

МЕСТО ПЕРВОГО СВИДАНИЯ



Офис продаж ЖК «LIFE – Ботанический сад»

ЛЮБОЙ НОВЫЙ ДОМ РОЖДАЕТСЯ НА СТРОЙПЛОЩАДКЕ. БЕТОН, КОТЛОВАН, ЗАБОР, ВЫЕЗЖАЮЩИЕ БЕТОНОМЕШАЛКИ, КРУТЯЩИЙСЯ КРАН. И В ЭТИХ УДИВИТЕЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ ПОКУПАТЕЛЬ ДОЛЖЕН ВООБРАЗИТЬ, КАК БУДЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ ЕГО ДОМ, КВАРТИРА, ДВОР, КАКИМ БУДЕТ ВИД ИЗ ОКНА. ПОМОЧЬ КЛИЕНТУ РЕШИТЬСЯ НА ДОРОГУЮ ПОКУПКУ ПРИЗВАН ОФИС ПРОДАЖ.

Задача офиса продаж — не только честно рассказать, как оно все будет, но и увлечь, показать лучшие стороны проекта, даже замолчать не самые выигрышные. Это как на первом свидании: притирка характеров, привыкание к совместному быту и мелочам только предстоят, а пока — сразу все лучшее. Появление клиента в офисе продаж — лишь первый шаг к будущей жизни: от того, как его примут в офисе, зависит, сделает ли покупатель последующие шаги, станет ли он фанатом проекта или сменит цвет команды.

Партнер девелоперской компании «Химки Групп» Дмитрий Котровский уверен, что потенциальному клиенту должно быть приятно и интересно находиться в офисе продаж девелоперской компании — настолько, чтобы не хотелось подольше уходить.

К тому, чтобы «было интересно», компании подходят очень серьезно: специально для строительства офиса продаж они приглашают известные архитектурные бюро, придумывают необычные концепции, оснащают офис по последнему слову техники, разрабатывают клиентские

программы. Желательно, чтобы офис продаж был связан с общей идеей, особенно если проект нестандартный. Специалисты считают, что стилистика офиса продаж обязана сочетаться с жилым комплексом, выражать его философию.

Например, концепция офиса продаж «Микрогорода «В лесу»» принадлежит профессиональному архитектурному бюро «Антон Мосин и партнеры». «Здание — надувная конструкция, разделенная внутри на три тематические зоны: секция продаж и консультация менеджеров продаж, зона релакса с кафе, игровой площадкой и шоу-рум. Пройти в каждую зону помогает серия указателей, которые отражают общий подход к навигации в микрогороде», — комментирует коммерческий директор компании Rose Group Наталья Саакянц.

Офис продаж жилого дома премиум-класса «Дыхание», как и весь проект, создавался при участии британского дизайнера Филиппа Старка. «Именитый дизайнер согласовывает все — вплоть до расстановки авторской мебели, привезенной из Европы», — подчеркивает директор по брендингу и коммуникациям ФСК «Лидер» Елена Петропавловская.

В офисе продаж «Митино О2» (Urban Group), придуманном архитектором Максимом Атаянцем, объединены стилистика застройки и курортная направленность проекта. Здание с галереей, аркадой, смотровой площадкой — мостом возведено в классическом стиле и с первых шагов погружает гостя в атмосферу города-курорта. «Для этого задействуются все органы чувств наших покупателей: на них воздействуют различные цвета, звуки пения птиц, запахи свежего морского бриза», — рассказывает заместитель генерального директора компании Urban Group Леонард Блинов. Кстати, в данном случае бриз совершенно не преувеличение: в офисе смонтирована установка, которая вызывает движение воздуха, озонирует его



Специально для строительства офиса продаж компании приглашают известные архитектурные бюро, придумывают необычные концепции, оснащают офис по последнему слову техники, разрабатывают клиентские программы

и насыщает витаминами, — посетители будто переносятся на берег моря.

Техническим оснащением удивляет и ЖК «LIFE — Ботанический сад» от ГК «Пионер», предоставляющий реальный шанс представить себе будущее жилье. «Построенный нами офис продаж воплощает инновационный подход ГК «Пионер» к комфортному пространству для жизни, а также к продвижению продукта и обслуживанию клиентов. Нам удалось придумать именно новаторский продукт — такого шоу-рума в Москве еще не было», — отмечает генеральный директор ГК «Пионер» Андрей Грудин.

Шоу-рум с использованием высоких технологий создан в партнерстве с японским архитектурным бюро Nikken Sekkei (авторы проекта). На первом этаже разместилась зона приема гостей с большим макетом жилого комплекса и сенсорными экранами, которые позволяют узнать все подробности о проекте. На втором этаже можно увидеть сами квартиры (одно-, двух- и трехкомнатные), оценить планировки и посмотреть четыре стиля отделки, предлагаемые застройщиком.

Учитывался и фактор удачного местоположения — рядом находится Ботанический сад. «Мы постарались воплотить философию, которая



поддерживает экологическую составляющую проекта. Природа присутствует буквально в каждой детали: стеклянные фасады офиса украшены макрофотографиями сочных листьев папоротника, гинкго билоба и других видов растений. В офисе есть живая зеленая стена, разбиты клумбы, высажены деревья в белоснежных кашпо. Для клиентов оборудованы необычные круглые переговорные из камня, а для развлечения самых маленьких посетителей предусмотрены современные и безопасные игровые зоны», — рассказывает директор по продажам ГК «Пионер» Диана Нилиповская. Вернется ли покупатель в офис продаж после первого посещения, зависит, конечно, не только от того, как выглядит офис продаж. Но клиенту приятнее возвращаться именно туда, где было интересно. ○



+7 (495) 987-35-35
www.pioneer.ru