Стратегия продвижения

жилой недвижимости, которая гарантирует рост продаж

Наш подход

Каждый жилой комплекс или дом состоит из ассортимента квартир.
Покупатель выбирает жилой комплекс, а покупает квартиру. **Некоторые типы квартир продаются быстрее и выгоднее, другие –медленнее и с дисконтом.**

Управление ассортиментном квартир:

- нивелирует колебания спроса и предложения;
- сохраняет темпы продаж;
- увеличивает среднюю стоимость кв.м.

На темпы продаж квартиры и ее стоимость влияют:

Внутренние факторы

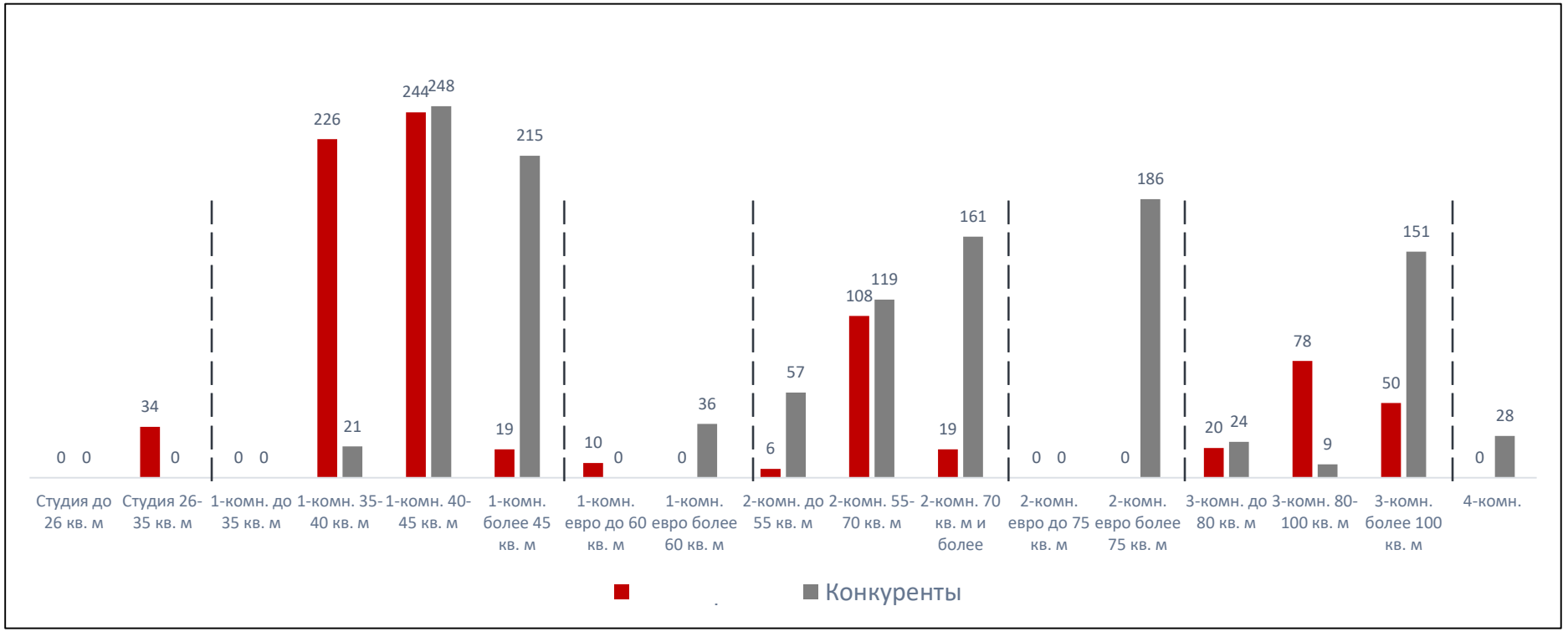
Внешние факторы

Студия до 26 кв. м
Студия 26-35 кв. м
1-комн. до 35 кв. м
1-комн. 35-40 кв. м
1-комн. 40-45 кв. м
1-комн. более 45 кв. м
1-комн. евро до 60 кв. м
1-комн. евро более 60 кв. м
2-комн. до 55 кв. м
2-комн. 55-70 кв. м
2-комн. 70 кв. м и более
2-комн. евро до 75 кв. м
2-комн. евро более 75 кв. м
3-комн. до 80 кв. м
3-комн. 80-100 кв. м
3-комн. более 100 кв. м
3-комн. евро
4-комн.

Квартиры разные нужны

Мы дифференцируем квартиры на разные типы с шагом в 5 кв.м
Именно этот шаг определяет бюджет покупки и тип покупателя

Ассортимент квартир в локации



Можно посмотреть общее число разных типов квартир в районе застройки
Количество каких типов квартир представлено у конкурентов
Сравнить объемы предложения с собственным ЖК
Узнать свободные ниши

Каждой квартире по покупателю

1. Оцениваем ликвидность квартир в каждой группе с учетом качества планировочных решений, этажности, видовых характеристик
2. Анализируем количество (остатков) квартир в каждой группе, долю в ассортименте и выручке, текущую стоимость и темпы продаж
3. Делаем выводы о степени влияния квартир соседних типов друг на друга
4. Создаем сценарий продаж каждого типа квартир

Тип планировки	Предложение	Доля в остатках	Оценка планировочных решений	Оценка привлекательности планировок	Доля Объекта в локации	Степень конкуренции по остаткам	Бюджет у Объекта	Бюджет у конкурентов	Конкурентоспособность бюджета	Внтуripроектная конкуренция
Студия 26-35 кв. м	34	5%	Есть только в литере 1, востребованный и дефицитный формат в локации. Форма близка прямоугольная, соотношение длин сторон приемлемое	Высокая	100%	Отсутствует	1,5-1,6	Отсутствует	Высокая	Отсутствует
1-комн. 35-40 кв. м	23	3%	Квартиры 36,9 кв. м неудобной треугольной формы	Средняя	9%	Низкая	1,8-2,2	2,4-2,6	Высокая	Отсутствует
	203	28%	Квартиры 39-40 кв. м	Высокая	82%					Отсутствует
1-комн. 40-45 кв. м	194	27%	Планировки без существенных изъянов, классические квартиры, в коридоре удобно сделать гардеробную	Высокая	39%	Высокая	2,1-2,5	2,5-2,9	Высокая	Отсутствует
	50	7%	Квартиры на 20-24 эт. с балконами 7-9,8 кв. м	Средняя	10%					
1-комн. более 45 кв. м	19	3%	Невостребованная площадь 49-51 кв. м, но все они выходят на две стороны, у 3-х квартир балконы 5,6-6,3 кв. м	Средняя	8%	Средняя	2,4-2,6	3,0-4,3	Средняя	С компактными 2-комн. и 1-комн. Евро
1-комн. евро до 60 кв. м	10	1%	Слабо востребованный продукт, у двух квартир балкон 10 м, вид на юг. Все они расположены в торце этажа	Низкая	100%	Отсутствует	2,5-2,6	Отсутствует	Высокая	С компактными 2-комн. Квартирами
2-комн. до 55 кв. м	6	1%	Есть только в литере 2, всего 6 квартир в остатках. Квартиры расположены в торце этажа, площадь 51 кв. м	Высокая	10%	Средняя	2,5	3,1-3,4	Высокая	Отсутствует
2-комн. 55-70 кв. м	15	2%	Квартиры с балконами 7-16 кв. м	Низкая	7%	Высокая	2,9-3,4	3,3-5,6	Высокая	Отсутствует
	78	11%	Классические 2-комн. Квартиры	Средняя	34%					
	15	2%	Площадь 66,1 кв. м, окна выходят на две стороны	Высокая	7%					
2-комн. 70 кв. м и более	19	3%	Есть только в литере 1, у всех балконы 10-13 кв. м, большая площадь 70-72 кв. м	Низкая	11%	Высокая	3,5-3,6	4,3-6,6	Высокая	Цена соответствует компактным 3-комн.
3-комн. до 80 кв. м	20	3%	Есть только в литере 1, мало в остатках, востребованный компактный формат, все квартиры с 2-мя санузлами	Высокая	46%	Высокая	3,6-3,7	4,3	Высокая	Часть спроса крупных 2-комн. перетекает в этот сегмент
3-комн. 80-100 кв. м	45	6%	Квартиры с одним санузлом	Низкая	52%	Низкая	3,6-3,7	5,6 и 8,2	Высокая	Отсутствует
	28	4%	Квартиры с одним санузлом, но окна выходят на две стороны	Средняя	32%					
	5	1%	5 квартир с двумя санузлами, окна на две стороны, 90,8 кв. м	Высокая	6%					
3-комн. более 100 кв. м	46	6%	Низкая: 5 квартир неправильной неудобной формы по 104 кв. м Низкая: 30 квартир имеют только один санузел Низкая: 4 квартиры с террасами 29 кв. м	Низкая	23%	Высокая	4,3-4,9	6,3-9,5	Средняя	Отсутствует
	4	1%	Только 4 квартиры с окнами на две стороны.	Средняя	2%					

Кейс «Новый Оккервиль»

Застройщик был уверен, что на Объекте медленно продаются 3 к.кв.

Детальный анализ показал, что затоваривание произошло в зоне студий

Период	Продажи студии				Продажи 1 к.кв				Продажи 2 к.кв				Продажи 3 к.кв			
	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего	1 очередь	2 очередь	3 очередь	всего
1.2014	1	3	5	9	2	4	31	37	5	13	13	31	5	4	3	12
2.2014	1	3	5	9	3	7	27	37	8	19	18	45	4	4	3	11
3.2014	1	3	5	9	5	11	22	38	12	25	21	58	4	2	3	9
4.2014	1	3	4	8	6	13	22	41	11	22	18	51	2	4	3	9
5.2014	1	3	5	9	4	6	11	21	7	13	11	31	2	4	2	8
6.2014		3	4	7	3	4	7	14	4	10	9	23	4	4	3	11
7.2014		3	4	7	2	4	5	11		9	6	15	4	2	3	9
8.2014		3	5	8	4	7	12	23		15	15	30	4	4	2	10
9.2014		3	5	8	5	8	15	28		17	16	33	3	6	5	14
10.2014		3	7	10	3	6	11	20		7	8	15	5	6	4	15
11.2014		3	6	9	3	6	10	19		7	8	15	3	5	2	10
12.2014		3	5	8	2	4	7	13		4	7	11	3	3	2	8
Остатки	0	19	195	214	14	55	104	173	0	0	124	124	20	56	9	85
Среднемесячное кол-во продаж в 2015		1	3		2,8	2,8	6				13		4,3	4,3	3	
Срок реализации		19	65		5,00	19,64	16,25				9,73		4,65	13,02	3,21	
Остатки в деньгах	0	62 450 000	521 436 875	583 886 875	612546875	190 246 523	345 268 741	1 148 062 139	0	0	645 387 456	645 387 456	176 594 534	432 569 745	54 123 684	663 287 963

При сравнимом объеме выручке срок реализации студий в 4 раза превышает срок реализации 3 к.кв.

Анализируем продажи конкурентов

Сравниваем **бюджет покупки** квартир каждого типа с собственным ЖК

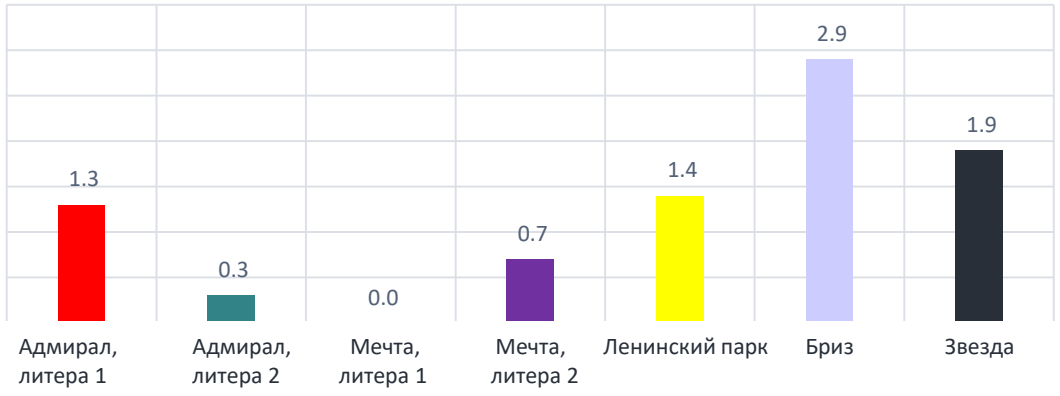
Сравниваем помесячно **темпы продаж** квартир каждого типа с собственным ЖК

Сравниваем **количество остатков** квартир каждого типа у конкурентов и в собственном ЖК

Делаем вывод о возможности увеличения цены/темпа продаж данного типа квартир

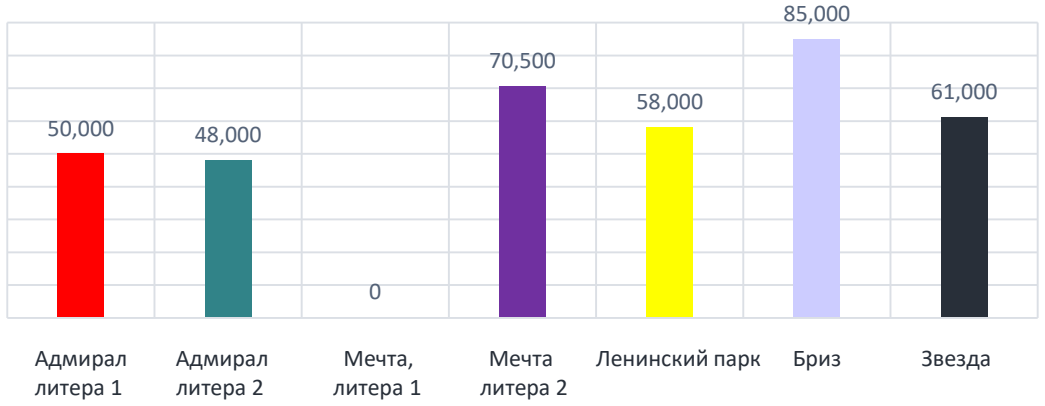
Анализируем продажи конкурентов

Среднемесячный темп продаж, кв./мес.
2-комн. 55-70 кв. м

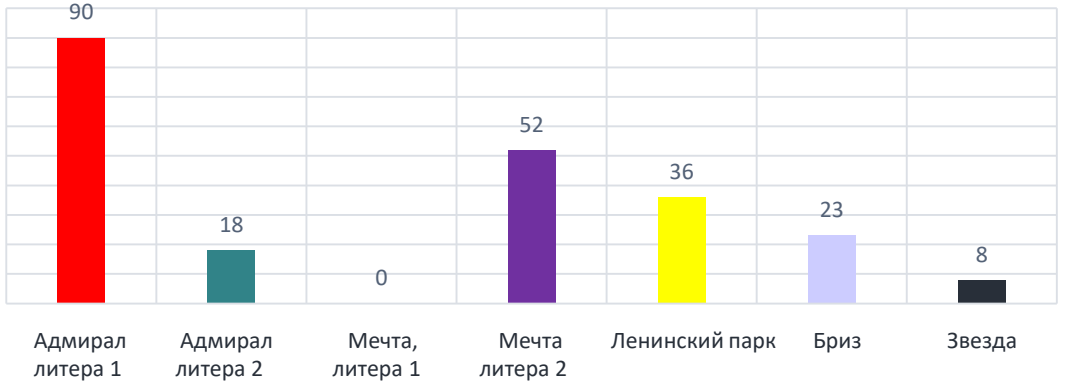


Средний бюджет квартиры, руб.
2-комн. 55-70 кв. м

Цена 1 кв. м, руб.
2-комн. 55-70 кв. м



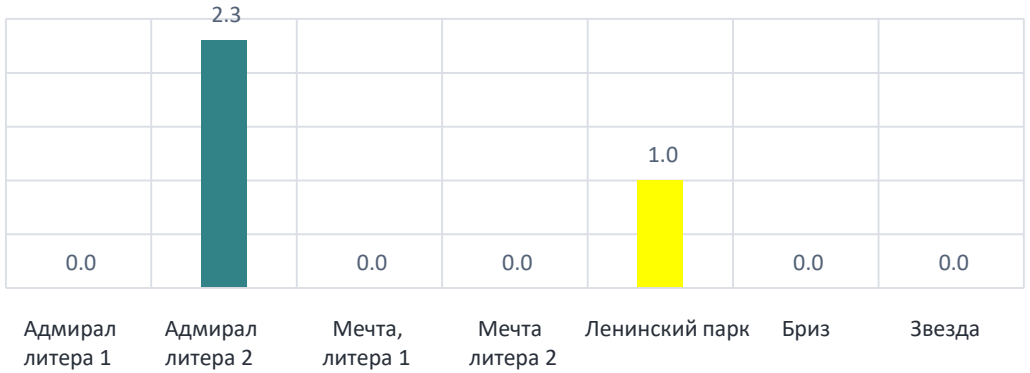
Объем рыночных остатков, ед.
2-комн. 55-70 кв. м



Такова конкуренция для анализируемого Объекта в разрезе классических 2 к.кв.

Анализируем продажи конкурентов

Среднемесячный темп продаж, кв./мес.
2-комн. до 55 кв. м



Средний бюджет квартиры, руб.
2-комн. до 55 кв. м

Цена 1 кв. м, руб.
2-комн. до 55 кв. м

Объем рыночных остатков, ед.
2-комн. до 55 кв. м

Такова конкуренция для того же Объекта в разрезе компактных 2 к.кв.

Тип квартиры	Студия 26-35 кв. м	1-комн. 35-40 кв. м	1-комн. 40-45 кв. м	1-комн. более 45 кв. м	1-комн. евро до 60 кв. м	2-комн. до 55 кв. м	2-комн. 55-70 кв. м	2-комн. 70 кв. м и более	3-комн. до 80 кв. м	3-комн. 80-100 кв. м	3-комн. более 100 кв. м
Маршал, литер 1											
Ср. темп продаж, ед./мес.	0,3	1,0	0,3	0,0			1,3	0,0	0,7	0,3	0,0
Ср. цена 1 кв. м, руб.	63 000			51 000			50 000	50 000	46 918	49 000	49 000
Ср. бюджет реализации, руб.	1 764 000	1 946 000	2 199 500	2 500 000			3 347 200	3 520 000	3 500 112	4 517 800	5 091 100
Маршал, литер 2											
Ср. темп продаж, ед./мес.		1,3	0,3		0,0	2,3	0,3			0,3	
Ср. цена 1 кв. м, руб.		2 021 000			49 000	49 500	48 000			47 000	
Ср. бюджет реализации, руб.		50 678			2 543 100	2 524 350	3 024 000			4 246 732	
Тургенев, литер 1											
Ср. темп продаж, ед./мес.				7,7				0,4		0,7	1,5
Ср. цена 1 кв. м, руб.				81 333				77 000		79 000	78 500
Ср. бюджет реализации, руб.				4 030 000				5 936 700		7 473 400	9 270 850
Тургенев, литер 2											
Ср. темп продаж, ед./мес.			1,3	0,6			0,7	0,0			0,4
Ср. цена 1 кв. м, руб.			70 000	69 667			70 500	70 500			69 500
Ср. бюджет реализации, руб.			2 835 000	3 169 167			4 836 300	10 694 850			8 896 000
ЖК на Гаражной, 156											
Ср. темп продаж, ед./мес.		3,6	1,3				7,1	7,7	2,1	4,2	
Ср. цена 1 кв. м, руб.		47 000	47 000				47 000	47 000	46 000	46 000	
Ср. бюджет реализации, руб.		2 021 000	2 021 000				3 053 433	3 332 300	3 675 400	4 160 700	
ЖК на Дальней, 4											
Ср. темп продаж, ед./мес.			4,1					10,3		1,8	
Ср. цена 1 кв. м, руб.			47 000					47 000		46 000	
Ср. бюджет реализации, руб.			2 021 000					3 382 433		4 264 200	
Краснодар Сити											
Ср. темп продаж, ед./мес.		1,7	0,7	1,1		1,0	1,4	0,3	0,5		0,3
Ср. цена 1 кв. м, руб.		62 000	62 000	64 000		61 333	58 000	63 000	59 000		65 000
Ср. бюджет реализации, руб.		2 418 000	2 728 000	3 379 200		3 281 333	3 308 900	5 077 800	4 283 400		6 773 000
7 континент											
Ср. темп продаж, ед./мес.			0,1	4,8			2,9	0,5		0,2	0,1
Ср. цена 1 кв. м, руб.			85 000	83 333			85 000	85 000		85 000	85 000
Ср. бюджет реализации, руб.			3 595 500	3 870 333			5 394 667	6 494 000		8 160 000	8 746 500
Арбат											
Ср. темп продаж, ед./мес.			2,5				1,9	1,3		0,2	0,8
Ср. цена 1 кв. м, руб.			61 000				61 000	61 000		61 000	61 000
Ср. бюджет реализации, руб.			2 738 900				3 672 200	4 575 000		5 660 800	6 313 500

Общий конкурентный срез по Объекту, позволяет оперативно выявить потенциал

Знаем точно

1. Какие типы квартир в какой период реализации ЖК должны быть проданы, чтобы избежать неликвидных остатков

2. Какова реальная рыночная стоимость для каждого типа квартир на сегодня. И не пора ли ее поднять?

3. Какой тип квартир нуждается в дополнительном продвижении, а какой продается без усилий

Можем управлять продажами:

- комбинируя «легкие» сделки со «сложными»;
- увеличивая темп реализации
- или среднюю цену за кв.м по разным типам квартир

План продаж 1 к.кв в шт

						Требуемый темп продаж																														Дом сдан
Тип планировки	Подтип	Конкурентоспособность бюджета	Степень конкуренции по остаткам	Внтурипроектная конкуренция	Прогноз по темпам реализации	авг.18	сен.18	окт.18	ноя.18	дек.18	янв.19	фев.19	мар.19	апр.19	май.19	июн.19	июл.19	авг.19	сен.19	окт.19	ноя.19	дек.19	янв.20	фев.20	мар.20	апр.20	май.20	июн.20	июл.20	авг.20	сен.20	окт.20	ноя.20	дек.20	
1-комн. 35-40 кв. м	Классические планировки, большинство имеют правильную форму, большой объем предложения	Высокая, у ближайшего конкурента бюджет выше, сейчас продаем по 49-51 т.р., конкурент - по 62 т.р.	Низкая	Отсутствует	10,0	10	11	12	12	12	10	8	8	8	7	7	7	7	7	7	8	10	6	6	6	6	5	5	5	7	8	8	8	8
1-комн. 35-40 кв. м	Неликвид				2,0	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1																		
1-комн. 35-40 кв. м	Среднее качество				5,0	7	8	9	9	9	8	7	7	7	6	6	6	7	7	7	8	10	6	6	6	6	4	4	4	6	7	7	7	7
1-комн. 35-40 кв. м	Ликвид				3,0																						1	1	1	1	1	1	1	1
1-комн. 40-45 кв. м		Высокая	Высокая	Отсутствует	4,0	9	10	10	13	12	11	9	9	9	6	6	6	6	9	9	12	13	10	7	7	7	6	6	6	7	8	8	7	6
1-комн. 40-45 кв. м	Ликвид				2,5	7	8	8	9	9	8	7	7	7	5	5	5	5	8	8	10	10	8	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	4
1-комн. 40-45 кв. м	Среднее качество				1,5	2	2	2	4	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
1-комн. более 45 кв. м		Средняя	Средняя	Есть конкуренция с компактными 2-комн. и европланировками	2,5	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0																			
1-комн. более 45 кв. м	Среднее качество				1,5														1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1-комн. более 45 кв. м	Неликвид				1,0			1	1	1																								

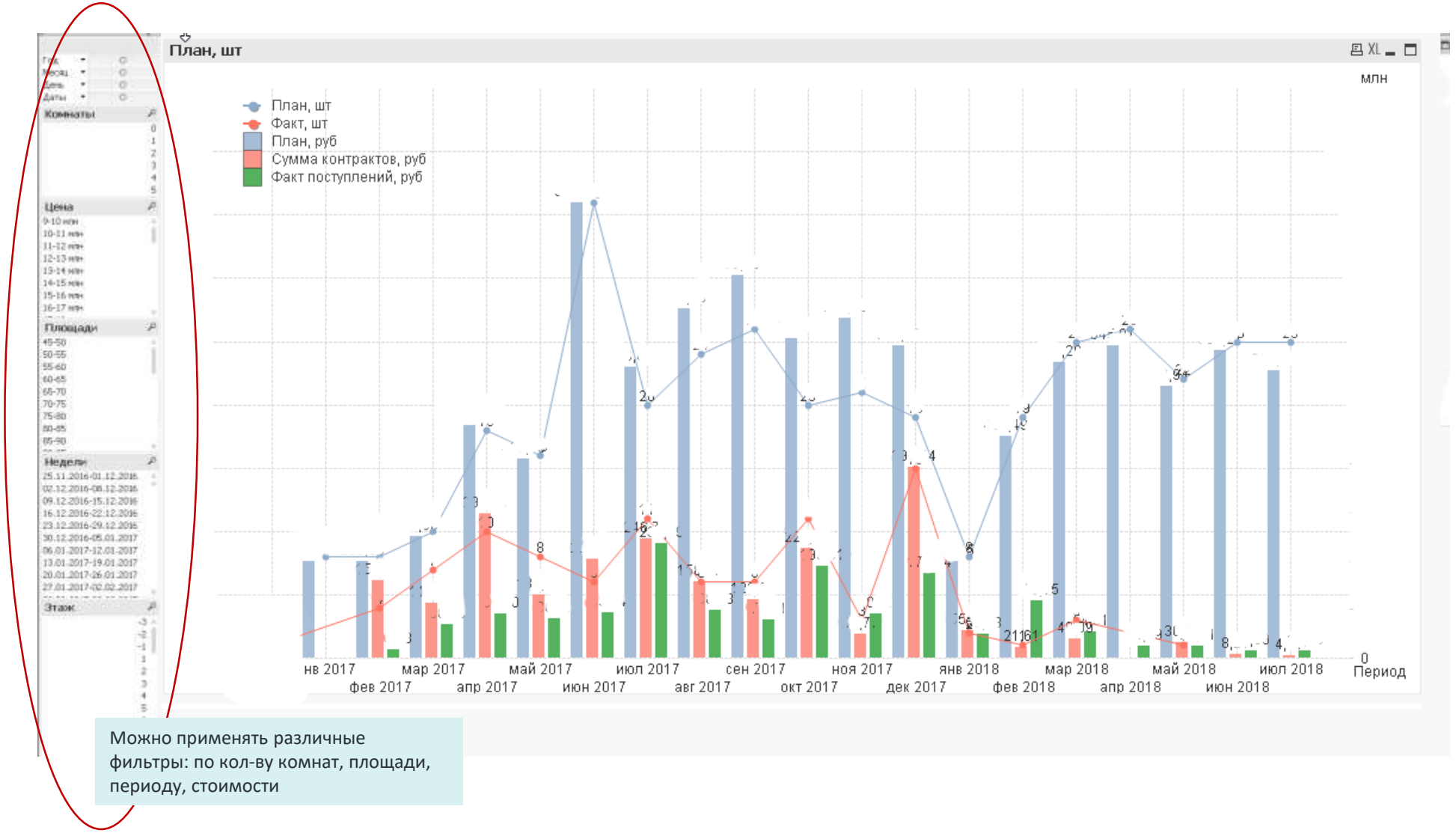
В соответствии с требуемым темпом часть квартир нуждается в более высоком темпе, чем позволяет рынок (красный), и требует доп поддержки рекламой/мотивацией продаж

Часть квартир высоколиквидная (зеленый) и рекомендована к реализации на высокой стадии готовности

ИСПОЛНЕНИЕ ПЛАНА ПРОДАЖ

Сравнение плановых и фактических показателей (по годам / кварталам / месяцам / дням)

- **В целом по проекту**
- **По типам квартир**



Можно применять различные фильтры: по кол-ву комнат, площади, периоду, стоимости

Зарабатывать больше

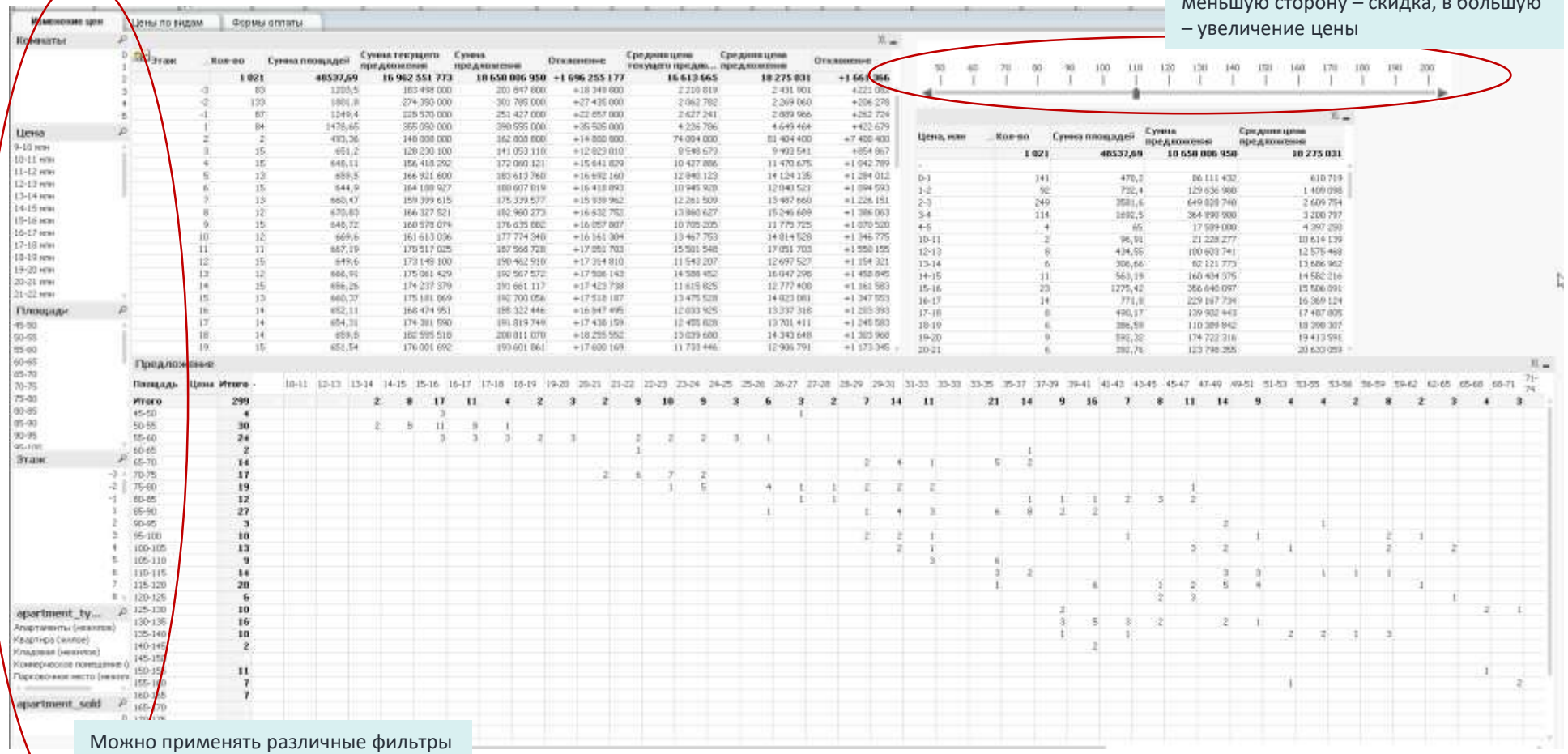
Ликвидные типы квартир – дополнительная маржинальность

1. Когда ваш тип квартиры единственный в локации
2. Когда ваш тип квартиры в бюджете покупки дешевле конкурентов
3. Вы можете снижать стоимость кв.м для «сложного» типа квартир и автоматически повышать на высоколиквидном ассортименте

СКИДКИ

Расчет увеличения / снижения доходности при скидках

- По всему проекту
- На определенные типы квартиры



100% - текущие цены, отклонение в меньшую сторону – скидка, в большую – увеличение цены

Можно применять различные фильтры и считать увеличение / снижение доходности по каждому типу квартир отдельно

Быстро принимать решения

Рыночная ситуация меняется – успех в моменте

- Своевременно продавать наименее ликвидные квартиры
- В период низкой конкуренции поднимать стоимость кв.м на востребованные квартиры
- Увеличивать общий темп продаж и выручку компании

Сохранять баланс предложения

1. Не распродавать самые ликвидные квартиры на ранних стадиях строительства
2. Обеспечивать сделками «сложный» ассортимент в соответствии с планом продаж
3. Знать текущий объем спроса на каждый тип квартир

Эффективно привлекать покупателя

АКЦИИ

Разрабатывать акции для обеспечения продаж «сложного» ассортимента. И четко видеть результат в продажах.

КАНАЛЫ

Обеспечивать более дешевые и горячие лиды, формируя удобные клиенту условия покупки на узкий ассортимент

КОНКУРЕНТЫ

Целенаправленно рекламировать тип квартиры для клиентов конкурентов, если у нас квартира привлекательнее

Продавать выгодно

Своевременно повышать цены на востребованные квартиры

Избегать дисконта на неликвидные остатки

Этапы разработки

Интеграция программного обеспечения

START

FINISH

1. Интеграция цифровой платформы с 1С Заказчика
2. Наполнение платформы Объектами для анализа
3. Интеграция цифровой платформы с данными Росреестра
4. Оценка качественных характеристик анализируемых Объектов
5. Настройка необходимых срезов для анализа
6. Выполнение анализа по 1 Объекту Заказчика
7. Обучение всех служб пользованию программой
8. Передача проекта Заказчику

Интеграция

Система разрабатывается индивидуально. Мы используем готовые платформы для интеграции данных Заказчика и данных по продажам конкурентов

Безопасность

Работы индивидуальны.
Производятся на сервере
Заказчика

БЫСТРАЯ
УДОБНАЯ
АНАЛИТИКА
СВОИХ
ПРОДАЖ И
КОНКУРЕНТОВ

ЧТО ЖЕ ЕЩЁ?

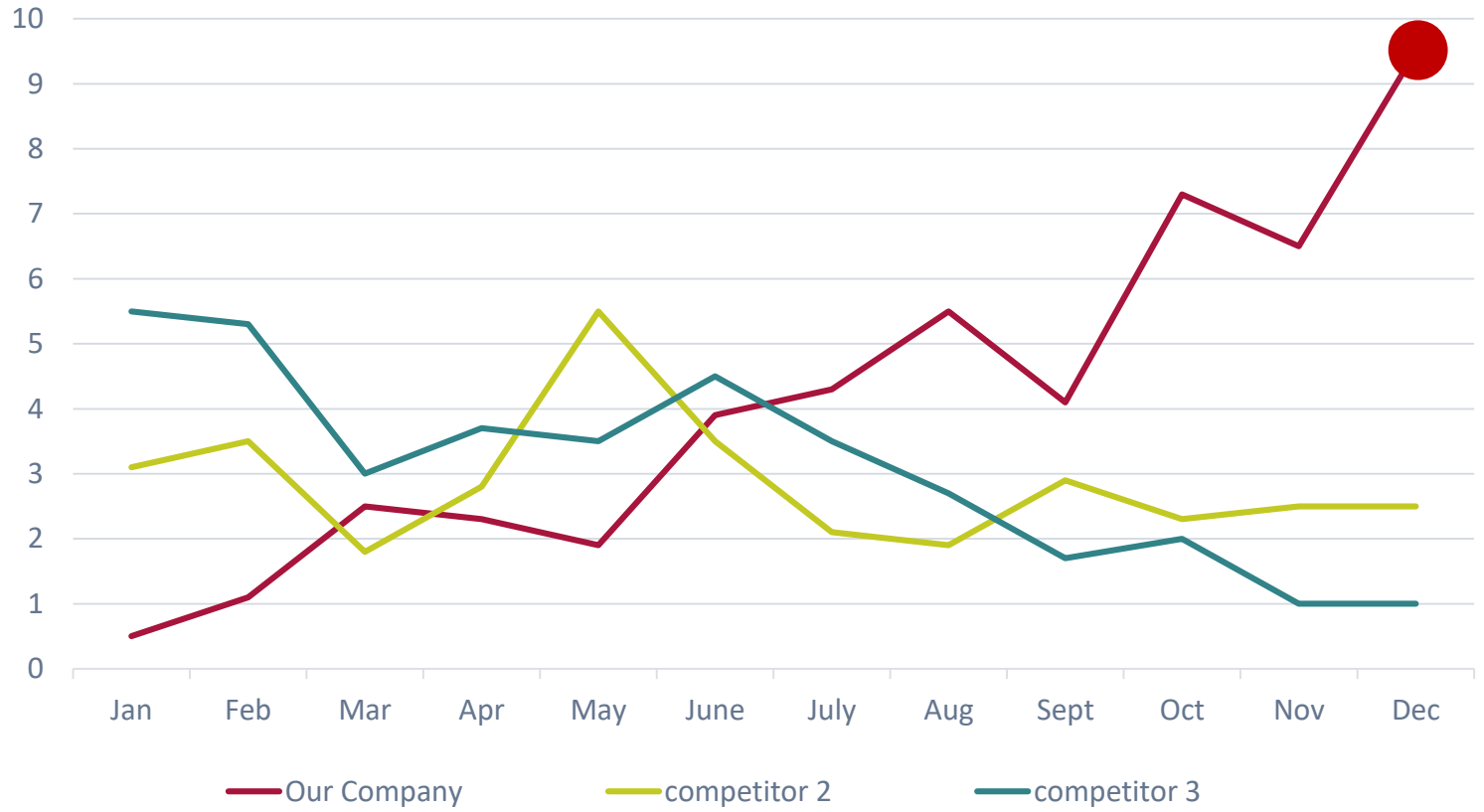
Ещё! Квартирограмма новых домов

Матрица квартир на этаже – часть ТЗ проектировщикам

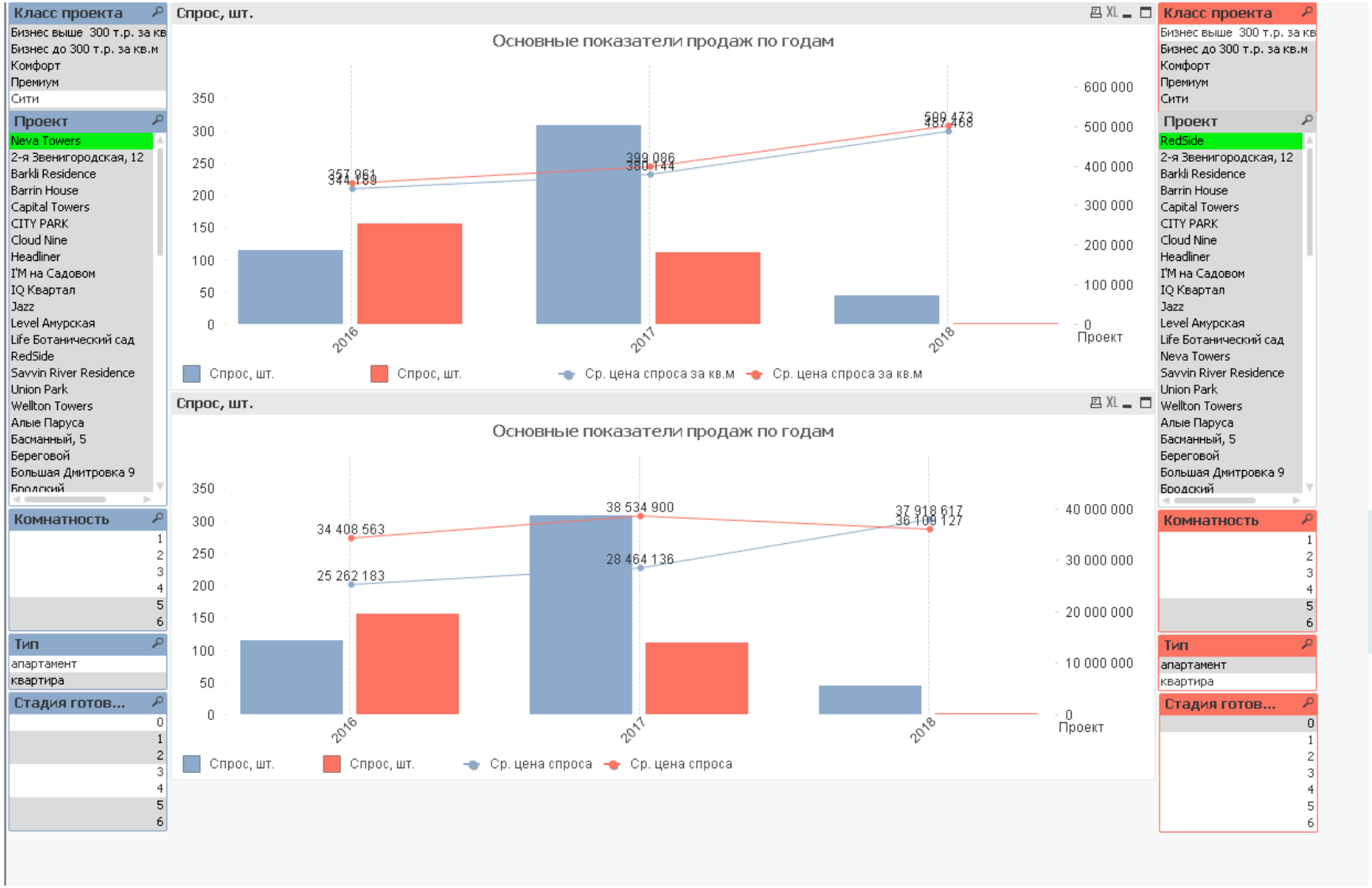
1. Расчет темпов продаж в локации квартир каждого типа
2. Выявление ликвидного ассортимента и ассортимента, который не представлен в локации
3. Расчет стоимости квартиры в сравнении с конкурентным предложением в локации

Ещё! online аналитика

По всем ключевым параметрам



СРАВНЕНИЕ ПРОДАЖ ВЫБРАННОГО ТИПА КВАРТИР С ЛЮБЫМ КОНКУРЕНТОМ



Учитывает стоимость кв.м

Бюджет покупки

Стадию готовности

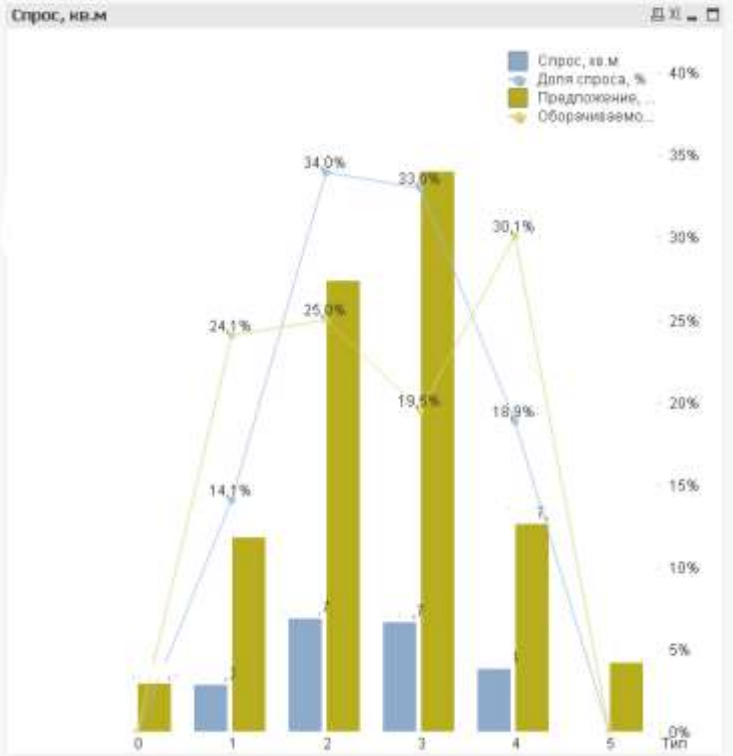
АНАЛИЗ ЭКСПОЗИЦИИ К ПРОДАННЫМ ДДУ ПО ВСЕМ ТИПАМ КВАРТИР В ОБЪЕКТЕ

В КВ.М

В ШТУКАХ

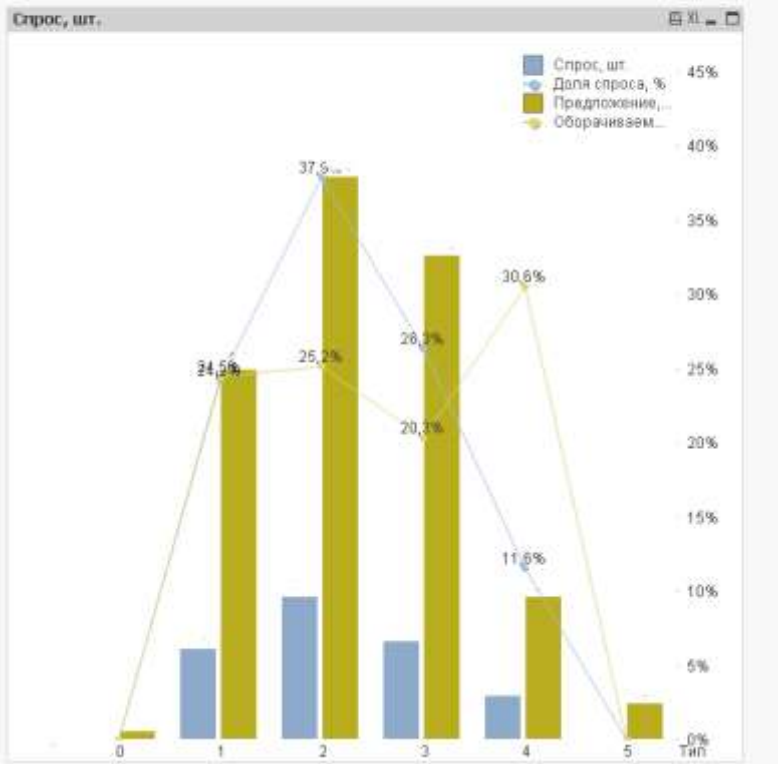
Спрос, кв.м

Тип	Спрос, кв.м	Доля спроса, %	Предложение, кв.м	Оборачиваемость, %
0		0,0%		0,0%
1		14,1%		24,1%
2		34,0%		25,0%
3		33,0%		19,5%
4		18,9%		30,1%
5		0,0%		0,0%
Итого		100,0%		21,7%



Спрос,шт.

Тип	Спрос,шт.	Доля спроса, %	Предложение, шт.	Оборачиваемость, %
0		0,0%		0,0%
1		24,2%		24,5%
2		37,9%		25,2%
3		26,3%		20,3%
4		11,6%		30,6%
5		0,0%		0,0%
Итого		100,0%		23,3%



Будем рады сотрудничеству!

Вопросы?

С удовольствием ответим на ваши вопросы и обсудим задачи по вашему Объекту

Ответы!

Виталия Львова
Генеральный директор
Promotion Realty
+7 926 204 18 91
+7 495 374 68 48
Lvova@promo-realty.ru
www.promo-realty.ru