

ПРИЯТНЫЙ АНТУРАЖ

ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ

В ЭТОМ ГОДУ ДЕВЕЛОПЕРЫ ВВЕДУТ В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ БОЛЕЕ 5 МЛН КВ. М ЖИЛЬЯ. КАК ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ, СЕГОДНЯ СДАЮТСЯ КВАРТИРЫ, КОТОРЫЕ СТРОИТЕЛИ ПРОДАВАЛИ В АЖИОТАЖНОМ ДЕКАБРЕ 2014 ГОДА. СЕГОДНЯ СПРОС СОВСЕМ НЕ ТАКОЙ АКТИВНЫЙ, И ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ В КАНУН НОВОГО ГОДА СТРОИТЕЛИ ПРОДУМЫВАЮТ РАЗНЫЕ СИСТЕМЫ СКИДОК И БОНУСОВ. МИХАИЛ ГЕЛЬФЕНБОЙМ

В Петербурге с начала года за одиннадцать месяцев введено в эксплуатацию 2,448 млн кв. м жилья, что практически повторяет прошлогодний результат. В Ленобласти за январь — ноябрь 2017 года введено в эксплуатацию 2,2 млн кв. м жилой недвижимости. По итогам года в Петербурге, скорее всего, будет построено около 3 млн кв. м новостроек.

По данным комитета по строительству администрации Петербурга, в ноябре 2017 года в Санкт-Петербурге было введено в эксплуатацию 134,5 тыс. кв. м жилья — 67 домов на 2310 квартир, в том числе 58 домов индивидуального строительства. Лидером по вводу жилья в ноябре стал Калининский район: там сдано 63,6 тыс. кв. м — всего четыре дома на 1187 квартир. Далее следует Фрунзенский район, где введено в эксплуатацию 35,7 тыс. кв. м жилья — два дома на 677 квартир. На третьем месте Петродворцовый район, где сдано девять домов на 170 квартир общей площадью 14,2 тыс. кв. м. Всего, по информации комитета по строительству, с начала года (по состоянию на 1 декабря 2017 года) введено в эксплуатацию 2,448 млн кв. м жилья, 845 домов на 48 889 квартир, что практически повторяет прошлогодний результат.

Эксперты говорят, что столь внушительные объемы ввода — результат ажиотажного спроса в конце 2014 года, когда рубль обесценился и для сохранения сбережений многие стали приобретать строящееся жилье. Сегодня ситуация на рынке гораздо более спокойная, и перед январским затишьем многие девелоперы придумывают различные акции, призванные стимулировать продажи.

ГОРЯЧЕЕ ВРЕМЯ Перед новогодними праздниками начинается традиционно «горячее» время для продаж в первую очередь на вторичном рынке жилья. В основном это обусловлено желанием продавцов «закрыть» уходящий год, выполнив основные поставленные планы и задачи. Приобретатели же встречают наступающий год уже без жилищных проблем, что позволяет провести новогодние каникулы с меньшим количеством переживаний, связанных с покупкой недвижимости. Кроме того, традиционно низкая активность покупателей в январе вызывает у продавцов вполне естественное желание реализовать максимальное количество объектов недвижимости в декабре. В противном случае следующей волны всплеска интереса к покупке недвижимости придется ждать уже до весны. В этом свете основным способом заманить покупателя являются традиционные скидки, которые под новогодние праздники просто оформляются в характерном стиле — как праздничные бонусы. «При этом фактически размер скидок не слишком велик и в секторе недвижимости эконом-класса составляет от 1 до 3%, — уверен Алексей

Коренев, аналитик ГК «Финам». — В более дорогом сегменте жилья размер скидки, как правило, несколько выше. Кроме того, на размер скидок влияет и степень готовности объекта. Под конец года застройщику выгодно продать как можно больше недвижимости, чтобы итоговые финансовые показатели компании выглядели достойно».

И в этих условиях размер скидок на жилье низкой степени готовности может превышать средние уровни. При этом в отдельных ситуациях, когда локация жилья не самая удачная (вдалеке от станций метро, в непосредственной близости от промышленных объектов), застройщик готов пойти и на дополнительные уступки. Довольно популярной такой вид акций, как подарки или бонусы. Как правило, это не слишком дорогостоящие презенты в виде отделки квартиры или отдельных ее частей (санузла или кухни), покупки какой-либо мебели (также чаще всего это кухонная мебель, встраиваемые шкафы) либо встраиваемой бытовой техники. Однако встречаются и довольно щедрые предложения в виде машино-мест на парковке. «Некоторые девелоперы в этом году объявили акции на беспроцентную рассрочку до двух лет или готовый кухонный гарнитур определенной модели. Некоторые застройщики делают акцент на семьи с детьми, делая им в подарок ремонт с гарантией на три года, а для неполных семей — денежный подарок в размере материнского капитала», — перечисляет господин Коренев.

СЛЕГКА ПОДТОЛКНУТЬ К ПОКУПКЕ

Ольга Захарова, директор по продажам и продвижению компании «СПб Реновация», считает, что новогодние скидки — это скорее приятный «антураж», сопровождающий покупку в конце года, а не решающий

аргумент, способный серьезно влиять на выбор покупателя, который на современном рынке ведет себя предельно вдумчиво и рационально.

Ирина Зеренкова, директор по маркетингу EKE Group, напротив, уверена: клиенты привлекают и удерживают прежде всего акции — сезонные, праздничные. «Эффективными маркетинговыми ходами при продаже квартир можно считать скидки в 5–10% при стопроцентной оплате, скидки с первоначального взноса, длительные рассрочки на два-три года, скидки на приобретение второй и последующих квартир, скидки для родственников клиента. В декабре и в летние месяцы такие скидки у некоторых девелоперов могут достигать 25%».

Например, у девелопера Setl City в декабре действует акция «Квартира со скидкой миллион», которая распространяется на многие объекты комфорт-класса. «В преддверии Нового года „Петербургская недвижимость“ также запустила совместную акцию с ВТБ24, благодаря которой ставка по ипотеке для наших клиентов снижена до рекордных 5,75%», — рассказали в холдинге.

Елизавета Яковлева, руководитель маркетинга и аналитики «Лаборатории метров», рассказала: «Акция от компании Navis Development Group звучит как „Поставь самую высокую елку“ и предполагает скидку до полумиллиона на квартиры с высокими потолками на последних этажах. А „Снегопад подарков“ позволяет зафиксировать скидку в зависимости от метража квартиры до 120 тыс. рублей при бронировании квартиры в декабре. Также у покупателей квартир в жилых комплексах „Шотландия“ и „Итальянский квартал“ есть возможность в декабре получить дополнительные скидки при покупке квартир евро-

пейских форматов. На квартиры с садами и террасами распространяется специальное предложение с экономией до 300 тыс. рублей. На лофты — 200 тыс., а на квартиры с французскими балконами — 180 тыс.».

Михаил Гуцин, директор по маркетингу холдинга RBI, отмечает, что холдинг специальных предновогодних акций обычно не проводит. «У нас достаточно гибкая и разнообразная система скидок, действующая круглый год: 15% при стопроцентной оплате, 2% при повторной покупке, 100 тыс. рублей иногородним клиентам — всего более 15 форм оплаты и акций для клиентов. Также мы предлагаем бесплатную услугу по регистрации договора долевого участия», — пояснил он.

Ольга Баранова, руководитель отдела маркетинга и связей с общественностью компании «Master Девелопмент», полагает, что разделить все акции девелоперских компаний можно следующим образом: существуют скидки по стоимости, есть подарки и бонусы при покупке недвижимости, специальные условия по оплате. «Все это упаковывается в зависимости от сезона. К примеру, летние скидки — к низкому сезону и спаду покупательской активности, подарки, как правило, предлагаются к Новому году, рассрочки и условия по ипотеке привязаны к разным датам и праздникам (12/12/12 или 8%)», — перечисляет она.

Сергей Степанов, директор по продажам АО «Строительный трест», полагает: «Организация специальных предновогодних акций — бесспорно, эффективный маркетинговый инструмент, позволяющий увеличить объем продаж. Рост количества сделок в декабре вдвойне актуален для строительных компаний, поскольку он позволяет компенсировать спад в покупательской активности в первой половине января». ■



ТРАДИЦИОННО НИЗКАЯ АКТИВНОСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ЯНВАРЕ ВЫЗЫВАЕТ У ПРОДАВЦОВ ЖЕЛАНИЕ РЕАЛИЗОВАТЬ МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ В ДЕКАБРЕ