

ШОУ БУДЕТ ПРОДОЛЖАТЬСЯ

ШОУРУМЫ ОСТАЮТСЯ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫМ СПОСОБОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТА ДЛЯ ПРИОБРЕТЕНИЯ КВАРТИР В СТРОЯЩИХСЯ ДОМАХ. ТОВАР ЛИЦОМ, КОТОРЫЙ МОЖНО «ПОЩУПАТЬ», ВСЕГДА БУДЕТ ВЫИГРЫВАТЬ У РЕКЛАМНЫХ БУКЛЕТОВ И ДАЖЕ САМЫХ КРАСОЧНЫХ УСТНЫХ ОБЕЩАНИЙ. ОДНАКО В КАКОМ СЕГМЕНТЕ ЖИЛЬЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНЕЕ ПРИМЕНЯТЬ ЭТОТ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ, В СРЕДЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ЕДИНОГО МНЕНИЯ НЕТ. В ВОПРОСЕ ПОПЫТАЛСЯ РАЗОБРАТЬСЯ КОРРЕСПОНДЕНТ BUSINESS GUIDE РОМАН РУСАКОВ.

Несмотря на все современные технологии и возможность провести сделку дистанционно, покупатели чаще всего подходят к вопросу выбора квартиры консервативно, предпочитая получить как можно больше информации и разузнать как можно больше подробностей, и с большим интересом посещают шоурумы.

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, отмечает: «Не зря говорят, что лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать, особенно если речь идет о квартирах с отделкой. Какими бы ни были красивыми и красочными рендеры и каким бы богатым ни было воображение у покупателя, только шоурум может ответить на вопросы габаритов помещений, удобства выхода на балкон, качества применяемых материалов и сочетания их цветов, модели сантехники, размера кафельной плитки, количества розеток, высоты размещения выключателей».

С ЖИВЫМИ ЦВЕТАМИ Примеров организации шоурумов множество, самый распространенный вариант — создание демонстрационной квартиры в первой очереди строительства жилого комплекса. На усмотрение застройщика решается вопрос меблировки шоурума и комплектации техникой. Другой вариант организации шоурума возможен прямо в офисе застройщика или в офисе продаж на объекте. Такой шоурум может иметь различную конфигурацию: от отдельного помещения до полномасштабной квартиры в натуральную величину. «Самым неожиданным решением была организация в одном строящемся элитном доме на середине строительства демонстрационной квартиры с полной отделкой и полной меблировкой и даже живыми цветами. Посещение этого объекта на втором этаже дома, находящегося в активной фазе строительства, несмотря на неудобства, связанные с соблюдением техники безопасности, вызвало wow-эффект», — вспоминает госпожа Немченко.

Ирина Орлянкина, руководитель по продажам корпорации «Мегалит», с коллегой согласна: «Шоурум для новостройки или скорее show apartment, в котором застройщик обустроивает будущую квартиру, — безусловно, один из самых эффективных инструментов продаж, учитывая тот факт, что 60% людей — визуалы, оценивают по эстетике, своим ощущениям, хотя все увидеть и потрогать».

Благодаря шоуруму потенциальный покупатель может оценить габариты жилья и представить, как его желания реализуются в той или иной планировке, рассмотреть преимущества квадратной или прямоугольной комнаты, увидеть ванную площадку, например, 5 кв. м: можно ли там расставить все необходимое, а форма коридора — вместит ли желанный шкаф. «Таким образом можно показать неочевидную разницу между высотой потолков 2,7 и 2,9 метра», — указывает госпожа Орлянкина.

Нередко демонстрируется «пирог» перекрытий строящегося дома, чтобы у покупателя сложилось понимание о конструктиве, а также используемые материалы, внешний облик фасада и облицовочная плитка; элементы отделки МОПов, устанавливаемые двери и окна. Все это сводит к минимуму риск, что ожидания дольщика не совпадут с реальностью, говорит эксперт.

«Шоурум совмещает представительскую функцию с демонстрацией планировки и отделки. Ради шоурума люди специально едут в отдел продаж и заодно могут оценить местоположение и окружение объекта, актив-



ШОУРУМЫ СУЩЕСТВУЮТ В ДВУХ ВАРИАНТАХ: ОТДЕЛЬНО ПОСТРОЕННЫЙ В ОФИСЕ ПРОДАЖ И СОЗДАННЫЙ В РЕАЛЬНОЙ КВАРТИРЕ ОДНОГО ИЗ УЖЕ ПОСТРОЕННЫХ ДОМОВ

ность работ на стройке. Наконец, визит в шоурум для потенциального покупателя — возможность в ненавязчивой форме пообщаться с менеджером отдела продаж, не формально, за столом переговоров, а в свободной обстановке, прогуливаясь по презентационной квартире. Обустройство шоурума обеспечивает почти 70% успеха: если человек приехал его посмотреть, потратил время на визит, это говорит о высокой степени заинтересованности, и заключение сделки — это уже вопрос профессионализма менеджеров», — уверена госпожа Орлянкина.

Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест», говорит: «Если у компании разработано несколько стилей отделки, то каждая из комнат может быть оформлена в определенном стиле. Так клиент может увидеть разницу в применяемых цветовых решениях и фактуре материалов».

Он уверен, что шоурум — это отличная возможность походить по помещениям, оценить расположение комнат и вид из окна, высоту потолков, потрогать руками стены, протестировать удобство фурнитуры на дверях и ручках, посидеть на удобном диване, выйти на балкон. «Все эти моменты погружают клиента в атмосферу будущей жизни

в новой квартире и помогают принять решение о покупке. Около 60% наших клиентов после посещения шоурума заключают договор на покупку квартиры с отделкой, увидевшись в качестве самого дизайн-проекта от застройщика и используемых материалов», — рассуждает он.

По словам господина Фельдмана, «Ленстройтрест» в разные периоды отдавал под шоурумы квартиры различных видов — от однокомнатных до семейных, трехкомнатных форматов, чтобы максимально продемонстрировать функциональность и удобство планировок. «Обычно они расположены на первом этаже дома и недалеко от отдела продаж, так клиент может совместить посещение шоурума с получением профессиональной консультации от специалистов компании по покупке жилья, возможным схемам оплаты и оформлению ипотечного кредита. В будущем такую недвижимость можно будет приобрести со всей меблировкой. Ее стоимость рассчитывается исходя из цены за квадратный метр на момент продажи», — говорит эксперт.

В ДВУХ ВАРИАНТАХ «Шоурумы существуют в двух вариантах: отдельно построенный в офисе про-

даж и созданный в реальной квартире одного из уже построенных домов. Последнее удобно, когда очередью строительства много, проекты этих домов идентичны или похожи. Тогда шоурум может работать несколько лет. Например, у нас на этапе строительства были шоурумы в апарт-отелях. Сейчас, в уже сданных проектах, где остались юниты в продаже, можно посетить шоурум внутри уже действующего апарт-отеля. И увидеть там как реальную отделку, так и меблировку с техникой и даже текстиль с посудой», — рассказывает Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК».

В последние годы застройщики стали создавать физическую визуализацию дома и за пределами квартиры. В соответствии с дизайн-проектом жилого комплекса оформляются входная группа, лифтовой холл, жилой этаж и даже выстраивается часть фасада, чтобы сформировать максимально полное представление у клиента о его будущем доме.

«Да, создание шоурума — это существенные затраты для застройщика, но они себя оправдывают. Кстати, физический шоурум не заменит ни 3D, ни даже VR-визуализация», — уверена госпожа Орлянкина.