

АЛЕКСАНДР ХРУСТАЛЕВ: «БЕЗ АМБИЦИЙ НА РЫНКЕ ДЕЛАТЬ НЕЧЕГО»



ЧТО СЕГОДНЯ ПРОИСХОДИТ НА РЫНКЕ УСЛУГ, КОТОРЫЕ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ, КАК НОВЫЕ ИГРОКИ БОРЮТСЯ ЗА КЛИЕНТОВ И ЧТО ПРЕДЛАГАЮТ ЗАСТРОЙЩИКАМ, В БЕСЕДЕ С ДН РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «НДВ-НЕДВИЖИМОСТЬ» АЛЕКСАНДР ХРУСТАЛЕВ.

На рынке недвижимости непростое время. Как на нем уживаются столичные риелторские агентства? Сложнее ли стало работать и есть ли перспективы для игроков рынка?

В целом ситуация стабильна. На рынке такое огромное количество предложения, темпы и объемы которого наращиваются, что при грамотной стратегии работы хватит на ближайшие года четыре.

Важно, что изменился подход к делу. Те, кто не научился продавать по-новому — с ориентацией на клиента, а не на квадратные метры — будут проигрывать в конкурентной борьбе за покупателя. И это касается не только агентств недвижимости, но и застройщиков. Мы, например, год назад вывели на рынок риелторских услуг массового сегмента

нового перспективного игрока — компанию «Бон Тон» (ранее компания работала в элитном сегменте — Прим. ред.). По сравнению со «старичками», работающими относительно давно, эта амбициозная команда более собрана, мобильна, «заточена» под правильные вещи. В итоге появилось фактически новое агентство недвижимости, которое обладает тем же потенциалом и демонстрирует ту же динамику, что и «НДВ-Недвижимость», но работает в своем сегменте.

То есть вы сами создали конкурента?

Нет, конечно. У нас разные бизнес-модель, объекты, философия. Мы работаем только по эксклюзивным договорам с застройщиками. Все предложения в портфеле

«НДВ-Недвижимость» — это эксклюзив. Сами за все отвечаем, тратим собственные деньги на разработку бренда, на офисы продаж, рекламу. И это успешная стратегия.

Но в какой-то момент мы поняли, что теряем определенную часть рынка, на которой распоряжаются остальные агентства. Ведь большая часть девелоперов предпочитают схеме «ко-эксклюзив», когда их объект продают сразу несколько агентств. Застройщик выбирает два-три агентства, которые делят между собой потенциальных клиентов.

Так несколько лет назад появилась компания «Бон Тон», продающая новостройки по неэксклюзивным договорам. А поскольку будущее сегодня за массовым сегментом, мы переориентировали работу агентства на эконом- и комфорт-класс. Мы поменяли менеджмент и сформировали новую команду — классную, мощную. «Бон Тон» действует совершенно автономно, я провожу только срезы по ключевым вопросам раз в один-два месяца. У меня как собственника обеих компаний нет конфликта интересов. В итоге уже сейчас мы видим результат.



Вы имеете в виду выручку и объемы продаж?

В том числе. Команде «Бон Тон» за год удалось выполнить очень сложную задачу — обойти по темпам и объемам продаж другие агентства, которые реализуют квартиры в тех же новостройках. Портфель компании за это время увеличился кратно, а количество сделок выросло на 75%.

На московском первичном рынке нормальной конверсией считается

одна сделка на 26 контактов. У компании «Бон Тон» один договор подписывается с 16 телефонных звонков. Конечно, это не везде так, показатели зависят от объекта. Но все-таки эта цифра для рынка рекордная. И что интересно, такие успехи демонстрирует молодая команда, причем поток рекламы у компаний одинаковый. А что надо застройщику? Ему нужны продажи — он бьется за каждый звонок. 



Екатерина Тейн,
директор по продажам
компании ПСН

«Для PSN Group сотрудничество с «Бон Тон» — эксперимент: на рынок комфорт-класса агентство вышло только в этом году, а ранее занималось элитным сегментом. «Бон Тон» дебютировало уверенно и теперь показывает одни из лучших результатов среди всех агентств. Серьезная и профессиональная команда экспертов, основательный подход к делу и интересный портфель проектов позволяют считать, что у агентства очень хорошие перспективы».



Евгений Штраух,
генеральный директор
Galaxy Group

«Несмотря на непростое время для рынка недвижимости в целом, мы успешно реализуем свои проекты, и значительную помощь в этом нам оказывают наши партнеры. С компанией «Бон Тон» мы работаем чуть больше года и с уверенностью можем сказать, что это один из самых успешных игроков на рынке риелторских услуг. По крайней мере по нашему проекту агентство показывает уверенные и стабильные результаты. Мы очень ценим профессионализм, опыт, консалтинг и качественную работу команды «Бон Тон».