

Литературное агентство Лилии Сараевой

Лидеры рынка недвижимости: лучшие стратегии

Лилии
Сараевой
ЛИТЕРАТУРНОЕ АГЕНТСТВО

УДК 33
ББК 65

Библиотека SMI.RU.COM

Лидеры рынка недвижимости: лучшие стратегии / С. Библиотека SMI.RU.COM, 166 с.

ISBN 978-5-521-89673-8

Шрифт основного текста: Source Serif 4 Subhead, лицензия SIL Open Font License 1.1, разработан Франк Гриссхаммер, Пол Хант,
Шрифт заголовков: Dela Gothic One, лицензия SIL Open Font License 1.1, разработан Aratakana

16+ В соответствии с ФЗ от 29.12. 2010 №436-ФЗ

**УДК 33
ББК 65**

Эмилия Ахундова
литературное агентство

ISBN 978-5-521-89673-8

г. Санкт-Петербург,
Литературное агентство Эмилия Ахундова
(ИП Ахундов Э.И.), ИНН 781302617257.
https://vk.com/litagent_ru,
<https://t.me/eakhundov>.

© Библиотека SMI.RU.COM., 2024

© Оформление ООО «Пабlish Системс»,
Метранпаж, Онлайн-сервис верстки книг, 2024

Введение

Литературные агентства Лилии Сараевой и Эмиля Ахундова представляют новую книгу «Лидеры рынка недвижимости: лучшие стратегии».

Рынок недвижимости является одним из наиболее динамичных и сложных секторов экономики. Он требует от специалистов не только глубоких знаний и опыта, но и умения адаптироваться к меняющимся условиям и трендам. В этой книге мы собрали истории успеха и советы от ведущих специалистов в области недвижимости, которые добились значительных результатов и признания в своей сфере.

Книга «Лидеры рынка недвижимости: лучшие стратегии» представляет собой уникальную возможность для читателей познакомиться с лидерами отрасли, узнать о их опыте и получить ценную информацию о рынке недвижимости. Вы узнаете, как они достигли своего успеха, какие стратегии и тактики использовали, а также какие тренды предсказывают на будущее.

В книге представлены материалы экспертов, работающих в различных сегментах сферы недвижимости, включая инвестирование, управление, маркетинг, юридические услуги и консалтинг. Каждый из них поделился своим опытом и знаниями. Практические советы и стратегии для роста бизнеса и личного развития представлены в отдельном разделе.

Эксклюзивные техники и приемы, которые увеличат доход и помогут закрывать больше сделок. Секреты привлечения клиентов с помощью маркетинга, технологий и психологии продаж. Рекомендации по подбору квалифицированных специалистов помогут создать сильную и профессиональную команду, чтобы помочь читателям лучше понять рынок и его возможности. А также все эксперты оставили свои контакты. Если вам нужна их помощь или совет — вы всегда сможете к ним обратиться.

Книга «Лидеры рынка недвижимости: лучшие стратегии» будет полезна для всех участников рынка недвижимости — как начинающим специалистам, которые только делают первые шаги в профессии,

так и опытным экспертам, стремящимся улучшить свои результаты и освоить современные подходы к ведению бизнеса. Вне зависимости от уровня знаний и опыта, эта книга поможет как профессионалам, так и начинающим специалистам выйти на новый уровень. Мы надеемся, что эта книга станет ценным ресурсом для вас и поможет в вашей карьере или бизнесе.

Создание успешного продукта в недвижимости: опыт кадастрового инженера – Денис Скарков



5

Создание успешного продукта в недвижимости: опыт кадастрового инженера

Кадастровый инженер, судебный эксперт, юрист, эксперт по документам на объекты недвижимости. Президент ГК «МОИ УСЛУГИ» — Центр кадастровых инженеров.

- Судебный землеустроительный эксперт (регистрационный номер диплома № 2917);
- Член Судебно-экспертной палаты РФ (в реестре за № 770502005);
- Член Ассоциации СРО «ОПКД» (в реестре за № 2767);
- Включен в государственный реестр лиц, осуществляющих кадастровую деятельность (в реестре за № 39413);
- Два высших образования (экономическое — управление в сфере услуг; юридическое — степень магистра);
- Участник Федерации ИЖС;
- Участник выставки загородной недвижимости Open Village 2024;

- Спикер и участник Всероссийского жилищного конгресса 2024 в Сириусе Сочи;
- Партнер гильдии риэлторов Москвы и Московской области.
- Соавтор книги «Недвижимость без секретов: советы профессионалов».

Дорогие друзья, сегодня мы обсудим тему конечного продукта для потребителя. Как он меняется в современных условиях, каким он был раньше, что представляет собой конечный продукт сегодня и как его можно успешно создать в любой компании или на предприятии, ведь в каждой организации есть клиент, для которого создается конечный продукт. Как эксперт в области юридических и кадастровых услуг, я наблюдаю значительные изменения в конечном продукте в моей отрасли и смежных сферах, таких как строительство, девелопмент, риелторская деятельность и все, что связано с объектами недвижимости. Особенно интересно наблюдать трансформацию конечного продукта на рынке индивидуального жилищного строительства. На практике, рассматривая свою отрасль в период с 2016 по 2018 год, я заметил, что около 90% договоров заключались только на изготовление различных документов. Клиенты обращались к нам за услугами, которые они не могли выполнить самостоятельно без помощи кадастрового инженера, так как эти документы, такие как межевой план, технический план или акт обследования, могли быть подготовлены только аттестованным кадастровым инженером. Получив эти документы, на тот момент они становились конечным продуктом нашей компании, и потребитель самостоятельно сдавал их на регистрацию в Росреестр или другие государственные органы, для которых они были подготовлены, и завершал процесс регистрации объектов недвижимости самостоятельно. У потребителя была определенная цель, для достижения которой требовалось выполнить ряд шагов. Он самостоятельно определял, какие действия может выполнить сам, а какие требуют обращения к специалисту для подготовки документа или услуги. Таким образом, в период с 2016 по 2018 год потребитель самостоятельно завершал задачу, получая конечный продукт в том виде, в котором он хотел его видеть. В процессе он получал необходимые услуги и работы от специалистов для достижения желаемого результата.

Сейчас на рынке происходит трансформация конечного продукта. Конечный продукт, на мой взгляд, остался тем же — достижение результата, например, постановка жилого дома на кадастровый учет. Однако,

в отличие от 2016–2018 гг., когда потребитель самостоятельно выполнял большинство действий, кроме изготовления технического плана, сейчас конечный продукт выглядит так же, но потребитель выбирает подрядчика, который готов закрыть все задачи и предоставить готовый конечный результат, тем самым переложив весь комплекс работ и услуг по созданию конечного продукта на исполнителя или подрядчика.

Динамика потребностей клиента

	Заявки на изготовление какого-либо документа	Услуги с регистрацией документов	Комплексное выполнение работ/услуг
2018	70%	25%	5%
2024	5%	70%	25%

На основании наших данных, в компании сегодня я вижу, что уже 90% договоров представляют собой комплексные услуги. Теперь клиент не просто заказывает изготовление технического плана, но и ожидает полного комплекса работ для достижения конечного результата. Когда клиент звонит и спрашивает, ограничивается ли вы только изготовлением технических планов, он фактически отказывается от таких услуг, поскольку его цель — зарегистрированный и правильно оформленный жилой дом в Росреестре. Это и есть конечный продукт, требующий выполнения комплексных работ и услуг.

Таким образом, потребитель изменил свои критерии к формированию конечного продукта. В современных реалиях он заявляет, что ему нужен конечный продукт в законченном и завершенном виде, который он сможет сразу использовать. После получения выписки ЕГРН на правильно оформленный и зарегистрированный жилой дом потребитель не планирует ничего делать самостоятельно. Он приходит в компанию, делает запрос и получает конечный результат, готовый к немедленному использованию.

Например, в смежной отрасли — строительстве всего пять лет назад конечным продуктом для потребителя был построенный жилой дом. То есть клиент ставил перед собой цель: «хочу жить за городом». Для

достижения этой цели требовалось выполнить ряд комплексных услуг и работ: проверить участок перед покупкой, приобрести земельный участок, проверить градостроительные нормы, проверить грунты перед возведением фундамента, выбрать тип фундамента, спроектировать дом, построить или приобрести дом, провести работы по благоустройству, подвести коммуникации, сделать отделку и ремонт, оформить документы, купить мебель и т.д. Некоторые из перечисленных работ потребитель выполнял самостоятельно. В конечном итоге клиент получал документы на зарегистрированный жилой дом, полностью готовый к проживанию.

Однако в последние годы появилась новая потребность у клиента — «купить жизнь за городом». Клиент изменил свои взгляды, часто из-за нехватки времени. Для достижения каждой цели нужно составить чек-лист, представляющий собой множество пунктов, и если клиент будет выполнять их самостоятельно, искать подрядчиков, следить за работой и принимать их работу, это становится очень тяжело. Понимая это, потребитель изменил свои взгляды, и теперь для него конечным продуктом является «бесшовный» переезд за город, когда человек переезжает в свой дом, не испытывая никаких трудностей. Переезд за город включает в себя выбор подрядчика, отслеживание работ, выбор участка и возможность строительства на нем и т.д. Все эти действия требуют значительных энергетических ресурсов от потребителя. Поэтому в будущем, и уже сейчас, видна тенденция, что клиент переходит на комплексные работы и покупает «жизнь за городом». А мы, как исполнители и подрядчики, должны комплексно обеспечить бесшовный переезд потребителю за город.

ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ В ИЖС ВАЖЕН БЕСШОВНЫЙ ПЕРЕЕЗД



Я часто встречал людей, которые, покупая земельный участок, полны энтузиазма и планируют переезд за город, мечтая о прекрасной жизни на свежем воздухе. Однако, когда начинается поиск подрядчиков и само строительство, многие сталкиваются с трудностями. Например, я сам столкнулся с проблемой установки забора и сменил трех подрядчиков. В итоге я понял, что переезд за город — это не просто.

Поэтому важно, чтобы потребитель не испытывал таких негативных моментов, ведь прекрасная жизнь за городом может быстро превратиться в ненавистную. Человек, столкнувшись с трудностями в процессе переезда, может решить, что лучше остаться в квартире.

Мы, как исполнители и подрядчики, должны комплексно обеспечить бесшовный переезд потребителю за город, чтобы избежать подобных ситуаций и сделать переезд максимально комфортным и приятным.

Таким образом, чтобы избежать негативных моментов, необходимо комплексно подходить к удовлетворению потребностей клиента. Каждый из нас должен объединяться в ассоциации и союзы разносторонних отраслей, чтобы закрывать потребности клиента «под ключ».

В одной ассоциации или федерации может состоять группа компаний различных направлений, которые при обращении клиента смогут полностью закрыть все его потребности, шаг за шагом переходя от одного этапа к другому. Это позволит клиенту избежать трудностей, с которыми он мог бы столкнуться, если бы все делал самостоятельно.

Такой подход позволит клиенту приобрести и «жизнь за городом», и закрыть все свои потребности, не испытывая при этом тех трудностей, которые возникают при самостоятельном поиске и выполнении всех необходимых работ и услуг.

Следовательно, в будущем нас ждет тенденция к максимально коротким и удобным путям получения конечного продукта. Например, в случае с нашим питанием это уже заметно: раньше большинство людей покупали продукты и готовили дома. Однако в последнее время многие предпочитают ходить в рестораны или заказывать готовую еду.

Конечный продукт в данном случае — это не просто продукты питания, а возможность поесть максимально коротким путем, избегая стресса, связанного с готовкой. Это особенно актуально для тех, кто не любит или не имеет времени на приготовление пищи.

Трансформация конечного продукта

К чему мы привыкли		Наше будущее
Купить продукты		Купить готовую еду
Купить кровать		Купить сон
Купить дом		Купить жизнь за городом

Или, к примеру, компания, ранее занимавшаяся продажей кроватей, заметила тенденцию перехода на новый этап конечного продукта для потребителя. Теперь компания продает не просто кровати, а благоприятный сон. Это включает в себя покупку кровати, хорошего матраса, подушек, одеял, прикроватных аксессуаров, успокаивающего освещения, красивых ковриков и прикроватных тумбочек.

Компания полностью закрывает потребности клиента, позволяя ему не задумываться о деталях, таких как выбор подушки или постельного белья. Клиент готов платить за комплексный подход, не вникая в подробности. Эта тенденция растет и развивается, и все больше компаний начинают предлагать подобные комплексные решения для удовлетворения потребностей клиентов.

Иными словами, если компании не трансформируют свой конечный продукт и услуги, они могут потерять значительную долю клиентов в будущем. Например, если бы я продолжал продавать только технические и межевые планы, не предлагая дополнительных услуг, я бы потерял около 60% клиентов. И эта цифра в будущем будет только расти.

Чтобы повысить удовлетворенность клиентов и увеличить прибыль, важно трансформировать конечный продукт, предлагая комплексные