ДОМ ДЕНЬГИ

Скинуть все лишнее

акции

Новогодние бонусы и распродажи стали привычным явлением, а потому клиенты ждут их независимо от ситуации на рынке. С одной стороны, компании по-прежнему используют классический прием — предоставление новогодних скидок. С другой — стараются сделать это сюрпризом. Свои волшебные приемы компании держат в тайне до последнего.

Что это было? Как это будет?

В компании «ДОН-Строй» существует традиция: накануне зимних праздников появляется новогоднее предложение, в рамках которого действуют специальные условия на покупку квартир, так называемый новогодний прайс-лист. Праздничное предложение обычно распространяется на всю линейку новостроек компании, находящихся в продаже (как правило, семь-восемь объектов). В нем участвуют дома всех категорий — от бизнес-класса до de luxe, расположенные в разных районах Москвы. В этом году «Новогодние идеи-2008» будут действительны с середины ноября по 25 декабря. В рамках акции покупатель может приобрести квартиру в одном из объектов «ДОН-Строя» на очень выгодных условиях — заплатив примерно на 10% меньше, чем вне рамок акции.

О своем специальном праздничном предложении скоро объявит и «БЕСТ-Недвижимость». В компании решили отказаться от классических скидок, которые обычно предоставляли зимой (15–25%), и предлагают клиентам принять участие в акции «2+2». «Это покупка наших объектов с фиксированной разовой платой в размере 2 тыс. у. е. плюс 2%,— рассказывает генеральный директор компании „БЕСТ-Недвижимость“ Лариса Патлух.— А также каждому обратившемуся к нам клиенту мы дарим еще два подарка. Таким образом, наша новогодняя акция будет звучать как „два плюс два плюс два подарка“». Объявлять, какие именно приятные сюрпризы ждут покупателей, компания не будет. Но это еще не все. «Все клиенты, которые заключат с нами договор в период с декабря по январь и завершат сделку с нашей помощью, получат специальный сертификат „Зима-2008. Подарок для друга“, в котором будет указана фиксированная скидочная сумма 8002 рубля»,— добавляет госпожа Патлух. Выбор такой акции в компании объясняют сразу двумя причинами: «Наше предложение содержит как материальную, так и нематериальную выгоду для клиента. Оно и дешевле, и приятнее. Например, тот же сертификат. Мы показываем нашим клиентам, что уже позаботились о том, что они смогут подарить своим друзьям».

В группе компаний ПИК раскрывать карты не стали, но намекнули, что без подарков никто из клиентов не останется. Дмитрий Ивлев, директор по рекламе и PR, привел в пример прошлогодний новогодний сюрприз: «Группа компаний ПИК регулярно проводит акции для приобретателей квартир, предлагает различные бонусы. Безусловно, такая система поощрений эффективна на рынке, так как повышает интерес клиентов к нашим объектам, является дополнительным стимулом для приобретения жилья. В прошлом году перед Новым годом мы проводили акцию „КуПИКвартиру без 5“. Принять участие в акции смогли все, кто принял решение о приобретении квартиры в Первой ипотечной компании и в офисах компании „ПИК-Регион“ в Москве и Московской области в период с 20 ноября по 31 декабря 2006 года, им предоставлялась скидка 5%. Нечто подобное будет и в этом году, но рассказать об этом мы пока не можем, это должно стать приятным сюрпризом для наших клиентов».

Новогодние подарки чаще заставляют клиентов улыбаться, чем потирать руки от полученной выгоды ФОТО ДМИТРИЯ ЛЕКАЯ

Радовать своих клиентов будут и в «Миэль-Брокеридж». Они уже сейчас вовсю рекламируют новое предложение. Совместно с партнером компании Росевробанком с 1 ноября 2007 года по 31 января 2008 года в «Миэле» запускают специальную новогоднюю акцию «С Новым годом — с новым домом!». В течение этого периода клиентам, планирующим приобрести недвижимость в кредит, предоставят существенные преференции в виде льготных тарифов и бонусов от каждого из партнеров-организаторов, ряд бесплатных услуг, а также снижение ставок на 0,5% (но не менее чем до 9,5%) и рассмотрение документов по ускоренной процедуре — за один рабочий день. По словам заместителя генерального директора «Миэль-Брокеридж» Алексея Шленова, «уникальная совместная программа даст возможность многим людям в преддверии Нового года воплотить мечту о жилье в реальность на выгодных условиях».

В рамках акции «С Новым годом — с новым домом!» в компании предлагают специальные условия на услуги и на вторичном рынке жилья Москвы и Московской области. В качестве бонуса специалисты «Миэль-Брокеридж» проводят консультирование в офисах компании, предварительный анализ кредитоспособности, подбор оптимального для клиента варианта ипотечной программы, оказывают помощь в сборе пакета документов для рассмотрения заявки на кредит и в получении одобрения банка на предоставление ипотечного кредита.

Скидки в стиле кантри

Не скупятся на новогодние сюрпризы и продавцы загородной недвижимости. Предоставить своим клиентам уютный особняк на специальных «зимних» условиях готово большинство компаний.

В Delta Realty, как рассказала корреспонденту «Ъ-Дома» PR-менеджер компании Полина Лебедева, «новогодние скидки в размере 5% ждут покупателей домов в коттеджном поселке „Михалково“ на Можайском шоссе и домов в Жуковке на Рублевке, а также бесплатный дизайн-проект для нового жилья».

Готовят сюрпризы и в компании Villagio Estate. По словам Павла Трейваса, директора департамента реализации Villagio Estate — девелопера элитных загородных поселков корпорации «Инком», их клиенты привыкли к грандиозным праздничным акциям, и этот год не станет исключением: «В это время мы предлагаем особые, уникальные условия приобретения домовладений в наших поселках. В прошлом году это была эксклюзивная скидка на покупку домовладения, размер которой превышал стандартную. За счет подобного рода акций нам удается привлечь дополнительное внимание клиентов к нашим проектам. Это повышает инвестиционную привлекательность участков и увеличивает продажи. На это время приходится пик продаж домов в наших поселках». На этот раз Villagio Estate рассматривает возможность преподнесения особого, эксклюзивного подарка для своих покупателей. В настоящее время в компании разрабатывают различные варианты новогодних акций. Одна из идей — при покупке домовладения в качестве подарка преподнести уникальную дополнительную услугу по обустройству экстерьера дома.

Преподносить клиентам новогодние сюрпризы — давняя традиция и в Vesco Group. «Ранее мы уже проводили ряд рекламных кампаний на Новый год, в основном это были бонусы, а именно дополнительные услуги, которые могли получить наши клиенты в период новогодних праздников,— вспоминает заместитель генерального директора Vesco Group Андрей Федака.— Покупатели проявляли определенный интерес к подобным акциям, и тем не менее в этом году мы решили отдать предпочтение рекламным акциям по системе „подарок за покупку“, тем самым совместив приятное с полезным». В холдинге подготовили пакет новогодних идей. «В период рождественских праздников всем покупателям подряда на строительство дома в одном из коттеджных поселков, реализацией которых занимается Vesco Group, компания готовит новогодние подарки. Так, каждому купившему участок с подрядом в коттеджном поселке „Истринские усадьбы“ мы дарим снегоход Yamaha, в загородном поселке „Лесавино“ — комплект горнолыжного обмундирования, в случае приобретения подряда на строительство дома в клубном поселке Linden Park покупатель может получить поездку на двоих на горнолыжный курорт, а в поселке премиум-класса Padikoff — снегоуборочную машину»,— рассказывает Андрей Федака.

От проведения специальных новогодних мероприятий для своих клиентов компании постепенно отказываются. Вызвано это прежде всего занятостью покупателей. В компании «Усадьба» приводят пример: «Два года назад мы устраивали турнир по мини-гольфу Usadba Open для клиентов и партнеров компании. Соревнование в большей степени было рассчитано на непрофессионалов — любителей гольфа. Впрочем, привлечение опытных инструкторов позволило принять участие в игре людям без специальных знаний и навыков. Но в последнее время новогодних мероприятий мы, как правило, не устраиваем, поскольку большинство наших клиентов уезжают на рождественские каникулы, предпочитая для этого другое время года и другие поводы, в частности день рождения компании».

Роскошь на 100%

Но даже самые яркие и заманчивые новогодние предложение не всегда становятся приманкой для клиентов, особенно если речь идет о жилье самого высокого класса. Практика компаний, занимающихся реализацией такого жилья, показала, что его покупатели в бонусах не нуждаются.

«Новый год, как и остальные праздники, не так сильно влияет на маркетинговую политику компаний, работающих в сфере недвижимости, тем более элитной, как, скажем, на игроков потребительского рынка. Классические новогодние акции, тем более скидки, для эксклюзивной недвижимости вещь нетипичная,— отмечает Светлана Земцова, директор департамента рекламы и маркетинга компании „Усадьба“.— Чаще речь идет о мероприятиях и подарках для постоянных или потенциальных клиентов».

Тем не менее праздник есть праздник, и без подарков никто не останется. В той же «Усадьбе» готовят специальные поздравления и подарки, которые «могут быть использованы в домашнем обиходе и добавляют уюта загородному дому».

То, что праздничные предложения не радуют состоятельных клиентов, подтверждает и Павел Здрадовский, генеральный директор компании Paul's Yard: «Так как мы работаем с очень специфическим сегментом — роскошью, для нас дополнительно стимулировать продажи недвижимости не требуется. К тому же к такому эксклюзивному товару, как жилье класса de luxe, понятие „распродажа“ просто неприменимо. Оно, наоборот, отталкивает потенциальных клиентов, которые могут подумать, что за счет объявления скидок и акций компания пытается скрыть какие-то недостатки проекта».

Юлия Редькина, директор по маркетингу и PR компании Tweed, приводит еще более прагматичное объяснение: «Агентства недвижимости, как правило, не устраивают распродаж и скидочных акций по нескольким причинам. Одна из них — агентства не вправе снижать цены и демпинговать. Элитный рынок очень узкий, и на нем все продают по плюс-минус одинаковым ценам. Таких случаев, чтобы одно из агентств вдруг начало давать скидки на объект, находящийся на реализации у всех участников рынка, не было. Гипотетически возможна ситуация: агентство договаривается с застройщиком о скидке и потом преподносит это клиентам как новогоднюю скидочную акцию. Но это, честно говоря, утопия».

Таким образом, подгадывать покупку к новогодним праздникам в надежде сэкономить вряд ли стоит. Скорее, напротив, стоит дождаться послепраздничного затишья на рынке недвижимости, когда продавцы охотнее предоставят скидку без всякого шума и рекламных акций. А предновогодний промоушен рассчитан скорее на формирование благоприятного образа компании и увеличение лояльности клиентов, чем на привлечение новых покупателей.

Наталья Старостина