

МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ

В условиях роста конкуренции в настоящее время рынок недвижимости требует от организаций больше, чем просто создать товар или услугу, которые удовлетворяют потребности клиента, назначить цену и обеспечить доступность для целевых потребителей. Для сохранения конкурентных позиций на рынке компании обязаны формировать комплекс клиентоориентированных маркетинговых коммуникаций, что, несомненно, требует внедрения и использования инновационных методов и подходов для функционирования маркетинга и рекламы в сфере недвижимости.

Маркетинг в сфере недвижимости – это умение повышать привлекательность объекта в глазах целевой группы, это комплекс мер и мероприятий, которые помогают объекту недвижимости продавать по более выгодной цене в самые короткие сроки. Для достижения поставленных целей уже будет недостаточно использовать стандартные приемы маркетинга, важно искать новые пути продвижения и рекламирования объекта на рынке.

Одним из новаторских инструментов для строительной индустрии является дополненная реальность, которая позволяет любому человеку за минуту построить интерактивную и исключительно реалистичную модель жилого комплекса. Технология дает возможность риелтору с легкостью визуализировать продаваемый объект, а покупателю изучать предложение в игровой интерактивной среде [1].

Дополненная реальность удивительным образом сочетает виртуальные объекты с окружающей действительностью в режиме реального времени. Просто наведя камеру смартфона на специальный флаер или брошюру, можно совершить виртуальный тур по жилому комплексу, «оживить» здание. Поскольку дополненная реальность позволяет сочетать разные виды информации в одном мобильном приложении, потенциальные покупатели могут получить исчерпывающую консультацию, посмотреть видео и сразу же позвонить в отдел продаж. Эксперты считают, что приложения с дополненной реальностью способствуют сокращению цикла продаж. Современные компании, использующие инновационные разработки, будут всегда на шаг впереди конкурентов [2].

Технологии в современном мире делают бизнес-процессы более эф-

фективными. С помощью приложения в смартфоне можно измерить пространство строящегося этажа, благодаря дополненной реальности – создать интерьер будущего дома.

Маркетологи первыми осознали потенциал летающих дронов для продаж недвижимости. С помощью фото- и видеосъемки можно создать масштабную картину стройки, которая формирует у клиента принципиально иной взгляд на объект и площадку. Панорамные снимки как нельзя лучше передают масштаб проекта, придают ему статусность, а видео с воздуха позволяет в динамике показать весь застраиваемый участок, создать панорамную картину ведущихся работ. Самое главное, что панорамный ролик может продемонстрировать плюсы окружающего района, расположения объекта и многое другое, оказав влияние на выбор покупателя и качественно отстроив объект от конкурента [3].

Таким образом, применение новых технологий в маркетинге недвижимости в рекламных целях становится все более популярным. Благодаря дополненной реальности дизайнеры, архитекторы, девелоперы и инвесторы смогут визуализировать свои проекты в полную величину еще до начала стройки. Дрон можно запрограммировать таким образом, чтобы видеоизображение трансформировалось и передавалось зрителям уже с объемной панорамой будущего проекта в полную величину. Возможности такого способа демонстрации трудно переоценить, ведь теперь покупатель или инвестор смогут наглядно увидеть, во что они вкладывают средства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Недвижимость и дополненная реальность. Помогут ли новые технологии в поиске жилья? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://realt.by/news/article/13819/> – Дата доступа: 03.04.2020.

2. Инновации в сфере недвижимости расширяют границы реальности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://club.cnews.ru/blogs/entry/innovatsii_v_sfere_nedvizhimosti_rasshiryayut_granitsy_realnosti – Дата доступа: 03.04.2020.

3. Новая высота: дроны на службе рынка недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cre.ru/analytics/40116> – Дата доступа: 03.04.2020.