

ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА И КО-МАРКЕТИНГ В НЕДВИЖИМОСТИ

Т.С. Лукомская, В.А. Садовская,
студентки 3 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент **Е.Г. Кобзик** (ГИУСТ БГУ)

В странах с развитой экономикой недвижимость является одним из главных компонентов национального богатства. На долю недвижимости приходится более 50 % мирового капитала. Рынок в целом не может существовать без рынка недвижимости.

В современном мире, наполненном конкуренцией, маркетингом и новыми технологиями, трудно долго оставаться на вершине. Поэтому с каждым годом можно наблюдать новые идеи и решения [1].

Стоимость объектов недвижимости значима и высока, поэтому их покупка не может быть необдуманной и молниеносной. Процесс купли-продажи состоит из многих этапов и занимает определенное время. Покупатели относятся к приобретению объектов недвижимости крайне серьезно и внимательно, а менеджеры по продажам и маркетологи не останавливаются на достигнутом и задумываются о новых методах. Доверие к компании и дополнительные бонусы играют немаловажную роль при приобретении недвижимости [2].

В Республике Беларусь насчитывается более 100 агентств недвижимости. Однако маркетинг агентств чаще всего заключается в уровне доверия к ним, узнаваемости и зрелости на рынке. При выборе агент-

ства многие потенциальные клиенты опираются только на его возраст. Однако следует еще учитывать квалификацию и опыт агентов данной структуры (таблица 1).

Проанализировав результаты рейтинга, и проведя полевые исследования наружной рекламы, можно выделить достаточное количество сильных агентств на рынке недвижимости. Самым узнаваемым и широко представленным стало агентство ООО «Твоя столица» (Минск), маркетинговая стратегия которого достаточно точна и правильно выбрана.

Во время новых технологий, всемирной сети Интернет, графиков и 3D проекций, лишь некоторые используют все эти инструменты маркетинга. Люди настолько привыкли все время проводить в сети, что и всю нужную информацию ищут на сайте компании. Поэтому не следует пренебрегать и относиться к сайту, как к ненужной вещи.

Сайт агентства «Твоя столица» сделан грамотно и просто, что привлекает внимание человека, который случайно зашел на него. По версии интернет-портала REALT.BY сайт агентства является самым популярным среди сайтов агентств недвижимости (таблица 2).

Агентство старается работать так, чтобы у клиента оставались только положительные и дружеские эмоции. На сайте агентства можно найти развернутые блоги, в которых предоставляется возможность узнать секреты риэлтерского мастерства и даже внутреннюю жизнь компании. Следует заметить, что агентство «Твоя Столица» грамотно использует многие инструменты маркетинга.

Таблица 1 – Рейтинг надежности агентств недвижимости Беларуси на основе численности аттестованных риэлтеров [3]

Место в рейтинге	Риэлтерская организация	Количество аттестованных риэлтеров
1	ООО «Центр торговли недвижимостью «ПАКОДАН» (Минск)	27
2	ЧУП «Мольнар» (Минск)	17
3	ООО «Динас» (Минск)	14
4	ЧУП «Квадратный метр» (Минск)	12
5–6	ОДО «Недвижимость и закон» (Минск)	11
5–6	ООО «Твоя столица» (Минск)	11

Таблица 2 – Рейтинг сайтов по версии интернет-портала REALT.BY [4]

Место в рейтинге	Сайт	Агентство	Посетители	Уникальные	Просмотры
1	t-s.by	Твоя столица	5 171	3 975	35 097
2	a-h.by	Ассистанс Хэлс	791	737	2 194
3	pakodan.by	Центр торговли недвижимостью «ПАКОДАН»	723	631	2 366
4	m2.by	Квадратный метр	396	374	905
5	chaspik.by	Час Пик	382	353	1 589

Одной из востребованных стратегий в условиях высококонкурентной борьбы является ко-маркетинг. Преимуществом данного типа маркетинга является нацеленность на различные рынки, что в итоге ведет к росту продаж, возрастанию сегмента рынка, увеличению прибыли и оптимизации маркетингового бюджета.

В агентстве недвижимости «Твоя Столица» действует дисконтная программа. После завершения сделки клиентам предоставляется дисконтная карта, которая в течение года предоставляет возможность получать скидки от 5 и до 50 %, а также привилегии в виде бонусов и накопительных карт, более чем у 500 известных партнеров, таких как: ОМА, Пинск-древ, онлайн-гипермаркет 21vek.by, ортопедические матрасы и подушки Vegas и многие другие.

Студентами ГИУСТ БГУ было проведено анкетирование. В качестве респондентов выступили случайные прохожие города Минска. Был задан всего один вопрос: «Назовите самое известное и надежное агентство недвижимости в городе Минске, по вашему мнению?» В опросе приняло участие около 50 респондентов. Результаты опроса показали, что маркетинговая стратегия агентства недвижимости «Твоя столица» действительно работает.

Как показывает практика, многие компании используют различные инструменты маркетинга.

Также по данным статистики агентства недвижимости, прибегают к ко-маркетингу не более чем в 30 % случаев. Бесспорно, ко-маркетинг может принести выгоды обеим сторонам в виде высоких показателей эффективности маркетинговых затрат, сокращению средств на различные виды рекламы, а также повышению качества и увеличению охвата. Ко-маркетинг – это новое слово в 21 веке новшеств и с каждым годом его значение возрастает как на зарубежных рынках, так и на отечественном.

Литература

1. *Anderson, J. C. A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships / J. C. Anderson, J. A. Narus // Journal of Marketing* № 54 (January). – 1990. – P. 42–58.
 2. Эффективность ко-маркетинга в недвижимости [Электронный ресурс] – 2013. – Режим доступа : <http://rekimarketing.ru/co-marketing-realty/>. – Дата доступа : 18.02.2015.
 3. Кому можно доверять на рынке жилья? [Электронный ресурс] – 2014. – Режим доступа : <http://www.pakodan.by/main/o-kompanii/novosti/komu-mozhno-doverjat-naryinke-zhilja>. – Дата доступа : 15.02.2015.
 4. Рейтинг сайтов агентств недвижимости Беларуси [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://realt.by/agencies/rating/>. – Дата доступа : 20.02.2015.
 5. Официальный сайт агентства недвижимости «Твоя Столица» [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : <http://www.t-s.by/>. – Дата доступа : 22.02.2015.
-