



Купонная чума на рынке недвижимости

АВТОР: Элина ПЛАХТИНА

Мода на сервисы коллективных закупок, или так называемые купонаторы, пришла в Россию с Запада. Еще вчера скидочные сервисы осторожно делали пробные шаги на отечественном рынке, а уже сегодня эшелоны купонаторов штурмуют кошельки покупателей. Даже рынок недвижимости не устоял перед бойкими торговцами скидок.

Выбор объектов недвижимости, продаваемых посредством купонов, пока очень ограничен, но некоторые специалисты утверждают, что это только начало и продолжение не заставит себя долго ждать. Вопрос в том, каким оно будет. Ведь по мере увеличения числа сторонников скидочных сервисов пополняются и ряды их ярых противников. ДН выясняет, на чьей стороне правда.

Что сегодня предлагают продавцы скидок на недвижимость? Мониторинг многочисленных сайтов-купонаторов показал, что в настоящее время скидки предоставляются в основном на загородную недвижимость. Причем большинство

продаваемых таким образом объектов — загородные проекты, реализующие участки без подряда на значительном удалении от МКАД, — то, что принято относить к формату «дальние дачи».

Так, например, в ноябре 2011 года сервис Discount-today предлагал приобрести купон стоимостью 700 руб., по которому можно было купить земельные участки в поселке «Фисташки» (98 км от МКАД) со скидкой 50%. Согласно данным акции, с купоном стоимость участков в данном проекте составляла от 10 тыс. руб. за сотку.

В то же время другой сервис — LotBest — продавал купоны за 2 тыс. руб., дающие право 40%-ной скид-



19/PhotoBank.ru

У купонаторов в условиях всегда есть пункт, из которого следует, что сайт не несет ответственности за качество товаров и услуг, предоставленных партнерами акции

ки при приобретении земли в поселке Одуванчиково, расположенном в 104 км от МКАД по Симферопольскому шоссе.

В августе на сайте saleforman.ru желающие за 400 руб. получали аж 60%-ную скидку на покупку земельных участков в Калужской области. В условиях акции значилось следующее: «Чипер за 400 руб. дает право просмотра, приобретения и оформления прав собственности в срок до 20 октября 2011 года пяти типов земельных участков общим числом 165». По этой акции сервису удалось продать около 90 чиперов.

Несложно найти еще пару десятков подобных предложений на сайтах-купонаторах. Однако прежде чем купить подобную скидку, следует крайне внима-

тельно изучить условия акции. Именно там и прячутся мелкие нюансы, которые впоследствии способны сделать на первый взгляд вкусное предложение несъедобным. Во-первых, все акции имеют жесткие сроки. Если покупатель купона по каким-либо причинам не смог воспользоваться им в обозначенный промежуток времени, вернуть средства, потраченные на приобретение купона, уже не удастся. Во-вторых, если купившему скидочный купон предложение после ознакомления не понравится, то, вероятнее всего, обратно свои средства ему придется ждать довольно долго. В-третьих, правила практически всех акций содержат пункт, согласно которому скидка на покупку участка действует только при обязательном подключении полного пакета коммуникаций.

Предложения, размещенные на сайтах скидочных сервисов, хорошо индексируются поисковиками. Следовательно, появляется риск того, что клиенты, интересовавшиеся проектом и готовые купить его за полную стоимость, наткнутся через поисковик на скидочный вариант. В итоге продавец недвижимости потеряет часть прибыли. «В таком случае проще и выгоднее проплатить контекстную рекламу в Интернете и вести клиентов сразу на сайт, на котором будут анонсированы акции»





«Возврата денег, заплаченных во время купонных акций на недвижимость, потребуются ждать гораздо больше времени, чем возврата денег за дешевый купон. Теоретически есть вероятность вообще его не дожидаться, так как купонаторы – своего рода пирамиды по заимствованию части ваших вложений. Они осуществляют возврат своих прибылей только по истечении времени, когда другие клиенты принесут новые деньги по другой акции»

Стоимость подключения в зависимости от проекта колеблется от 180 до 300 тыс. руб. Несомненно, это делает скидку менее интересной.

Что касается других сегментов рынка недвижимости, то пока на площадку купонаторов вышла лишь одна компания, реализующая квартиры в загородном жилом комплексе. В октябре 2011 года ГК «ГородОК» провела пилотную акцию, в рамках которой продавались квартиры с помощью скидочных купонов в комплексе «ОКвиль в Лесных Полянах» недалеко от Королева. Купивший купон стоимостью 300 руб. на сервисе Discount-today при приобретении квартиры получал денежную скидку в размере 300 тыс. руб. и бесплатное перекрытие (второй уровень) стоимостью 300 тыс. руб. в придачу. Итого сумма скидки равнялась 600 тыс. руб. Однако продавец недвижимости заявлял в акции о скидке 50%, «поскольку за 1,7 млн руб. покупатель получает квартиру практически в два раза большей площади (за счет второго уровня). Вместо 20 м² — почти 40 м²».

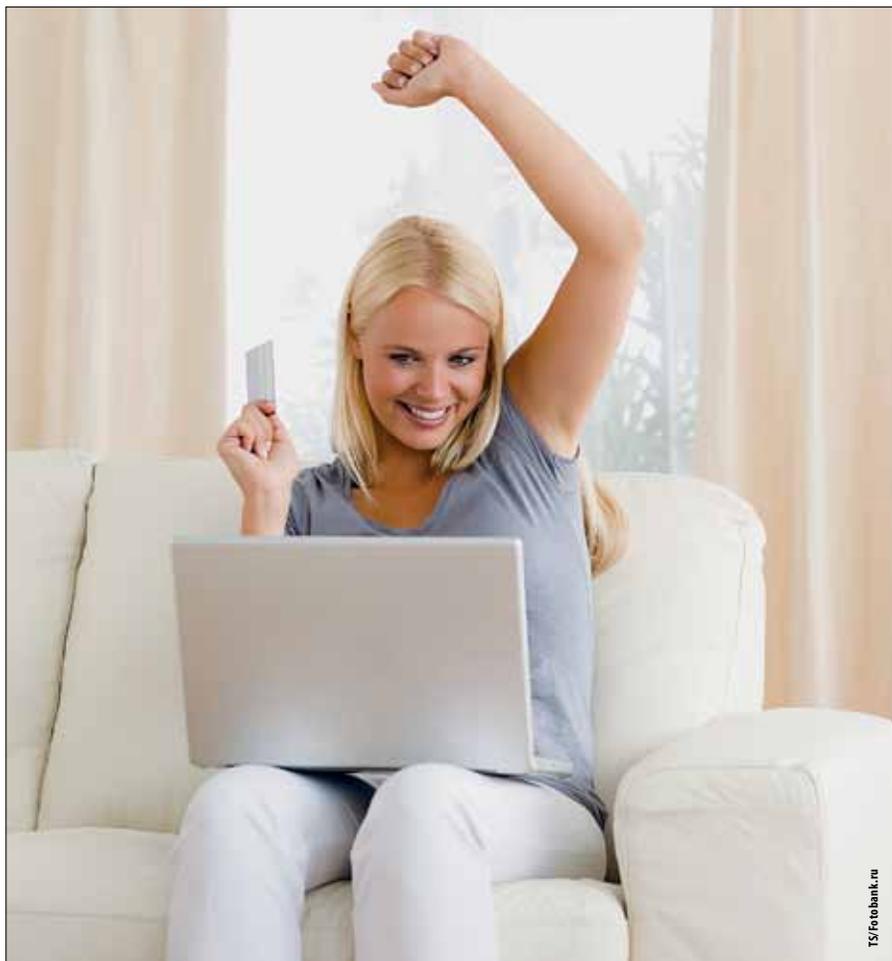
В компании рассказали, что в рамках акции на сайт, посвященный проекту,

с купонного сайта перешло 1290 посетителей, что составило порядка 14% всей аудитории за неделю. За 11 дней существенно выросла глубина просмотров сайта: наибольшее количество посетителей просматривали от 8 до 20 страниц. За весь период проведения акции было продано 56 купонов. В отдел продаж поступило более 90 звонков и проведено 17 показов на объекте. На момент написания статьи по купонам реализовано шесть квартир.

Судя по всему, девелопер остался доволен результатами, так как сразу стартовало еще несколько подобных акций в трех комплексах, принадлежащих компании.

Помимо квартир и земельных участков купонаторы предлагают скидки на дома-конструкторы, ремонт в доме или квартире, на установку окон, дверей, кондиционеров и сигнализаций в них.

«Это интересный маркетинговый инструмент, однозначно эффективный: все мы наблюдаем ажиотаж вокруг купонов. Это новая игрушка, — считает директор по маркетингу компании «Азбука жилья» Оксана Русанович. — Думаю,



она продержится пару лет на рынке, пока люди не привыкнут и не поймут, что на самом деле им предлагают». Оценивая собственный опыт работы со скидочными сервисами, она отметила, что такие акции действительно позволяют обеспечить сайту проекта значительный трафик.

С маркетинговой эффективностью порталов купонаторов соглашается и руководитель аналитического центра «Земер» Олег Городецкий: «Это рекламный и пиар-ход, который в какой-то степени обеспечит увеличение объема продаж благодаря новизне и необычности данного сервиса». При этом эксперт отмечает, что применительно к рынку недвижимости подобные сервисы стоит рассматривать скорее не как основной, а как дополнительный к традиционным каналам продаж. Более того, по мнению Олега Городецкого, в случае с загородной недвижимостью примерно такой же размер скидки потенциальный покупатель получает в прямых очных переговорах с продавцом или девелопером.

Комментируя свою акцию с купонами, председатель совета директоров ГК «ГородОК», владелец ТМ «ОКвилл» Владислав Конюхов уточняет, что такой формат продвижения подходит не всем сегментам: «В нашем случае аудитория купонных сайтов практически полностью совпала с портретом потребителя недвижимости нашего формата. Это молодые люди в возрасте 25–35 лет со средним достатком, занимающие должности специалистов и руководителей среднего звена. Учитывая интересы потенциальных потребителей, мы провели акцию по продаже двухуровневых квартир».

Но есть в этом стройном ряду экспертов и скептически настроенные. Так, директор по связям с общественностью ГК «МИЦ» Ольга Новицкая полагает, что, несмотря на то, что реклама в интернете является сильным инструментом, эффективность использования сайтов-купонаторов в сфере недвижимости весьма сомнительна. По ее мнению, подобные сайты уместны в случае с недорогими товарами, ре-

Растопит лёд без лишних хлопот

ООО «Зиракс» — это производитель и продавец специализированной химической продукции поставляемой для широкого круга клиентов, в числе которых предприятия, специализирующиеся на зимней уборке и эксплуатации дорог и территорий с твёрдым покрытием.

Продукция

Наша компания занимает лидирующие позиции на рынке стран СНГ и Европы по производству и поставкам противогололёдных материалов для государственных и частных заказчиков.

Преимущества

- Максимально отвечают требованиям, предъявляемым к ПГМ и превосходят их
- Эффективны в самом широком диапазоне температур
- Обладают высокой плавящей способностью
- Обладают пролонгированным эффектом действия
- Имеют низкие нормы расхода
- Приспособлены для складского хранения
- Соответствуют экологическим нормативам
- Безвредны для любых покрытий

Применение

Материалы эффективны для очистки пешеходных зон, лестниц, пандусов, прилегающих территорий, паркингов.

ICEMELT MIX -20°C

Многокомпонентный материал эффективный для предупреждения образования наледи. Разрушает структуру льда, и длительное время препятствует образованию снежных накатов.

ICEMELT -25°C

Благодаря технологии компактирования, материал эффективен как для предупреждения образования наледи, так и для упрощения мероприятий по очистке.

ICEMELT POWER -31°C

Уникальное средство для быстрого и эффективного устранения наледи с самой сложной по рельефу поверхности.



Контакты

тел.: +7 (495) 730 95 59 | fax: +7 (495) 730 24 84

офис в Москве: 105066 Москва, ул. Доброслободская, д.3, ОДЦ «Басманов»
www.zirax.ru | www.icemelt.zirax.ru

konstantin.denenburg@zirax.com | svetlana.rocheva@zirax.com



Скидка на покупку участка действует только при обязательном подключении полного пакета коммуникаций. Стоимость подключения в зависимости от проекта колеблется от 180 до 300 тыс. руб.

шение о покупке которых принимается быстро. «Безусловно, такого рода рекламный ход может повысить узнаваемость продукта, но говорить о нем как об инструменте продаж пока очень рано. Рынок недвижимости консервативен, и его потребитель, прежде чем совершить покупку, самостоятельно проводит серьезный анализ предложения. Реклама и рекламные площадки должны вызывать покупательское доверие. Наша компания не рассматривала размещение рекламы на сайтах-купонаторах, в настоящее время эффективность других маркетинговых инструментов является для нас достаточной», — комментирует эксперт.

Причину пока ограниченного предложения объектов недвижимости на сайтах-купонаторах представители скидочных сервисов видят в специфике товара. «Поскольку недвижимость — дорогой и сложный товар, предложение должно быть очень детально освещено, оно требует консультаций специалистов. Принятие решения о покупке занимает много времени — пропадает эффект спонтанности. То есть стандартная акция должна долго висеть на сайте. В та-

ком формате это уже не акция, а демпинг», — поясняет коммерческий директор и сооснователь компании «Группон Россия» Иван Владимиров.

Он также отмечает, что предложения, размещенные на сайтах скидочных сервисов, хорошо индексируются поисковиками. Следовательно, появляется риск того, что клиенты, интересовавшиеся проектом и готовые купить его за полную стоимость, наткнутся через поисковик на скидочный вариант. В итоге продавец недвижимости потеряет часть прибыли. «В таком случае проще и выгоднее проплатить контекстную рекламу в Интернете и вести клиентов сразу на сайт, на котором будут анонсированы акции», — уверен Иван Владимиров.

К тому же помимо компаний, реализующих недвижимость, немалые риски несет и покупатель скидки. Во-первых, далеко не все купонаторы проверяют своих партнеров. У них в условиях всегда есть пункт, из которого следует, что сайт-купонатор не несет ответственности за качество товаров и услуг, предоставленных партнерами акции. Насколько это соответствует россий-





скому законодательству, отдельный вопрос. Тем не менее на сегодняшний день он упомянут в условиях всех продавцов скидок. Это значит, что покупатель рискует нарваться на откровенных мошенников. Причем этот риск далеко не единственный. «Возврата денег, заплаченных во время купонных акций на недвижимость, потребуются ждать гораздо больше времени, чем возврата денег за дешевый купон. Теоретически есть вероятность вообще его не дожидаться, так как купонаторы — своего рода пирамиды по заимствованию части ваших вложений. Они осуществляют возврат своих прибылей только по истечении времени, когда другие клиенты принесут новые деньги по другой акции», — предупреждает адвокат Олег Сухов.

Тем не менее юрист смотрит весьма оптимистично на будущее скидочных сервисов: «Купонные акции, как и другие направления посреднической деятельности, имеют перспективы развития как в сегменте недвижимости, так и в любой другой сфере торговли. Логично предположить, что потребуются приспособлять законодательство к указанному виду отношений и в дальнейшем более четко регламентировать права и обязанности участников».

Несмотря на разницу в оценке деятельности купонаторов, эксперты сходятся во мнении, что они продолжат существовать и на рынке недвижимости, где будут иметь определенную долю клиентов. Недаром песня, слова из которой могли бы стать лозунгом купонаторов, была написана задолго до их появления: «Покуда живы жадины во круг, удачи мы не выпустим из рук». 



Распродажа недвижимости в Тольятти и Самарской области

- склады
- базы отдыха
- производственные базы
- административные здания
- незавершенные строительством объекты
- гаражи
- и многое-многое другое

