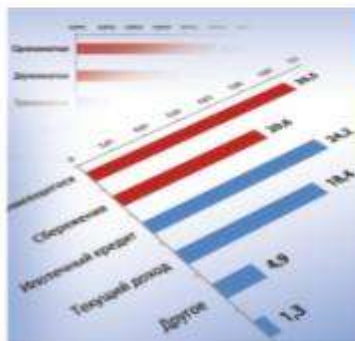


2012

4 октября

NORMINFO



**Исследование покупательского поведения на рынке строящегося жилья
Взаимодействие с застройщиком**



«То немногое, что вам известно о вашем клиенте,
гораздо важнее всего того,
что вы знаете о своем продукте.»

Харви Маккей



Маркетинговые исследования

■ Количественные:

уличные опросы
телефонные опросы
квартирные опросы
опросы на выставках

■ Качественные:

глубинные интервью
фокус-группы
экспертные оценки
mystery-shopping



Уникальная площадка для исследований



Норминфо проводит опросы специалистов и посетителей выставки Жилищный проект дважды в год с 2010 г.





Цели исследования:

1. Определить портрет посетителя выставки Жилищный Проект.
2. Описать характеристики спроса на первичном рынке жилья.

Метод исследования:

Стандартизованное личное интервью с посетителями Жилищного проекта в момент осмотра экспозиций.

Сроки проведения: февраль 2012 г



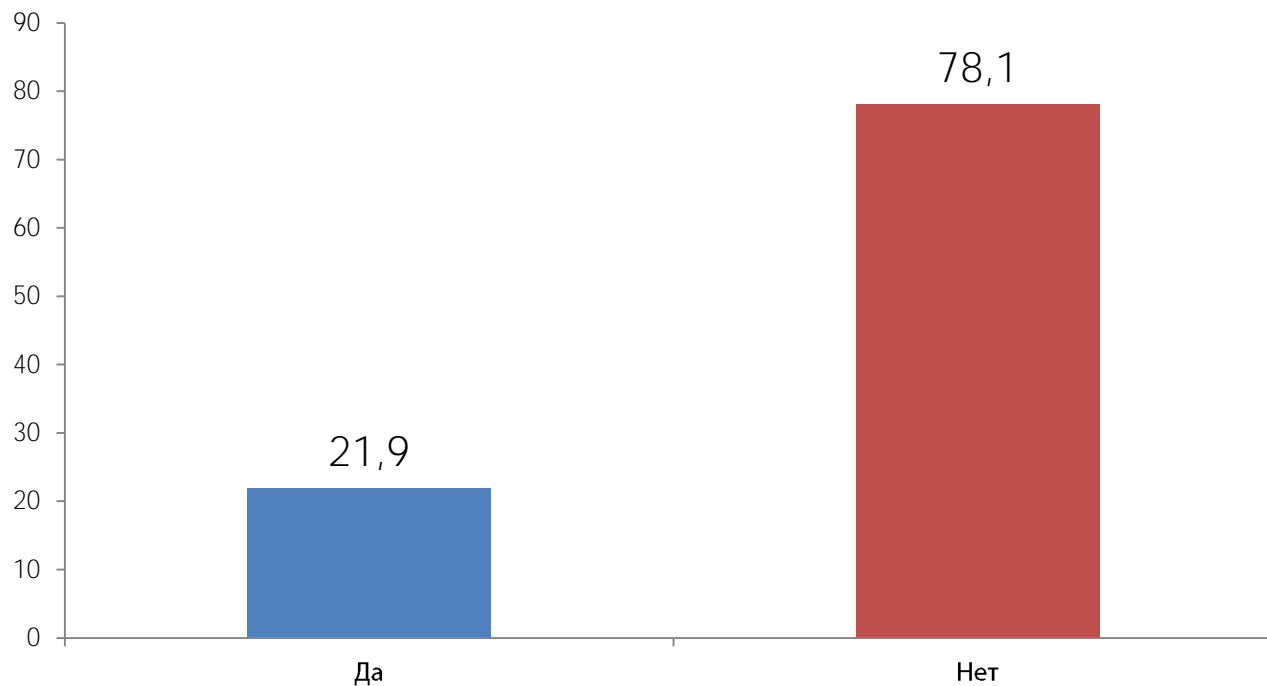


Исследования потребительского поведения и предпочтений клиентов на разных этапах:

- 1 Выбор объекта и компании
- 2 Заключение договора
- 3 Ожидание сдачи дома



Опыт приобретения жилья на первичном рынке (%)





Испытывает ли волнение покупатель жилья перед покупкой квартиры (%)

Нет: 42,3%



Да: 57,7%



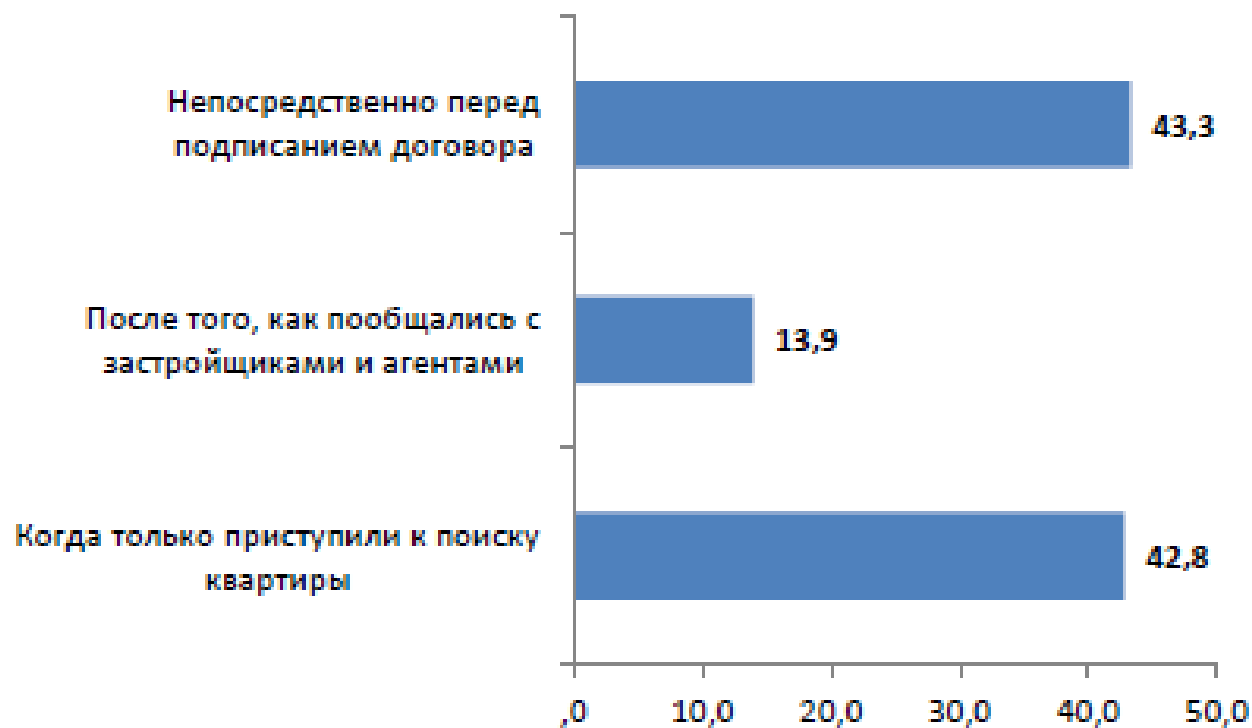


Потребитель встречается с различными типами риска:

- Финансовый
- Функциональный
- Психологический
- Риск для здоровья
- Общественный риск



Когда покупатель жилья начинает волноваться (%)



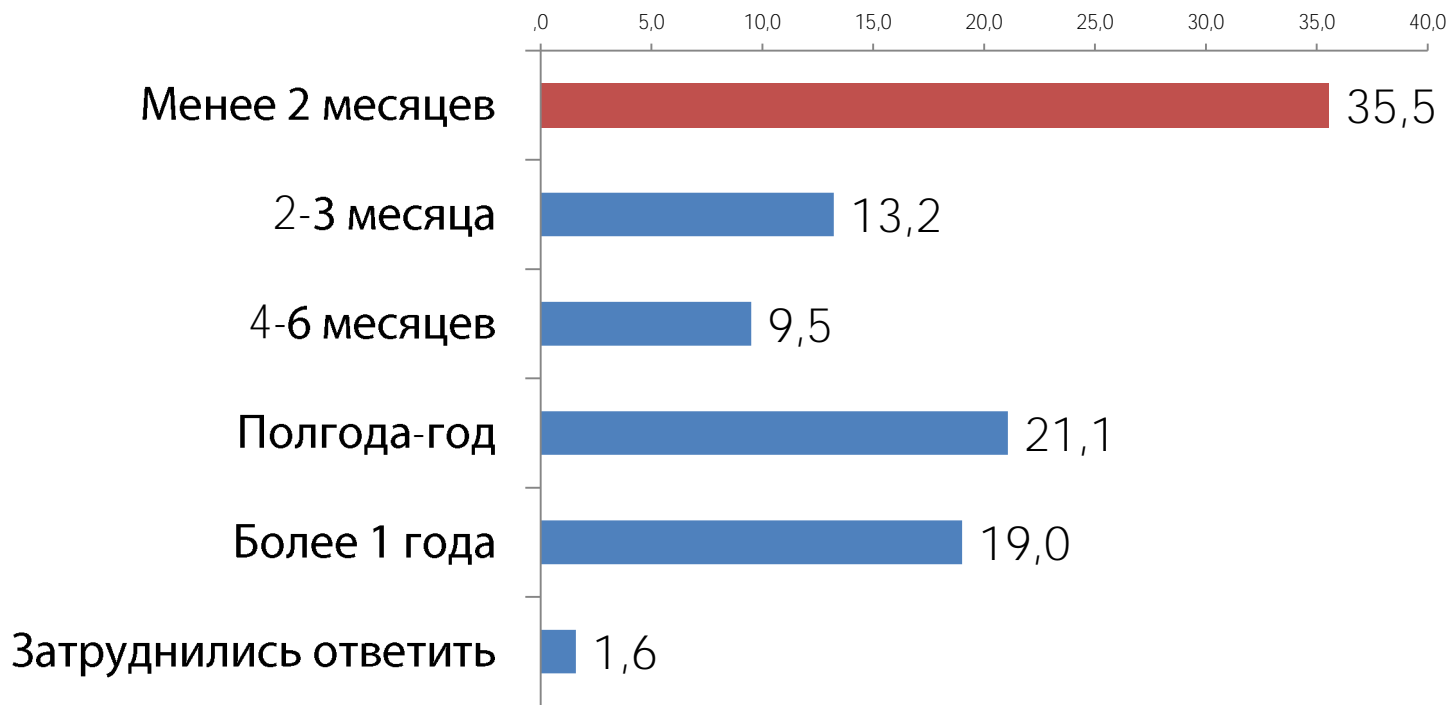


Цель покупки жилья (%)



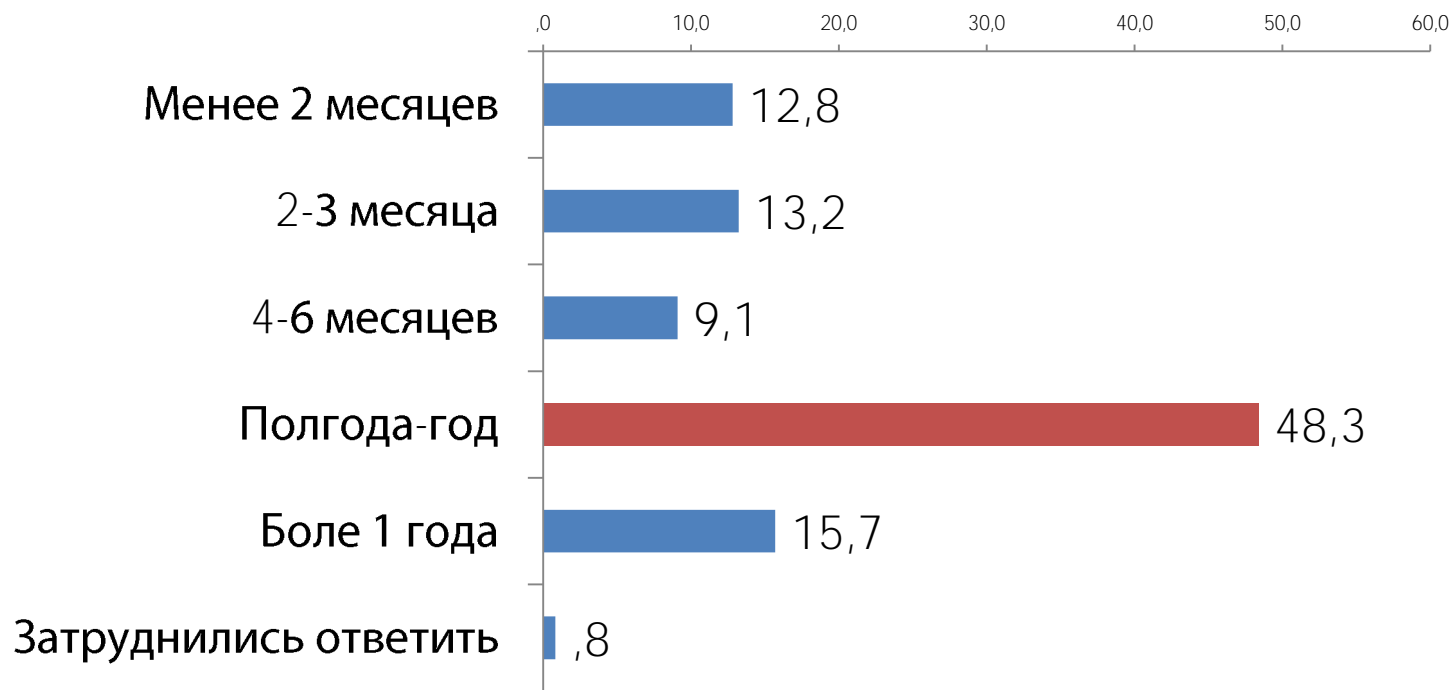


Как давно целенаправленно ищут жилье (%)



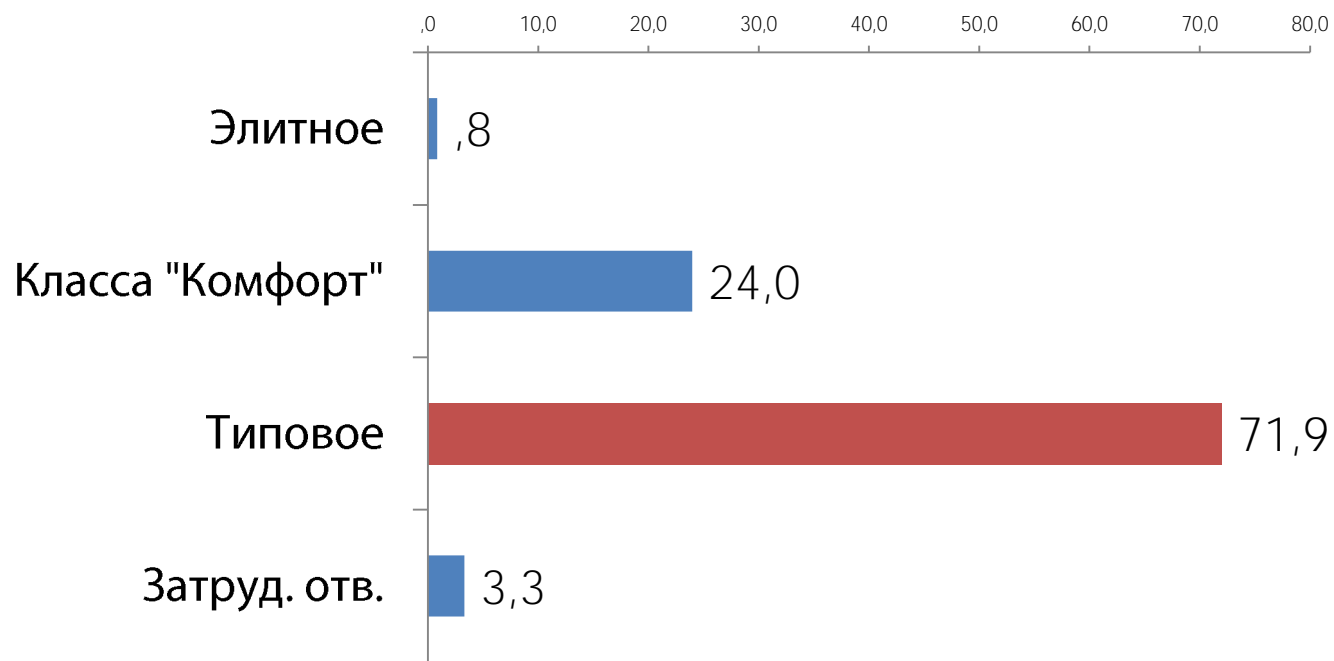


Период планируемой покупки квартиры (%)



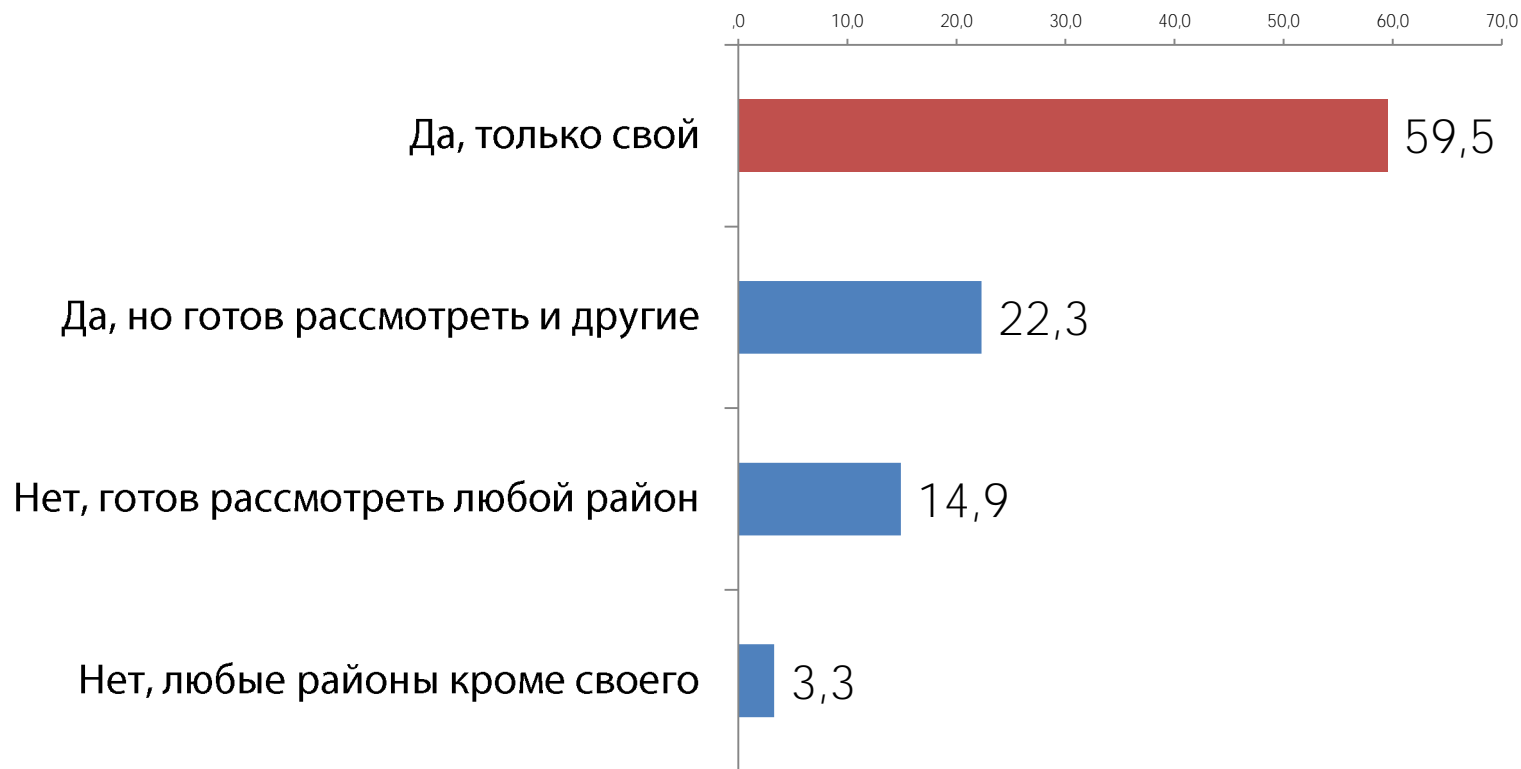


Класс жилья (%)





Рассматривают только свой район



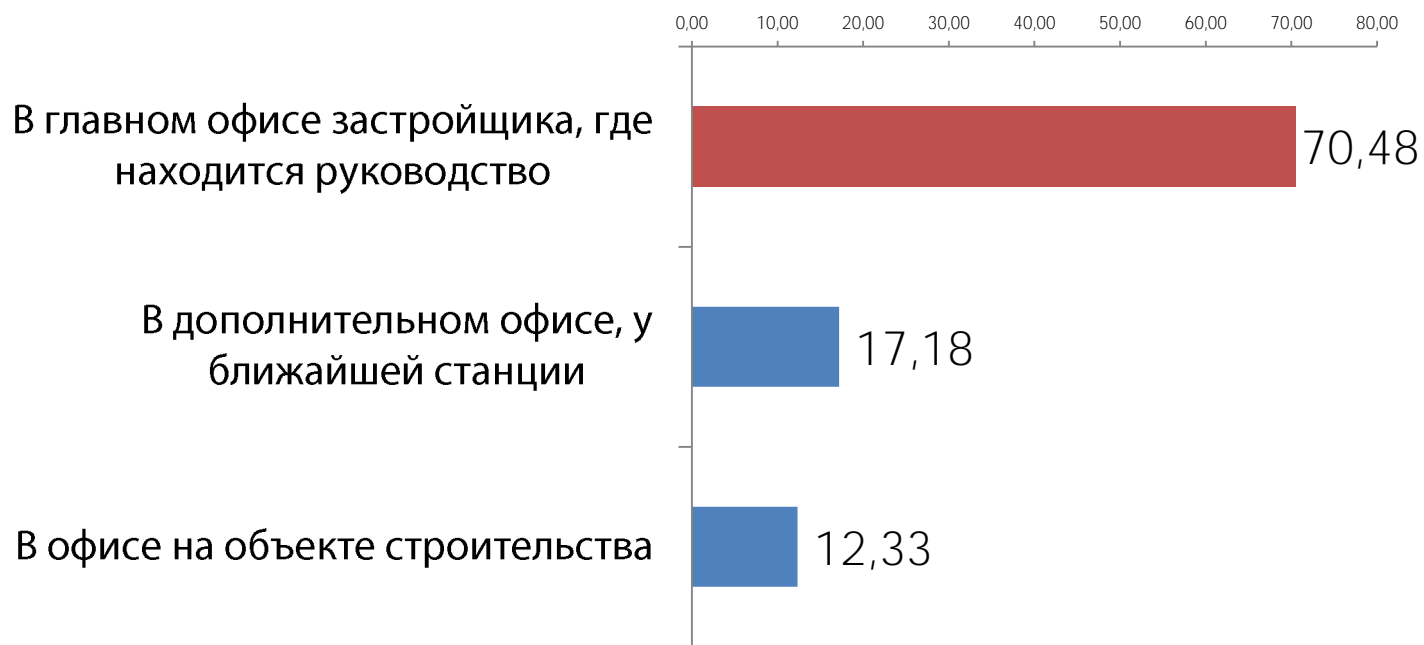


Источник финансирования при покупке жилья (%)





Где удобно заключить договор



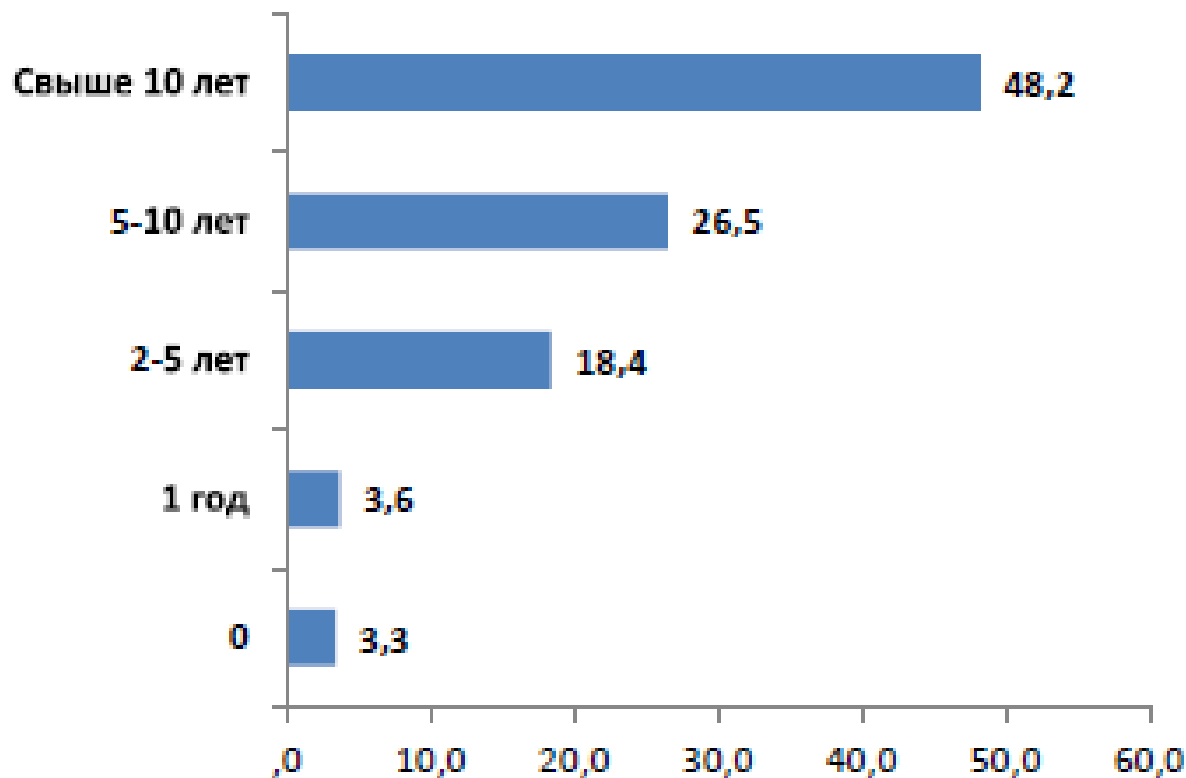


Ожидания от отдела сервиса (%), без учета значений меньше 1%





Как долго после покупки квартиры респондент не приступит к поиску новой (%)





Что значит удовлетворенный покупатель?

**Позитивную информацию
узнают 2 человека**



**Негативную информацию
узнают 11 человек**





Ваш вопрос- наш ответ!

Что еще можно узнать методом исследования?

- Тестировать рекламные сообщения
- Оценить эффективность коммуникаций
- Определить Профиль клиента
- Получить информацию о конкурентах





Аналитика | Мониторинг | Исследования | Прогнозирование

Мы предоставляем
актуальную, достоверную, детальную
информацию о рынке строящейся
недвижимости

Спасибо за внимание!