

Realitka, nejlepší přítel developera

19. srpna 2009 - Realitní společnosti začínají profitovat na těžkostech developerů při prodeji nových rezidenčních projektů. Stále více se zapojují do jejich prodejů.

PRAHA Trh s bydlením stagnuje. Avšak realitní kanceláře mají o byznys postaráno. Mezi jejich klienty totiž přibývají donedávna soběstační developeři.

Klesající zájem lidí o nové projekty přiměl developery nejen utlumovat jejich výstavbu, ale také hledat pomoc s jejich prodejem u realitních kanceláří. Zájem o jejich služby se mezi developery zvýšil o 20 až 50 procent, „Minulý rok nás přitom samo od sebe oslovovalo minimum developerů, o každý projekt jsme museli bojovat s minimálně třemi dalšími realitními kancelářemi,“ říká vedoucí rezidenčního oddělení v nadnárodní realitní společnosti King Sturge Iva Nováková.

Spolupráce snižuje náklady na marketing Rostoucí zájem developerů o spolupráci s realitními kancelářemi potvrdil i marketingový ředitel Ekospolu Daniel Donoval. „V minulosti jsme si vystačili sami s vlastním oddělením makléřů a vlastní reklamou. Nyní jsme uzavřeli exkluzivní smlouvu s jednou realitní kancelář na naše dva dokončené projekty a uvidíme, jak se vše posune dál.“ Realitní společnosti se shodují, že změna v chování developerů nastala v období od konce loňského roku do letošního jara. „Developeři začali mít problém prodávat,“ řekla mluvčí realitní společnosti RE/MAX Barbora Hokrová. Developeři začali hledat nové prodejní kanály právě přes realitní firmy. Ty totiž i přes pokles poptávky po nových projektech stále registrují značný zájem lidí o bydlení. „V současné době nás oslovuje zhruba 300 nových zájemců o koupi bytů týdně, což může být pro developery velmi výhodné. Klienti často poptávají stávající výstavbu, ale nakonec se mohou rozhodnout pro novostavbu, byť je finančně nákladnější,“ vysvětlila ředitelka oddělení prodeje bytů v Maxima Reality Helena Kačerovská. Efektivitu spolupráce developerů a realitních kanceláří potvrzuje i Michal Pich, jednatel společnosti **EuroNet Media**, která provozuje síť realitních kanceláří. „Výdaje vynaložené na spolupráci s realitní kancelář jsou pro developera zlomkové. Realitní kancelář využívá inzerci tak jako tak čili pro ni to v podstatě není vůbec tolik nákladné jako pro developery,“ řekl Pich.

Spolupráce s realitkami naopak v mnohých případech pomáhá developerům financovat vlastní projekty. V minulosti prodávali developeři vlastní nové projekty buď sami, anebo na základě exkluzivní spolupráce s realitní kancelář. Měli i vlastní rozpočet na marketing, „Dnes developeři více žádají od realitek participaci na propagaci projektu,“ řekla Nováková.

Praha půjde ve stopách Moravy Na rozdíl například od Prahy je spolupráce developerů s realitními společnostmi běžná na Moravě již několik let. I díky tomu tady podle Picha nedocházelo k zastavování výstavby nových projektů v takové míře jako v hlavním městě. „Projekty jsou i díky spoluprací s realitkami před začátkem stavby vždy z 60 procent vyprodány.“

Prodejní spolupráce developerů s realitkami se bude podle expertů nadále prohlubovat.

„Tento proces šetří developerovi hodně peněz, času i jiných starostí a pomáhá mu co nejlépe připravit svůj projekt do co nejmenších detailů,“ uzavírá generální ředitel české pobočky mezinárodní realitní sítě Century 21 Aleš Mazgaj.