

Динамика спроса на недвижимость в Владимирской области


Олег Прилепин, региональный представитель

Яндекс широко охватывают аудиторию, интересующуюся рынком недвижимости


Доля аудитории, интересовавшихся недвижимостью, в сервисах Яндекса


 84%
Маркет


 84%
Карты


 63%
Недвижимость


 53%
Видео

 49%
Кинопоиск


 48%
Путешествия


 43%
Яндекс Go


 42%
Auto.ru

 42%
Услуги

 35%
Кью

 33%
Погода

 31%
Навигатор

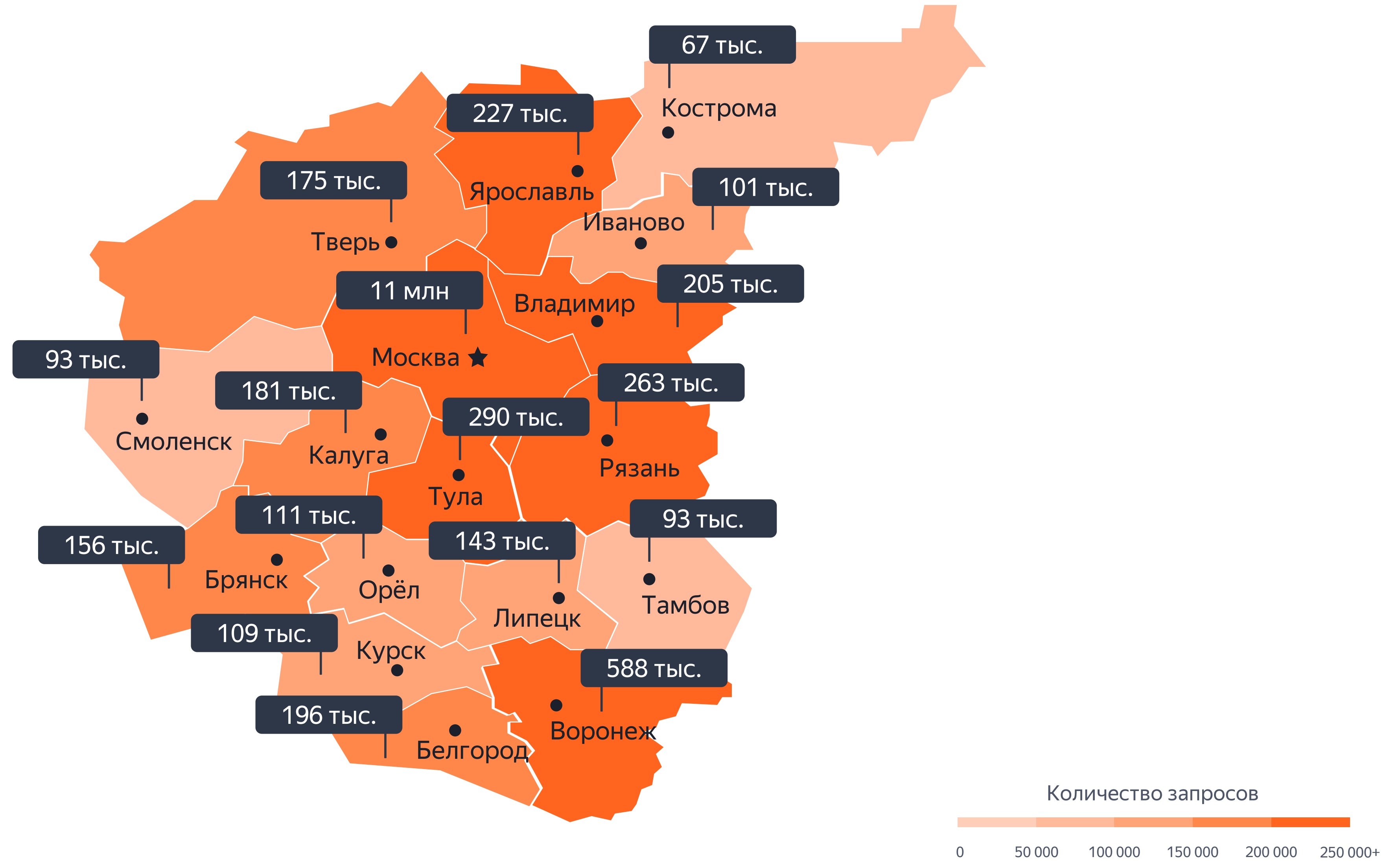
 30%
Диск

 27%
Музыка

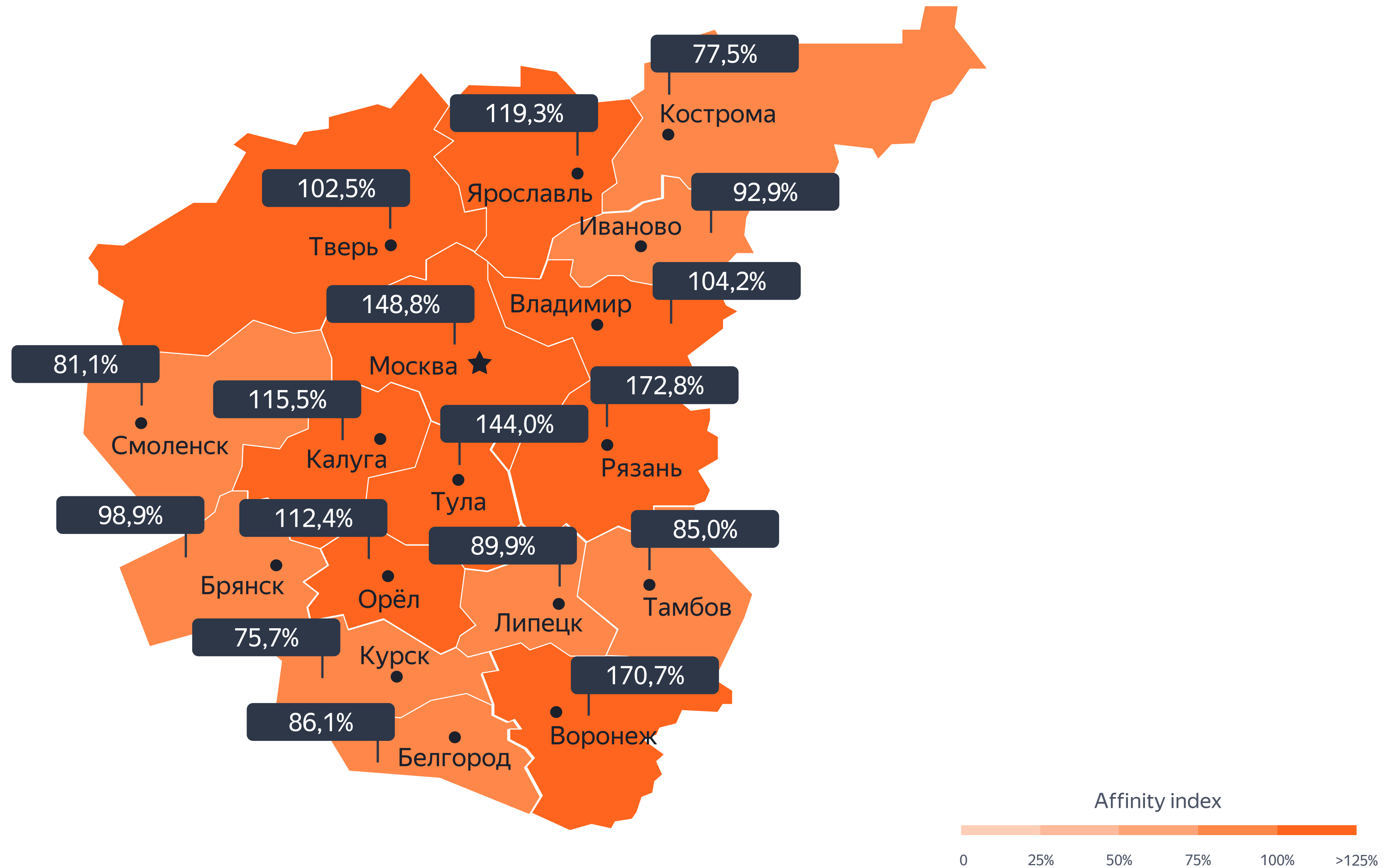
Интерес в регионах РФ. Новостройки



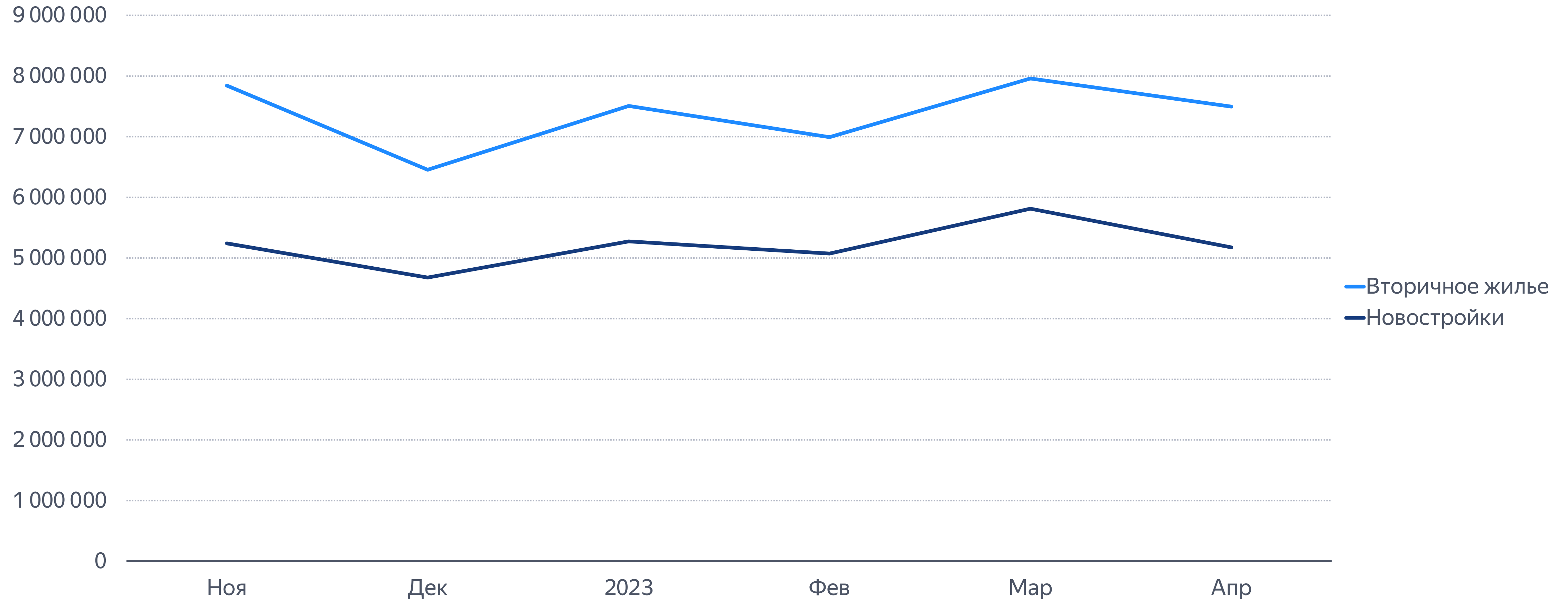
ЦФО: Интерес в регионах РФ. Новостройки



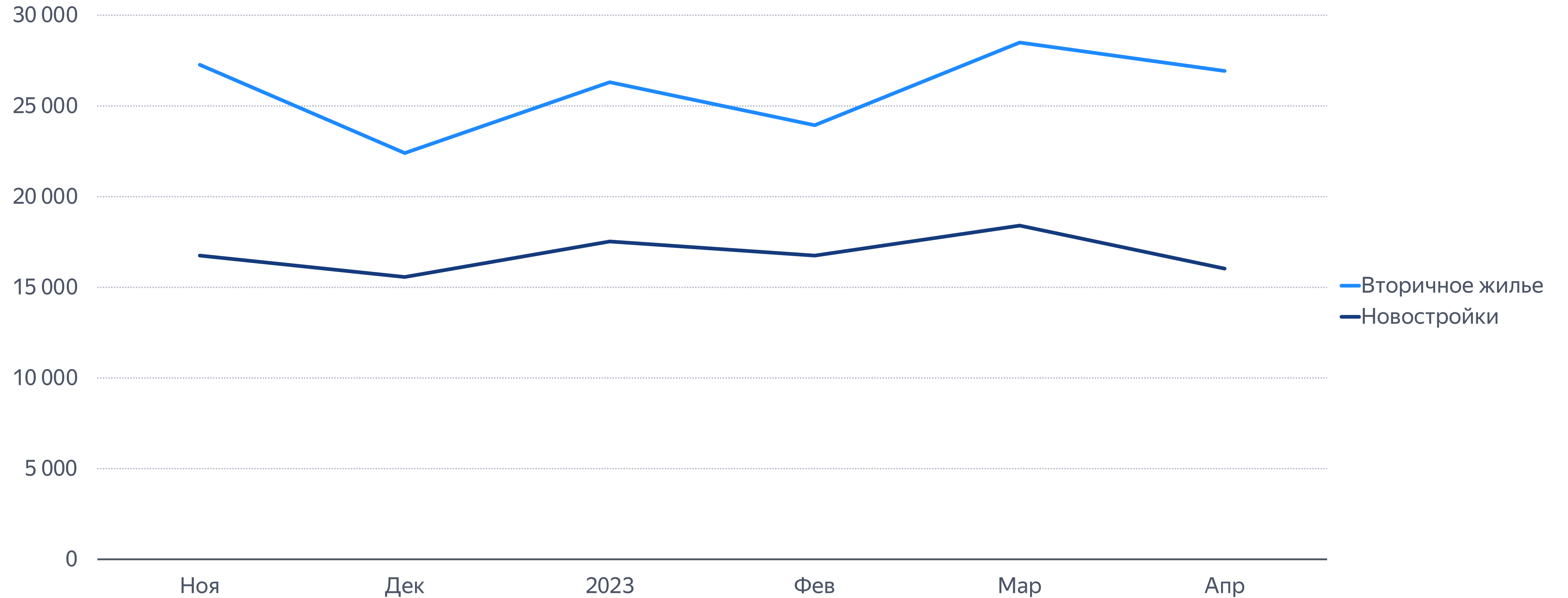
ЦФО: Региональная популярность. Новостройки



Динамика спроса в России



Динамика запросов по категориям (суммарно)

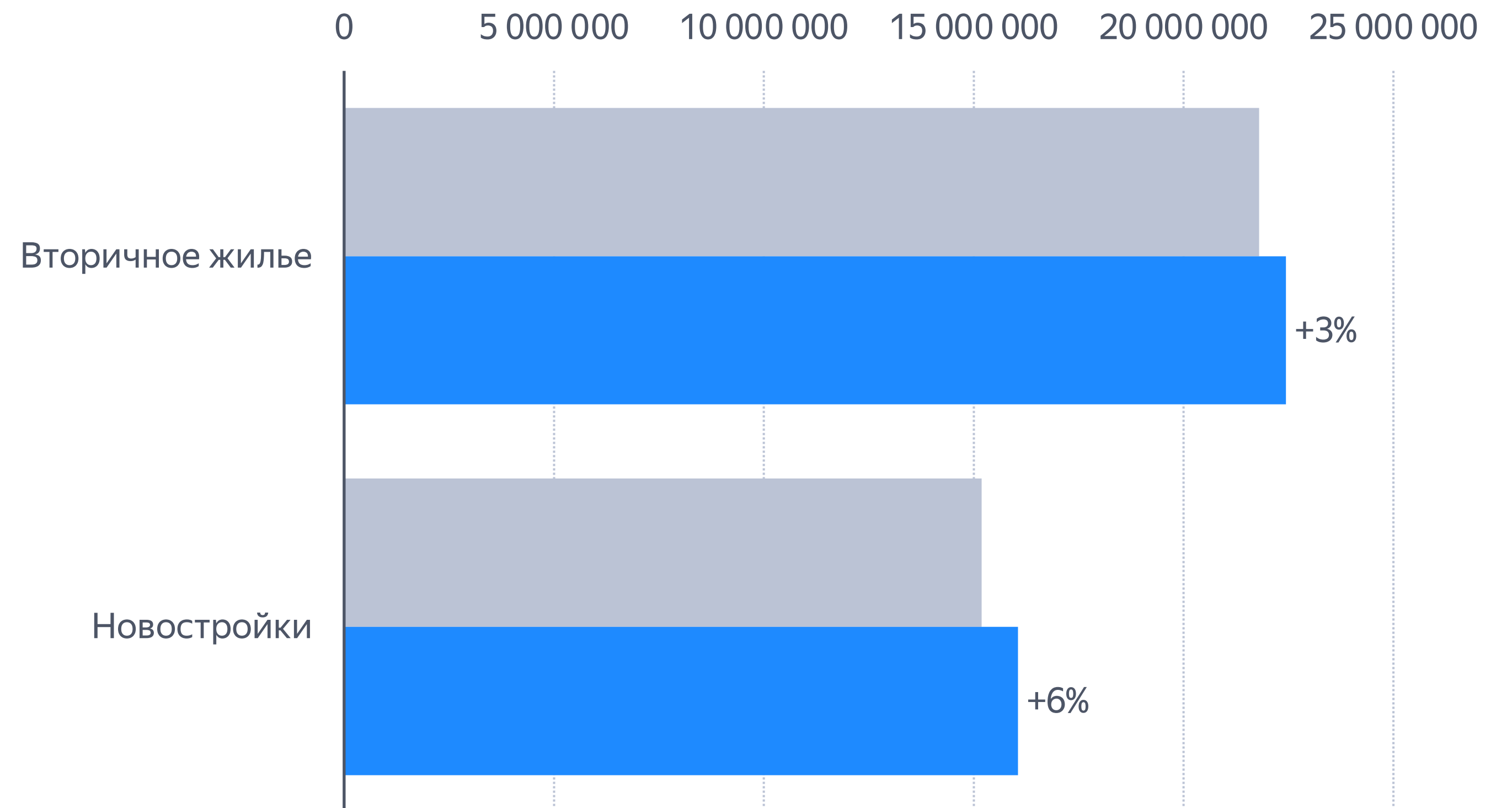


Динамика спроса по РФ

Структура отрасли за ноябрь 2022 - апрель 2023



Сравнение периодов (ноябрь 2022 - январь 2023/февраль - апрель 2023)

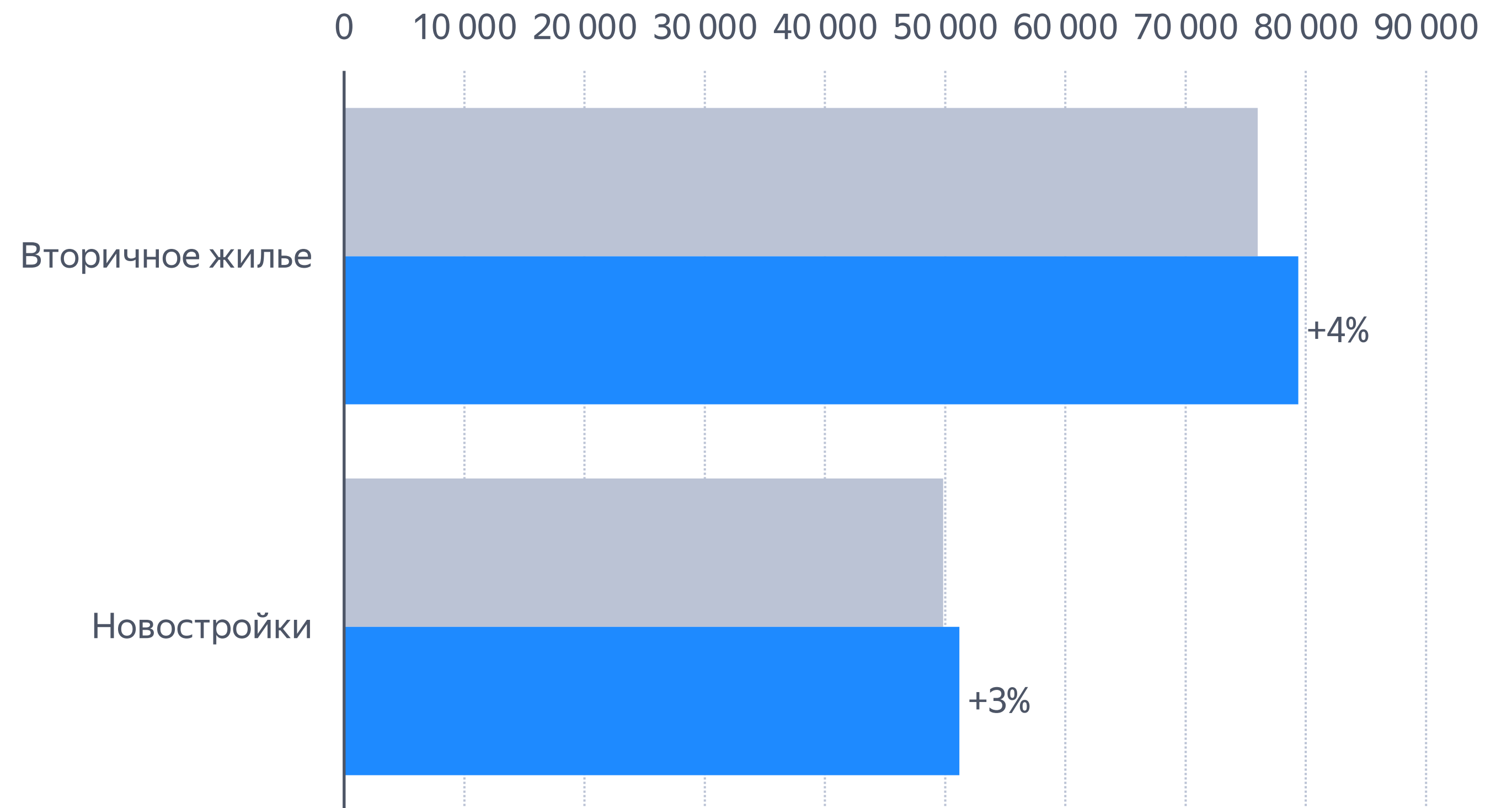


Динамика спроса в Владимирской области

Структура отрасли за ноябрь 2022 - апрель 2023

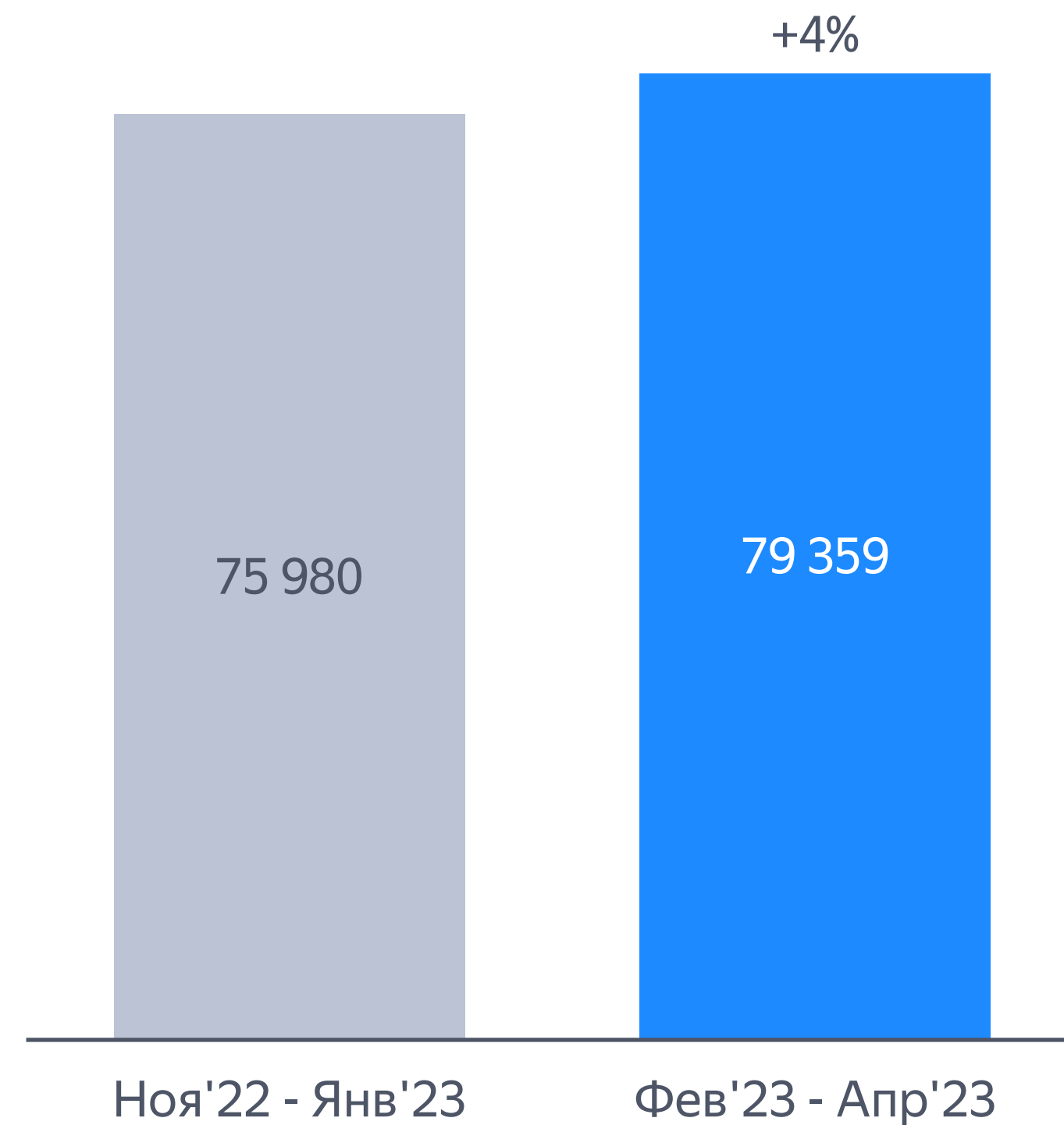


Сравнение периодов (ноябрь 2022 - январь 2023/февраль - апрель 2023)

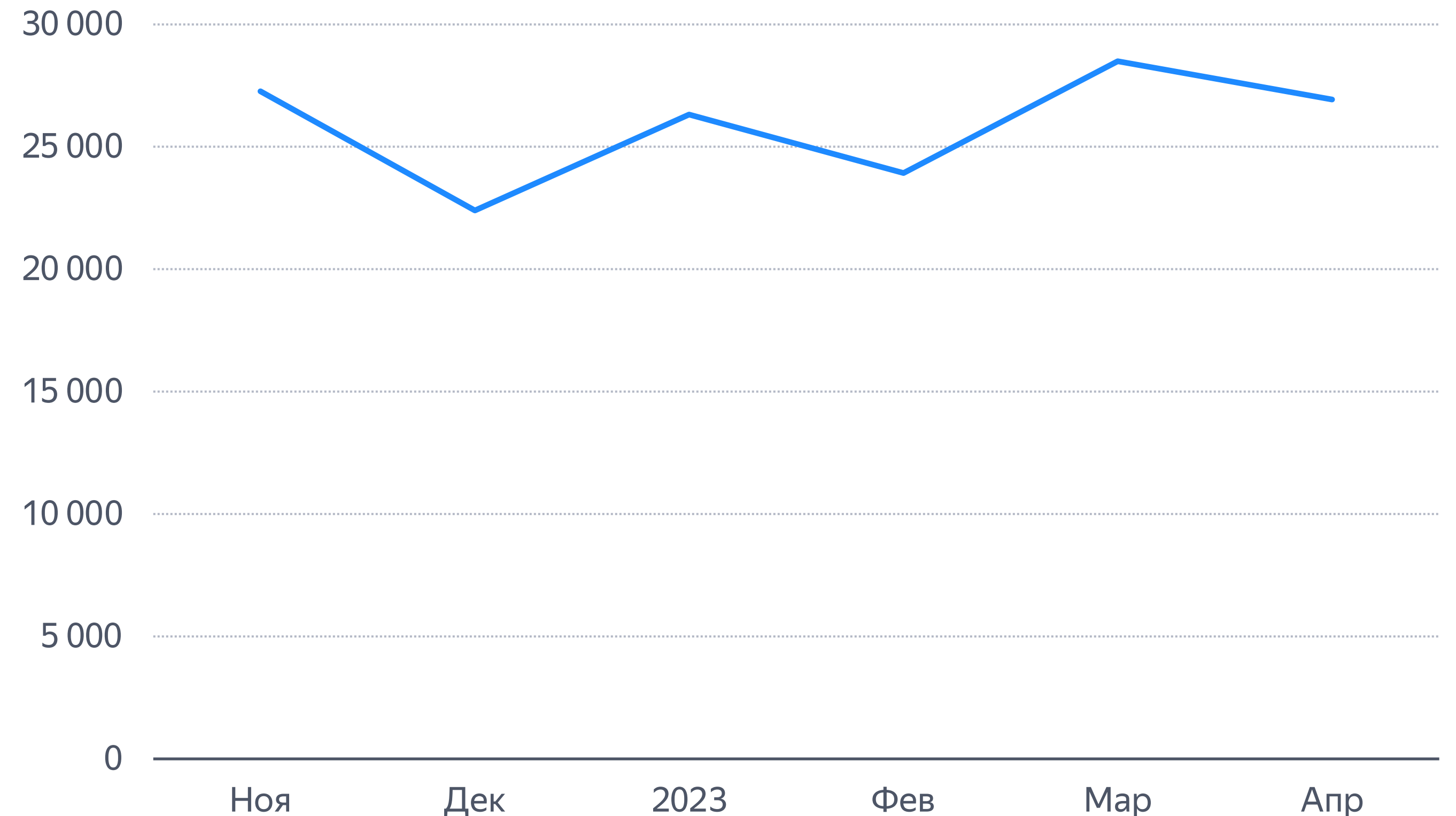


Спрос в категории «Вторичное жилье» в ВО

Сравнение периодов

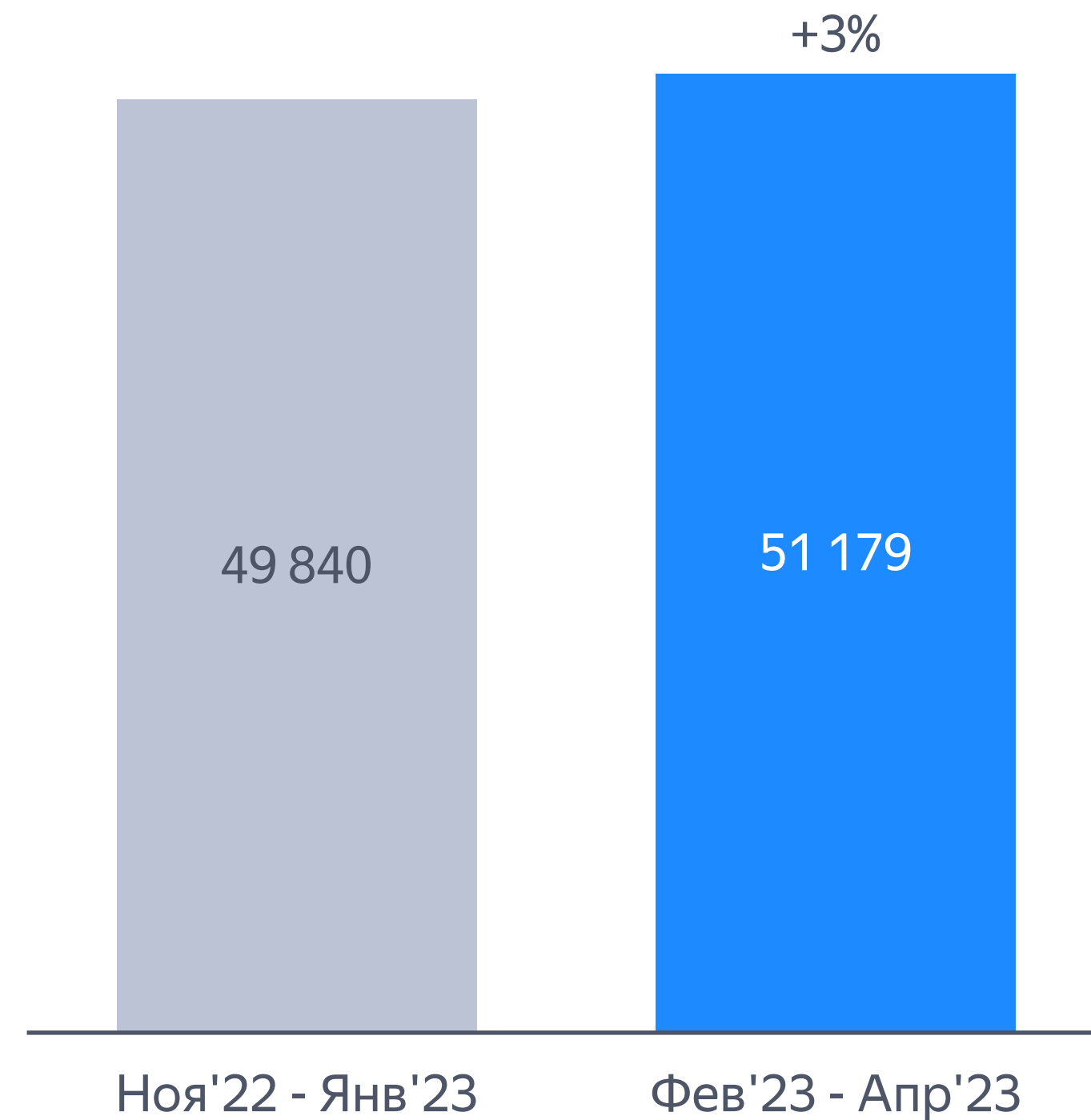


Динамика запросов

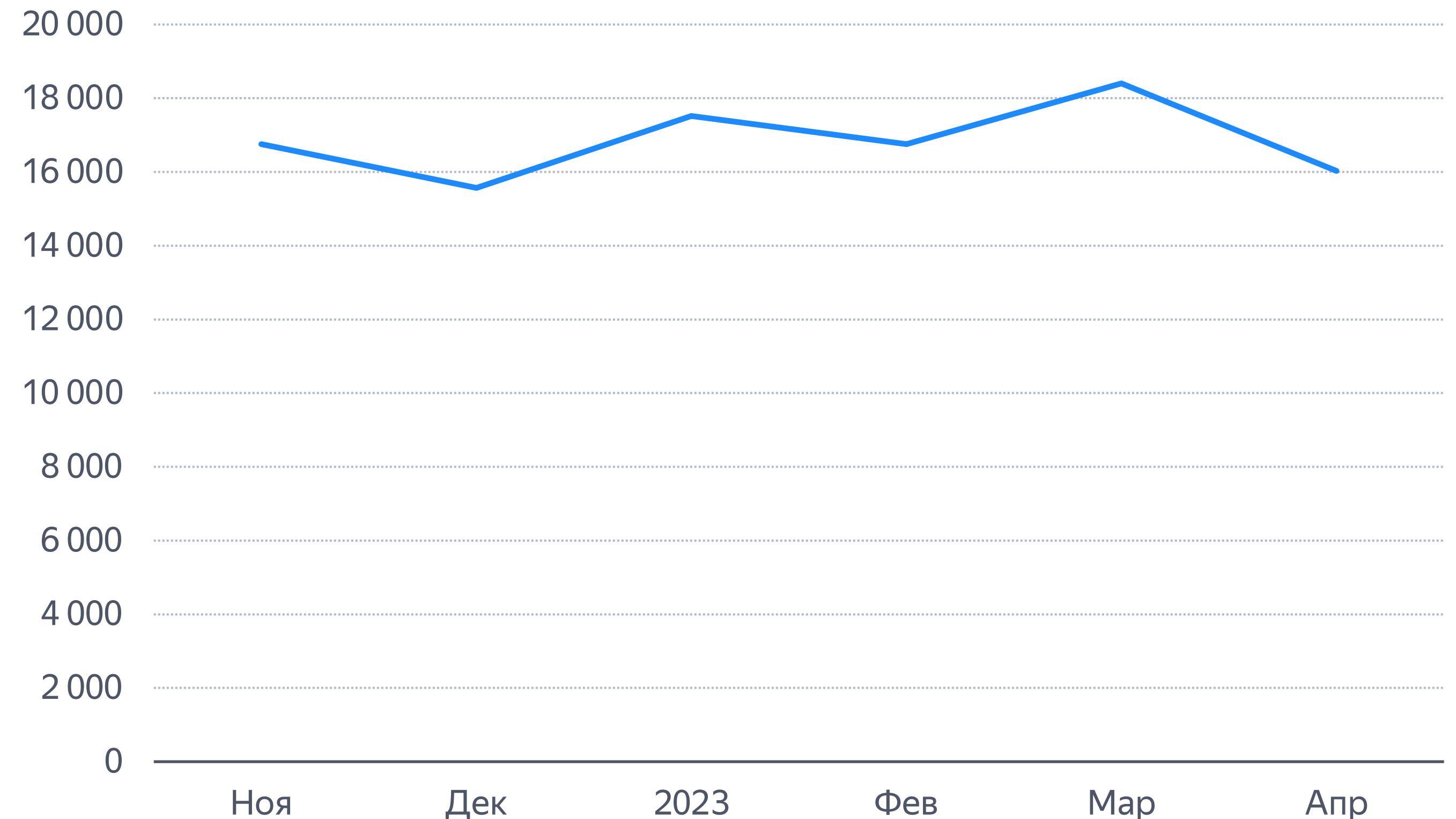


Спрос в категории «Новостройки» в ВО

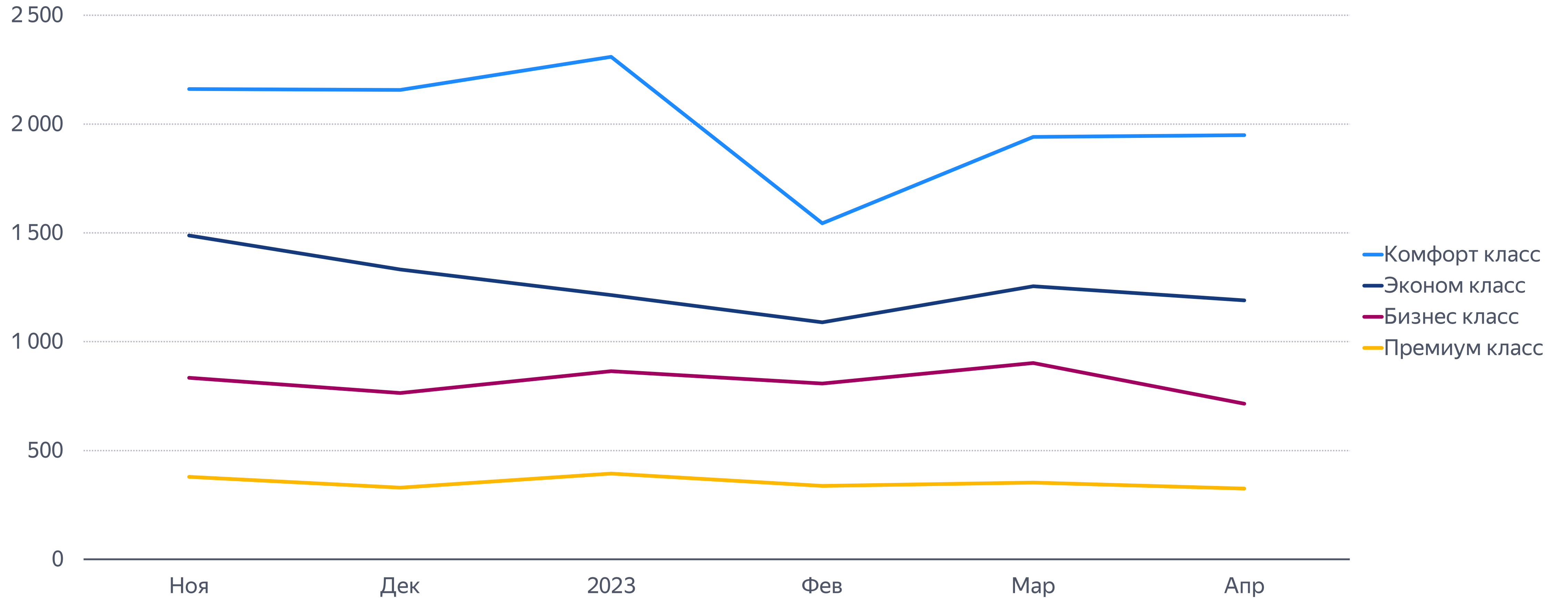
Сравнение периодов



Динамика запросов

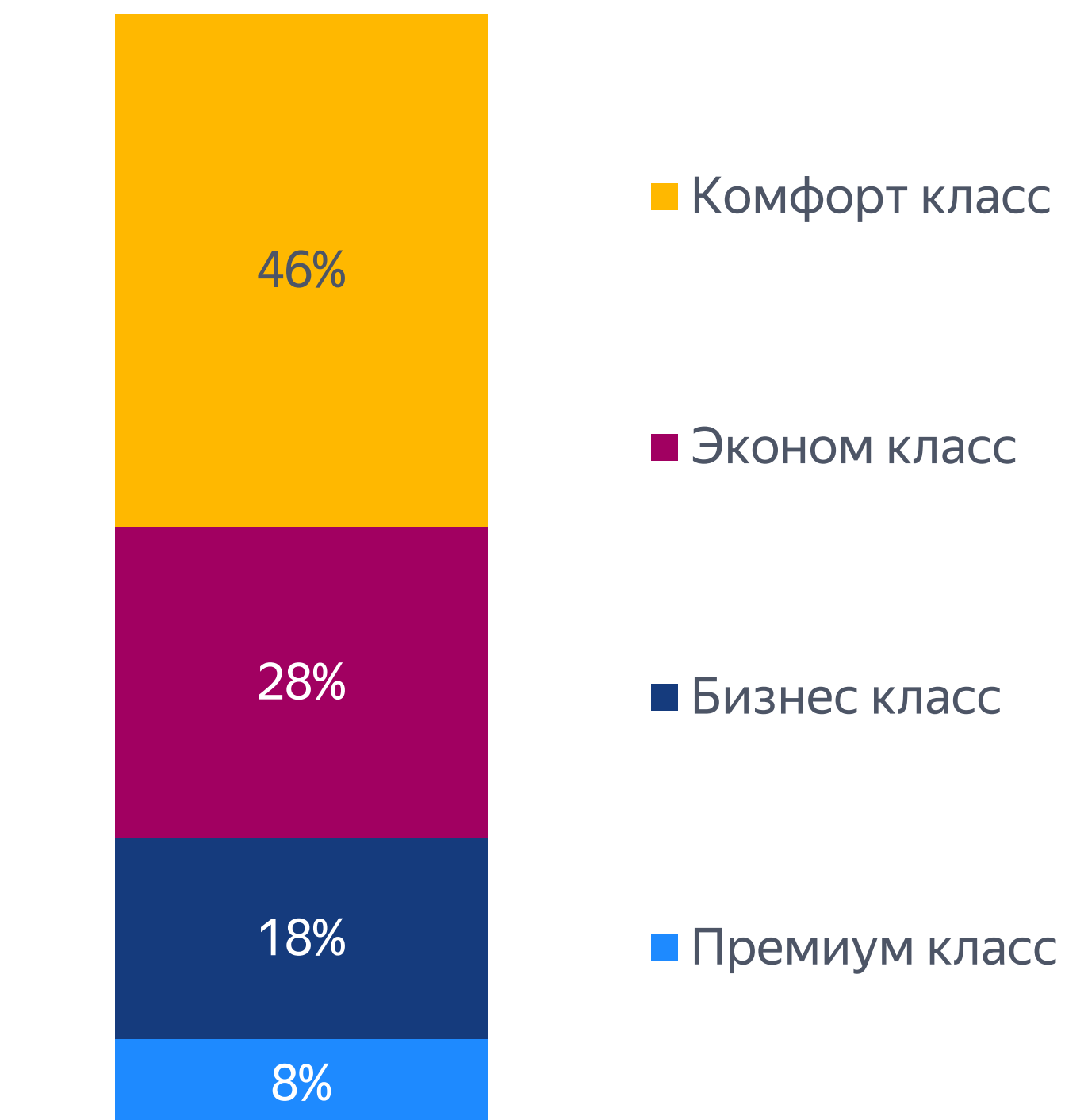


Спрос по классам недвижимости в ВО

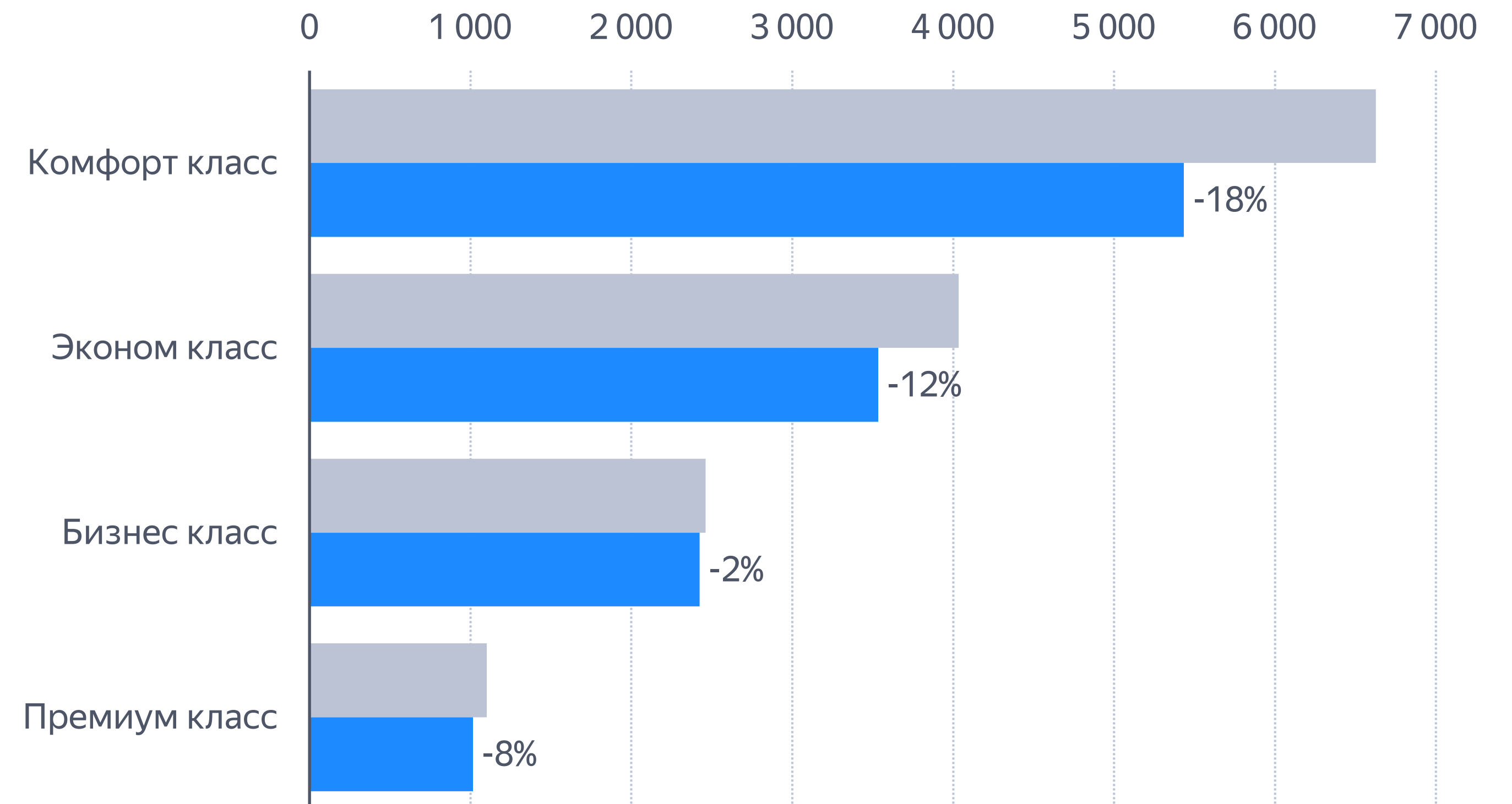


Спрос по классам недвижимости в ВО

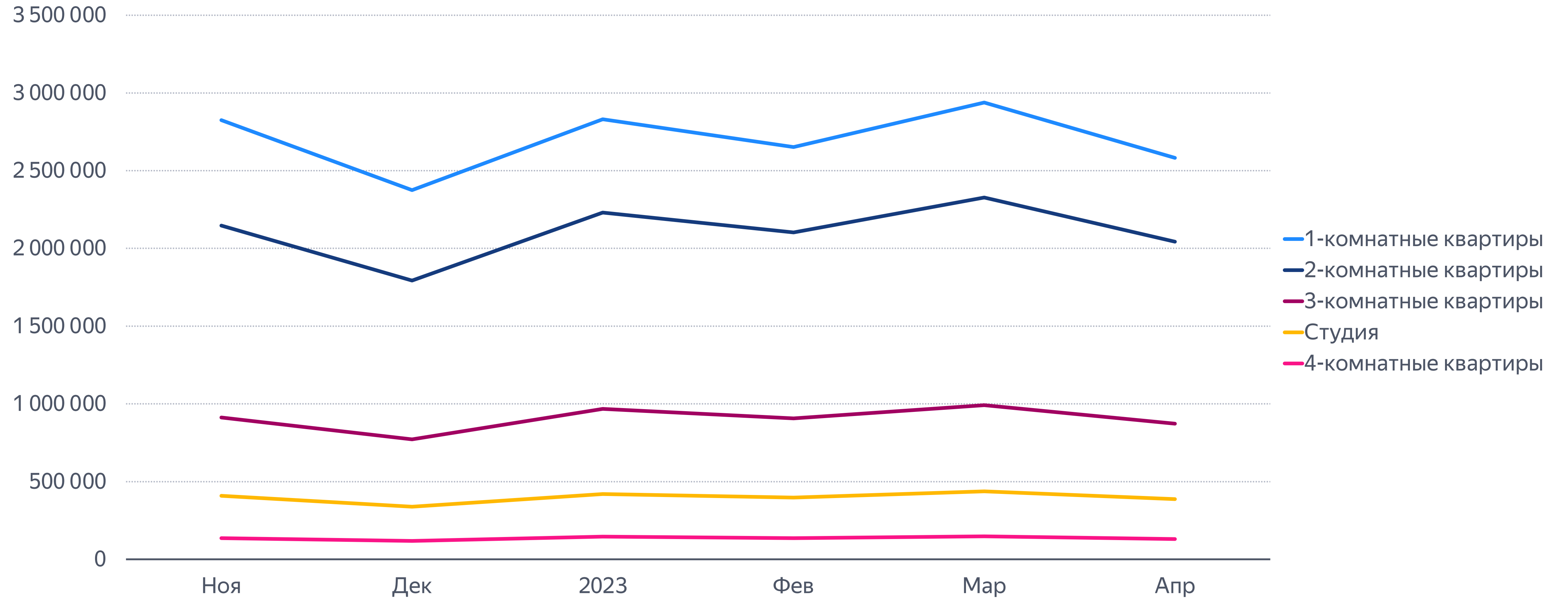
Структура отрасли за ноябрь 2022 - апрель 2023



Сравнение периодов (ноябрь 2022 - январь 2023/февраль - апрель 2023)

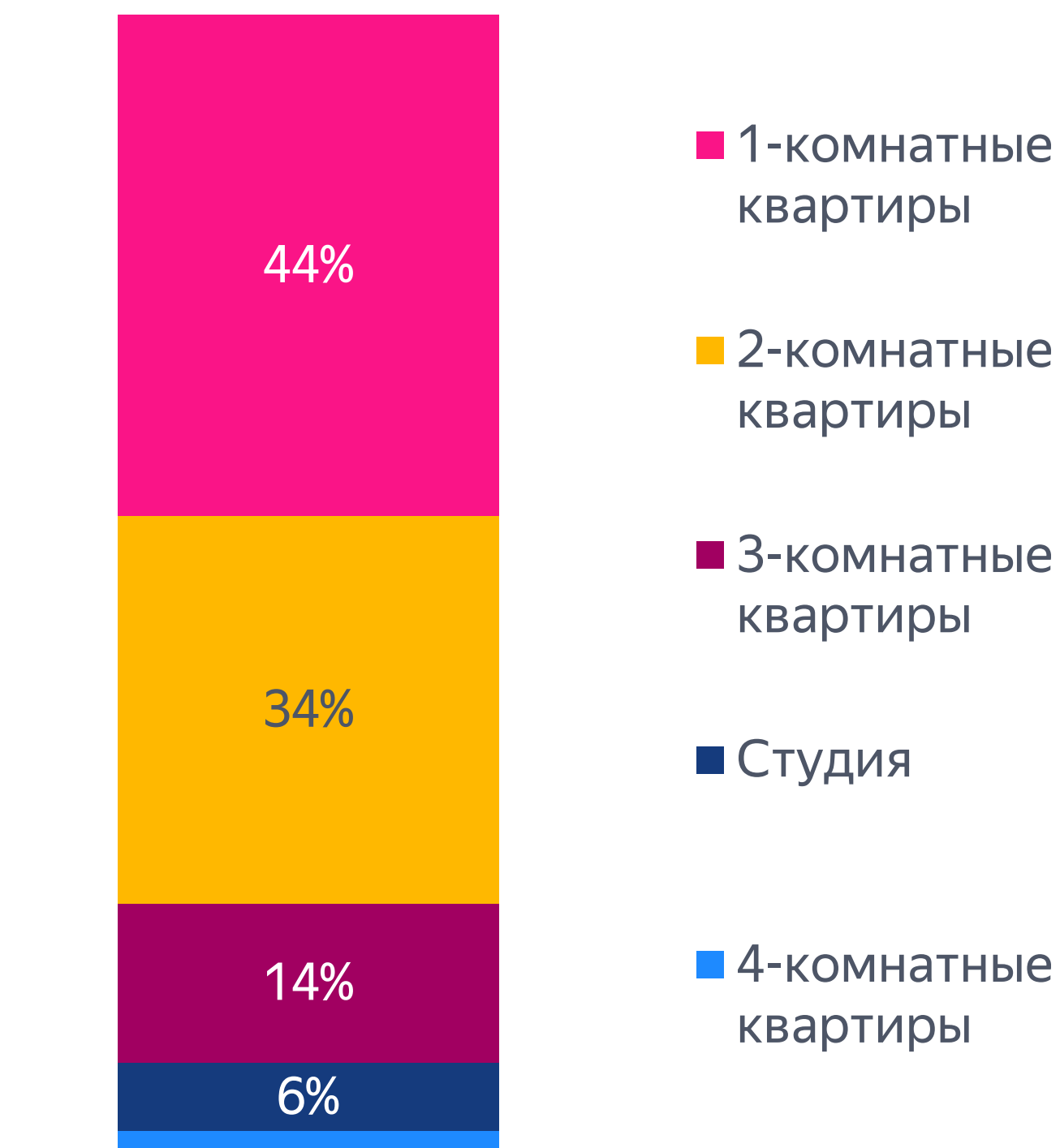


Спрос по комнатности в ВО

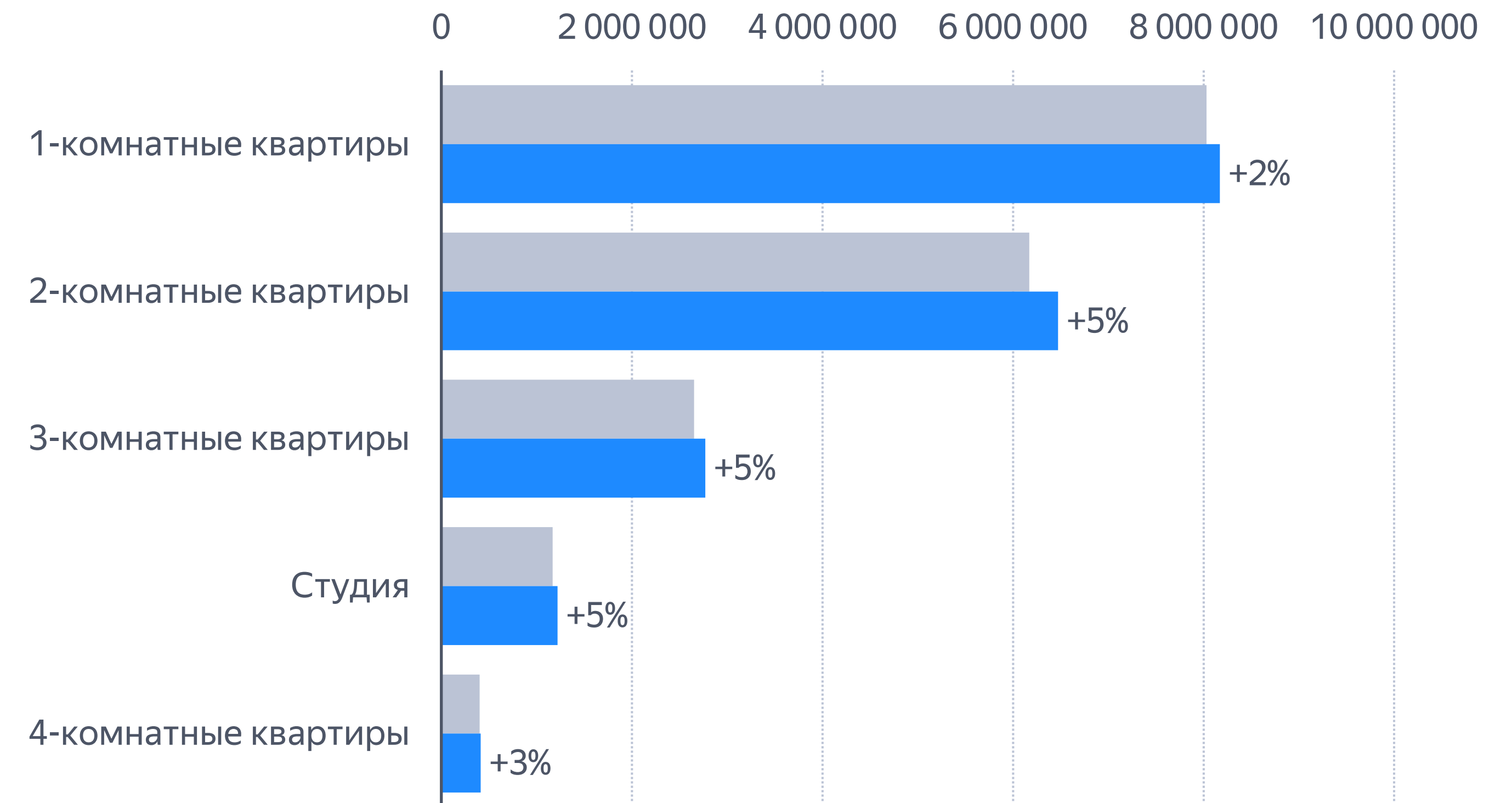


Спрос по комнатности в ВО

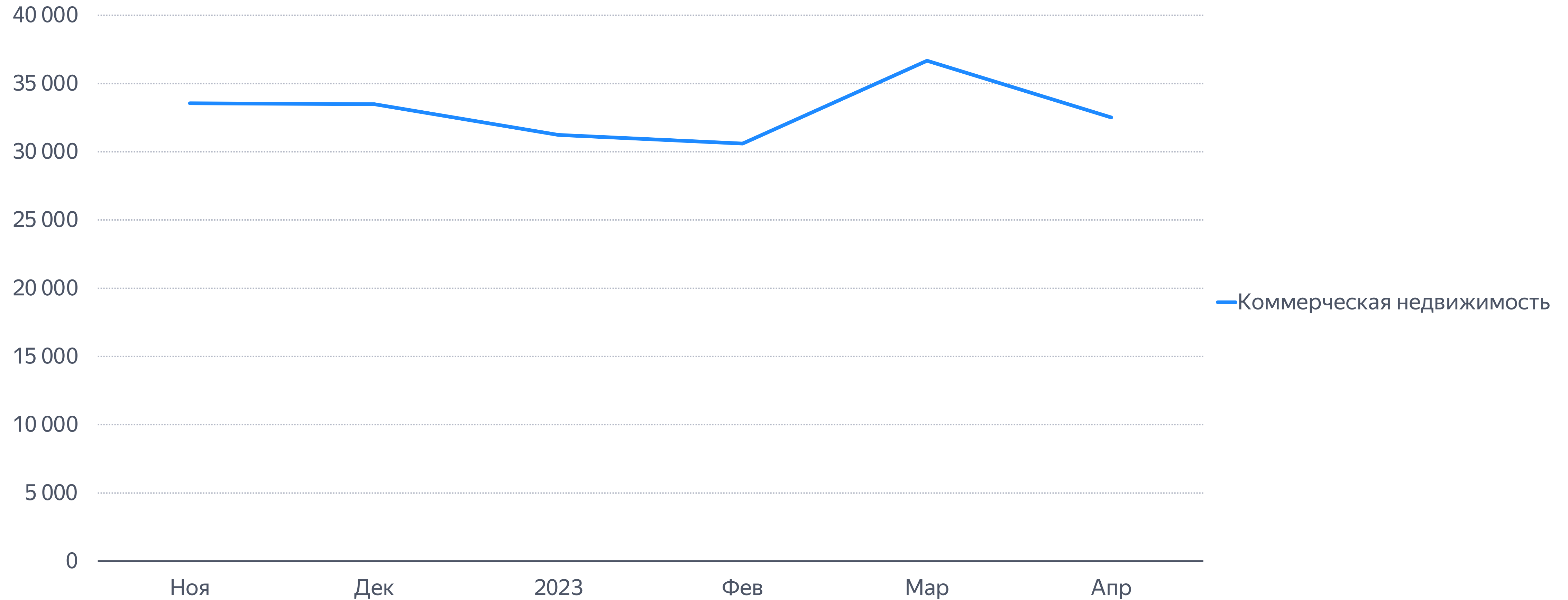
Структура отрасли за ноябрь 2022 - апрель 2023



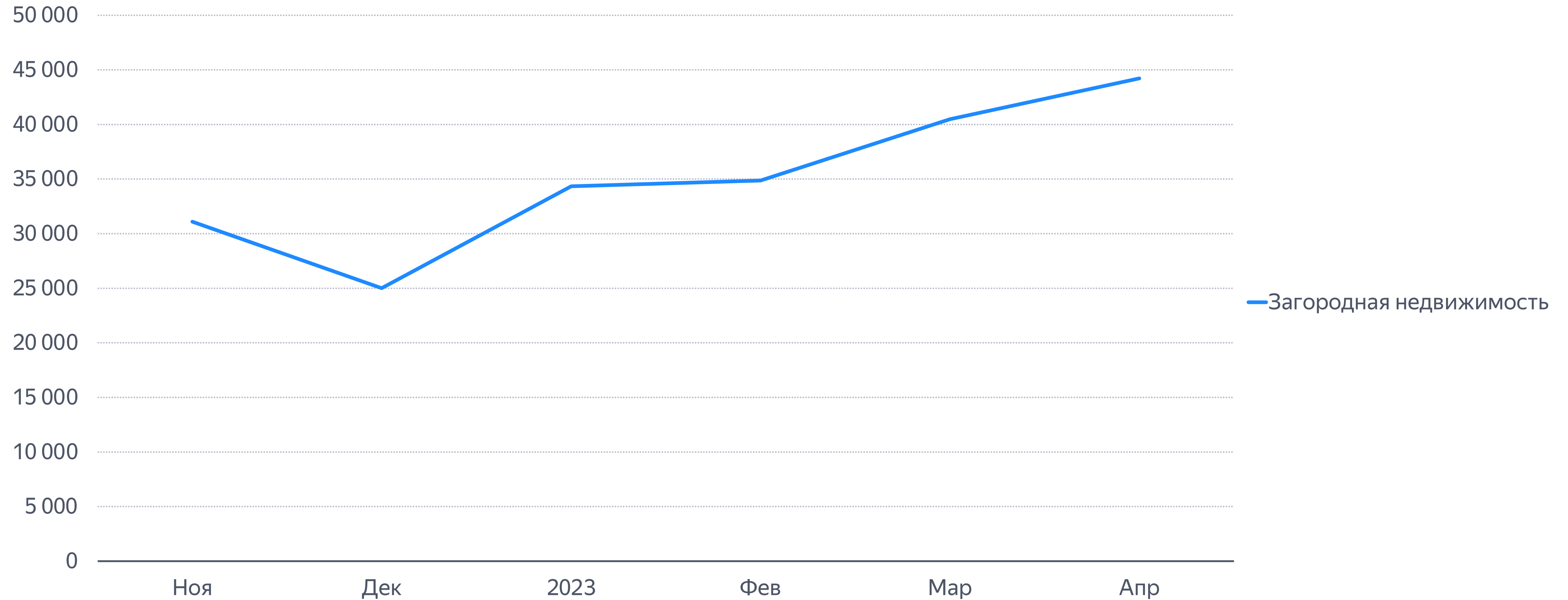
Сравнение периодов (ноябрь 2022 - январь 2023/февраль - апрель 2023)



Спрос на коммерческую недвижимость в ВО



Спрос на загородную недвижимость в ВО



Тренды рынка и категории

Самодостаточность районов

Движение в сторону большей самостоятельности и самостоятельности жилых районов стало основой предвыборных кампаний целого ряда мэров европейских городов ¹

01

Перенасыщенность рынка

Ускорившаяся динамика появления новых объектов (+56% 20/21 гг) ставит перед застройщиками новый вызов — как сделать свой ЖК заметнее на фоне остальных ²

02

Строительные материалы: поиск альтернатив

- Прекращение/приостановка деятельности ряда иностранных компаний, проблемы с логистикой привели к росту цен на стройматериалы
- +26% составил рост цен на стройматериалы в 1кв'22 (vs 1кв'21)

03

¹ PWC, Mindsmith Сентябрь 2021

² EP3 2022

Пример подхода к работе с аудиторией



- i* Учитывайте среднюю задержку между поисками в своих медийных флайтах, чтобы максимально долго взаимодействовать с замотивированными пользователями

Пользователи знают, каким должен быть застройщик их мечты

Основными критериями для выбора застройщика являются:

62% — его репутация

44% — сданные объекты

43% — лицензия

27% — «адекватные» цены застройщика

Зная основные критерии выбора, вы можете выстраивать свои коммуникационные сообщения, подсвечивая наиболее **сильные стороны** вашего бренда



Почему бренд застройщика — это важно

Несмотря на текущую обстановку, недвижимость продолжает оставаться одновременно **самым надёжным** и **выгодным способом вложения средств**

Доля опрошенных, считающих покупку недвижимости:

33% — самым надёжным способом вложений

36% — самым выгодным

Сильный бренд застройщика, который создаст имидж стабильности и надёжности вокруг себя, может стать решающим фактором на раннем этапе выбора



Выделим основные «боли» и «мечты» пользователей, которые послужат вектором для выстраивания коммуникации

Согласно данным исследования, россияне выделяют несколько значимых причин для смены жилья:

75% — нужно больше пространства

12% — хочется жить в более престижном районе

О чём мечтают пользователи:

44% — более просторной кухне

32% — дополнительной детской

10% — личном кабинете

Важно помнить, что аудитория не однородная, поэтому рекомендуем сегментировать аудиторию и оптимизировать размещения, в зависимости от эффективности каждой кампании



Потенциальные покупатели интересуются альтернативными типами ипотек

Динамика поисковых запросов пользователей по ипотеке

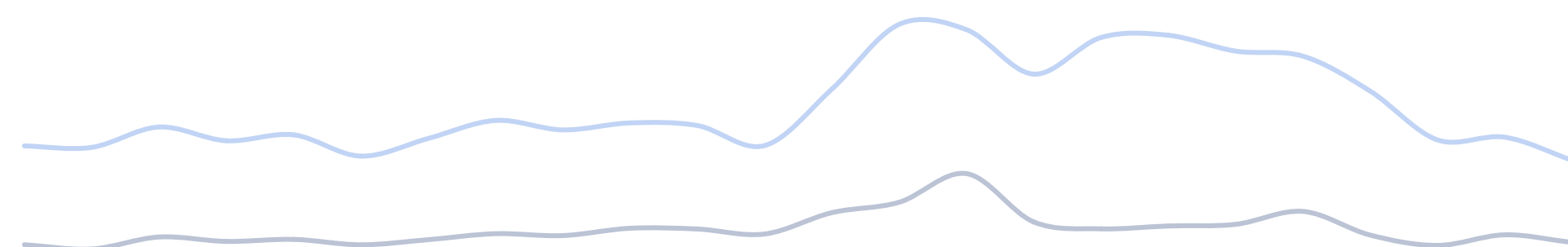
Q4'22 YoY

Ипотека на вторичное жильё

-8%

Ипотека на новостройки

-12%

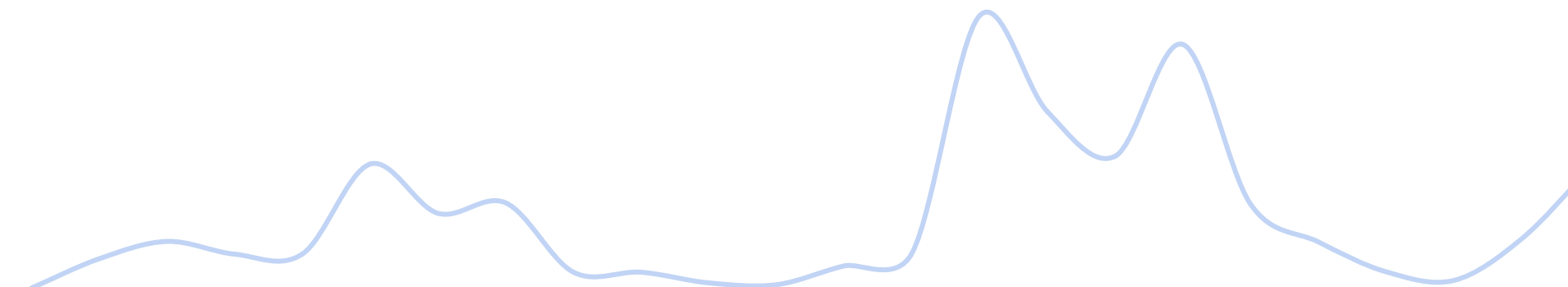


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4'22 YoY

Льготная ипотека

+83%

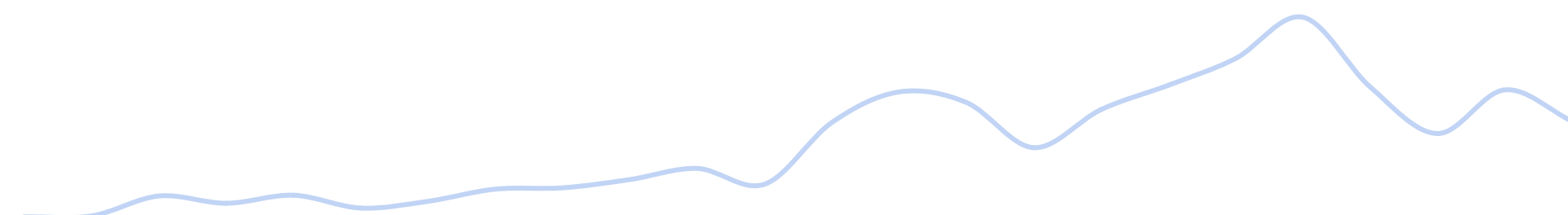


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4'22 YoY

Ипотека от застройщиков

+39%

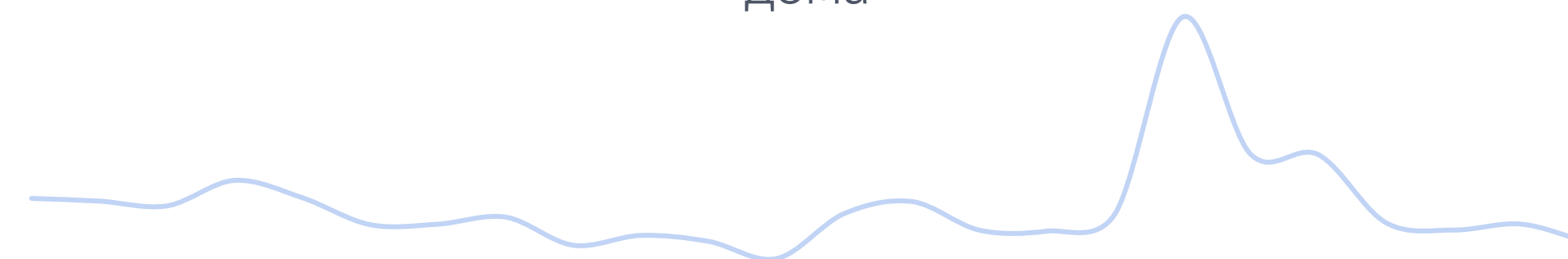


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4' YoY

Ипотека на строительство дома

+13%



2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Покупка недвижимости — это один из самых популярных способов сохранить и приумножить деньги

Что бы вы купили с инвестиционными целями в текущей ситуации?

Множественный выбор, % от ответов



Какую недвижимость вы бы купили с инвестиционными целями в текущей ситуации?

Множественный выбор, % от ответов среди тех, кто рассматривает недвижимость как инвестицию



Ключевые стимулы к покупке квартиры — это **финансовая возможность**. Среди других стимулов каждый четвёртый называет желание **переехать в другой район**

Источник: онлайн-опрос Яндекса на access-панели, все 18+, Россия, города с населением 100 тыс. и больше, февраль 2023 года, купили недвижимость за последний год

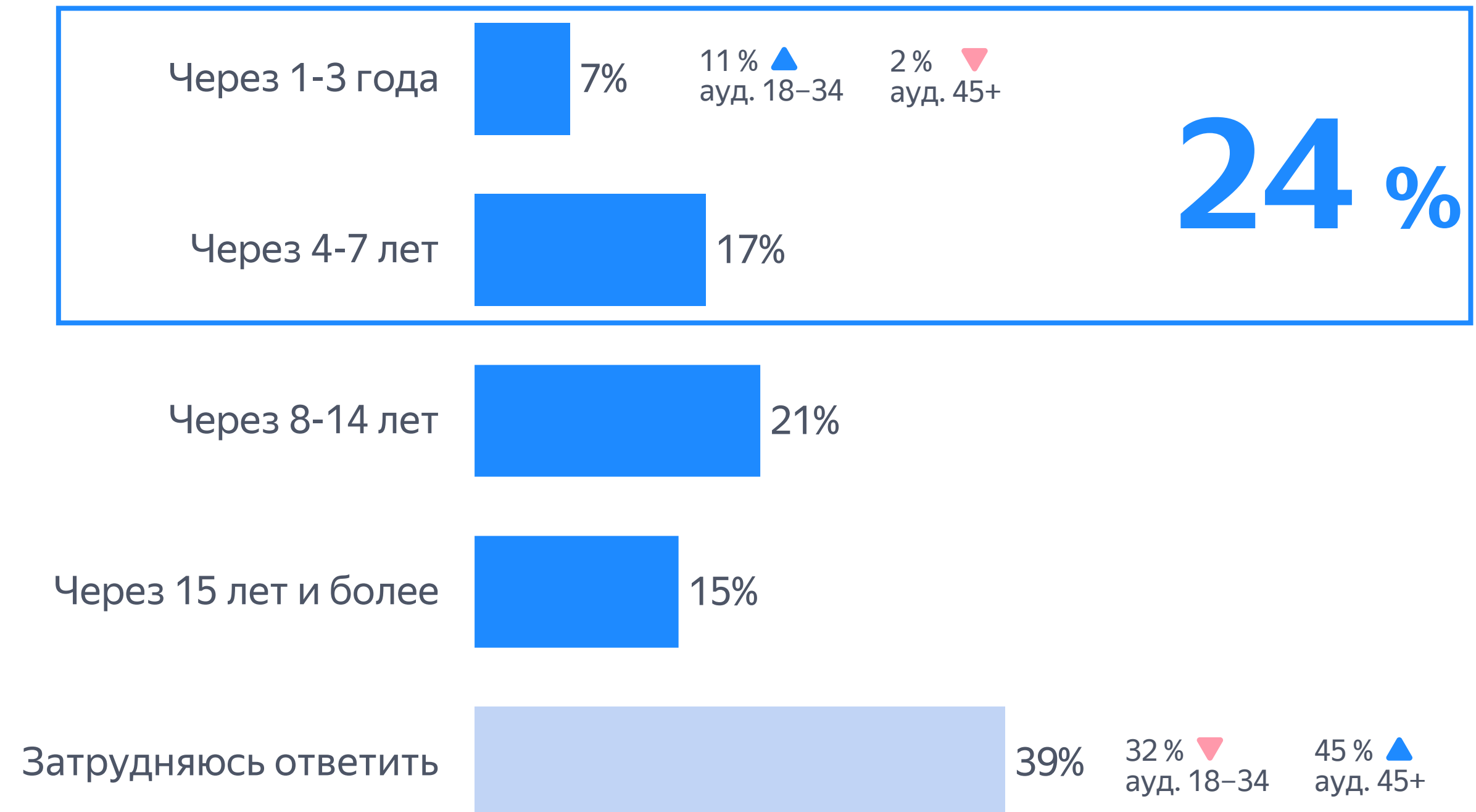
Q: Что послужило стимулом к покупке или планированию покупки квартиры?



Каждый четвёртый опрошенный готов менять квартиру через 1–7 лет после покупки

В отличие от взрослой аудитории, у молодых людей более чёткое представление о времени обмена квартиры после покупки. Они чаще готовы к более раннему обмену (через 1–3 года)

Q: Когда после покупки, на ваш взгляд, оптимально менять квартиру?



Когда покупатели выбирают застройщика, в первую очередь учитывают его репутацию и сервис

Факторы выбора застройщика

Q4'22 vs Q4'21

#1 Хорошая репутация	73 %
#2 Проверенный сервис	53 %
#3 Высокое качество обслуживания	49 %
Акции, скидки, распродажи	34 %
Скорость выполнения заказа	34 %
Большой выбор услуг, тарифов и предложений	31 %
Известный бренд	30 %
Низкие цены	25 %
Удобная форма оплаты	23 %
Услуги и тарифы, которых нет в другом месте	21 %
Удобный онлайн-сервис	18 %
Бонусы для постоянных клиентов/покупателей	13 %
Новый сервис	4 %
Высокие цены	2 %

-4 п. п. ▼



В топе ожидаемых услуг от застройщика — смягчение ценовых условий сделки

Какие услуги вы бы хотели получить от застройщика?

% от ответов



Источник: онлайн-опрос Яндекса на access-панели, все 18+, Россия, города с населением 100 тыс. и больше, февраль 2023 года, купили недвижимость или планируют купить в течение года

Вопросы

Олег Прилепин

Региональный представитель

O-Prilepin@yandex-team.ru

+7 (919) 230-01-43

