



ХВОСТ, КОТОРЫЙ ВИЛЯЕТ СОБАКОЙ

АВТОР: Оксана САМБОРСКАЯ

Кто главнее: мужчины или женщины? Вопрос, остающийся открытым со времени сотворения мира. Мужчины охотились на мамонта, но только женщины понимали, что важно не только мясо, но и шкура, которую можно постелить в пещере. Мужчины снаряжали кругосветные экспедиции за специями, восточными ароматами и ядами, но только женщины знали, сколько и чего нужно капнуть.

Ситуация долго не менялась: мужчина строил дом, женщина мужчиной и домом руководила. Но эти законы перестают быть аксиомой, когда дом становится недвижимостью, а необходимость его возводить — бизнесом. Так кто же правит балом: мужчина или женщина? Как оказалось, недвижимость — столь обширная область, что места хватает всем. И все же роли поделены. Как отмечает руководитель проекта коттеджного поселка «АкваВилла» Алексей Колядин, любой проект или объект перед тем, как показаться миру во всей красе, проходит все стадии — от гусеницы к бабочке. И на каждой из этих ступеней «вес» полов различен.

Первый этап — создание идеи: рождается концепция, то есть определяется, что и где будет построено, как будет выглядеть и использоваться. «На данном этапе задействованы маркетологи, разного рода консультанты, оценщики, архитекторы, юристы, финансисты», — уточняет Алексей Колядин. И тут, по его мнению, роль женщины велика: «Женщины — идеальные маркетологи и консультанты в силу своей разговорчивости и креативности».

Второй этап — преддевелопмент: согласование документов, получение разрешений, выбор техзаказчиков, подрядчиков. Здесь подключаются строители, проектировщики, инженеры, снова ар-



TS/feobank.ru

хитекторы, сметчики, юристы. «И снова женщины — юристы среднего звена, финансовые аналитики, бухгалтеры, сметчики, — перечисляет Алексей Колядин. — Их отличают прагматизм и внимание к деталям, усидчивость и способность к монотонному умственному труду».

Третий этап — строительство, создание объекта, архнадзор. На этой стадии работают строители, архитекторы. Ближе к концу стройки приглашаются дизайнеры, благоустроители (озеленители и асфальтоукладчики), юристы и коммерческие консультанты. На этой стадии прекрасный пол сдает позиции из-за хрупкости — физической и моральной. «Безусловно, есть яркие примеры монтажниц-высотниц и женщин-бригадиров, но это исключения», — комментирует Алексей Колядин.

И финал — объект построен и должен быть продан, сдан в аренду, использован в некоммерческих целях. В этот момент требуются коммерсанты, риэлторы, юристы (для составления договоров) и служба эксплуатации. Объект, который используется для себя или сдачи в аренду, потребует даль-

нейшего управления. Трудятся управляющий объектом, юрист-договорник, финансист, бухгалтер, рекламщики, служба техобслуживания и клининга, дизайнеры, кадровики, сотрудники службы эксплуатации. Снова дамы.

По мнению директора по персоналу компании «НДВ-Недвижимость» Ольги Мелиховой, «первый человек, которого видит любой клиент, приходящий в компанию, — секретарь на ресепшне. Поэтому важно, чтобы у него с самого начала сложилось благоприятное впечатление, а с этой задачей наилучшим образом справится красивая девушка с приятным голосом, которая заинтересуется, по какому вопросу обратился клиент, предложит ему чай или кофе, пригласит специалиста нужного сегмента недвижимости. А вот в качестве руководителя департамента внешних показов или территориального менеджера женщину представить труднее, все-таки строительная площадка — мужская стихия». Хотя если верить тому факту, что решение о большей части покупок, по статистике, принимают женщины, то приятный во всех отношениях мужчина в качестве секре-

«В качестве руководителя департамента внешних показов или территориального менеджера женщину представить труднее, все-таки строительная площадка — мужская стихия»



TS/feobank.ru

ЕКАТЕРИНА СИМОНОВА, генеральный директор агентства элитной недвижимости Bonton Realty:



– В настоящее время женщины являются такими же полноценными участниками рынка недвижимости, как и мужчины. Получив множество свобод, которые ранее были доступны лишь мужчинам (возможность носить брюки, получать образование и иметь собственное дело), женщины некоторым образом стали копировать и мужское поведение. Они занимают активную жизненную позицию,

с легкостью заводят романы и при этом успевают вести собственный бизнес, растить детей, ухаживать за собой и, конечно, самостоятельно приобретать недвижимость. Ученые-социологи разработали термин для подобного типа женщин – альфа-самки.

В связи с определенным положением в обществе такие женщины предпочитают покупать жилье в элитных жилых комплексах в центре Москвы и закрытых клубных поселках лучших районов Подмосковья. Учитывая то, что альфа-самки – это женщины, тщательно следящие за своим внешним видом, в инфраструктуре подобных комплексов и поселков обязательно должны присутствовать фитнес-клубы, центры йоги высокого уровня и салоны красоты с разнообразными эксклюзивными услугами. Активный образ жизни

подобных женщин предполагает наличие множества развлекательных учреждений: известные рестораны, галереи искусств, театры и значимые музыкальные площадки – в городе; гольф- и яхт-клубы, теннисные корты и горнолыжные спуски – за городом.

Отдельно стоит сказать об особенностях недвижимости, которую предпочитают альфа-самки. Неважно, квартира это или апартаменты, элитный загородный коттедж или роскошный особняк, в доме обязательно должна быть вместительная гардеробная, ведь количество нарядов зачастую исчисляется сотнями и тысячами вещей. Удобный крытый и охраняемый паркинг – еще одна неотъемлемая составляющая дома деловой женщины. Кроме того, большим плюсом является наличие сервисной компании, которая возьмет на себя все технические услуги по уборке дома, химчистке и заказу еды.

В настоящее время появляется все больше людей, предпочитающих приобретать недвижимость в соответствии со своим образом жизни и увлечениями, поэтому в агентстве Bonton Realty появилась новая услуга. Теперь специалисты агентства готовы предложить покупателям подбор квартиры или дома не только по привычным параметрам (расположение или метраж), но и с учетом интересов потенциальных клиентов. Женщинам с активной жизненной позицией стоит обратить внимание на такие объекты городской недвижимости, как «Аквармарин», «Четыре солнца» и «Виноградный», а среди загородной стоит отметить клубный поселок «Целеево». ■

«Ввиду того что 95 % сделок с жилой недвижимостью связано с изменением состава семьи, то есть, скорее всего, супруги ожидают пополнения, значит, дама нервно воспримет появление молодой конкурентки. По этой причине на продажах в городе востребованы состоявшиеся женщины, желательно с ребенком или детьми, способные соперничать и обмениваться мнениями о детях с супругой покупателя»

таря — весьма рискованный, но, быть может, очень выигрышный маркетинговый ход.

Но главная роль женщины в недвижимости — риэлтор. Как мужчины ни стараются, в этой ипостаси конкуренцию прекрасному полу они составить не могут. Впрочем, не во всех сферах. Генеральный директор компании «Адресъ-Недвижимость» Вера Удачина отмечает, что «женщины-риэлторы более успешны, чем мужчины, в продажах на вторичном рынке жилья и в сегменте аренды. Мужчинам больше подходит рынок загородной и коммерческой недвижимости, а также продажа новостроек».

При обсуждении характеристик нежилого объекта или квартир в домостроительстве от риэлтора потребуются определенные специфические знания о строительных материалах, инженерных конструкциях, коммуникациях, электрооборудовании и т. п. В тонкостях строительства надо разбираться и на рынке загородной недвижимости — возникают вопросы относительно электроснабжения и газификации дома, использования тепло- и пароизо-

лирующих материалов, типа кровли, организации систем канализации.

Генеральный директор Penny Lane Realty Георгий Дзагуров тоже настаивает, что в коммерческой недвижимости дамам не место: «Прекрасному полу трудно адаптироваться в мире коммерческой недвижимости. Профессионалы ведут жесткие переговоры, к тому же многочисленными заказчиками являются уроженцы Кавказа, люди, «сделавшие себя» на Крайнем Севере, то есть группы, не доверяющие экспертному мнению женщины».

Генеральный директор агентства недвижимости Great reality Наталья Ракова указывает еще на один аспект: «В сфере коммерческой недвижимости отношения агент-собственник носят более формальный характер, большинство собственников — юридические лица. Поэтому от агента не требуется особой гибкости в общении, неважна эмоциональная составляющая, присущая женщинам».

Впрочем, женщины все равно способны играть в этом сегменте заметную роль: «Всегда стараюсь привлекать к переговорам с мужчинами моих



TS/Fotobank.ru

сотрудниц — действует беспроборно, — говорит Алексей Колядин. — Вспоминаю продажу особняка в центре Москвы и длительные переговоры. Покупатель, этакий альфа-самец, выторговал у меня почти миллион долларов, юристы все в документах, финансисты закидывают друг друга финансовыми моделями, идет due diligence, сделка затягивается. На финальные переговоры, где я готов услышать окончательное «да» или прекратить дальнейший разговор, беру с собой Леночку-блондинку. Наш оппонент-мачо мгновенно плывет, его концентрация пропадает, он хочет ей нравиться, а скупцов женщины не любят. Результат — подписание документов в течение недели».

Еще одна неженская тема — продажа загородной недвижимости. Впрочем, тут мнения расходятся. «Покупатели доверяют мужчине тридцати-сорока лет в очках на скромном японском автомобиле, — уверяет Георгий Дзагуров. — Именно таким покупателям видится профессионал, разбирающийся в строительной тематике. К тому же девушкам трудно колесить по бесконеч-

ным просторам Московской области в поисках сделки».

Наталья Ракова к дамам более лояльна: «Почти 50% агентов загородной недвижимости — женщины. Мужчина в работе с покупателем подает объект с точки зрения практичности и функциональности (качество материалов и строительных работ). Женщина-риэлтор оценивает объект с эмоциональной точки зрения: домашний очаг, вид на озеро с открытой веранды, прогулочные зоны в березовой роще. Оба этих подхода дают результаты, поэтому и женщинам, и мужчинам работать в сегменте загородной недвижимости одинаково комфортно».

А вот при покупке недвижимости у женщин точно карт-бланш. Рассказывает Алексей Колядин: «Два самых больших участка в поселке были проданы приблизительно по такой схеме. Муж: «Я хотел бы купить участок, давайте поторгуйтесь». Затем поездка с женой в поселок: «Милый, а почему один участок? Там же рядом вода, да и соседей близко не будет, можно елочки посадить». Как результат — продажа двух участков».



Главная роль женщины в недвижимости – риэлтор. Как мужчины ни стараются, в этой ипостаси конкуренцию прекрасному полу они составить не могут



«Мужчина в работе с покупателем подает объект с точки зрения практичности и функциональности (качество материалов и строительных работ). Женщина-риэлтор оценивает объект с эмоциональной точки зрения: домашний очаг, вид на озеро с открытой веранды, прогулочные зоны в березовой роще. Оба этих подхода дают результаты, поэтому и женщинам, и мужчинам работать в сегменте загородной недвижимости одинаково комфортно»

А самой женской считается профессия риэлтора на вторичном рынке. «Сдавать и продавать квартиры — женская профессия, нас в этом бизнесе около 80%», — подсчитала руководитель офиса «Добрынинское» компании «Инком-Недвижимость» Юлия Лурье. При этом самыми успешными едино-

что 95% сделок с жилой недвижимостью связано с изменением состава семьи, то есть, скорее всего, супруги ожидают пополнения, значит, дама нервно воспримет появление молодой конкурентки. По этой причине на продажах в городе востребованы состоявшиеся женщины, желательно с ребенком или

«Женщины-риэлторы более успешны, чем мужчины, в продажах на вторичном рынке жилья и в сегменте аренды. Мужчинам больше подходит рынок загородной и коммерческой недвижимости, продажа новостроек»

гласно признаются риэлторы — женщины старше 35 лет с хорошим базовым образованием, например педагогическим, и развитой интуицией, у которых есть взрослые дети. «Молодому человеку или девушке сложно составить им конкуренцию. Нужны большой опыт общения с людьми, обаяние и умение слушать», — отмечает Юлия Лурье.

Георгий Дзагуров приводит еще более тонкое объяснение: «Ввиду того

детьми, способные сопереживать и обмениваться мнениями о детях с супругой покупателя».

Немаловажна и психологическая составляющая: с женщиной проще быть откровенным. Генеральный директор компании Tweed Ирина Могилатова делится наблюдениями: «Бывало, что и у самых богатых мужчин случался мандраж перед покупкой, так как они не настолько уверены, что за дом необ-



Выигрывают женщины и в ситуациях, когда мужчин нужно успокоить и умиротворить, — женское терпение часто спасает сделку. «В ходе сделки уже наметившийся успех иногда оборачивается срывом и возвращением на исходную позицию по обстоятельствам, не зависящим от риэлтора. И так может происходить не раз и не два. У мужчин в таких случаях опускаются руки. Женщина же обладает чувством долга и продолжает упорно стремиться к цели»

ходимо выкладывать огромную сумму денег. Они сомневаются, тот ли это дом, правильный ли выбор. И им проще поделиться своими сомнениями с женщиной-риэлтором, чем признаться в своей слабости мужчине».

Выигрывают женщины и в ситуациях, когда мужчин нужно успокоить и умиротворить, — женское терпение часто спасает сделку. «В ходе сделки уже наметившийся успех иногда оборачивается срывом и возвращением на исходную позицию по обстоятельствам, не зависящим от риэлтора, — говорит Вера Удачина. — И так может происходить не раз и не два. У мужчин в таких случаях опускаются руки. Женщина же обладает чувством долга и продолжает упорно стремиться к цели».

Примером может служить трагикомическая ситуация, описанная главой компании Sesegar Ириной Жаровой-Райт: «Два уважаемых господина — продавец Иван и покупатель Василий — за три месяца полностью поменяли существенные условия сделки. Договорились, что квартира продается с отделкой и мебелью, но продавец Иван может забрать лич-

ные вещи. Выяснилось, что личным для него было абсолютно все, кроме аквариума с пираньями и встроенной кухни, что для покупателя Василия стало новой вводной. Но Василий тоже не остался в долгу и решил, что ему нужно взять ипотеку на \$8 млн, что обусловило неожиданный поворот в сделке: два последовательных залога и вовлечение двух банков. Во время майских праздников продавец, распивая коктейли под палящим турецким солнцем, решил, что ему все надоело, и позвонил покупателю Василию и послал его туда, куда Макар телят не гонял. Утром, проснувшись с головной болью, вспомнил о содеянном и позвонил брокеру: «Делай что хочешь, но возвращай все обратно». После трех месяцев работы с этими уважаемыми людьми я стала доверенным лицом покупателя и продавца, одновременно решая их налоговые, финансовые, правовые и даже диджейские вопросы. Но самое сложное было пристроить рыб: покупатель любит хомячков». **ИИ**

P.S. Точка зрения автора может не совпадать с приведенными в статье мнениями экспертов.

«В сфере коммерческой недвижимости отношения агент-собственник носят более формальный характер, большинство собственников — юридические лица. Неважна эмоциональная составляющая, присущая женщинам»