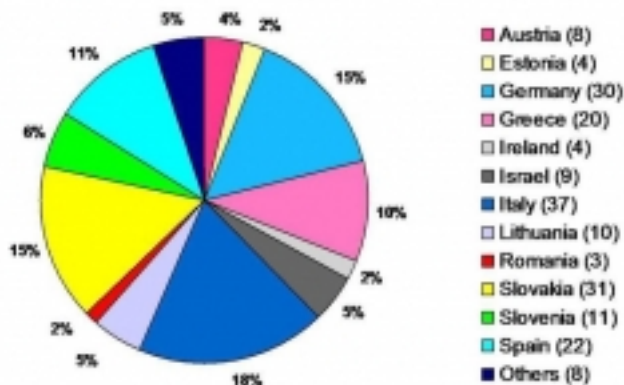


# Východiskom komplexná a prísne riadená stratégia predaja



Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 03.02.2011

## Manhattan: zabrala nová cenová politika i mediálna kampaň

44 % klientov hľadalo v minulých mesiacoch príležitosti nákupné, 7 % príležitosti nájomné a najviac - 49 % oboje, skonštatoval to regionálny riaditeľ spoločnosti RE/MAX Slovakia Richard Churý. Kuriózne zistenie priniesli čísla o tom, ktorá generačná vrstva kupuje nehnuteľnosti najviac: ako najsilnejšia vyšla skupina 35 až 50-ročných (až 67 %), po nej 25 až 35-ročných (28 %) a ľudia nad 50 rokov sa na takýchto obchodoch podieľajú iba 5 percentami. V prípade prenájmov sa poradie diametrálne mení: 84 % transakcií držia v rukách mladí vo veku od 20 do 35 rokov.

Ako Churý zdôraznil, relatívne najväčší nárast zaznamenal predaj malometrážnych bytov. Príčiny nachádza vo viacerých okolnostiach:

- úbytok pesimistických správ v médiách
- nárast celkovej dôvery v ekonomike
- lepšia dostupnosť hypoték
- profesionalizácia realitných maklérov
- ochota predávajúcich pristúpiť na navrhovanú predajnú stratégiu pri začiatku predaja.

Naproti tomu segment novostavieb, ako upozorňuje oblastný šéf Remaxu, naďalej stagnuje. Na svedomí to má nedostatok nových projektov, absencia komplexnej stratégie predaja či nedostatočné vyvodenie záverov z predkrízového obdobia, keď bol realitný trh pre mnohých zdrojom ľahko získaných peňazí. Podobné nedostatky a chyby sa obnažili napríklad v prípade bratislavského rezidenčného projektu Obydick, neskôr prekrsteneho na Manhattan.

„Predaj znamenal pre nás obrovskú výzvu. Už v úvode nastavená stratégia bola nešťastná. Prišli sme s návrhom na zmenu názvu objektu (rebranding) a dispozície jednotlivých bytov. Zaviedli sme prísne riadenú formu predaja (exkurzie), zmenu cenovej politiky a výraznú mediálnu kampaň. Na základe všetkých týchto opatrení sa nám podarilo v priebehu poldruha mesiaca predat' 70 bytov. Akonáhle sa však darilo predaju, nastal tlak na opätovné zvyšovanie cien,“ vysvetľuje Richard Churý.

Pokiaľ ide o kritériá pri výbere nehnuteľnosti, klienti ich podľa neho najčastejšie uvádzajú v poradí: cena

(70 %), lokalita (47 %), kvalita (10 %), balkón/terasa/záhrada (7 %), veľkosť (6 %) a napokon napojenie MHD (5 %). Ako pripomenul, posledný vývoj z hľadiska počtu obchodov uskutočnených za mesiac nasvedčuje spomínanému zlepšovaniu efektivity práce realitných maklérov, ktorých len v rámci 60 slovenských pobočiek Remaxu pôsobí takmer 440, čo je rozhodne viac ako len reprezentatívna vzorka. Ich profesionalitu označil za veľmi dôležitú - sú to oni, kto musí obchodovanie rozhybať.

### **Predpokladmi úspechu naďalej kvalita & lokalita**

„Čo sa týka výšky nájomného, dosiahli sme dno,“ poznamenal Ermanno Boeris zo spoločnosti Colliers International na úvod svojej prezentácie Stav developmentu na Slovensku, ktorý sa pokúsil priblížiť v priereze jednotlivých realitných segmentov. Ako potvrdil, vo sfére komerčných realít sa vlni podpísali nájomné zmluvy na 150-tisíc m<sup>2</sup>, pričom v mnohých prípadoch išlo o presuny medzi staršími a novšími budovami. Pokiaľ ide o zelené budovy, na Slovensku údajne nie je ešte kultúra smerujúca k ich podpore. Situácia sa však môže do 10 rokov zmeniť a investori budú zelené projekty vyhľadávať čoraz viac. A čo retail? Podľa Boerisa úplne špecifická záležitosť. Stavieť ho dnes špekulatívne je vraj veľmi náročné rozhodnutie.

Rok 2010 nezhodnotil ako dobrý ani v priemyselnom odvetví. „Dopyt bolo cítiť, nebol však dostatočne veľký na to, aby sa stavali nové projekty, napríklad v automobilovom priemysle. Keď klient požaduje 10-tisíc m<sup>2</sup>, treba mu to postaviť ako Build-to-Suit, na mieru,“ pokračoval Boeris, predpokladajúc pozitívny vývoj aj na východe Slovenska. Za určité východisko považuje rozdelenie projektu medzi viacero developerov alebo v súčasnosti často využívaný predaj a spätný prenájom.

Za rozhodujúce faktory rezidenčného trhu považuje Boeris makroekonomiku, dopyt, ponuku a kvalitný pôdorys. Hodnota nehnuteľnosti určenej na bývanie spočíva v tom, že sa v nej človek cíti dobre. Dnes sa podľa neho oplatí postaviť malý, no kvalitný byt a zisk - marža je aj pri poklese cien stále obrovská. Staré, do roku 2008 postavené byty sú v porovnaní s novými (zhotovenými v čase, keď sa stavebné materiály dali nakúpiť lacno) menej kompetitívne, pretože stratili konkurencieschopnosť. „Kľúčová vec je kvalita a potom poloha, pretože existuje veľa pekných projektov, ale na zlom mieste,“ podotkol. Výsledkom tak je, že niekoľko tisíc bytov zostáva nepredaných. Kupujúci dnes vlastne developera núti dodávať na trh viac kvalitných produktov za konkurenčné ceny.

Záver očami Ermanna Boerisa vyzerá tak, že kvalitné a dobre lokalizované projekty budú mať vždy vysokú pravdepodobnosť úspechu v každom segmente trhu. Skúsení developeri, na rozdiel od developerov „no-name“, budú môcť zmätko, ktorý neustále ovplyvňuje trh, efektívne riadiť. Aj tie najlepšie projekty si ale vyžadujú zodpovedajúci podiel na vlastnom imaní (30 až 50 %).

Grafy - REMAX Slovakia (1-4), Colliers International (5-7)

1. Európsky realitný barometer
2. Všeobecný dopyt po jednotlivých typoch nehnuteľností (prenájom a predaj)
3. Vývoj dopytu po nehnuteľnostiach v tomto roku v oblasti nákupov a prenájomov (žltá=stúpajúci, modrá=stabilný, červená=klesajúci)
4. Najdôležitejšie klientmi uvádzané kritériá pri výbere nehnuteľnosti na kúpu alebo prenájom
5. Komerčné nehnuteľnosti v metropolách krajín CEE
6. Zelené projekty v Európe
7. Priemyselné nehnuteľnosti: Slovensko vs. krajiny CEE (miera neobsadenosti / celkové zásoby)