

НОУ-ХАУ В ОБЛАСТИ ПРОДАЖИ НЕДВИЖИМОСТИ

А. С. Шкодинская,
студентка 3 курса ГИУСТ БГУ
Научный руководитель:
кандидат технических наук,
доцент Т. В. Борздова (ГИУСТ БГУ)

Главная цель продажи недвижимости – это продать недвижимость по максимально возможной цене. Для привлечения покупателей продавцы стали использовать интересные приемы, ноу-хау при продаже недвижимости за рубежом и у нас в стране.

Неординарное решение указанной проблемы можно найти в Китае. В связи с тем, что спрос на квадратный метр значительно упал, пекинская компания Jin Tai Cheng предложила каждому мужчине, купившему виллу в элитном поселении Ecological Bay, помощь в организации бесплатного свидания, а в случае свадьбы – подарок в размере 60 000 юаней (9000 долл. США).

Девелоперская компания из Шанхая обещала покупателю шикарной виллы стоимостью 10 млн долл. подарить самолет – истребитель времен Второй мировой войны. Рекламный аншлаг так и гласил: «Покупателю виллы – самолет в подарок!» О том, что он не имеет двигателя и находится на вечном приколе во дворе виллы, потенциальные покупатели узнавали в последнюю очередь.

Еще один удивительный ход в продажах был представлен на 55-й ярмарке недвижимости в спортивно-выставочном центре города Наньтун. Чтобы повысить продажи домов в этом регионе,

одно из агентств наняло привлекательных девушек-моделей, на оголенных спинах которых нанесло схематичные планы интерьеров предлагаемых помещений [1].

Республика Беларусь также делает шаги к успешной продаже недвижимости путем внедрения различных новшеств. Центр торговли недвижимостью «Пакодан» внедрил интересную услугу – «Виртуальные туры». Сотрудниками агентства было приобретено специальное оборудование, которое позволяет осуществить «путешествие» по объекту, не выезжая на него, и при этом в течение небольшого времени.

Следующей инновацией агентства стала программа «Участковый риэлтер». Минск был поделен на 140 частей, за каждой из которых был прикреплен свой агент. Главной целью «участковых» было изучение всей прилегающей территории, уровня цен на недвижимость в данной местности, инфраструктуры и другое. Такой подход позволяет клиенту выбрать того агента, который профессионально проконсультирует в его конкретной ситуации, а выбранный агент, соответственно, окажет риэлтерскую услугу достаточно компетентно [2].

Предприниматель из Англии Дэйв Мэки – фанат игры-головоломки судoku – решил продать свой дом необычным способом. Им была придумана лотерея, победитель которой должен был получить дом. Чтобы принять участие в лотерее, необходимо было решить судoku и оплатить взнос в размере 50 фунтов. Кто судoku решить не смог, к лотерее не допускался. Дом, стоимостью 675 000 фунтов, находится в Ланкашире, на западе Англии. По сути, Мэки продал 14 000 шансов получить его дом. Как только набралось необходимое количество денег, случайным образом был выбран победитель. Счастливчик

получил собственность без уплаты налогов и транзакционных издержек. Действовала лотерея на сайте Дэйва с февраля 2009 по февраль 2010. Если бы за это время нужных 14 000 участников не набралось, то выбранный победитель получил бы не дом, а все собранные средства, которые были аккумулированы на специальном банковском счете [3].

Как видим, использование креативных идей позволяет наиболее выгодно осуществить продажу объекта недвижимости.

Литература

1. Гусев, А. Ноу-хау китайских риэлторов, или как вцепиться в клиента [Электронный ресурс] / А. Гусев //

Портал ners.ru, новости недвижимости, риэлтерские технологии. 2013. – Режим доступа: <http://news.ners.ru/nou-khau-kitayskikh-rieltorov-ili-kak-vtsepitsya-v-klienta.html>. – Дата доступа: 15.02.2016.

2. Сорока, М. Программа «Участковый риэлтер» и виртуальные туры. Кому принадлежат ноу-хау в сфере недвижимости? [Электронный ресурс] / М. Сорока // Realt.by недвижимость. – 2014. – Режим доступа: <http://realt.by/news/article/13463/>. – Дата доступа: 15.02.2016.
3. Необычный способ продать дом [Электронный ресурс] // Бизнес -идеи, -планы, -книги, -игры со всего мира. – 2009. – Режим доступа <http://coolidea.ru/2009/01/30/neobychnyj-sposob-prodat-dom/>. – Дата доступа: 15.02.2016.