

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

5-9
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ

МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ НЕДВИЖИМОСТИ БИЗНЕС-КЛАССА НА ЧЕРНОМОРСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ – КРИЗИС, КАК ВОЗМОЖНОСТЬ УВЕЛИЧИТЬ ВЫРУЧКУ ВДВОЕ

Докладчик: Дробышева Ирина Владимировна,
директор по маркетингу ГК Метрикс Development.



МАРТ-АПРЕЛЬ 2020

РОСТ СПРОСА НА НЕДВИЖИМОСТЬ НА ЧЕРНОМ МОРЕ СОСТАВИЛ +20%

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УВЕЛИЧЕНИЕ СПРОСА:

Наличие денег и стремление их сберечь

Подорожание зарубежной недвижимости из-за роста валют

Стоимость достойных инвестиционных квартир в Москве достаточно высока.

Самым большим спросом стало пользоваться жильё в Сочи, Севастополе, Ялте.



ПО КАКИМ ПРИЧИНАМ ПОКУПАЮТ КВАРТИРУ (% ответивших)

Улучшить жилищные условия
(метраж, кол-во комнат, тип дома,
кач-во отделки и т.п.)

Сменить съемное жилье на
собственное, не тратить деньги
на аренду

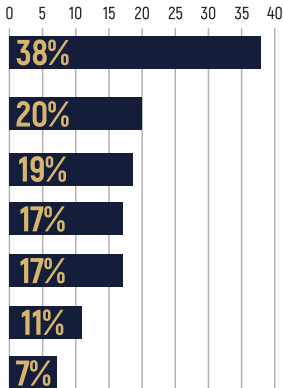
Для детей (чтобы жили отдельно),
для родителей (перевезти ближе)

Вложить деньги (сдавать в аренду,
продать, когда вырастит в цене)

Повысить социальный статус
(престижный район, факт владения
недвижимостью и т.п.)

Переезд в другой город

Съехаться (в случае свадьбы) или
разъехаться (в случае развода) с
супругом(-ой)



Источник: исследование «Как пользователи покупают квартиру»



СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ЖИЛЬЯ В СОЧИ



ПОЧЕМУ КЛИЕНТЫ ПОКУПАЮТ В СОЧИ

- Выгодное географическое расположение. Субтропики позволяют принимать туристов круглый год;
- Пляжи большой протяженностью
- В городе есть оздоровительные комплексы с современным оборудованием;
- Для почитателей активных видов спорта – Красная Поляна;
- Развитая инфраструктура;
- Основной/дополнительный вид дохода.



КАКИЕ МИНУСЫ ВИДИТ ПОТРЕБИТЕЛЬ ПРИ ПОКУПKE ЖИЛЬЯ В СОЧИ

- Большое количество объектов в непосредственной близости к морю всё еще возводятся с нарушением законодательства
- Если объект возводится не по ФЗ 214 – невозможно оформить ипотеку
- Высокая стоимость квадратного метра для большинства клиентов
- Большой туристический поток, который не позволяет реализовать мечту «спокойной и размеренной жизни у моря»



5-9
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ

ВЗВЕСИВ ВСЕ «+» И «-» ПО ОЦЕНКАМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
МЫ НАШЛИ НОВЫЕ УНИКАЛЬНЫЕ ЛОКАЦИИ
ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ НЕСОМНЕННЫХ ПЛЮСОВ, ТАКИЕ КАК
ОЛЬГИНКА. АГОЙ, НЕБУГ



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

5-9
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



Общая площадь земельных участков - 5,74 Га (4,06+1,72 Га)

ДДУ на 150 мест, территория - 0,54 Га

Общая площадь квартир - 66 784 м²,
в том числе: 1 очередь - 53 872, 2 очередь - 12 912 м²
Кол-во квартир - 1977 шт,
в том числе: 1 очередь - 1615 шт, 2 очередь - 362 шт

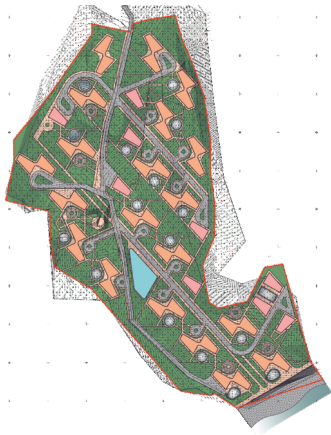
ОЛЬГИНКА



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС**

**5-9
ОКТАБРЯ**

СПБКОНГРЕСС.РФ



ПРОДАВАЕМАЯ ПЛОЩАДЬ
50 040,0 м²

ПЛОЩАДЬ ЗАСТРОЙКИ
19 647,6 м²

ПЛОЩАДЬ ЗАСТРОЙКИ
С УЧЕТОМ БАССЕЙНОВ
22 397,6 м²

АГОЙ



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

5-9
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



НЕБУГ 2

Проектируемый жилой комплекс



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

5-9
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



НЕБУГ

Сдаваемый жилой комплекс



САМОИЗОЛЯЦИЯ. ОСОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕМ, ЧТО В ТАКОЙ СИТУАЦИИ ЛУЧШЕ БЫТЬ БЛИЖЕ К ПРИРОДЕ.

Что было предпринято:

- Оцифрованы все рекламные материалы (буклеты превратились в живые записанные презентации, показы в онлайн встречи в зуме и в цикл сериалов о каждой локации)
- Пришло понимание, что главное не первые строчки в поисковиках, а анализ аналитики и своевременная корректировка ставок + грамотное SEO
- Пришла необходимость в службе контроля качества и измерение уровня NPS, что позволило снизить % забракованных лидов отделами продаж на 13-17% по разным объектам
- Служба продаж стала 3-х уровневой: call центр, телемаркетинг, продажи на местах
- Появилась такая статья расходов, как SERM – управление репутацией Застройщика в сети, благодаря которому рейтинг каждого ЖК и компании увеличился вдвое
- Разработана система обратного выкупа квартир, что позволило дать потенциальному клиенту полное чувство безопасности
- Сформирована сервисная служба и, согласно исследованию рынка часть будущих застройщиков превратились в апарт отели, для каждого покупателя есть свой расчет возврата инвестиций
- Сформирован качественный точечный PR вокруг закрытия границ и + анонс от государственных властей о прокладывании прямой трассы Джубга-Сочи к 2030 году (объекты попадают в этот участок)



Таким образом, грамотный микс маркетинговых инструментов позволил в период апрель-май сделать следующие плохо совместимые вещи:

Поднять цены на 1 м² с 70 000 Р до 90 000 Р
(по отдельным видовым квартирам) и на фоне этих изменений
(даже на их фоне 😊) – увеличить выручку от продажи ЖК в 2 раза

**САМОЕ ВАЖНОЕ! ВСЕ КОМПЛЕКСЫ ПРОДАВАЛИСЬ В ЭТО ВРЕМЯ
ТОЛЬКО ЧЕРЕЗ ПРЯМОЙ КАНАЛ ПРОДАЖ.**

5-9
ОКТАБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС

5-9
ОКТЯБРЯ

СПБКОНГРЕСС.РФ

Спасибо за внимание.
Буду рада ответить на Ваши вопросы.

Дробышева Ирина Владимировна,
директор по маркетингу ГК Метрикс Development

+7 952 813 52 81

Drobysheva.i@metriks.ru

 **МЕТРИКС**
DEVELOPMENT

