Юрий Нарвин: мы не ждем обвала рынка недвижимости, это пока невозможно

Тематика: **Недвижимость**
Статьи и исследования

Дата публикации: 3.10.2022

Дата мероприятия / события: 3.10.2022

г. Москва

CEO и основатель DUGA Real Estate Branding отмечает, что в ожидании новых событий компании на рынке недвижимости продолжают разработку долгосрочных стратегий, потому что остановка работы сейчас не имеет смысла.

Специалисты DUGA Real Estate Branding подвели предварительные итоги насыщенного на события сентября. По-прежнему неопределенность в отрасли крайне высока, а горизонт планирования стал более вариативным. Однако, за сентябрь о паузе в работе заявили лишь единицы — порядка 5% партнеров компании, остальные продолжают работу, и даже активизировались. Многие девелоперы отметили существенный спад продаж на фоне объявления частичной мобилизации — некоторые сообщили о падении количества сделок до 50% по сравнению с предыдущими периодами. Однако есть и те, кто увидел увеличение спроса. Так, в последние две недели сентября прирост сделок зафиксировали отдельные застройщики в бизнес- и премиум-классе. По мнению аналитиков, это явление временное и связано оно с тем, что люди стали срочно искать возможности для инвестиций рублевой массы на фоне дополнительного риска волатильности.

В компании отметили, что несмотря на нестабильность рынка, за сентябрь специалисты DUGA начали разработку нескольких новых крупных проектов с долгосрочной стратегией, среди них есть девелоперские проекты, рассчитанные на 4-5 лет. Кроме того, DUGA Real Estate Branding начала разработку бренда для компании, которая выпускает в России отдельные категории стройматериалов для проектов бизнес- и премиум-класса. Задача компании — импортозамещение, однако производитель планирует не просто продавать свою продукцию взамен ушедших брендов, а развивать репутацию и имя на внутреннем рынке, чтобы составить успешную конкуренцию даже в случае, если иностранные бренды вернутся на российский рынок.

Как отмечает Юрий Нарвин, всё это показывает, насколько пластичным становится рынок в ответ на новые вызовы:

— Мы видим, как трансформировались в последние полгода реакции девелоперов на внешнеполитические, социальные и экономические события. Компании осознали, что остановка в работе — это изначально проигрышная стратегия, поэтому сейчас так уже мало кто поступает. Если ещё весной многие выбирали реакцию “замереть и переждать”, то сегодня на фоне новостей компании только активней продолжают работать, максимально оперативно подстраиваясь под новые реалии — это единственный шанс. Да, мы пока не можем прогнозировать с какой-то существенной долей вероятности, как будут развиваться события и сколько именно всё это продлится. Но одно мы знаем наверняка: любой кризис кончается, и после него наступает оттепель. В эту оттепель смогут войти только те, кто пережил собственно кризис. Поэтому большинство девелоперов выбирают сейчас единственный вариант для себя — собраться с силами и по возможности укреплять свои позиции на рынке, строить долгосрочные стратегии, корректировать коммуникационные стратегии в ответ на новые запросы и ожидания потребителей. Качественная репутация, доверие партнеров и покупателей, прочные связи сейчас в приоритете: зарабатывать их сложно, а терять очень и очень легко. Тем временем ценность доверия и лояльности сейчас

повысилась до максимума. Покупатель стал тревожным, при этом инвестиции в недвижимость в России для многих сейчас один из самых надежных, если вообще не единственный способ сохранения капитала. Все остальные каналы инвестиций по сути исчерпали себя, поскольку оказались либо под санкциями, либо риски по ним повысились до неприемлемого уровня.

О компании

DUGA® Real Estate Branding — агентство, которое специализируется на бренд-девелопменте. Главная особенность компании – комплексный подход к бренду от исследования рынка и аудитории до стратегического маркетинга и глубокой проработки всех аспектов клиентского опыта. DUGA – это команда профессионалов из областей дизайна, стратегии, сервис-дизайна, креатива, продакшна и медиа. Компания формирует гибкие команды под каждый проект.

Основная специализация DUGA® Real Estate Branding – проекты в недвижимости класса premium, business и corporate для крупных игроков рынка недвижимости. Среди клиентов компании – такие бренды, как ПИК, Forma, Ingrad, AB development, Insolver, Central Properties, Ziggurat, ФСК, Самолёт и другие.

Постоянная ссылка на материал: http://smi2go.ru/publications/147011/