

ПРЕМИАЛЬНЫЙ ПОСРЕДНИК

СЕГОДНЯ ОКОЛО ПОЛОВИНЫ ПРОДАЖ ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ РЕАЛИЗУЕТСЯ ЧЕРЕЗ БРОКЕРОВ. РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ, КАК НИ ПАРАДОКСАЛЬНО, НЕ СНИЗИЛО ДОЛЮ АГЕНТСКИХ ПРОДАЖ: НАПРОТИВ, ДОЛЯ РИЕЛТОРСКИХ СДЕЛОК НА РЫНКЕ УВЕЛИЧИЛАСЬ. МАРИЯ КУЗНЕЦОВА

Начиная с 2015 года доля агентских продаж на рынке новостроек выросла с 33 до 60%. По словам генерального директора «Петербургской недвижимости» Олега Пашина, на ситуацию повлияли увеличение числа объектов и усиление конкуренции. Сегмент элитной недвижимости также не отстает от этого тренда: по мнению участников рынка, около половины таких квартир реализуется с помощью агентств недвижимости. Причем в Петербурге их число измеряется даже не десятками: в среднем собеседники издания назвали около 15 компаний, сфокусированных исключительно на работе с элитным жильем. При этом число профессионалов, досконально разбирающихся в особенностях работы с состоятельными покупателями, и вовсе не превышает 30 человек на весь город.

ОГРАНИЧЕННЫЙ ВЫБОР Участники рынка указывают, что компаний, занимающихся продажами в разных сегментах, довольно много, однако если агентство продает и комфорт-класс, и элиту, то элитная недвижимость для него — это значительно меньший объем сделок по сравнению с комфортом. «Агентств, занимающихся исключительно элитной недвижимостью, на рынке Петербурга не более 10–15», — говорит Дмитрий Фалкин, директор по продажам группы RBI.

По мнению Дмитрия Щегельского, генерального директора агентства недвижимости «Бенуа», президента Санкт-Петербургской палаты недвижимости, в городе наберется около десяти компаний, которые позиционируют себя как брокеры элитной недвижимости. «При этом существует достаточно большая масса риелторов, работающих на этом рынке без образования юридического лица», — добавляет он.

Чуть большую цифру называет Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, полагающий, что в нашем городе можно выделить 15–20 агентств недвижимости, которые занимаются продажей жилья данного сегмента, но основными игроками этого рынка являются Knight Frank, Engel & Volkers, «Мир квартир», а также VipFlat.

«Если говорить о высококвалифицированных профессиональных продавцах элитной недвижимости, то их количество не превышает тридцати человек на весь Петербург», — утверждает Леонид Рысев, генеральный директор компании VipFlat. При этом господин Рысев указывает на то, что в нашем городе число квартир, которые можно причислить к элитному сегменту, не более трех тысяч. «Если взять цену отсечки в 250 тыс. рублей за квадратный метр, то количество элитных квартир в Петербурге на вторичном рынке составляет более 1500, а в строящихся жилых комплексах — около 1000», — отмечает он.

По словам руководителя департамента продаж компании «ЛСР. Недвижимость — Северо-Запад» Юлии Паршиной, в Петербурге в сегменте элитного жилья



ЕЩЕ ПЯТЬ-ВОСЕМЬ ЛЕТ НАЗАД ЗАСТРОЙЩИКИ ГОВОРИЛИ, ЧТО ИМ НЕТ НИКАКОЙ НЕОБХОДИМОСТИ РАБОТАТЬ С АГЕНТСТВАМИ И ЧТО ОНИ САМИ СМОГУТ ОБЕСПЕЧИТЬ СЕБЕ ПРОДАЖИ. ТЕПЕРЬ КАРТИНА ИЗМЕНИЛАСЬ

работают 15–17 девелоперов. «А тех, кто ведет несколько проектов параллельно, — и итога меньше», — добавляет она. При этом, по мнению экспертов, на первичке с помощью агентств недвижимости реализуется около 50% квартир. В отдельных случаях этот показатель может быть как выше, так и ниже: это зависит от известности застройщика, маркетинговой стратегии, ценовой политики.

По словам Сергея Бобашева, руководителя проекта Lifedeluxe.ru, существуют небольшие проекты на полном эксклюзиве у сторонних агентств недвижимости, а есть компании с собственными агентствами, которые и являются отделами продаж.

«Безусловно, большая часть элитной недвижимости продается через агентства, которые берут на себя подбор квартир и проектов по желаниям клиента и полностью ведут всю сделку. Часто покупатель обращается в одно и то же агентство, чтобы подобрать несколько объектов — для собственного проживания, для семьи (родителей, детей) и для инвестиционных целей», — говорит Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость» (Setl Group). За счет участия брокеров в различных мероприятиях застройщика (обучение, экскурсии по объектам) они получают необходимые компетенции и знания о продукте, объясняет Руслан Сырцов, коммерческий директор компании Glorax Development. По его мнению, репутация девелопера во многом зависит от его умения грамотно выстраивать бизнес-процессы и готовности к партнерским отношениям с агентствами недвижимости.

«Парадоксально, но еще каких-то пять-восемь лет назад застройщики говорили,

что им нет никакой необходимости работать с агентствами и что они сами смогут обеспечить себе продажи», — говорит господин Рысев. Это было следствием того, что еще до ввода дома в эксплуатацию более половины квартир в доме было распродано, но затем объектов стало появляться все больше, а покупателю стало труднее определиться — усилилась конкуренция.

«Мы много лет сотрудничаем с агентствами недвижимости — в настоящий момент с нами работает около 30 партнеров. При этом их влияние на общие показатели продаж, как и размер комиссионного вознаграждения (от 3 до 4%), напрямую зависит от класса объекта», — делится Оксана Кравцова, генеральный директор ГК «Еврострой». Например, в элитном сегменте доля реализации недвижимости через агентства-партнеры редко превышает 30%, в то время как в проектах бизнес-класса она может достигать 65%, объясняет госпожа Кравцова. Госпожа Паршина также заметила, что в ЛСР более 80% сделок по элитной недвижимости проходит через прямой отдел продаж компании.

СТАРОЕ И НОВОЕ «На вторичном рынке продается реальный товар, а на первичке — мечта», — отмечает Леонид Рысев, добавляя, что работа с этими объектами требует совершенно разных подходов. «Покупатели квартир в „старых“ домах, как правило, отлично знают, что им нужно. В таком случае подбираются варианты, строго соответствующие требуемым характеристикам. Относительно клиентов, интересующихся первичным жильем, можно сказать, что они имеют в голове прекрасный, но нечеткий образ квартиры (апартаментов). Поэтому такие покупатели

ли открыты новому и готовы изучить все проекты, представленные на рынке», — делится опытом Анна Раджабова, директор управления элитной недвижимости компании «Метриум Премиум» (участник партнерской сети CBRE).

Господин Фалкин видит разницу в самом цикле сделки: в одном случае в него входит взаимодействие с застройщиком, в другом его нет. «Большая разница еще и в самом продукте, который продается: на вторичном рынке есть, например, старый фонд — по-своему уникальные дома и квартиры, которые могут не во всем соответствовать современным требованиям к продукту (по материалам, технологиям, планировкам), но, несомненно, имеют своего покупателя», — говорит эксперт. Также важно, что на вторичке квартира в конкретном доме — всегда штучный товар, а покупая у застройщика, клиент агентства имеет широкий выбор. «На вторичном рынке у брокера еще больше забот: проверка юридической чистоты объекта, история изменения цены во времени, необходимая, чтобы правильно оценить инвестиционную привлекательность, информация от управляющей компании по правилам проживания, тарифам на эксплуатацию, состоянию инженерных сетей, краткое резюме по социальному окружению... Представляете, сколько информации нужно собрать из разных источников для принятия решения о покупке», — замечает господин Фалкин. При этом в случае с покупкой от застройщика получение всей необходимой информации значительно упрощается.

«Как правило, продажа вторичной недвижимости — это продажа квартир с историей их собственника. Там ремонт,