



Как продать объект вдвое дороже. Технология реновации

СИДОРОВ ВАДИМ АНАТОЛЬЕВИЧ
КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

VADIM.SIDOROV.71@MAIL.RU

ЗАДАЧИ СЕМИНАРА

Другой взгляд на процесс продажи

Новые возможности

Технология и Инструменты

**ЭНЕРГИЯ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ – ПОЗИТИВНЫЙ ОБМЕН
ОПЫТОМ**

***ЧТО ПРОИСХОДИТ В МИРЕ
(СДЕЛОК) ?***

СДЕЛКА ПО КОММЕРЧЕСКОЙ

**НЕДВИЖИМОСТИ. ЧТО ЭТО?
ИСЧЕЗАЮЩИЙ ВИД?**

Цель тебя манит
Терпения дорога
Вершина в небе

неизвестный неапонский автор))))))))

ТРЕНДЫ

70 % ФОНДА КН МОРАЛЬНО УСТАРЕЛО



ЕСТЬ ВЫБОР

СЧИТАЕМ ДЕНЬГИ

ОКУПАЕМОСТЬ

МАРЖА

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ

СТРАТЕГИЯ ПОКУПКИ

ОТЖАТЬ

ВЗЯТЬ «ЛЕЖАЧЕЕ»

ГАРАНТИИ СОИНВЕСТОРА

ТОЛЬКО СОБСТВЕННОСТЬ

ПЕРСПЕКТИВА ДЕВЕЛОПМЕНТА

(СЦЕНАРИИ)

ЭМОЦИЯ ПОКУПКИ

ТРЕНДЫ ЮГ

«ЭЗОТЕРИКА» ПРИМОРСКОГО
ДЕВЕЛОПМЕНТА

КУДА ПРИПАРКОВАТЬ ДЕНЬГИ?

ВЕРЮ НЕ ВЕРЮ?

МОЖНО ЛИ СДАВАТЬ В АРЕНДУ?

КАК ПРОКОНТРОЛИРОВАТЬ?

КУДА ЗАНЕСТИ БАБЛО?

ЧТО ДЕЛАТЬ КЛИЕНТАМ ?

КУПИТЬ АПАРТАМЕНТЫ

КУПИТЬ МИНИ-ОТЕЛЬ И УПРАВЛЯТЬ

КУПИТЬ ЧТО-ТО И СДАВАТЬ

ЧТО ДЕЛАТЬ ПРОФЕССИОНАЛАМ?

**ИЗУЧАТЬ РЕНОВИРОВАТЬ ПРОДВИГАТЬ
Т.Е. СМЕЩАТЬСЯ В СТОРОНУ
КОНСАЛТИНГА**

СУТЬ ПРОЦЕССОВ И ОБЛАСТИ ЗНАНИЙ:

ГРАДОРЕГУЛИРОВАНИЕ
ПРОЕКТИРОВАНИЕ
МАРКЕТИНГ, БРОКЕРИДЖ

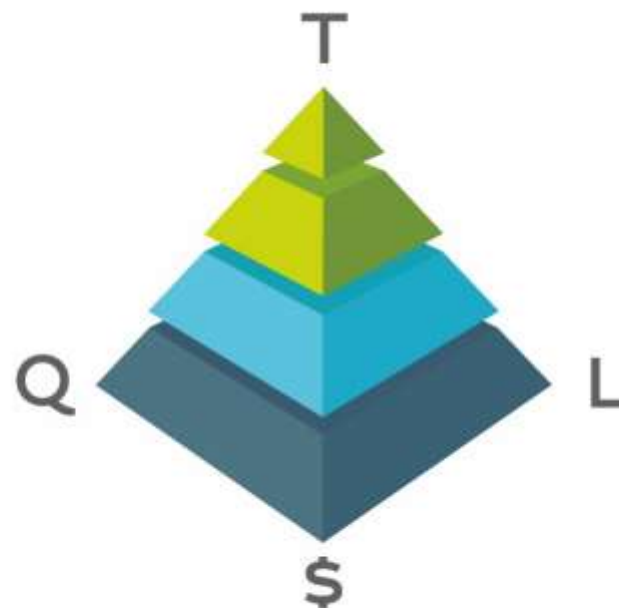
КОМПЕТЕНЦИИ:

- ГЕНЕРАЦИЯ ИДЕИ
- ИНЖИНИРИНГ
- МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ

ОТ ПРОДАЖ К ДЕВЕЛОПМЕНТУ

КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ГЕНЕРАЦИИ

ПРИНЦИП СООТВЕТСТВИЯ ПАРАМЕТРОВ



L - МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ (ЛОКАЦИЯ)

Q - КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

\$ - СТОИМОСТНЫЕ ПАРАМЕТРЫ

T - ВРЕМЕННАЯ ПЕРСПЕКТИВА

КЕЙС «ОТЕЛЬ В АНАПЕ»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – АПАРТ-ОТЕЛЬ
ПЛОЩАДЬ ЗУ 2 532 М2
ПАРАМЕТРЫ ДО
ПАРАМЕТРЫ ПОСЛЕ



КЕЙС «ОТЕЛЬ В АНАПЕ»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – АПАРТ-ОТЕЛЬ

ПЛОЩАДЬ ЗУ 2 532 М2

СТОИМОСТЬ ДО – 118 000 000 руб.

СТОИМОСТЬ ПОСЛЕ - 324 406 400 руб.

Функция	Было, кв. м	Стало, кв. м
Площадь ЗУ	2 532	2 532
Номерной фонд (с балконами)	1 940	2 302
Количество номеров, шт в т.ч.	59	46
Бизнес класса		
Комфорт класса	5	27
Эконом класса		19
	54	
Номерной фонд (жилые пл.)	1 790	1 983.5
Общепит	324,59	360,66
Водная зона, в т.ч.	-	486,41
Открытая		386.01
Релакс зона, а т.ч.	-	736,04
Открытая		320.24
Административные помещения (спортзал, общественная зона отдыха)	667	126,21
Общая задействованная площадь объекта	3 855	4 704
Площадь арендных (продаваемых) площадей	1 940	3 885
Удельный вес арендных и продаваемых помещений, %	50	83

КЕЙС «БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ» ЭТАП 1



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ
ЦЕНТР

ПАРАМЕТРЫ ДО – 72 места и ресторан
ПАРАМЕТРЫ ПОСЛЕ – два отеля, 290 номеров с
водным центром

Стоимость до 150 000 000

Стоимость после 1 350 000 000



КЕЙС «БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ
ЦЕНТР
СПА ОТЕЛЬ 4* 130 НОМЕРОВ С ВОДНЫМ ЦЕНТРОМ,
ПЛОЩАДЬ ВОДНОЙ ПОВЕРХНОСТИ 2 500 М2



КЕЙС «БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ
ЦЕНТР
СПА ОТЕЛЬ 4* 130 НОМЕРОВ С ВОДНЫМ ЦЕНТРОМ



КЕЙС « БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ» ЭТАП 2



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ ЦЕНТР
ЭТАП 2. РАЙОН АПАРТАМЕНТОВ
ДО - 32 ГА ЗЕМЛИ СХ
ПОСЛЕ - ПРОЕКТ ПЛАНИРОВКИ НА 60 000 М2



КЕЙС «КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ЯДРО МНОГОПОЛЯРНОГО
КРАСНОДАРА
ДО – ЗЕМЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 6.2 ГА
ПОСЛЕ – ЗОНА ОД, 180 000 М2. ЯДРО МЕГАПОЛИСА



КЕЙС «КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ЯДРО МНОГОПОЛЯРНОГО
КРАСНОДАРА

ДО – РАЗРУХА С АВТОРЫНКОМ НА 6.2 ГА
ПОСЛЕ – СТИЛЬНАЯ, КОМФОРТНАЯ СРЕДА ДЛЯ
ЖИЗНИ И БИЗНЕСА. ЯДРО МЕГАПОЛИСА



БОЕЦ КОМЕТОЙ
СВЕТИТСЯ ПРОНЗАЕТ ВСЁ
ОН СТРОИТ ГОРОД

Формулируйте истину!

С уважением, Вадим Сидоров
9 918 925 3402

ФАКТОРЫ ЛИКВИДНОСТИ

Что влияет на решение о покупке?
Что лежит в основе нашей модели?
На что можно повлиять?

Локация

качественные характеристики объекта

стоимостные параметры

временные параметры

Правовые

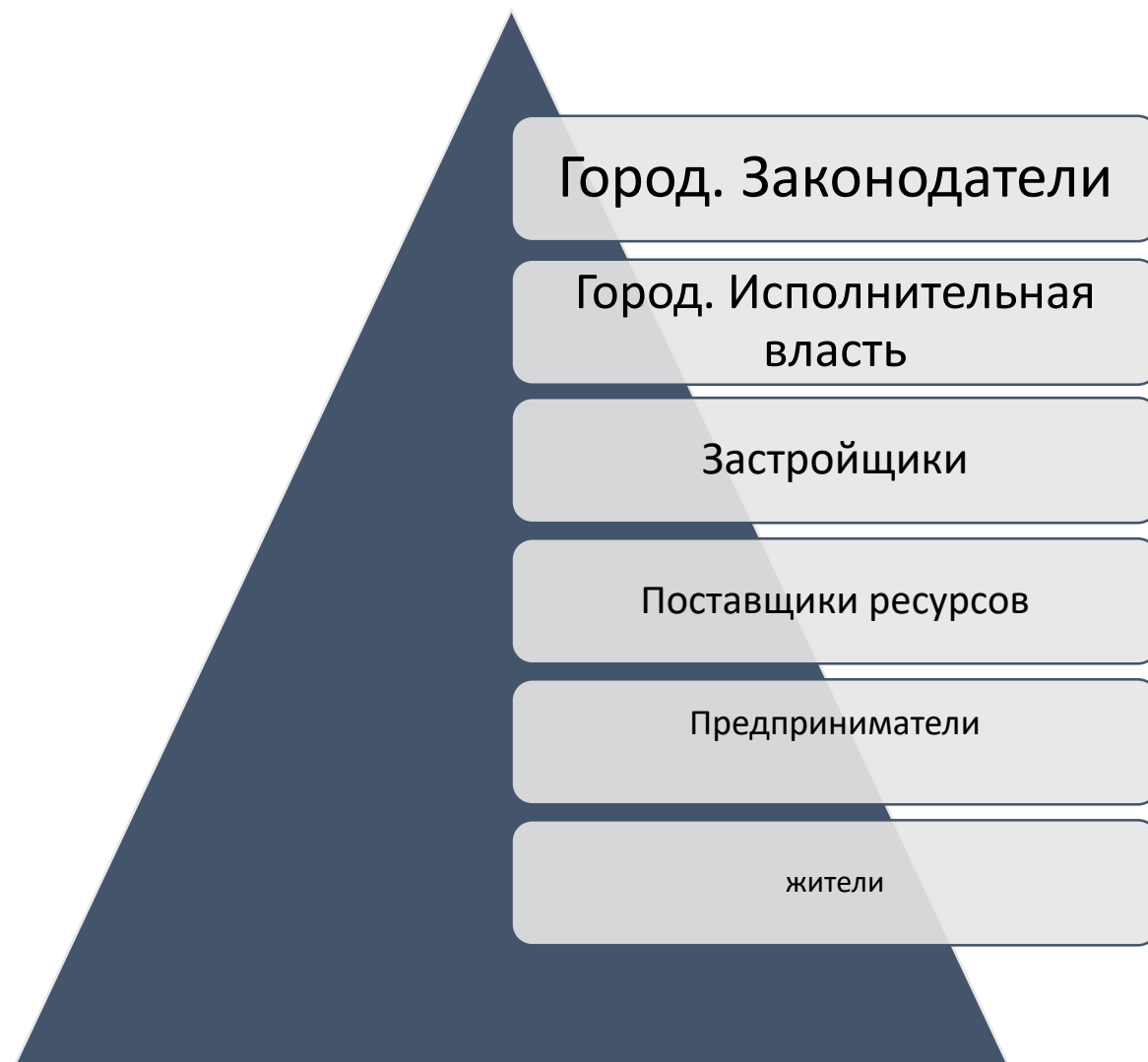
Рисковые

Маркетинговые

Эмоциональные

Они же ФАКТОРЫ
НЕЛИКВИДНОСТИ!?

Позиция и роль в истории застройки



КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МИКРОРАЙОНА

Совпадение – расхождение
позиций

**Проверить
параметры в системе
деятельности**

Цель анализа

определение потенциала места и ресурсного качества

Источники

Генеральный план города

ПЗЗ, ГПЗУ

Данные исследований

Итог

Объективные выводы о перспективности ЗУ,
необходимости корректирующих и компенсирующих
мероприятий

Что анализируем?

Градостроительная ситуация
ограничения

окружение (функции, форматы, сегменты, видовые,
визуальная доступность, торговая зона и пр.)

Инфраструктура (социальная, коммерческая,
инженерная, дорожная, транспортная, рекреационная)

УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

СУММА АКЦЕНТОВ

ЛОКАЦИЯ

ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕРРИТОРИИ

АРХИТЕКТУРА АКЦЕНТЫ

НИША

БРЕНД

ВЫГОДА

**СУПЕРИНТЕРЕСНОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

**ПАРАМЕТРЫ В СИСТЕМЕ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. НИШЕВАЯ
СТРАТЕГИЯ**

Мастер-класс «уникальный микрорайон на примере ЖК «Русская Европа»

Добро пожаловать в КАЛИНИНГРАД



МАСТЕРСКАЯ 1.
«МОДЕЛИРОВАНИЕ
УНИКАЛЬНОГО МИКРОРАЙОНА».



Добро пожаловать в КАЛИНИНГРАД



Боец кометой
Светится пронзает всё
Он строит город

Алгоритм генерации идеи проекта



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ

**параметры в системе
деятельности**

Задача

генерация идеи, подтверждение состоятельности

Источник

данные экспресс-анализа

Итог

Концепт. Базовые предположения.

Функция – формат – сегмент – Концепт

При каких условиях проект эффективен

- Сроки
- Ограничения
- Финансовые особенности (фин. модель)
- Предварительные ТЭП

Параметры в системе
деятельности

Группы параметров

Градостроительные параметры

Архитектурные параметры и ограничения

Параметры инженерного обеспечения

Маркетинговые параметры территории, вида ОН

Целевые показатели проекта

Юридические параметры

Финансовая модель

Структура участников проекта

исходные данные проекта

**Подсказка.
параметры в системе
деятельности**

инструменты анализа
Маркетинговые показатели

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

параметры в системе деятельности

Задача – потребительские характеристики, опции, инновационные признаки

Источник – маркетинговый анализ, индикаторы

Итог – отчеты

ПЕРВИЧНЫЕ

ЦЕННОСТНЫЕ ТРЕНДЫ
% ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ
ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА В РЕГИОНЕ (ДИНАМИКА)
ДИНАМИКА ДОХОДА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ (сравнение с общероссийскими)
РЕЙТИНГ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ (особенно важно для коммерческой недвижимости)
ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИЕ ЖИЛОГО ФОНДА И ОБЪЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТЕРРИТОРИИ

ВТОРИЧНЫЕ

ДИНАМИКА ЦЕН И АРЕНДНЫХ СТАВОК
ДИНАМИКА ОБЪЕМА ВВОДА ЖИЛЬЯ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ
ПЛОЩАДЬ (S) ПРЕДЛОЖЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ
ДИНАМИКА ПОГЛОЩЕНИЯ
ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ КРЕДИТОВАНИЯ
СПРОС В РАЗРЕЗЕ ЛОКАЦИЯ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ХАРАКТЕРИСТИКИ (ППХ), НОМЕНКЛАТУРА

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе
деятельности**

функционал недвижимости

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ПРОМЫШЛЕННАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ГОСТИНИЧНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

АДМИНИСТРАТИВНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

НЕДВИЖИМОСТЬ ЗДАВООХРАНЕНИЯ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе
деятельности**

Форматы жилья и ценовые сегменты

ЖИЛОЙ ДОМ ТОЧЕЧНОЙ ЗАСТРОЙКИ

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

ПРОЕКТ КОМПЛЕКСНОЙ ЖИЛОЙ ЗАСТРОЙКИ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ЖИЛОЙ ДОМ ТОЧЕЧНОЙ ЗАСТРОЙКИ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ЖИЛОЙ ДОМ В ОРГАНИЗОВАННОМ
ПОСЕЛКЕ

ДАЧНЫЙ ДОМ ТОЧЕЧНОЙ ЗАСТРОЙКИ В ОРГАНИЗОВАННОМ
ПОСЕЛКЕ

ДАЧНЫЙ ДОМ СЕЗОННОГО ПРЕБЫВАНИЯ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ЖИЛОЙ ДОМ ДЛЯ СДАЧИ В АРЕНДУ

АПАРТАМЕНТЫ ДЛЯ СДАЧИ В АРЕНДУ

ТРЕНДЫ 2030?

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе
деятельности**

Ценовые сегменты

ЭКОНОМ (стандарт)

СРЕДНИЙ
(три нишевых сегмента КОМФОРТ)

БИЗНЕС

ЭЛИТ (премиум)

Какие стоимости соответствуют этим классам?

ТРЕНДЫ 2030?

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе
деятельности**

Инфраструктура и уровень отделки

С ПОДЗЕМНЫМ ПАРКИНГОМ

С ОБЪЕКТАМИ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

С ОБЪЕКТАМИ КОММЕРЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

БЕЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА И ПЕШЕХОДНЫЕ СВЯЗИ

ЗЕЛЕНый КАРКАС

ТРАНСПОРТНАЯ СХЕМА, АССОРТИМЕНТ ТРАНСПОРТА

***** **ТРЕНДЫ И УТП 2030?**

БЕЗ ОТДЕЛКИ

ЧЕРНОВАЯ

ПОДГОТОВКА ПОД ЧИСТОВУЮ

ЧИСТОВАЯ

УЛУЧШЕННАЯ

УКОМПЛЕКТОВАННАЯ «ПОД КЛЮЧ»

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПО КАТАЛОГУ

***** **ТРЕНДЫ И УТП 2030?**

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе
деятельности**

Коммерческая Инфраструктура. ФОРМАТЫ

ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ

МИКРОРАЙОННЫЙ

РАЙОННЫЙ

ОКРУЖНОЙ

СУПЕРОКРУЖНОЙ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ

СОЦИАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКАЯ СЕТЬ

ОБЩЕСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе
деятельности**

Задача – соответствие проекта
Источник – подготовительный этап
Итог – бюджет, бизнес-обоснование

Анализ исходных данных

SWOT анализ

Соответствие целям и стратегии компании

Диверсификация

Иерархия рисков

Эффекты проекта

Источники инвестиций в жилую застройку

Собственные средства Девелопера

Госзаказ

Поэтапное инвестирование от продажи права
требования (долевое участие)

Соинвестирование

Кредит

Проектное финансирование

Смешанная стратегия инвестирования

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ. БЮДЖЕТ

«Идеальная» Финансовая модель

Баланс темпов продаж и темпов строительства при лучшей доходности проекта. Достигается АНАЛИЗОМ, альтернативным бюджетированием.

Анализ альтернативных бюджетов

Стоимость по всей номенклатуре квартир

Темпы продаж в месяц, в год, до завершения проекта

Очередность продаж

Сроки и очередность строительства

Расходы на стимулирование продаж и комиссию

Расходы на рекламу

**параметры в системе
деятельности**

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ РЕКЛАМЫ

**параметры в системе
деятельности**

ЗАДАЧА - Баланс темпов продаж и затрат на рекламу

Факторы увеличения затрат:

- Высокий сегмент
- Малый опыт застройщика
- Негативный опыт застройщика
- Уникальный проект
- Проигрышная локация

факторы уменьшения затрат:

- Положительный имидж застройщика
- Очередность строительства
- Инструменты мониторинга рекламы и CRM

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТА. РАЗБОР ИНВЕСТИЦИОННЫХ СЦЕНАРИЕВ.

при каком инвестиционном сценарии
проект потенциально более прибылен?

при каком инвестиционном сценарии
менее рисковый?

при каком инвестиционном сценарии
проект потенциально более
привлекателен инвестору?

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НИШЕВОЙ СТРАТЕГИИ

**Уникальное торговое
предложение**

Элементы повышения классности

Суперлокация (центр, метро, торговый якорь)

Видовые характеристики

Визуальная доступность объекта

Архитектура и эксклюзивный дизайн

Высота потолков

Премиальное оборудование

Обеспеченность машиноместами

Управление, сервис, охрана, цифровизация

Имидж, клуб

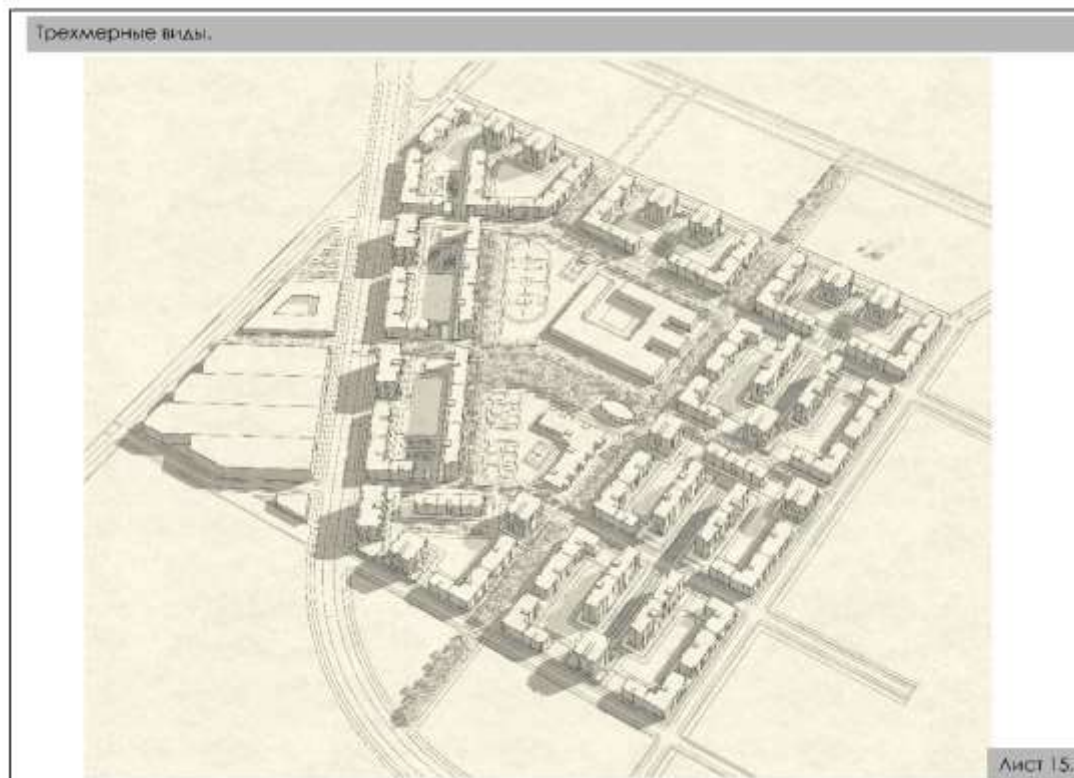
Сочетание форматов. Мультиформат.

ТРЕНДЫ И УТП 2030

.....?

.....?

.....?



Класс комфорт 300 000 м кв.

МАСТЕР-КЛАСС «АРХИТЕКТУРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ КОМПЛЕКСА»



Добро пожаловать



РОКОВЫЕ ОШИБКИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ КОНЦЕПЦИИ

- НЕТ АНАЛИЗА КОНЕЧНОГО ПРОДУКТА И ОПЕРАТОРА
- НЕ УЧТЕНЫ ОГРАНИЧЕНИЯ
- НАРУШЕН ПРИНЦИП СООТВЕТСТВИЯ
- НАРУШЕН БАЛАНС ТЕМПОВ И ОЧЕРЕДНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА
- СТРОИТЕЛЬСТВО «ПОД ПЛАН ПРОДАЖ»
- НЕТ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ БЮДЖЕТОВ
- КОНЦЕПЦИЯ ПОДЧИНЕНА АРХИТЕКТУРЕ ИЛИ ИДЕЕ «ФИКС»

ДЕНЬ ВТОРОЙ.

Инновационные продажи

Ключевые мотивы и возможности ПУБЛИЧНОЙ ГЕНЕРАЦИИ

СУТЬ ПРОЦЕССА: Разработка комплекса мероприятий по вовлечению профессионального сообщества и потенциальных потребителей в разработку уникального девелоперского проекта, для его популяризации, и обеспечения эффективных продаж.

Суть продвижения – последовательное, поэтапное, открытое (публичное).

Принципиальное отличие от других стратегий –
ЛОЯЛЬНОСТЬ
ВОВЛЕЧЕНИЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ В РЕЗУЛЬТАТАХ ПРОЕКТА

А НЕ РЕКЛАМА

ПУБЛИЧНАЯ ГЕНЕРАЦИИ

Какие задачи решает стратегия

- Вовлечение профессиональных участников **локального рынка** недвижимости в процесс создания будущего жилого комплекса.
- Максимальная лояльность к новому застройщику и заинтересованность в продвижении ЖК.
- Релевантная фокус-группа для формирования параметров проекта. Оптимизация ТЗ.
- Высокая конкурентность проектных решений.
- Формирование воронки предзаказов на покупку жилья в ЖК и коммерческих площадей. Энергия публичности.
- Создание большого количества информационных поводов для СММ продвижения, снижение затрат на более дорогостоящие каналы продвижения.

ОПТИМАЛЬНЫЕ СРОКИ И ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ

- Земельный участок приобретен, проект планировки разработан, идея комплекса соответствует генеральному плану города, техническая возможность подключения к сетям есть.
- Оптимальный период реализации стратегии 6-12 мес. Т.е. срок запуска не позднее чем за полгода до выхода на разрешение на строительство.

АЛГОРИТМ

ШАГ 1. Не публичный. Разработка стратегии продвижения и программы генерации

ШАГ 2. Не публичный. Дебютная идея проекта, финансовая модель, обоснование ожидания ТЭП

ШАГ 3. **Публичный.** Подготовительный этап. Ивент мероприятие с фокус-группой, в формате тренинга.

ШАГ 4. Не публичный. Предварительный этап. Анализ результатов и УТП, формирование ТЗ на проектирование

ШАГ 5. Не публичный. Концептуальный этап. Разработка двух-трех альтернативных мастер-планов

ШАГ 6. **Публичный.** Продолжение Концептуального этапа. Ивент мероприятие с выводами и предложениями по мастер-плану

АЛГОРИТМ

ШАГ 7. Не публичный. Этап обоснования идеи.
Концепция проекта

ШАГ 8. **Публичный**. Дискуссионная площадка. Защита архитектурной концепции проекта

ШАГ 9. **Публичная презентация** проекта. Технология предзаказа с конечными потребителями.

ШАГ 10. **Публичный**. Ивент мероприятие, конкурс проектов в заданной территории и категориях

ШАГ 11. Разработка медиа-плана продаж проекта

УТП ПРОЕКТА. АЛГОРИТМ

Параметры в системе
деятельности

Алгоритм Формулирования УТП



Шаг 1. Ценности потребителя. Тренды в сегментах.

Шаг 2. Профиль и Потребности потребительских групп проекта (эмоционально оформленные)

Шаг 3. Инновационные признаки проекта (планировки, конструктив, управление, сервис, цифровизация, «добрососедская среда»)

Шаг 4. Инструменты стимулирования спроса (скидки и бонусы)*

Шаг 5. Уникальный бренд и слоган

Шаг 6. Нестандартное продвижение проекта.

Шаг 7. Суперинтересное предложение.

УТП МИКРОРАЙОНА В ПРОВЕРОЧНЫХ ВОПРОСАХ

признаки успешного УТП

- Какие явные преимущества в своем классе жилья?
- Созданы ли условия для развития инфраструктуры?
- Очевидна ли выгода приобретения?
- Какую социальную стратегию мы реализуем?
- Интересен ли бренд проекта?
- Уникально ли продвижение?
- Достаточно ли большая емкость рынка?

УТП ПРОЕКТА В ПРИЗНАКАХ

Инновационные признаки проекта



планировки квартир

коммерция

конструктив

оборудование

управление

сервис

Цифровизация управления комплексом

Цифровизация управления квартирами

Территория

Эстетика проекта

Природные акценты

«добрососедская среда»

.....

.....

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Ранний вход в продажи
Поздний вход в продажи
Оптимизация финансового рычага
Уникальное торговое предложение

Тактические ходы

Атака малой ценой (демпинг)
Атака большой ценой (на повышение)
Клуб, «Звездные соседи»
Маркетинговая бомбардировка
Промо-игры и акции
Смешанная тактика с множеством условий

ЛУЧШИЕ ИВЕНТ ИДЕИ ПРОДВИЖЕНИЯ И «ИВЕНТ-ГЕНЕРАЦИЯ».



Выбор и диверсификация ЦА

Идея. Собственная повестка

Идея. Партнерские программы

Диверсификация контента

Ключевые каналы и ресурсы продвижения ивента

PR сопровождение

МАСТЕРСКАЯ «ПЛАН ПУБЛИЧНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА»



Цели промо:

Лояльность, вовлеченность, заинтересованность

Разделы плана:

Виды ЦА

Каналы

Описание контента

Этапы промо

Сроки

Ресурсы

Элементы проектной концепции:

Планировки
Наполнение комплекса, функции, форматы
Управление, класс эксплуатации, SMART идеи.
Квартирография
Параметры коммерческой недвижимости
Бренд ЖК
Архитектура, дизайн, ландшафт
Логистика, транспорт

Элементы социальной концепции:

Общественные пространства, рекреация, тимбилдинг
Корректирующие мероприятия
Арт- объекты
Социальные программы

Элементы концепции продвижения:

ЦА будущих продаж, география, сегменты, программы

КОНКУРС ПЛАНИРОВОК И «ФОКУС-ГЕНЕРАЦИЯ»

Релевантность «фокус-группы»



КОНКУРС АРХИТЕКТУРНЫХ ИДЕЙ И «ТЕНДЕР- ГЕНЕРАЦИЯ»



Выбор архитектора

Идеология конкурса (целеполагание)

параметры отношений (условия конкурса)

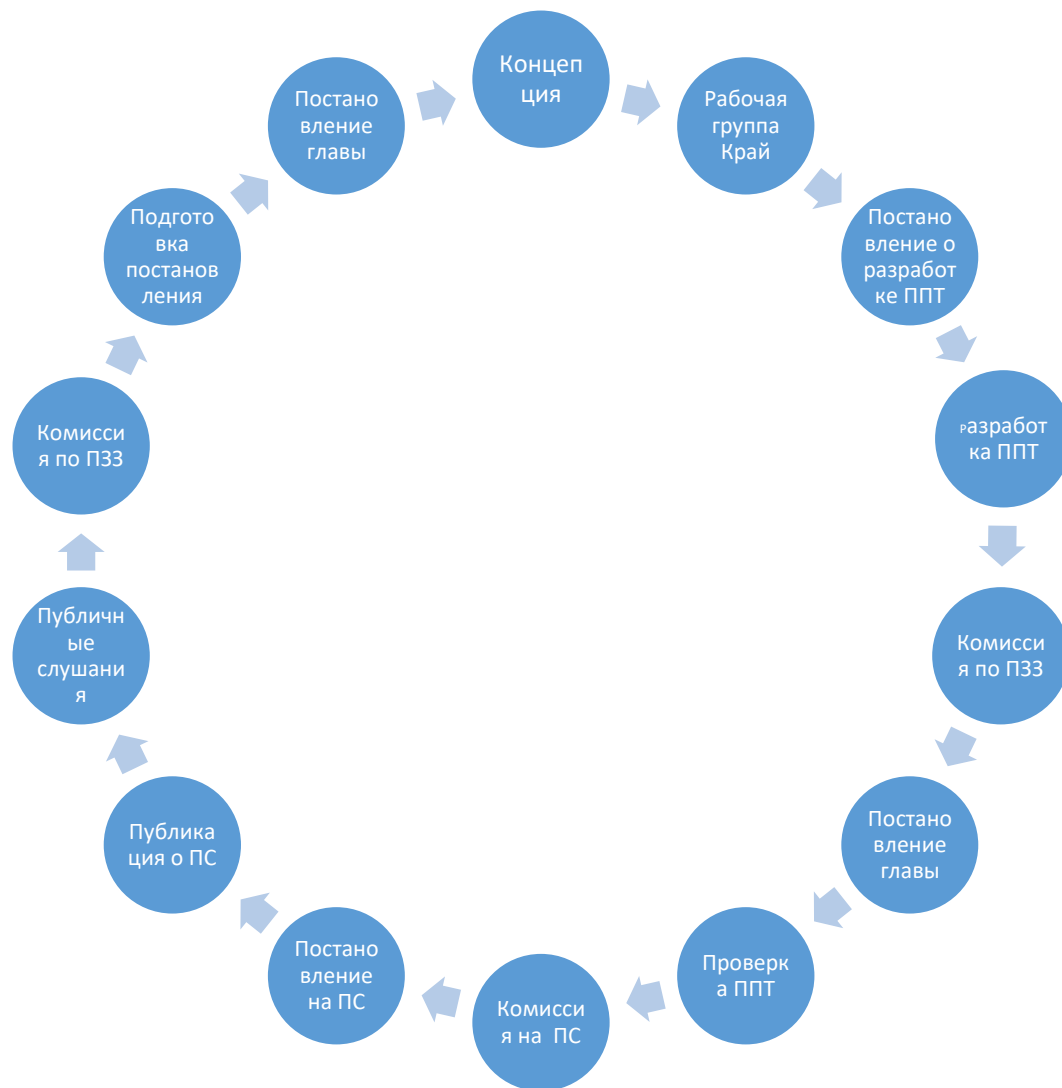
ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

ТЗ на проектирование

перечень потребительских
характеристик в системе
деятельности

- класс жилья (количество метров на человека)
- Плотность застройки
- Планировочные решения (план типового этажа)
- Номенклатура, процент форматов и функций
- этажность
- социальная стратегия (социальные и социально-коммерческие объекты)
- Качество благоустройства и озеленения
- Опции УТП (Высота потолков, паркинг и пр.)

Ключевое условие успешного проектирования – соответствие градостроительных параметров



**МАСТЕР-КЛАСС.
ФОРМИРОВАНИЕ И
ЗАЩИТА ППТ**

315 содержательных дней

Пример ППТ. Горячий ключ. Класс эконом.



МАСТЕРСКАЯ. «ЗАДАНИЕ НА АРХИТЕКТУРНУЮ КОНЦЕПЦИЮ»



Функции

Форматы

ТЭП

Существенные элементы УТП проекта

МАСТЕР-КЛАСС

**On line Battle архитекторов. «Разработка и
Защита архитектурной концепции».**



МАСТЕР-КЛАСС

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОДАЖИ

Генерация отложенного спроса. Инструменты «BOOM-генерации»

Поэтапное «утепление»
Инвестиционные мотивы
Ограниченность предложения
Статусное окружение
Статусная рекомендация
«промо-игры»
Аукцион

«Лайка».СММ
продвижение
публичного проекта



Мастер-класс

Деловая игра «Инвестиционный КОМИТЕТ»

Великий мастер
Ты радость сотворил
Ты продолжаешь

Этап генерации 5. Защита идеи проекта
ТЗ на проектирование
Проектные работы, ППТ
Защита, презентация проекта,
разработка продуктов консалтинга
работа с инвесторами

Формулируйте истину!

С уважением,

Вадим Сидоров

Илья Володько

Василий Косарев

Алексей Тимофеев

Василий Горбунов

Эвелина Сверчиньска

**ПРОЗРАЧНАЯ И
НЕПРОЗРАЧНАЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Задача

Сделать достижение результата измеримым

Результат

Фиксация результата по функционалу, по выполнению задачи, по целевому показателю

Соответствие

Реальные задачи соответствуют формальной ответственности

Регламентирование

Актуальные регламенты системы деятельности

***Индивидуальный
(корпоративный кейс)
кейс.***

Развивающая обратная связь + ИКС

- ИТОГ
- КРИТЕРИИ
- СРОК

***ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ
РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА.
СИСТЕМА ПОСТАНОВКИ
ЗАДАЧ «ИКС»***

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ РОСТА КОМПЕТЕНЦИЙ

РЕФЛЕКСИЯ

Компетенция – цель развития – ИКС

Инструмент – цель внедрения – ИКС

Итог

Критерий

Срок

Варианты выбора инструментов для внедрения:

- аудит компетенций
- Алгоритм генерации
- Концепция микрорайона
- Алгоритм разработки ППТ

Алгоритм развития компетенций

Шаг 1. Изучаю себя (сотрудника) аудит 7КДК,
7К+Л, 7ЛИ

Шаг 2. Повышаю самооценку.

Шаг 3. Изучаю возможности роста
(компетенции)

Шаг 4. формирую свои цели.

Шаг 5. Формирую Стратегию и цели развития
компетенций.

Шаг 6. Формирую ИПР.

Шаг 7. Выполняю ИПР.

Ценности системы:

Объективность

Практика

Охват

Результат

Актуальность

Формулируйте истину!

С уважением, Вадим Сидоров

Краснодарский
край.

Горячий ключ

Проект планировки. Класс эконом. 150 000 м²



Концепция п. Знаменский



Концепция п. Знаменский



Мастер-класс. Архитектурная концепция проекта



Мастер-класс. Архитектурная концепция проекта

