

«ДЕТАЛИ РЕШАЮТ ВСЁ» МАРК ЗАВОДОВСКИЙ

О специфике работы с элитной недвижимостью



ВЯЧЕСЛАВ ЕФИМОВ

Компания Baza Development, соучредителем которой вы являетесь, сравнительно недавно появилась на рынке Екатеринбурга, однако уже имеет в своем портфолио достаточное количество достойных объектов. Среди них особняком стоит довольно заметный для города проект — клубный дом на набережной Riviera. Расскажите, в чем заключается специфика работы именно с этим объектом.

Девелоперская компания Baza Development действительно работает лишь с 2017 года, но за это время нам удалось поработать с недвижимостью бизнес-, премиум- и эконом-сегмента. Клубный дом Riviera — это объект элитной недвижимости, и, конечно, у него есть своя специфика. Прежде всего она заключается в том, что все, что касается этого дома, должно быть идеально: сам объект строительства, сервисное наполнение, которое он предполагает, наша работа на этапе представления дома потенциальному покупателю. Именно в этом главное отличие элитной недвижимости — прорабатывается каждая деталь. Если в более дешевом сегменте можно простить какие-то погрешности и недочеты, тут их быть не должно.

Какими критериями руководствуется потенциальный покупатель при приобретении элитной недвижимости? Обычно это расположение, инфраструктура, доверие к девелоперу, экологический фактор или доступность парковых и прогулочных зон и планировка. Клубный дом Riviera удовлетворяет всем этим параметрам. Riviera располагается в тихом историческом центре

Екатеринбурга, под окнами находится обустроенная набережная, на другой стороне реки — дендрологический парк, формат дома предполагает наличие сервисных услуг высочайшего уровня и развитую инфраструктуру, планировки в доме свободные, а высота потолков свыше трех метров.

Сейчас на рынке недвижимости наблюдается достаточная интересная тенденция: если еще 10 лет назад все уезжали жить за город, то сегодня многие возвращаются обратно. С чем это связано?

Это определенно связано со сложной ситуацией на дорогах. Автомобилей становится все больше, а дороги не рассчитаны на такой транспортный поток. Жить за городом — это, конечно, замечательно, но тратить по полтора часа в день на дорогу мало кому хочется. С этим и связан, на мой взгляд, определенный разворот в сторону городского жилья. Те, кто может себе это позволить, рассматривают загородное жилье в качестве возможности времяпрепровождения в выходные, предпочитая в течение рабочей недели проводить время в городе. Чаще всего в пользу такого выбора склоняются семьи с детьми, так как детские сады, кружки внеурочной деятельности, школы, университеты располагаются именно в центре.

Можете ли вы дать какую-то общую характеристику потенциального покупателя элитной недвижимости?

Аудитория разделилась пополам: это либо люди за 50, то есть более взрослое поколение, которое ищет высокий уровень сервиса и комфорта, либо более молодое поколение, 35—40 лет, с семьями. Часто это люди, которые уже успели пожить за городом и поняли, что им нужно жилье в центре. Надо отметить, что среди наших клиентов не только очень обеспеченные люди, которые покупают квартиру полностью за собственные средства, но и топ-менеджеры, и молодые предприниматели, которым приобрести квартиру в жилом комплексе помогает ипотечное кредитование. 90 % всех квартир продано как раз в ипотеку. Этой категории покупателей интересен формат именно клубного дома.

Чем привлекательна для покупателя эта концепция?

Прежде всего, это, конечно, сервисные услуги. На территории дома круглосуточно будет работать консьерж-офис, здесь расположатся торговая галерея, винотека, ресторан, трехэтажный фитнес-клуб и СПА, большой бассейн, детский сад премиум-класса, медицинский центр «Здоровье 365». Фактически дом будет закрывать все потребности владельцев квартир. При этом вся городская инфраструктура будет находиться в пешей доступности. К услугам жильцов предоставляется большой паркинг: изначально он был запланирован на 250 мест, а сейчас расширился. Плюс две комфортные парковки для гостей. Кроме того, внутри комплекса расположится уютный двор с детской площадкой и зеленой зоной. Немаловажно, что в доме будет обеспечен очень высокий уровень безопасности. Без специального ключа на внутреннюю территорию комплекса попасть будет невозможно. У каждого жителя предполагается карта исключительно для своего подъезда. Разумеется, есть современная система видеонаблюдения и большой штат охраны.

При продаже квартир делаете ли вы акцент на истории того места, где располагается Riviera? Интересует ли это покупателя?

Сейчас, действительно, появились покупатели, которым безразличны такие вещи, как история того места, где

они собираются жить. Им интересно, насколько объект строительства вписывается в контекст существующего исторического квартала и что сделал застройщик для сохранения расположенных на прилегающей территории памятников архитектуры. На мой взгляд, это очень важно. Соответствие этим параметрам, сохранность культурно-исторического контекста улучшают имидж и вид города, в котором мы живем. Такие запросы покупателей во многом меняют рынок недвижимости. Если раньше люди покупали просто квадратные метры за определенную стоимость и никто не предлагал никаких особых изысков в строительстве домов, то сейчас все меняется, даже комплексы эконом-класса делаются очень достойно. Все продумывается до мелочей, меняется структура работы. Застройщики много работают над планировками, над функциональностью пространства. Многие идут еще дальше, продумывая имидж дома, работая над комьюнити внутри жилых комплексов. Соответственно, меняется подход и в продаже недвижимости.

Baza Development — это не единственная компания, которая занимается продажей квартир в жилом комплексе Riviera. Чем ваш подход отличается от других?

Во-первых, мы выводим на рынок совершенно новый пул квартир в жилом комплексе. Он отличается от всего того, что уже было представлено. Во-вторых, мы не просто продаем жилье, мы продаем образ жизни. Продажа состоит именно из деталей, причастности к чему-то особенному. Мы долго думали, каким образом презентовать квартиры в этом комплексе, и поняли, что покупатели элитной недвижимости неохотно приобретают объекты на стадии строительства, поскольку невозможно понять, что это за объекты. Поэтому мы решили дать им возможность прочувствовать атмосферу жизни в доме. Для начала мы высылаем особенное приглашение, к которому прикреплен ключ от квартиры. Затем проводим гостя по всему жилому комплексу, рассказываем про него, показываем всю инфраструктуру. А затем приглашаем на ужин, накрытый прямо в одной из демонстрируемых квартир. И оставляем потенциальных клиентов одних, чтобы они могли посидеть, пообщаться, выпить вина. Таким образом, они могут оценить и отделку квартиры в целом, и качество сервиса, и вид, который открывается из окна, да и просто проникнуться духом этого места. Такой персонализированный подход позволяет человеку почувствовать себя жильцом здесь и сейчас, оказаться вовлеченным в некую эмоциональную историю. И нам кажется очень важным, что у человека появятся воспоминания, к которым он будет возвращаться вновь и вновь, пока не примет единственно верное решение.

Беседовали Марина Архитова и Екатерина Белоусова



ВЯЧЕСЛАВ ЕФИМОВ