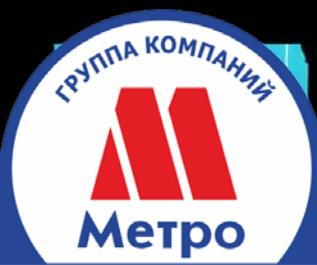


Агентство недвижимости и застройщик: проблемы и перспективы взаимодействия

Руководитель Департамента новостроек
ГК «Метро»
Якунина Ольга Олеговна
Г. ЯРОСЛАВЛЬ



www.yarmetro.ru

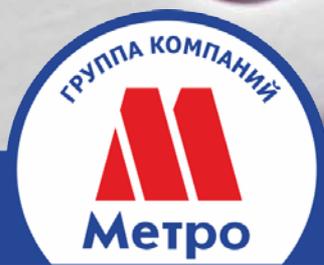
1. Застройщик: проблемы взаимодействия

Отсутствие
ориентации на
рынок и
потребителя

Выбор
места застройки

Определение
цены

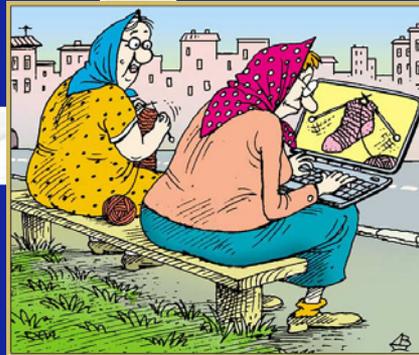
Ошибки в ориентации
(уровень отделки,
класс объекта)



Причины

Отсутствие аналитики
на стадии
проектирования и
выбора земельного
участка

Следование старым
стандартам



Неприятие новых
трендов и
прогрессивных
тенденций на рынке

«Жадность»



ГРУППА КОМПАНИЙ

Метро

Другие возможные «негативные факторы» от застройщиков

Некачественное строительство и отделка

Задержка сроков сдачи

Трудности с реализацией

Нарушение законодательства



Пути решения проблем

Взаимодействие с профессионалами рынка недвижимости и другими участниками рынка на всех стадиях

- Риэлторы
- Аналитики и оценщики
- Юристы
- Исследовательские центры

Изменение подхода к строительству, использование современных качественных технологий и материалов

- Ответственность
- Ориентация на потребности потребителя и на реалии рынка



ВАРИАНТЫ ПРОДАЖ – свой отдел продаж

Дополнительные
расходы – аренда,
зар.платы, реклама и
т.д.

Сложно найти
профессионалов –
низкий уровень
сотрудников,
некачественная работа

Отсутствие мотивации -
зарплата, прием
входящих звонков.

Сложно дозвониться,
получить более
подробную
информацию

Отсутствие
дополнительных услуг и
юридического
консультирования



Пути решения проблем

Создать свой профессиональный отдел продаж

- Занимает много времени и сил
- Не факт, что это удастся

Обратиться к профессионалам рынка

- Экономия времени, средств, сил
- Быстрый результат
- Необходимо тщательно выбирать партнеров

Создать свой отдел продаж + обратиться к профессионалам

- Больше затрат
- Возможны конфликтные ситуации
- Клиентский поток рассеивается



Профессиональный отдел продаж партнера

Определенная ставка вознаграждения + возможно отдельно оплата рекламных расходов (не рекомендуется, либо должны быть четко прописаны процедуры взаимодействия – сроки и т.п.)

Команда профессионалов, нацеленная на результат

Наличие дополнительных сервисов для клиента – продажа вторичного жилья, оформление ипотеки, мат.капиталов, решение сложных юридических вопросов и т.д.

Тесное взаимодействие с другими участниками рынка – аналитиками, юристами, банками, налоговой инспекцией и т.п.

Контроль качества, рекламы, планирование, постпродажное обслуживание клиентов, юридическое сопровождение сделки и т.п.



2. Перспективы взаимодействия: сотрудничество

Сближение и консолидация всех участников рынка недвижимости

- Единая цель и интересы
- Единая политика
- Отстаивание своей позиции и удержание своего места на рынке

Совместное использование современных технологий на всех этапах строительства и реализации

- Ориентация на реальный рынок и конкретного потребителя
- Высокий уровень продаж
- Авторитет и удержание своего места на рынке

ДЕПАРТАМЕНТ НОВОСТРОЕК

Департамент новостроек

Продажи,
технологии

Доп.сервисы

Аналитика

Реклама и
PR

Исследо-
вания

Контроль

Аккредитация,
земельные участки,
ипотека

ГРУППА КОМПАНИЙ



Метро

Пути развития:

Пиар – статьи и интервью для изменения менталитета застройщиков и их позиций, наружная реклама

Положительные примеры взаимодействия

Общение на всех уровнях, включая Департамент строительства области и иные органы власти

Освоение все больших объемов рынка, привлечение всех участников рынка

Оказание комплекса услуг

**БЛАГОДАРЮ
ЗА
ВНИМАНИЕ!**



www.yarmetro.ru