ДОМ ДЕНЬГИ

Лето со скидкой

Ежегодно застройщики предоставляют своим клиентам летние скидки и запускают сезонные акции. Это помогает им удержать клиентский поток, а покупателям дает возможность серьезно сэкономить либо на самой квартире, либо на сопутствующих услугах.

— акции —

Востребованность рынком

Традиционной особенностью летнего сезона на рынке недвижимости является большое количество различных акций, скидок, бонусов и программ лояльности от застройщиков жилой недвижимости. «Около 65% столичных девелоперов используют постоянные скидки, которые в любой сезон помогают застройщику привлечь дополнительный поток клиентов. В большинстве случаев при стопроцентной оплате покупатель может рассчитывать на снижение стоимости квартиры на 2–5%»,— рассказывает генеральный директор компании «Метриум Групп» Мария Литинецкая. По ее словам, летом, впрочем, как и в новогодние праздники, можно получить и большую скидку. Обычно застройщики в этот период предоставляют дополнительную скидку, размер которой составляет в среднем 5%. В совокупности общая скидка летом, как правило, достигает 7–8%, максимум — 10%. Если она выше, то чаще всего это означает, что у проекта могут быть определенные проблемы.

«Клиенту всегда приятно получить скидку. Несмотря на то что большинство потенциальных покупателей ждет традиционных новогодних скидок, летние акции от застройщиков также не остаются без внимания. Цель любой акции — привлечь большее количество клиентов. Насколько существенно возрастет спрос на квартиры, предлагаемые в рамках той или иной акции, зависит от условий предложения и размера скидки»,— говорит руководитель отдела новостроек ГК МИЦ Александр Энгель. По его словам, приобретая квартиру со скидкой, покупатель действительно может сэкономить от 3% до 5% от первоначальной стоимости жилья. «Летняя пора традиционно считается низким сезоном на рынке новостроек Москвы. Деловая активность снижается, что отражается и на количестве сделок. Поэтому для стимулирования продаж девелоперы нередко предлагают покупателям, не уехавшим в отпуск, различные скидки и специальные акции»,— объясняет руководитель отдела маркетинга и аналитики ГК «Пионер» Александра Кржевова. По ее словам, часть покупателей специально ориентируют на приобретение жилья летом. «Для некоторой категории клиентов процесс приобретения квартиры — процесс торга — является более важным, чем сама покупка, иногда даже скидка в 0,5% может сделать или развалить сделку»,— добавляет директор департамента по работе с девелоперами IntermarkSavills Александра Синилова.

Однако, по словам директора по маркетингу ОПИН Ксении Силаевой, в сегменте городского жилья именно скидки, как правило, устанавливают только на отдельные типы квартир, например на двухкомнатные или трехкомнатные, и предлагают в классе жилья не выше «бизнес». «Скидки, предоставляемые девелоперами,— это очередной повод для повышения или возобновления внимания к проекту. Однако необходимо различать формальные скидки (3–5%), и существенные (10–15%). Большие скидки привлекают внимание покупателя, но в то же время могут вызвать подозрения по поводу приобретаемого объекта: квартира с большой скидкой может оказаться угловой или темной»,— предупреждает Ольга Тараканова, руководитель отдела городской недвижимости Knight Frank. Например, по ее словам, на окончательной стадии строительства девелопер стремится как можно скорее реализовать оставшиеся десять квартир. В этом случае он может объявить существенную скидку. Чаще всего о подобных акциях сообщают агентам, которые, в свою очередь, доносят эту информацию до своих клиентов. «Застройщики регулярно объявляют о сезонных скидках и акциях, сезон — это лишь повод. Лето не исключение. К летнему сезону приурочивают как просто скидки от цены или скидки на рассрочку, так и специальные акции: скидки за стопроцентную оплату, „кухня в подарок“, „отделка в подарок“ и т. д.»,— говорит исполнительный директор компании Evans Максим Мокеев. Однако, по его словам, скидки и спецпредложения, как правило, не превышают 150 тыс. руб. «Большинство покупателей воспринимают такие предложения как маркетинговый ход. И если в сегменте экономкласса скидки могут иметь эффект, хоть и минимальный, то в более дорогих сегментах такие приемы вряд ли будут эффективны. Более того, элитные новостройки плавно поднимают цены, несмотря на сезонность»,— говорит эксперт.

Акции растут

Больше всего скидок и летних акций застройщики предлагают на высококонкурентном рынке жилья эконом- и комфорт-классов. По словам Александры Кржевовой, обычно при оплате 100% стоимости жилья застройщики дают скидку в размере 1,5–3%. Однако в отдельных проектах эта скидка может быть выше: в ЖК «Белый парк» — 7% на двух- и трехкомнатные квартиры, в ЖК «Эталон-Сити» — 5%. К примеру, летом ГК «Пионер» запустила повышенные скидки на свои квартиры. В ЖК «LIFE-Волжская» на последние квартиры предлагается скидка в размере 10%. Для сравнения: в ЖК Wellton Park предлагаются скидки от 5% до 10%, а в ЖК «Царицыно-2» двухкомнатную квартиру можно купить со скидкой 9%. «Среди интересных летних акций также следует отметить предложение в ЖК „LIFE-Митинская“. Покупателям трехкомнатной квартиры с авторской отделкой „под ключ“ предлагается скидка 4% и машиноместо в подарок»,— говорит эксперт. А у СУ-155, говорит начальник отдела маркетинга и рекламы КТ СУ-№155 и Компания» Андрей Воробьев, размер скидки в зависимости от объекта составляет от 5% до 20%.

Некоторые застройщики предоставляют покупателю возможность выбора. По словам заместителя генерального директора по продажам компании «НДВ-Недвижимость» Яны Сосоревой, покупатели квартир на первых этажах в ЖК «Ромашково» экономят 10% от стоимости сделки, однако можно выбрать альтернативный подарок — отделку от застройщика. При покупке двухкомнатной или трехкомнатной квартиры, а также машиноместа второе место в подземном паркинге клиенты получают бесплатно. В объектах компании TEKTA Group, по словам директора по маркетингу Вартана Погосяна, в рамках акции «Летом квартиры за полцены» при внесении первоначального взноса в 50% остальная часть выплачивается в рассрочку без процентов и переплат. «Можно отметить, что на рынке наряду со скидками активно предлагают рассрочку платежа»,— говорит заместитель генерального директора по маркетингу «Пересвет-Инвеста» Ирина Кирсанова. Например, в ЖК «Изумрудные холмы» предлагается рассрочка на восемь лет (до июня 2022 года) для двух- и трехкомнатных квартир в определенных корпусах, но уже введенных в эксплуатацию.

Аналогичные скидки предлагают даже застройщики элитных объектов. «Мы традиционно делаем летние акции для клиентов: летом спрос в среднем по рынку снижается, потенциальные покупатели в большей степени настроены на отдых, чем на инвестиции, поэтому очень важно дать людям дополнительный стимул к покупке. Существенная экономия — это стимул серьезный»,— рассказывает коммерческий директор компании «Реставрация Н» Тимур Сухарев. В частности, до конца лета открыто специальное предложение на приобретение двухуровневых таунхаусов в Knightsbridge Private Park. «Мы дисконтировали стоимость домовладений на $5 тыс. за 1 кв. м, то есть на данный момент таунхаусы с придомовыми участками предлагаются от $25 тыс. за 1 кв. м (цена до начала акции — от $30 тыс. за 1 кв. м), без участков — от $18 тыс. за 1 кв. м (цена до начала акции — от $23 тыс. за 1 кв. м)»,— говорит эксперт. А заместитель генерального директора по работе с ключевыми клиентами компании SOHO Estate Наталия Голованова рассказывает, что компания «ДОН-Строй» покупателям квартир в жилых комплексах Barrin House, Smolensky De Luxe, Grand Deluxe на Плющихе при стопроцентной оплате предлагает скидки размером 6–8%. В жилом комплексе «У Патриарших» при покупке и объединении двух апартаментов действуют скидки до 10%. По словам заместителя директора департамента продаж ГК ПИК Владимира Ащеулова, у покупателей дорогих квартир пользуются популярностью такие акции, как «машиноместо в подарок» или «отделка в подарок». «Машиноместа в подарок предлагаются преимущественно в сегменте бизнес- и элит-классов, где стоимость машиноместа эквивалентна 1–2% стоимости квартиры, но при этом является хорошим бонусом, а для застройщика — существенным конкурентным преимуществом»,— отмечает эксперт. «Отделка в подарок» чаще предлагается в сегменте доступного жилья. Это объясняется тем, что для застройщика затраты на отделку при оптовых закупках и объемах работ невелики, но при этом квартиры с отделкой в экономклассе очень востребованы, поскольку позволяют вселиться в квартиру сразу после получения ключей. Особенно актуально это предложение для тех, кто приобретает жилье по ипотеке. Среди специальных условий, инициируемых девелоперами для повышения продаж, стоит также отметить беспроцентную рассрочку. Этот вариант очень удобен для тех, кто не хочет обременять себя ипотекой на много лет, но сразу всей суммой не располагает.

Работа с партнерами

Некоторые застройщики предлагают не просто скидку на свои объекты, но и особые условия от партнеров. В частности, по словам гендиректора «Главмосстрой-недвижимости» Павла Лепиша, эта компания запустила совместную программу с АКБ «Союз» и компанией «Ингосстрах» на покупку квартиры в ЖК «Подольские просторы» в Подольске или мкрн «Центральный» в Железнодорожном. До конца лета покупатель получит скидку до 2% на саму квартиру, льготную ставку по кредиту 11,75% годовых и пятипроцентную скидку на страховую ипотечную программу. В 2014 году на первичном рынке недвижимости наблюдается большой выбор предложений льготных условий кредитования. В частности, Сбербанк до конца июня предлагает клиентам ГК ПИК, приобретающим квартиры в Москве и Подмосковье, специальные условия кредитования по акции «12–12–30»: кредит на 30 лет под 12% годовых с 12-процентным первоначальным взносом. По словам генерального директора «Мортон-Инвеста» Антона Скорика, ГК «Мортон» предлагает летнюю скидку 5,5% от стоимости квартиры всем, кто приобретает жилье по ипотеке в банках—партнерах компании, среди которых такие крупные банки, как Сбербанк, ВТБ 24, Связьбанк, Росевробанк и многие другие. «Это очень популярная акция, поскольку до 45% квартир ГК «Мортон» реализуется в рамках ипотечного кредитования. Сотрудники отдела продаж отмечают повышенный интерес покупателей к этой скидке, однако добавляют, что сама акция не является стимулом к тому, чтобы приобрести жилье, а играет роль дополнительного фактора при принятии решения.

Как отмечает вице-президент девелоперской компании «Химки Групп» Дмитрий Котровский, профессиональные игроки рынка постепенно уходят от прямых скидок, поскольку такие скидки, если их предлагают все, перестают привлекать внимание потенциальных покупателей. «Учитывая высокую конкуренцию на рынке и маркетинговую активность профессиональных игроков, с каждым годом маркетинговые акции требуют гораздо более высокого уровня креатива»,— говорит эксперт. В качестве примера он приводит акцию «Водитель на три года». По условиям акции покупатели определенных частных домов, расположенных в жилом комплексе «Олимпийская деревня Новогорск», при заключении договора получают в подарок право каждый день пользоваться услугами профессионального семейного водителя в течение трех лет. «Эта акция вызвала всплеск обращений именно от той целевой аудитории, на которую она была направлена,— на „теплых“ покупателей, которые находятся на этапе выбора из разных вариантов, на них лучшим образом действует реверанс со стороны девелопера проекта, который они уже знают, видели, оценили»,— говорит Дмитрий Котровский.

В любом случае, по словам Владимира Ащеулова, чтобы отличить действительную скидку от кажущейся, необходимо постоянно вести мониторинг цен на интересующем объекте. Кроме того, если на квартиры указана скидка в размере 15–20%, то это, скорее всего, маркетинговый ход, поскольку, как показывает практика, скидки на жилую недвижимость составляют от 2% до 5%, а на отдельные квартиры — до 10%.

Алексей Лоссан



