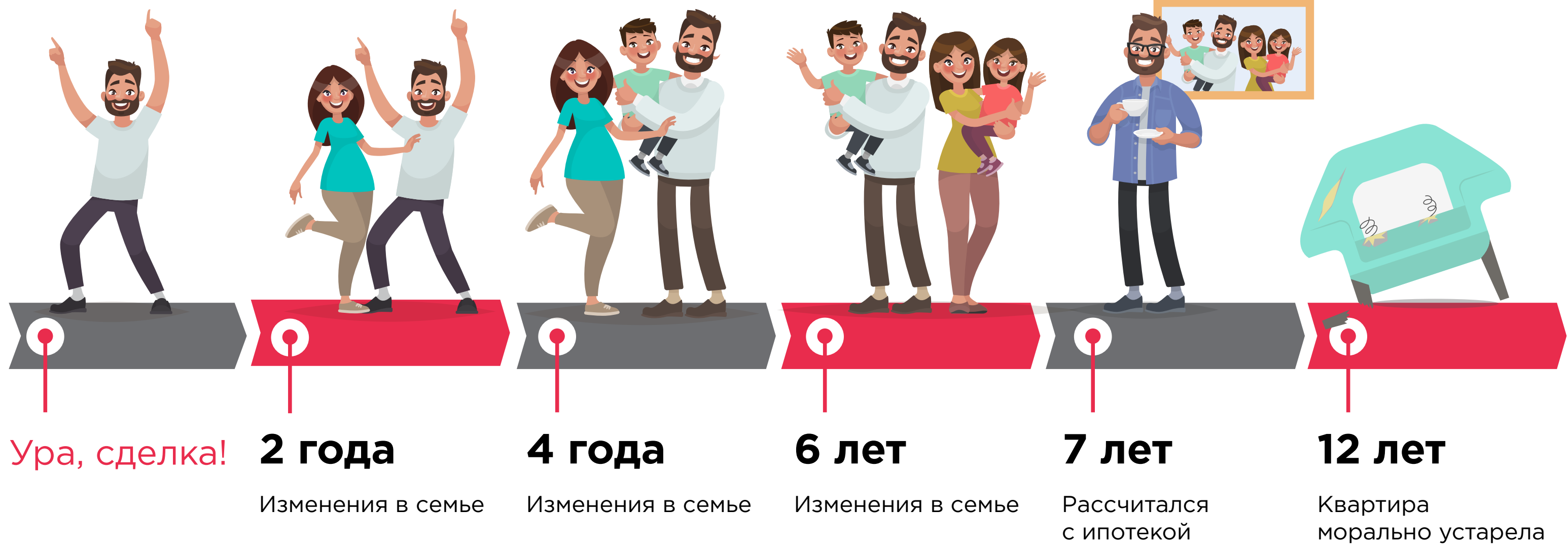


Ура, купил студию!



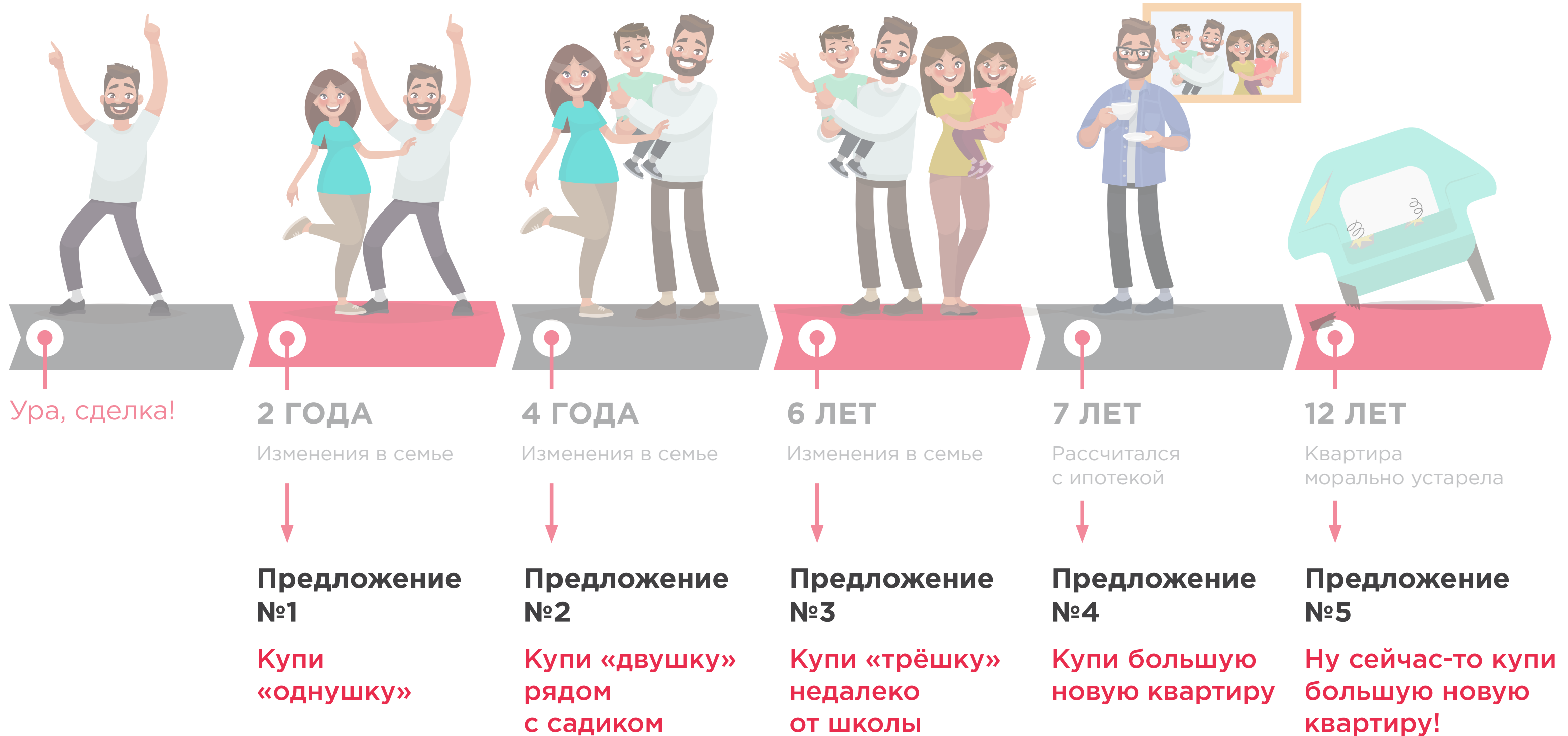
А дальше, всё как в тумане

А жизнь у него идёт



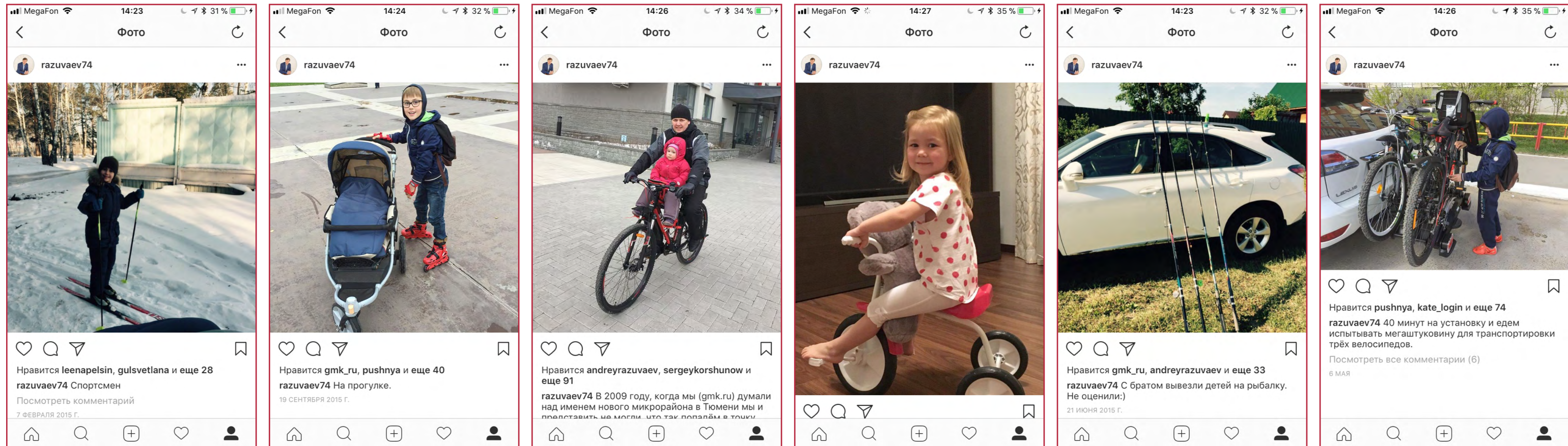
А жизнь у него идёт

Предложения клиенту и цикл жизни его семьи



**| Легко сказать.
Как это сделать?**

Жизненный цикл легко отследить



1. Двое детей



Нужна детская

2. Дети разнополые



Нужны две детские

3. Машина



Нужен паркинг

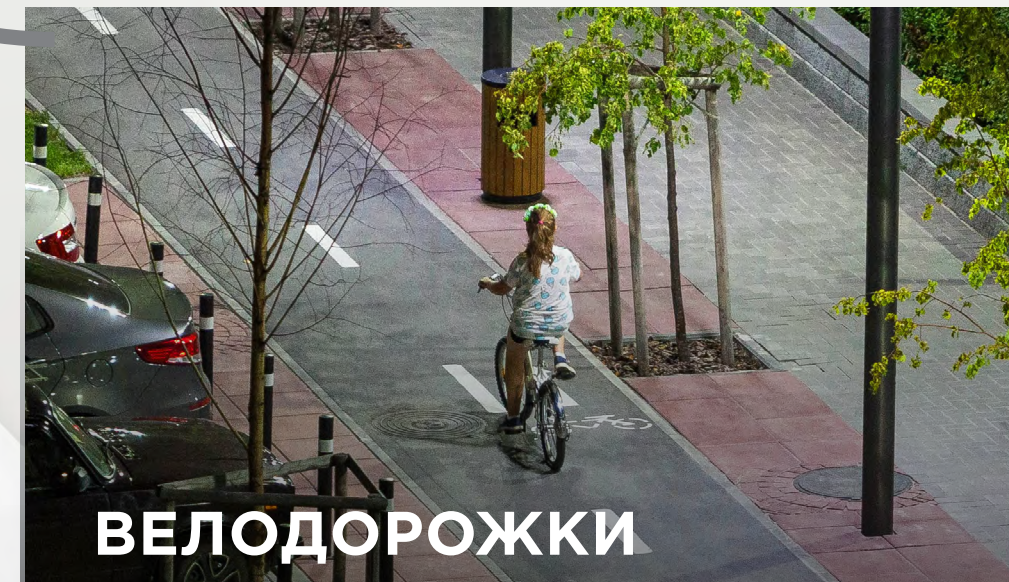
4. Велосипеды



Нужна колясочная,
велодорожки

Релевантное предложение

Купи квартиру,
Сергей!

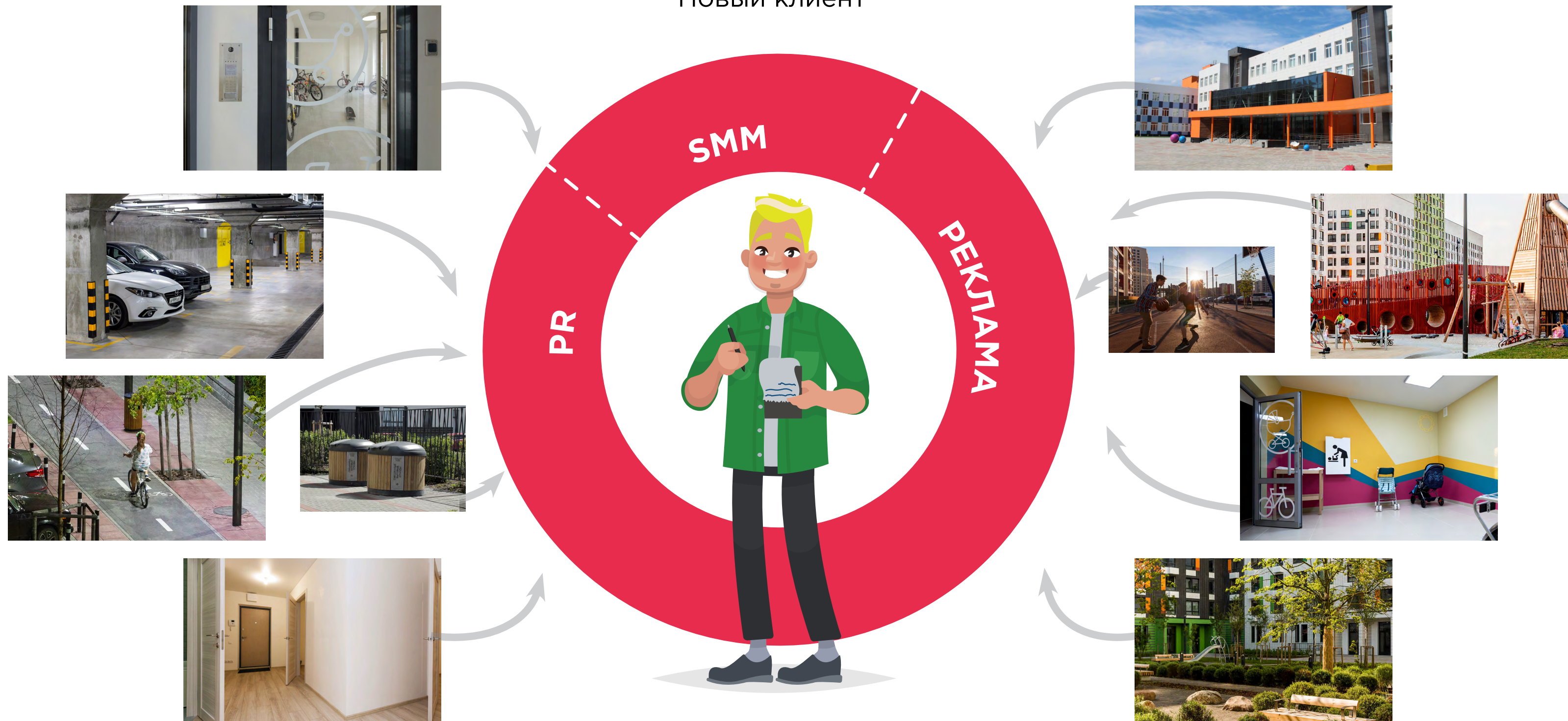


Но это еще не всё.

Мало отследить и предложить.
Надо воспитать

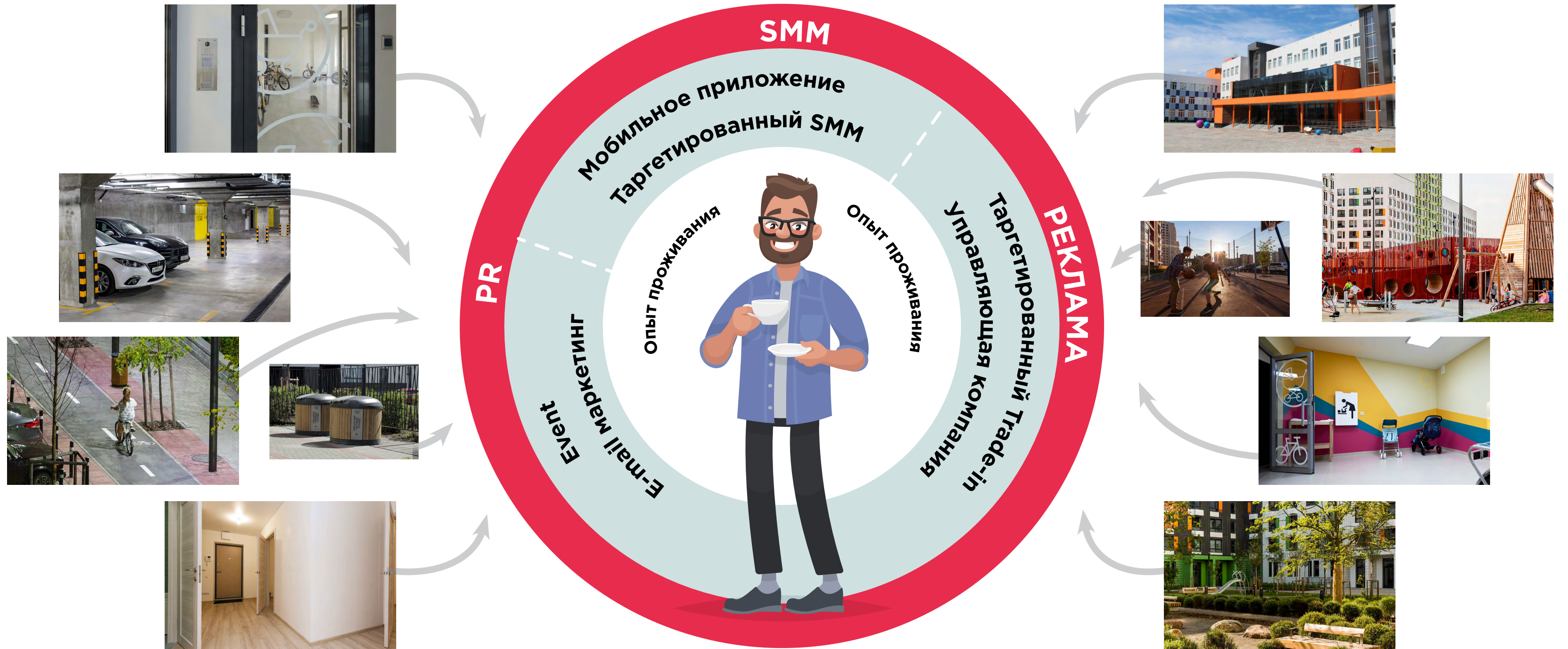
Воспитание потенциального клиента

Новый клиент



Воспитание старого нового клиента

Клиент компании



драйвер
№5

Старый новый,
правильно воспитанный
клиент

Стройка, которая продает.

Философия девелоперского проекта
через стандарты оформления
строительной площадки

Матрица # Верхний уровень

	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	
Культурологический	Среда, стиль жизни	Цена выше рынка, до 20%	Продаем стиль жизни	Развиваем жителей	Апеллируем к преимуществам проживания	«Я понимаю, что дороже, но я хочу здесь жить»	«Да, дороже, но это действительно другая жизнь»	Культурологический
Продуктовый	Двор, квартал, район	Цена выше рынка, до 10%	Продаем инфраструктуру	ЖКХ + Event	Апеллируем к продукту	«Заплачу чуть больше, но сэкономлю на ремонте»	«Цена соответствует качеству»	Продуктовый
Базовый	Квартира, подъезд, дом	Цена в рынке, допустимо превышение до 5%	Продаем квадратные метры	Жилищно – коммунальный функционал	Апеллируем к цене	«Я не готов платить больше»	«Хорошо и недорого»	Базовый
	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	

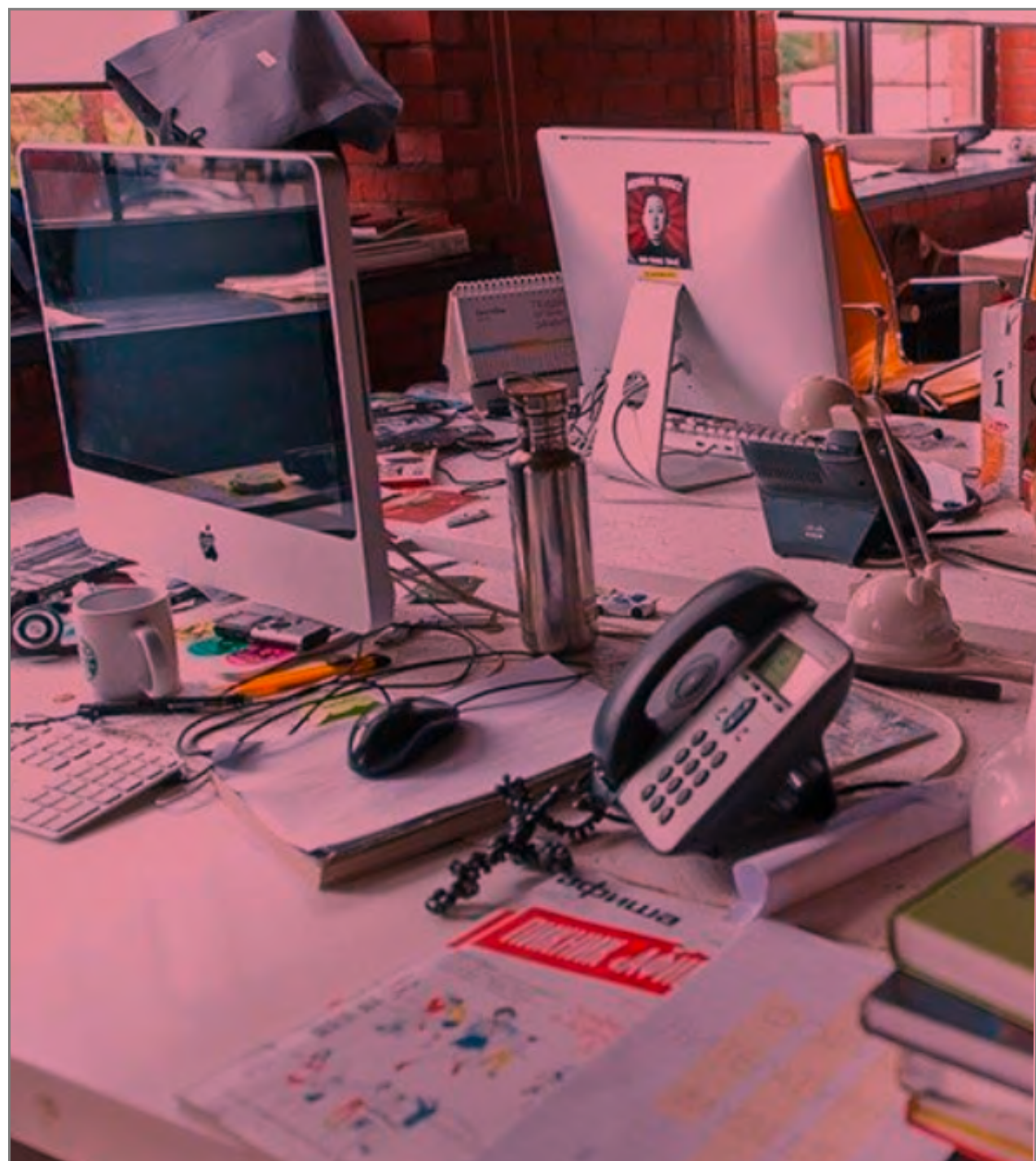
Матрица # Верхний уровень

	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	
Культурологический	Среда, стиль жизни	Цена выше рынка, до 20%	Продаем стиль жизни	Развиваем жителей	Апеллируем к преимуществам проживания	«Я понимаю, что дороже, но я хочу здесь жить»	«Да, дороже, но это действительно другая жизнь»	Культурологический
Продуктовый	Двор, квартал, район	Цена выше рынка, до 10%	Продаем инфраструктуру	ЖКХ + Event	Апеллируем к продукту	«Заплачу чуть больше, но сэкономлю на ремонте»	«Цена соответствует качеству»	Продуктовый
Базовый	Квартира, подъезд, дом	Цена в рынке, допустимо превышение до 5%	Продаем квадратные метры	Жилищно – коммунальный функционал	Апеллируем к цене	«Я не готов платить больше»	«Хорошо и недорого»	Базовый
	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	

За вами наблюдают

и за вашими стройками тоже

Порядок на столе - порядок в голове

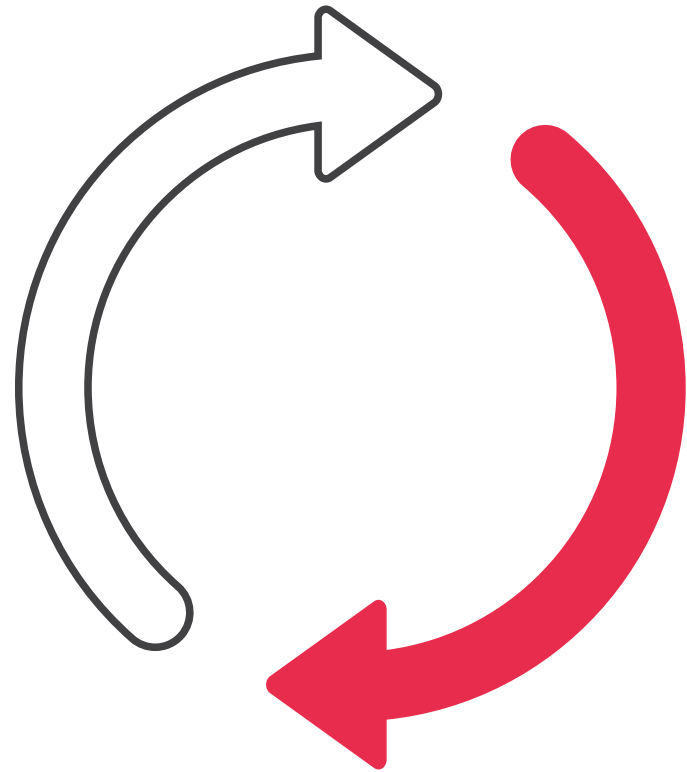


Богатые люди — тоже люди!



Как представить продукт на стадии строительства?

Стройка



Офис
продаж

Путь клиента от офиса продаж и стройки до автомобиля на парковке насчитывает **более 130 точек контакта.**



Оформление стройки в соответствии со стандартами

01

Оформление
экстерьера
строительной
площадки

02

Принципы
организации
демонстрационных
офисов

03

Принципы
организации
демонстрационных
этажей

04

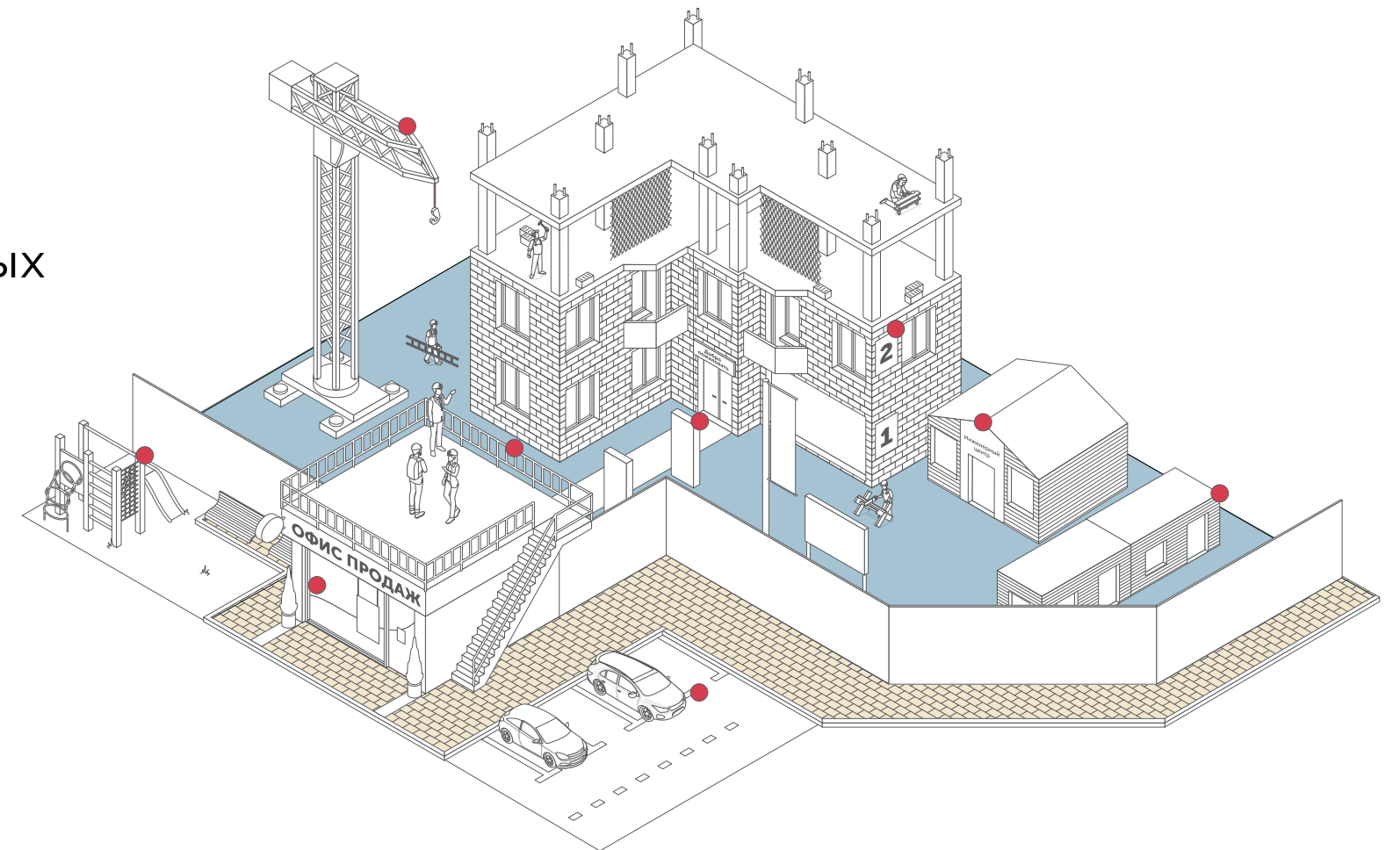
Принципы
организации
демоквартир

05

Принципы
организации
шоурумов

06

Принципы
разделения
строящейся
и готовой части
проекта

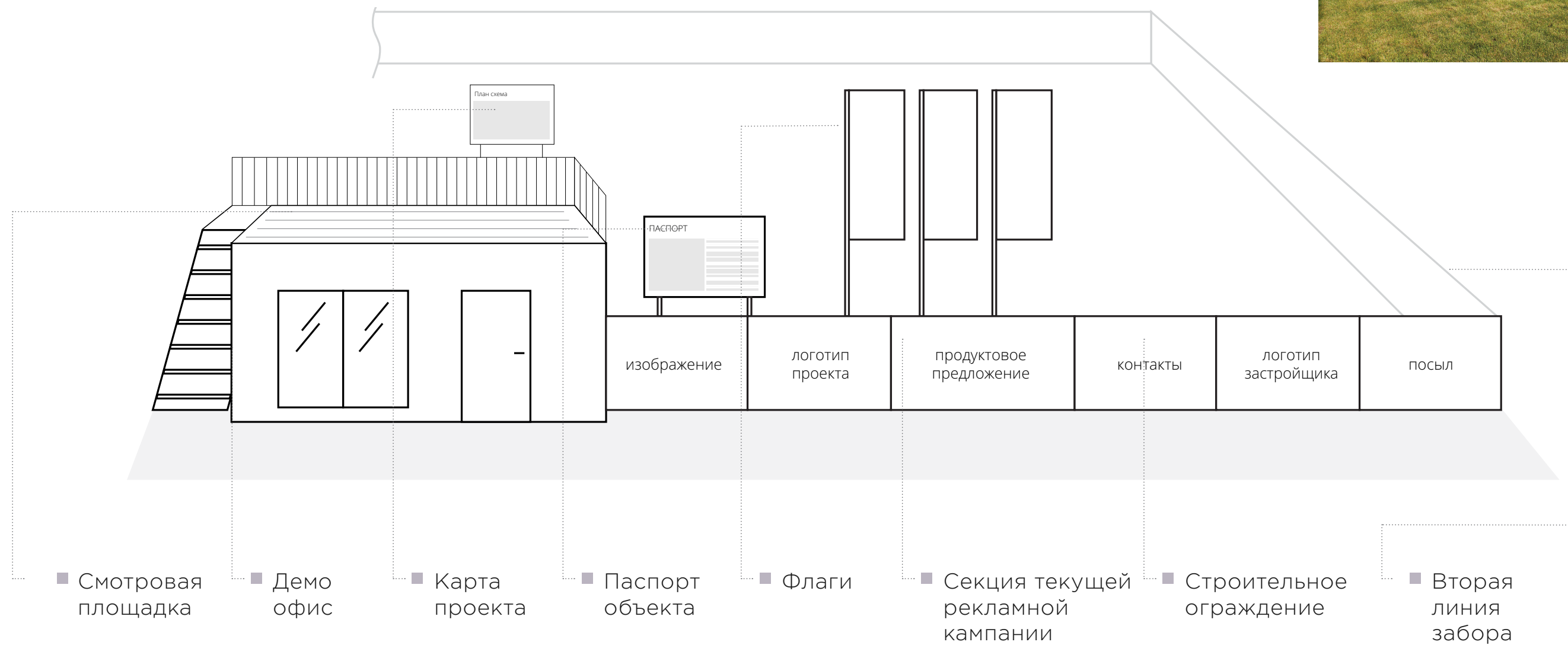


01

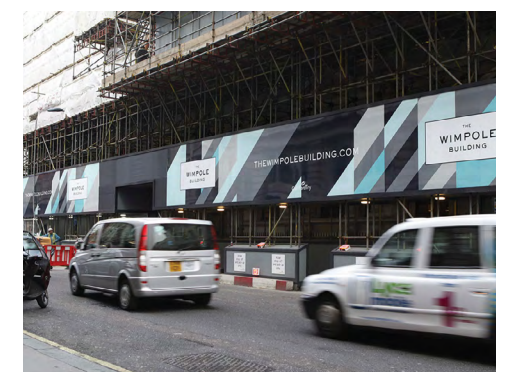
Экстерьер строительной площадки

- 1.1** Забор строительной площадки
- 1.2** Размещение паспорта
- 1.3** Размещение флагов
- 1.4** Оформление строительной техники
- 1.5** Оформление фасада строящегося здания
- 1.6** Размещение навигационных указателей на улицах города
- 1.7** Размещение web-камер на строительных площадках
- 1.8** Оформление строительного городка

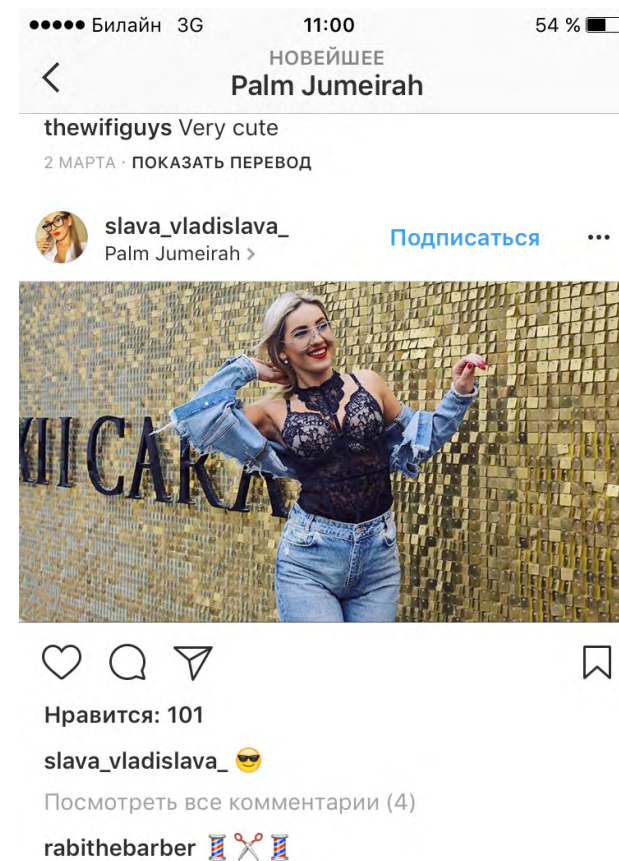
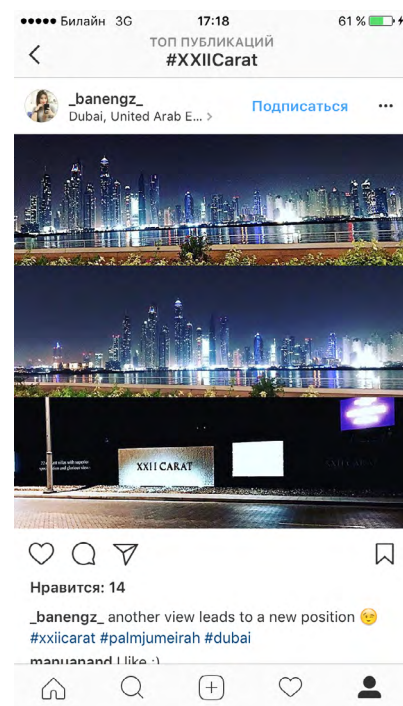
1.0 Оформление строительной площадки



1.1 Требования к оформлению забора

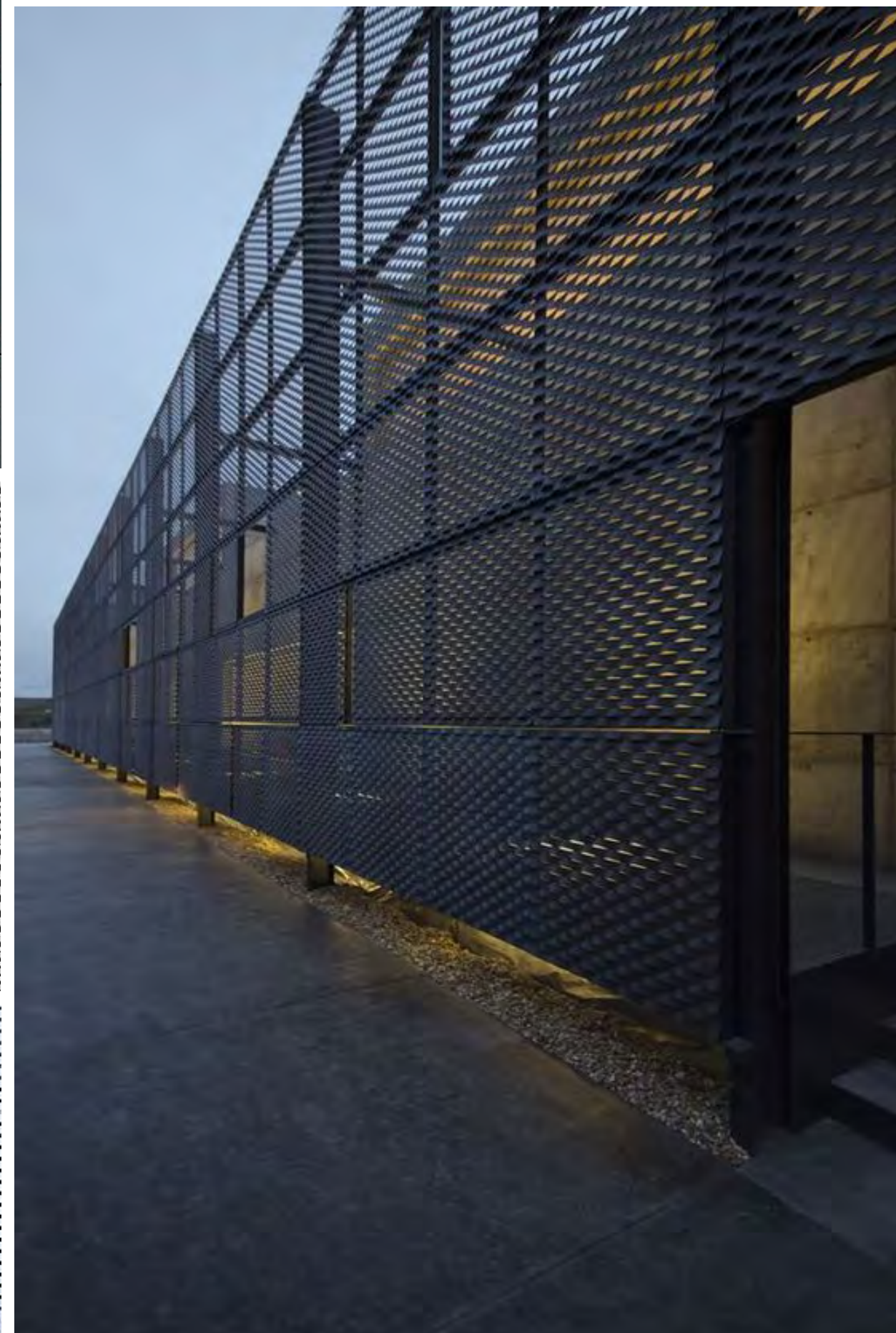
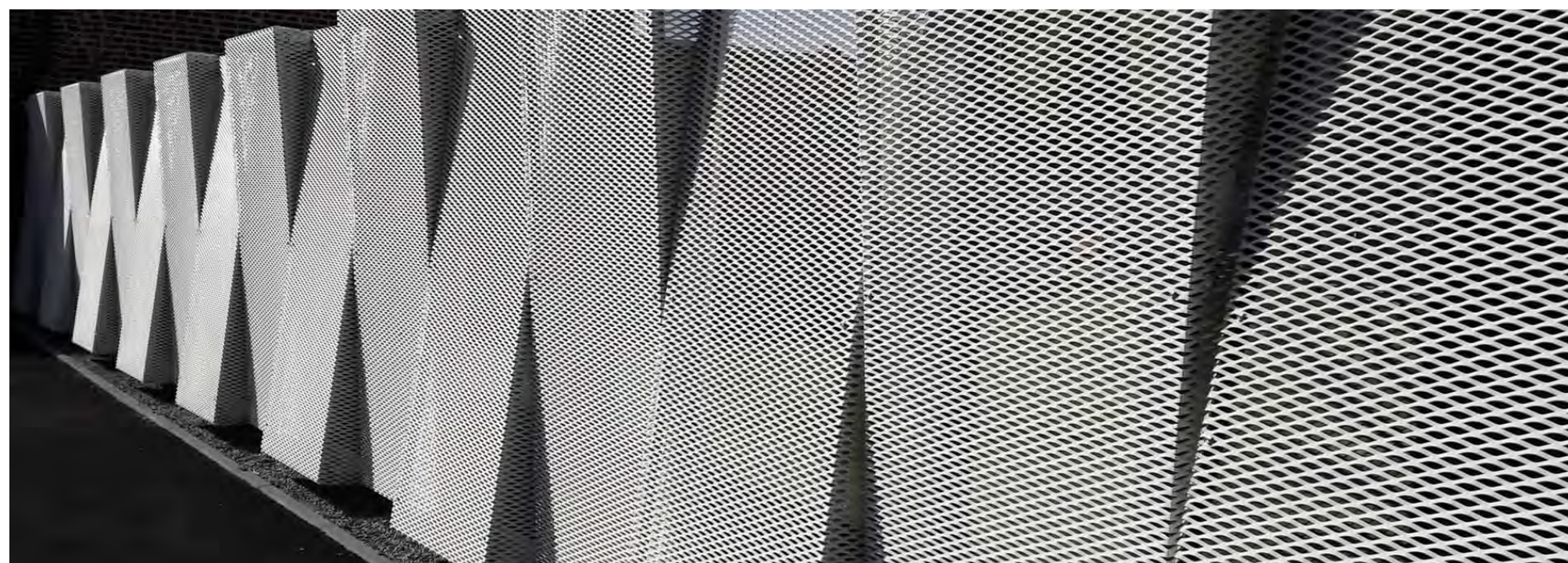


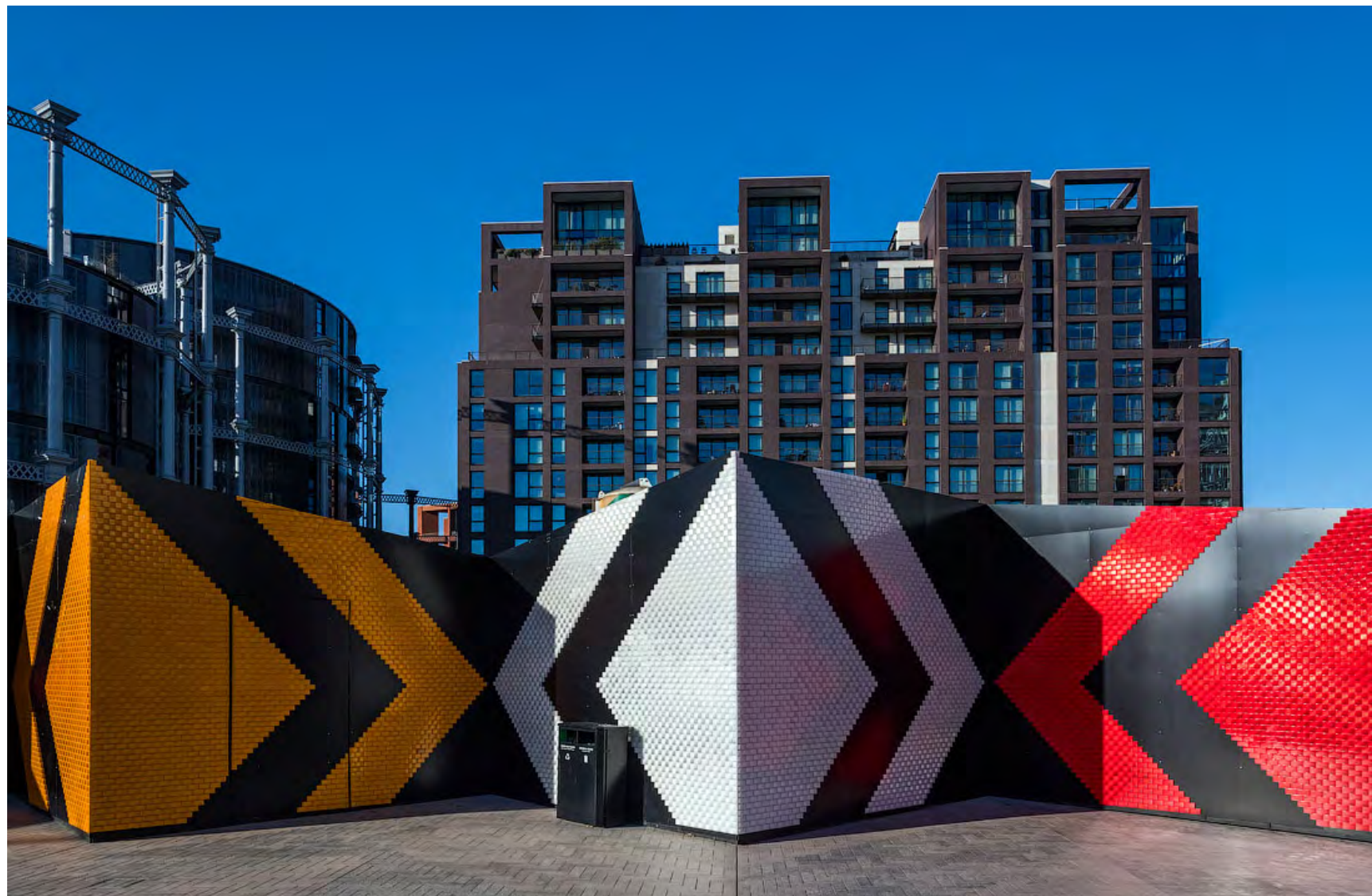
Забор, с которым фотографируются



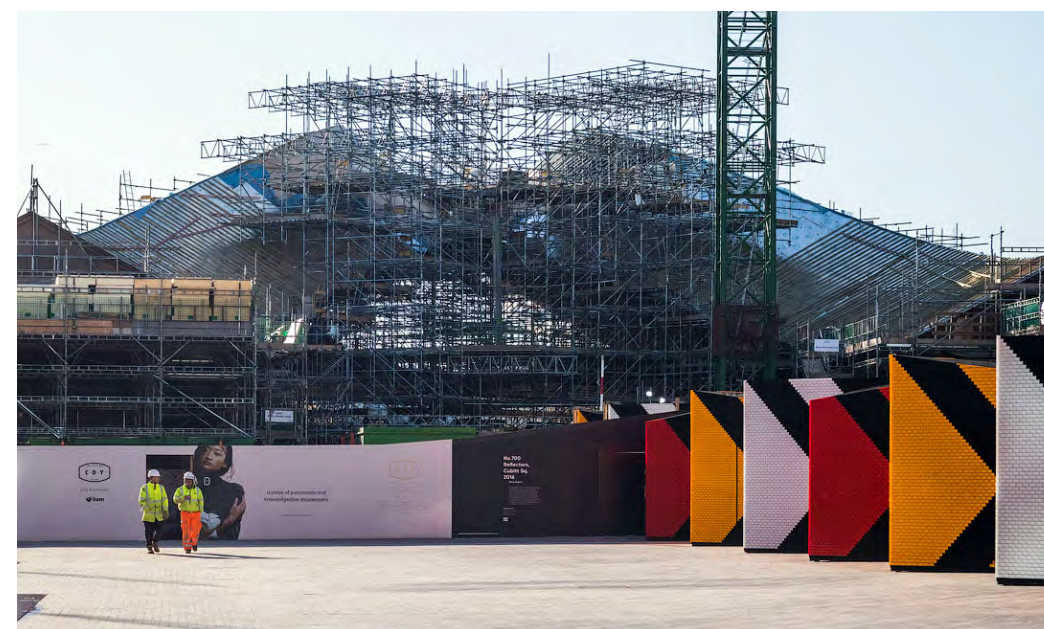


Перфорированные фасадные панели





Забор-гармошка



Катафоты



«Мы относимся к строительству как к искусству и гордимся каждым проектом»

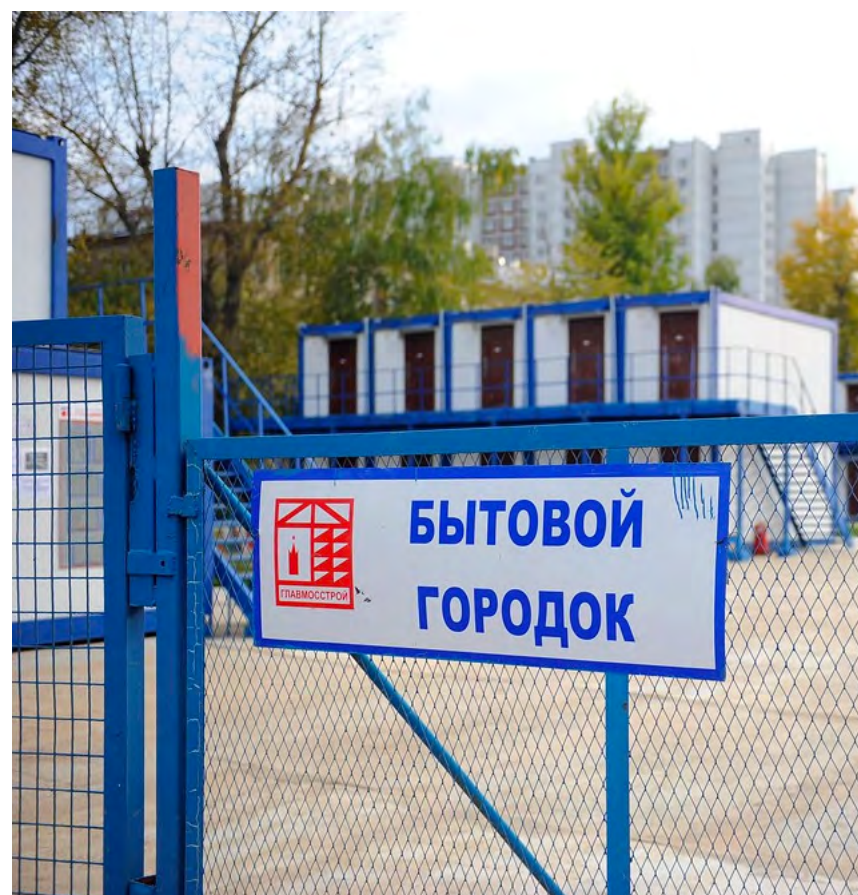
 gkrik



1.8

Требования к оформлению строительного городка





02

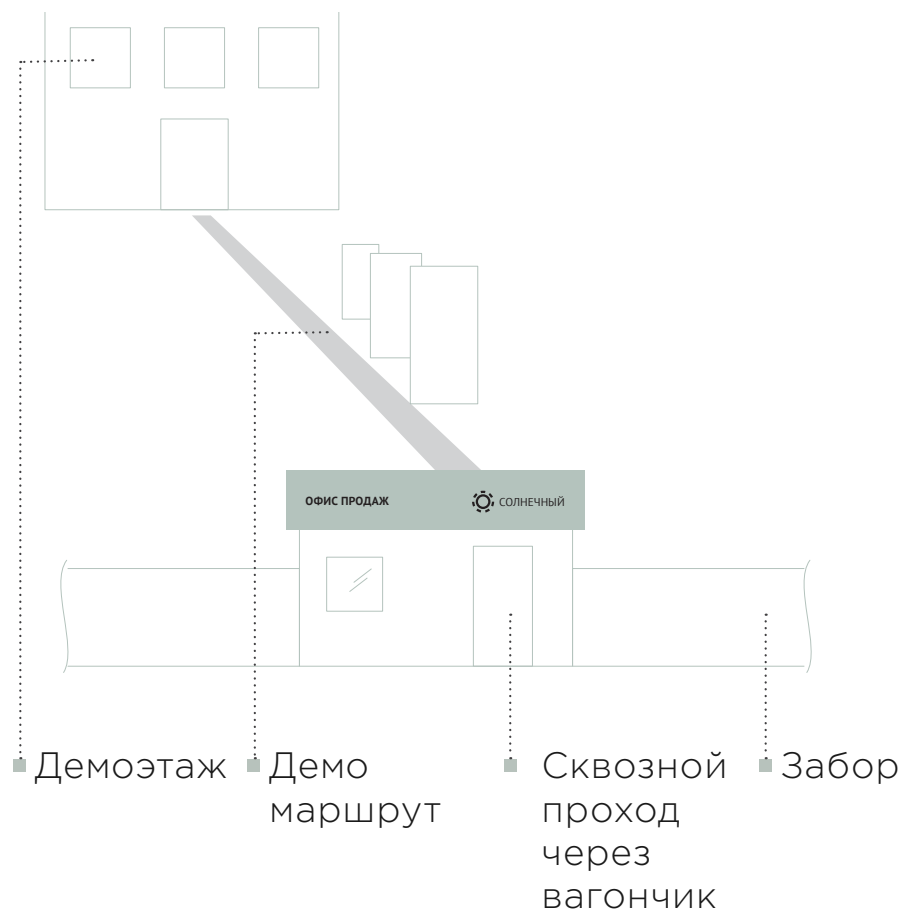
Клиентский демонстрационный офис

- 2.1** Организация демоофисов
- 2.2** Организация пространства демоофисов
- 2.3** Обязательные атрибуты оформления демоофиса
- 2.4** Обязательные атрибуты продаж для менеджера
- 2.5** Нейромаркетинг на демоэтаже

2.0 Разновидности демоофиса



Вагончик



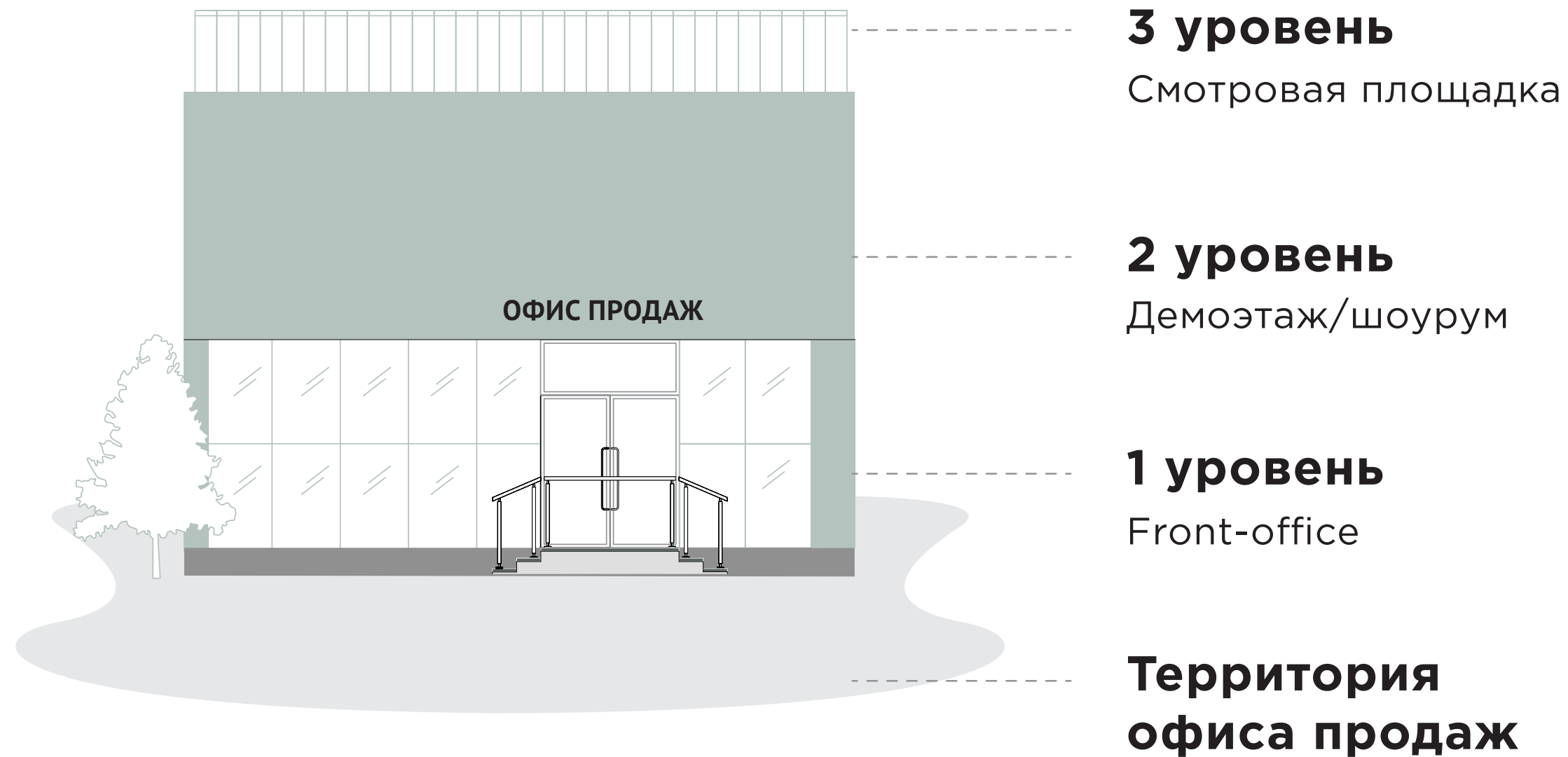
Быстровозводимый офис



Офис в жилом доме



Схема быстровозводимого офиса продаж (на примере ЖК «Символ»)



Офис продаж ЖК «Символ»

Территория офиса



Офис продаж ЖК «Символ»

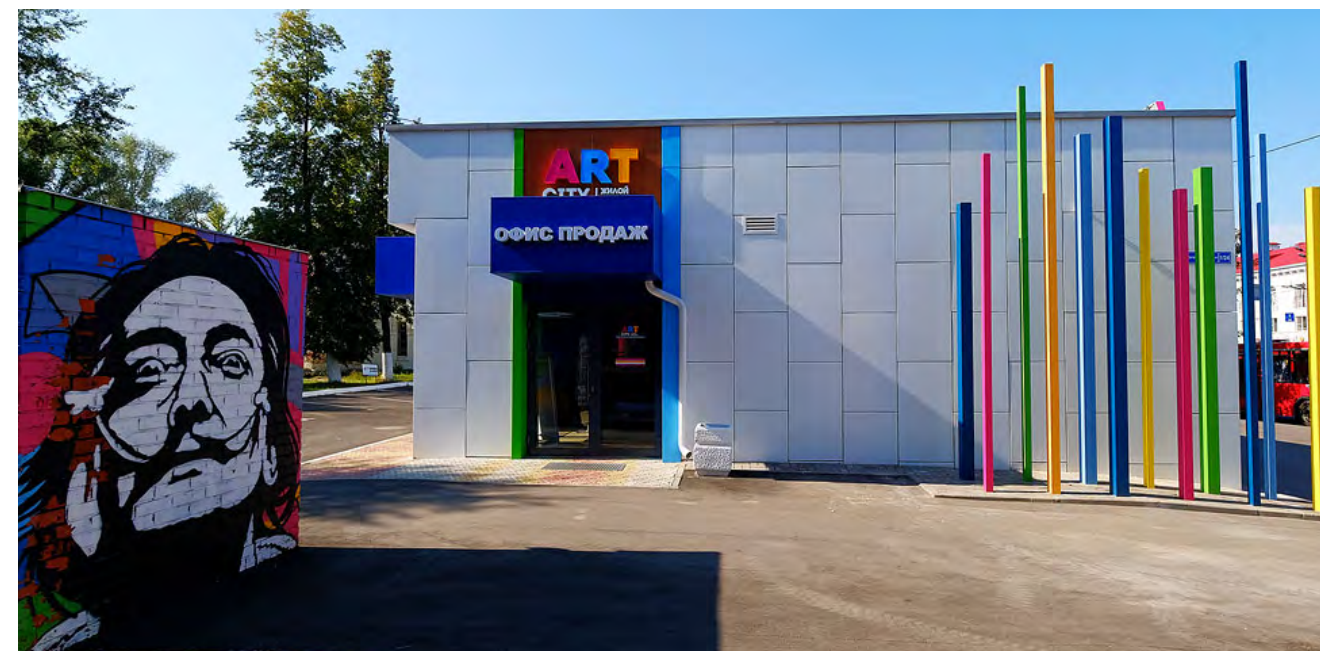
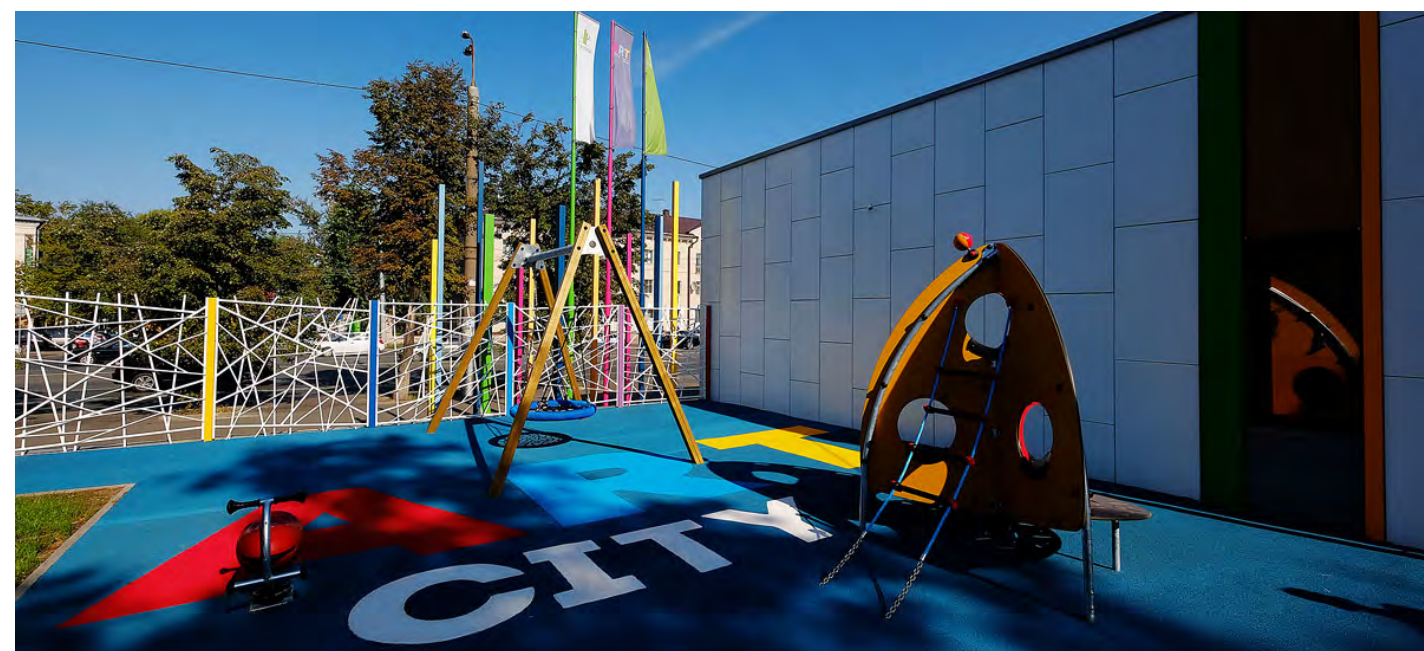
Фронт-офис



SPEAK GENTLY,
LOVE MUCH,
LAUGH A LOT,
WORK HARD,
GIVE FREELY
AND BE KIND

Офис продаж ЖК «Символ» Шоурум





Офис продаж ARTCITY, Казань





Офис продаж ARTCITY Фронт-офис



Мобильные офисы





Карготектура



2.4 Обязательные атрибуты продаж для менеджера



2.5 Нейромаркетинг



Аромамаркетинг
в офисе продаж



Визуальный
мерчендайзинг



Аудиальный
мерчендайзинг



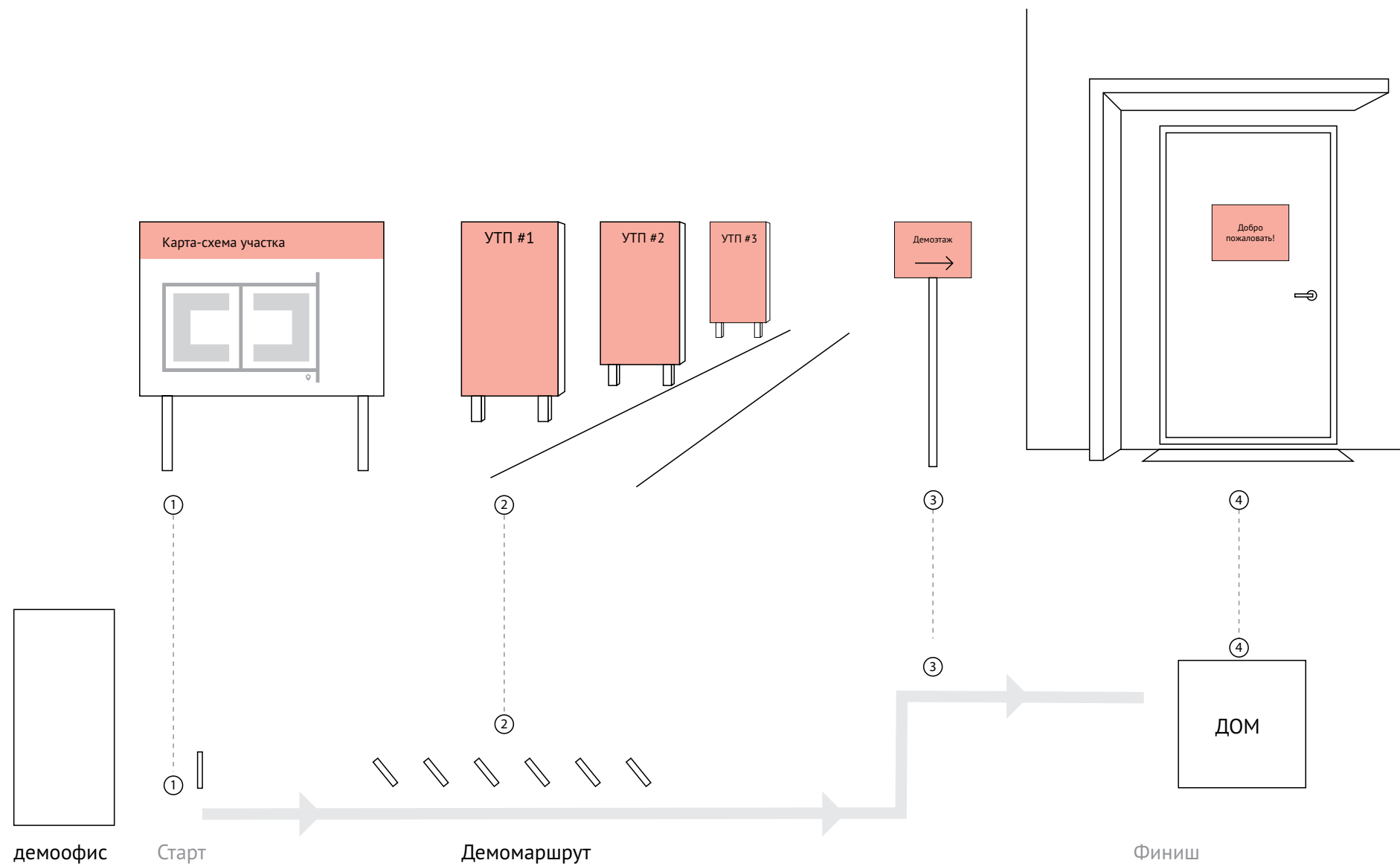
Сенсорный
мерчендайзинг

03

Принципы организации демоэтажей

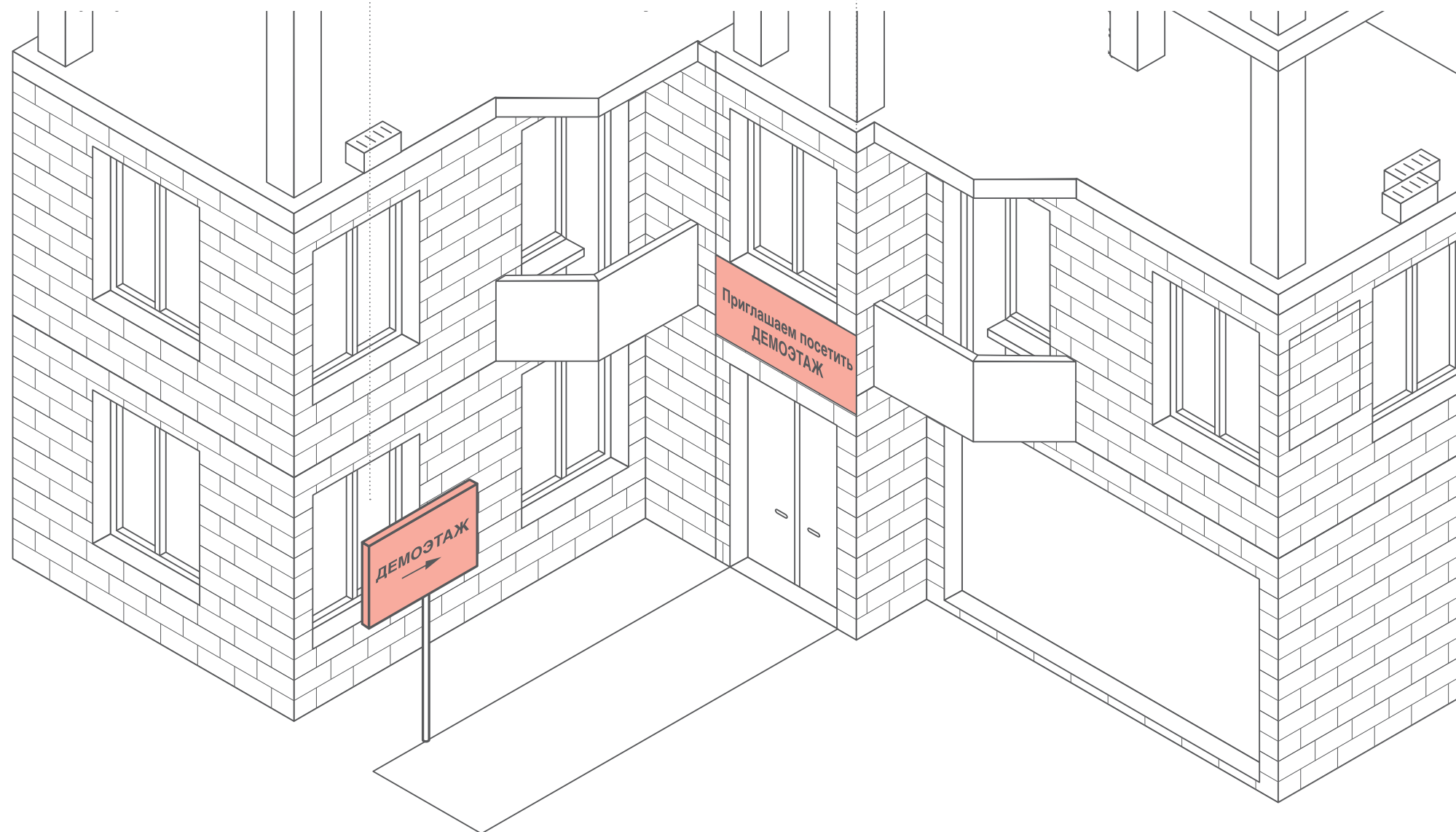
- 3.1** Требования к оформлению демомаршрута
- 3.2** Общие принципы организации демоэтажей
- 3.3** Требования к подготовке демонстрационных этажей
- 3.4** Требования к оформлению демонстрационных этажей

3.1 Требования к оформлению демомаршрута



■ Стрелки-указатели по ходу демомаршрута

■ Вход в подъезд



04

Принципы организации демоквартир

- 4.1** Общие принципы организации демоквартир
- 4.2** Требования к оформлению демоквартир
- 4.3** Требования к оформлению демоквартир с технорумами
- 4.4** Требования к оформлению демоквартир с визуализацией

На каком этапе проекта?



4.2 Требования к оформлению демоквартир

- Планировка квартиры
- Кухня
- Оконные системы
- Входная дверь
- Санузел
- Радиаторы
- Партнерские POSM
- Кондиционеры
- Слаботочные сети



Оконные системы KRAUSS 70 мм

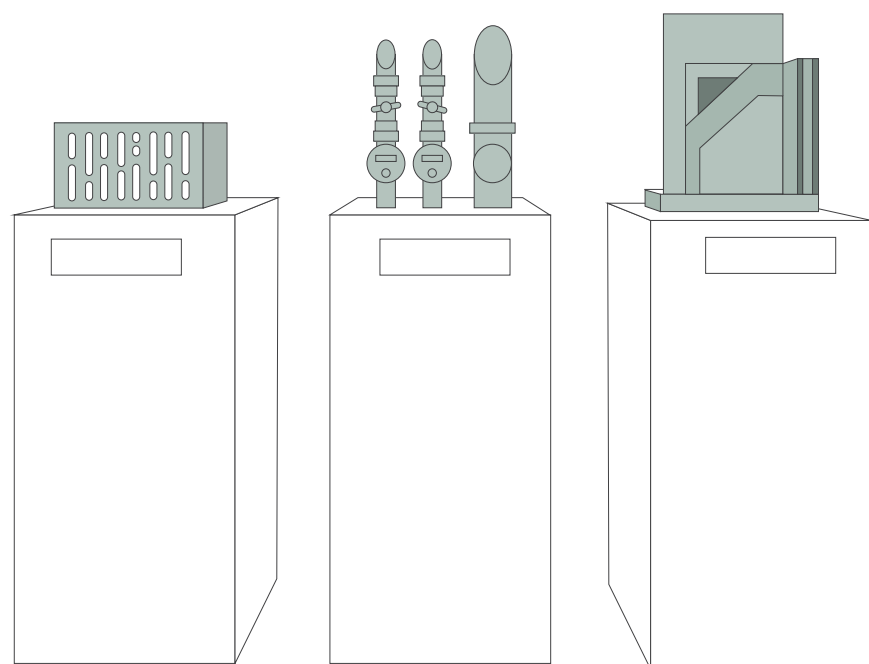
Двухкамерная профильная система предназначена для создания комфортных условий проживания в районах с суровыми климатическими условиями. Конструктивные особенности системы отвечают современным энергоэффективным концепциям в строительстве.

Фотоизображение

Логотип застройщика



4.3 Требования к оформлению демоквартир с технорумами



4.4

Требования к оформлению демоквартир с визуализацией







Отделка квартиры должна соответствовать реальной квартире под сдачу

Свет в демоквартире

Безопасность и чистота



4.4 Конструктор жилья

	Эконом	Комфорт	Бизнес
Классический стиль			
Модерн			



Модерн/бизнес

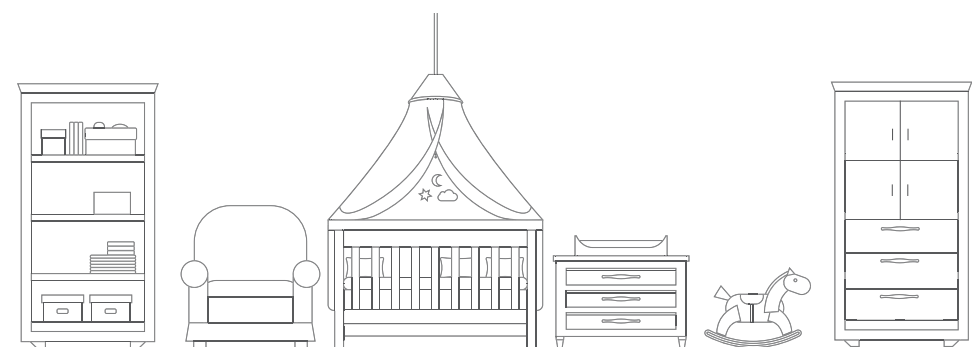
■ Спальня



■ Прихожая



■ Детская

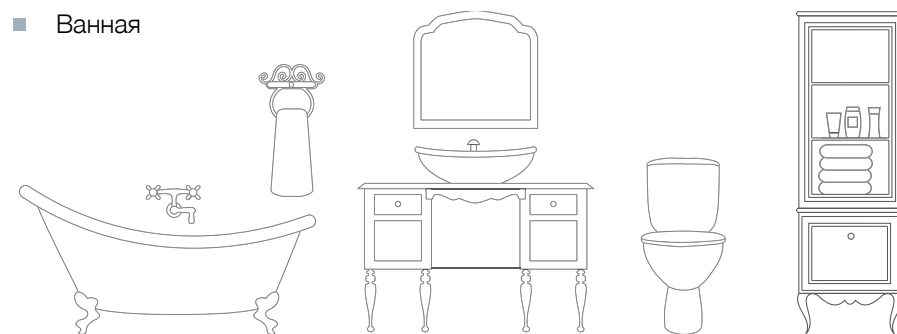


■ Кабинет

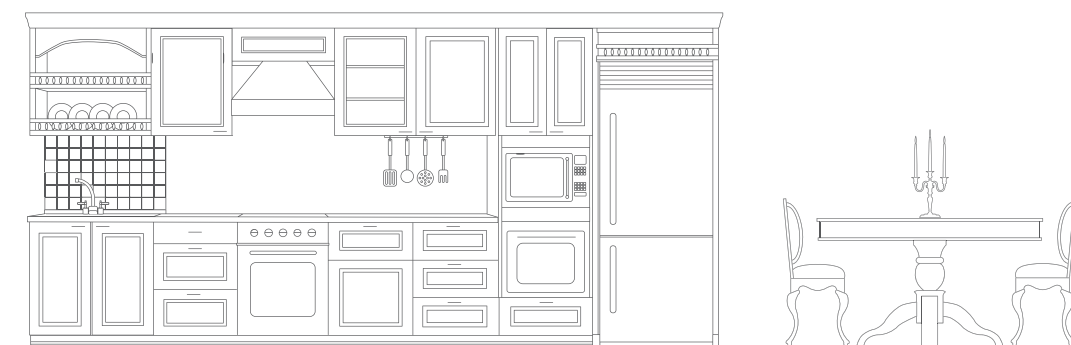


Классика/бизнес

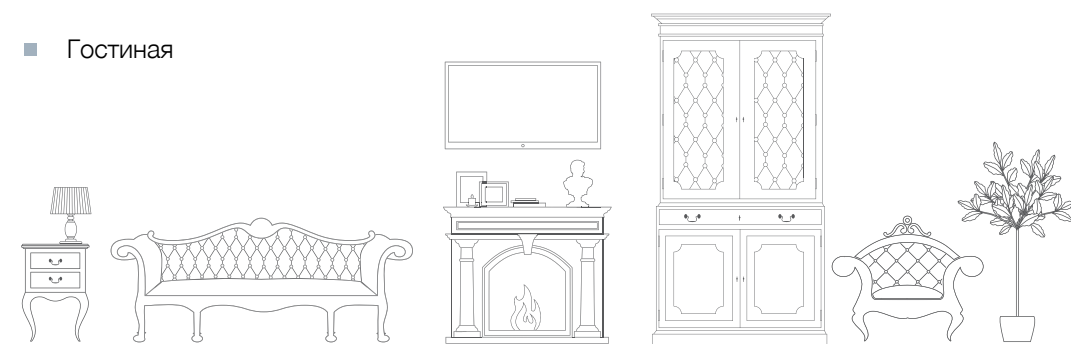
■ Ванная



■ Кухня



■ Гостиная



Модерн_Эконом/комфорт

Спальня



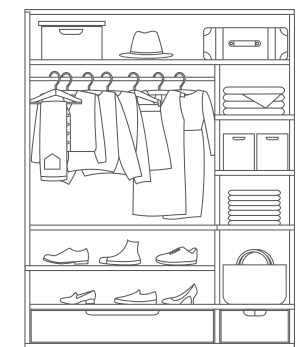
Прихожая



Детская



■ Гардероб



Девелопер и риелтор

Соперничество или сотрудничество

Матрица # Верхний уровень

	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	
Культурологический	Среда, стиль жизни	Цена выше рынка, до 20%	Продаем стиль жизни	Развиваем жителей	Апеллируем к преимуществам проживания	«Я понимаю, что дороже, но я хочу здесь жить»	«Да, дороже, но это действительно другая жизнь»	Культурологический
Продуктовый	Двор, квартал, район	Цена выше рынка, до 10%	Продаем инфраструктуру	ЖКХ + Event	Апеллируем к продукту	«Заплачу чуть больше, но сэкономлю на ремонте»	«Цена соответствует качеству»	Продуктовый
Базовый	Квартира, подъезд, дом	Цена в рынке, допустимо превышение до 5%	Продаем квадратные метры	Жилищно – коммунальный функционал	Апеллируем к цене	«Я не готов платить больше»	«Хорошо и недорого»	Базовый
	ПРОДУКТ	ЦЕНА	ПРОДАЖИ	УПР. КОМПАНИЯ	ПРОДВИЖЕНИЕ	ПОТРЕБИТЕЛИ	ВНЕШНЯЯ СРЕДА	




Новые сущности

Долевое строительство - всё!

Агрегаторы


Агентства-агрегаторы

ДОМКЛИК



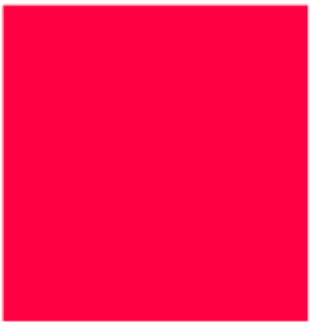
Ключевые тренды состояния рынка

1. Минстрой хедлайнер
2. Банки-администраторы
3. Оптимизация затрат
4. Многоканальность продаж



Эволюция взаимоотношений девелопера и риелтора

до 2007	параллельные миры
2007-2008	первые попытки
2009	переходный период
2010	«КИДОК»
2011-2015	расцвет
2015	шантаж
2015-2018	новые игроки



Риелтор - ЭТО

Единая точка входа

Финансовый консультант

Гарант безопасности

Эксперт

Иногда психотерапевт

Риелтор

ЭТО ВСЁ

Какие задачи решает риелтор девелоперам

(НОВИЧОК):

1. Поставщик данных о потребностях рынка
2. Партнер в разработке продукта
3. Служба продаж или их часть
4. Активатор продаж

Какие задачи решает риелтор девелоперам (опытный игрок):

1. Переброс с вторички к новостройкам
2. Работа с покупателями из других регионов
3. Перехват клиентов у других компаний
4. Псевдо-трейд-ин
5. Информационная поддержка при выводе новых продуктов

Какие задачи решает риелтор девелоперу

(лидер рынка):

1. Снятие нагрузки
в пиковые периоды

2. Защита доли
рынка

Как девелоперу выстроить работу с агентствами



Формы сотрудничества

Эксклюзивное партнерство

Ограниченное партнерство

Открытое партнерство



Формы сотрудничества

Эксклюзивное партнерство

Ограниченное партнерство

Открытое партнерство



Как формировать планы?

A	Ключевые партнеры	70 %
B	Регулярные партнеры	25 %
C	Нерегулярные партнеры	5 %
D	Непартнеры	0 %



КРІ

по доле агентств

	Начало	Хорошо	Системно
Новички	50 – 60%	40 – 50%	35 – 45%
Опытный	15 – 20%	20 – 35%	35 – 40%
Лидер	10 – 12%	12 – 15%	20 – 30%



Как платить?

- Вовремя


- Раз в месяц
(максимум в 2)

Как определить оптимальный размер агентского вознаграждения?

	Рынок покупателя	Сбалансированный	Рынок продавца
Новичок	4-5 %	3,5-4 %	2,5-3 %
Опытный	3-3,5 %	2,5-3 %	1,5-2 %
Лидер	2 %	1,5-2 %	1 %

Как определить оптимальный размер агентского вознаграждения?

	Рынок покупателя	Сбалансированный	Рынок продавца
Новичок	4-5 %	3,5-4 %	2,5-3 %
Опытный	3-3,5 %	2,5-3 %	1,5-2 %
Лидер	2 %	1,5-2 %	1 %



Чему и как обучать риелторов?

Продукт

Взаимодействие с застройщиками

Технологии продаж

Архитектура

Урбанистика

Ещё об обучении

уровни	A	B	C	D
Академия риелтора	X			
Школа риелтора		X	X	
Базовый минимум				X

Как мотивировать продавать быстрее

Увеличить размер вознаграждения за определенное количество сделок


Увеличить размер вознаграждения за определенные объекты

Увеличить вознаграждение за 100% оплату

Дарить «плюшки»

Как разрешать спорные моменты

Вопрос вопросов




Как отследить корректно ли работают партнеры ?

Проверять, проверять, проверять

Как агентству выстроить систему продаж?

взгляд «дилетанта»



Оптимальные системы продаж

	Все продают всё	Специализация
Возможности		
Ограничения		

Все продают всё

Создайте отдел обеспечения

Условия сотрудничества

Планы продаж

Контроль мероприятий

Обновление информации

Обучение

Как использовать ресурсы девелопера для усиления продаж ?

Стать понятным девелоперам

Стать прозрачным для девелопера

Смотреть на девелопера

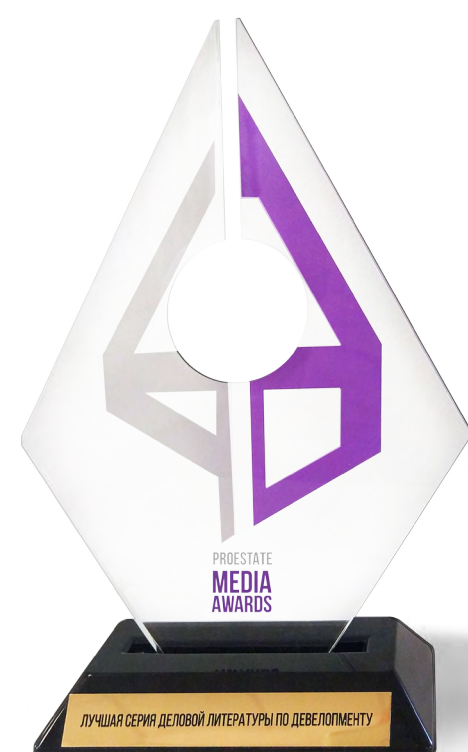
**Думать
вдолгую!**

Библиотека девелопера

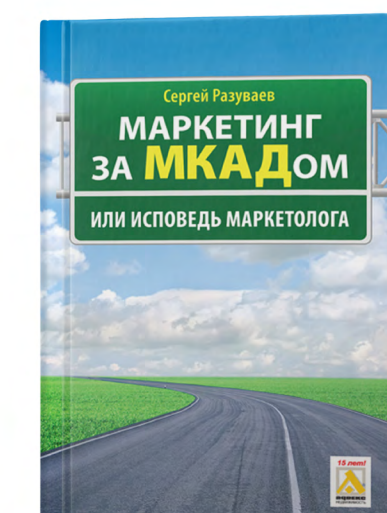
Мы написали серию книг «Библиотека девелопера».

В своих книгах мы подробно рассказываем о подводных камнях и точках роста для девелопера.

Лучшая серия деловой литературы по девелопменту*



Победитель PROESTATE Media Awards 2018 в номинации «Лучшая серия деловой литературы по девелопменту»





GMK

Остались вопросы?
Давайте обсудим!

 [gmkagency](#)

 [razuvaev74](#)

 [GMK_ru](#)

+7 908 874 80 85
razuvaev@gmk.ru