

Студ. А.С. Лашко, А.В. Жукович
Науч. рук. преп.-стажер Л.С. Семёнова
(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЛЬЯ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Рынок первичного жилья имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать профессионалу, работающему с недвижимостью. Задачей риэлтера, как и менеджера по продажам застройщика является умение работать с людьми, умение «продать». Далее мы рассмотрим, какие инструменты риэлтеру или застройщику следует использовать для продвижения жилья на первичном рынке.

Главный тренд сейчас – это создание единой экосистемы. Чтобы все сервисы были связаны между собой, данные автоматически циркулировали между ними, а люди работали только с одной системой. Если раньше стремились автоматизировать отдельные процессы – маркетинга, продаж, проектирования, планирования, то сейчас их объединяют и делают сквозными.

Покупатель заходит на сайт, выбирает квартиру, бронирует, отправляет документы застройщику в личном кабинете, переписывается с менеджером в чате, подает заявку на ипотеку, подписывает документы электронной подписью. Это позволит девелоперам сократить путь клиента и цикл сделки, и снизить операционные издержки за счет оптимизации [1].

Одним из эффективных инструментов продвижения новостроек является создание 3D туров. Подогреть интерес покупателя можно, предоставив ему возможность виртуально пройтись по квартире или дому, что позволит клиенту ощутить атмосферу жилья. Это сэкономит время и деньги на показ объекта и повысит уровень продаж.

Можно выделить такой инструмент, как снимки с дронов, дома и окружающей территории. Использование таких фотографий поможет создать нужное впечатление об объекте, а видео отлично дополнит виртуальный тур. Повысить продвижение новостроек, показов помогут вебинары по недвижимости. Таким образом можно повысить уровень грамотности в вопросах операций с недвижимостью среди покупателей и продавцов. Объединяясь с ипотечным брокером, застройщиком или с коллегой, риэлтер может провести вебинар на тему, которая заинтересует потенциальных клиентов [2].

Квиз, викторина, опросник – еще один инструмент, чтобы выявить потребности потенциального клиента и получить его контакты. Квиз может работать, как самостоятельный лендинг. Можно создать

опрос и с помощью таргетированной рекламы запустить трафик потенциальных клиентов. Квиз можно встроить на свой сайт агентства недвижимости и получать заявки от посетителей. Продвижение недвижимости в социальных сетях – ещё один перспективный метод получения трафика. Вне зависимости от того, продаёт агентство премиум-недвижимость, работает с застройщиками или на вторичном рынке, правильно построенный бренд повысит продажи. Социальные сети – основной источник получения информации и можно заставить работать этот канал на бизнес.

Сейчас все более актуальной становится онлайн-оценка недвижимости пользователями. Потенциальные продавцы хотят знать, сколько стоит их дом. Интегрирование этого инструмента оценки дома в сайт позволит получать информацию о потенциальных покупателях. После того как посетитель введет свой адрес, ему будет предложено указать свой адрес электронной почты и другую информацию, чтобы просмотреть отчет об оценке стоимости дома. После предоставления информации, появится новый продавец, с которым можно связаться для дальнейшего взаимодействия.

Цифровая трансформация в сфере недвижимости идет не так быстро. Но программные решения и интеграция технологий в практику уже происходит.

На сегодняшний день уже происходят изменения в поведении агентов по недвижимости, продавцов и арендаторов.

Таким образом, были рассмотрены цифровые инструменты реализации жилья на первичном рынке недвижимости. Сейчас видно, что конкуренция на рынке недвижимости очень высока. Из-за этого необходимо менять стратегии продвижения, адаптировать их под новые реалии и создавать менее агрессивные рекламные кампании, учитывающие запросы конкретного покупателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цифровые тренды на рынке недвижимости: что нас ждет в ближайшие 10 лет? – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://digitaldeveloper.ru/blog/tpost/5ubli84lb1-tsfrovie-trendi-na-rinke-nedvizhimosti> – Дата доступа: 19.04.2023.

2. Маркетинг недвижимости: 12 невероятно успешных маркетинговых стратегий для продажи недвижимости – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/u/191445-evgeniy-didenko/134622-marketing-nedvizhimosti-12-neveroyatno-uspeshnyh-marketingovyh-strategiy-dlya-prodazhi-nedvizhimosti> – Дата доступа: 20.04.2023.