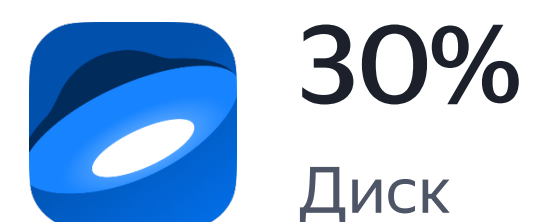
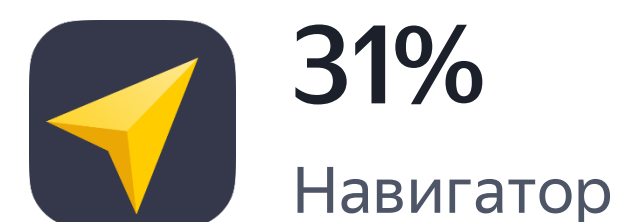
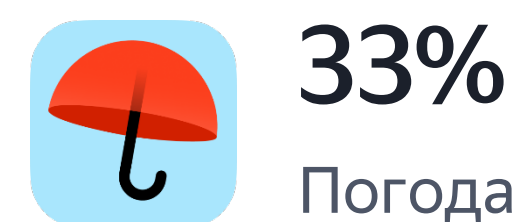
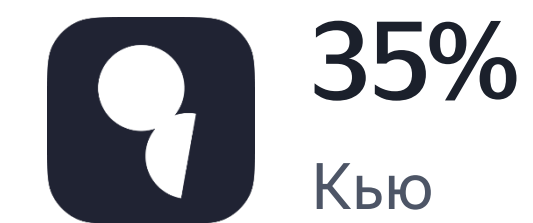
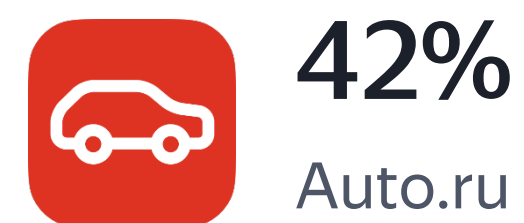
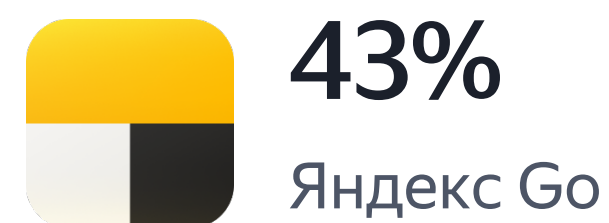
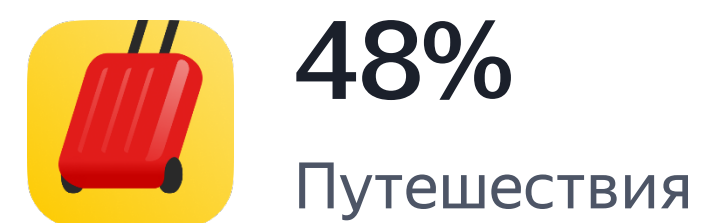
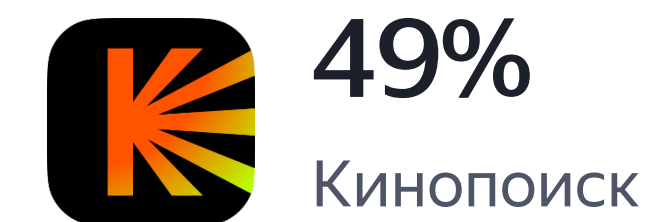
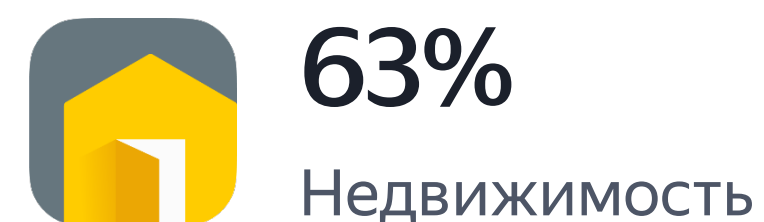


# Динамика спроса на недвижимость в Самарской области

Ксения Вологина, региональный представитель в ПФО

# Яндекс широко охватывает аудиторию, интересующуюся рынком недвижимости

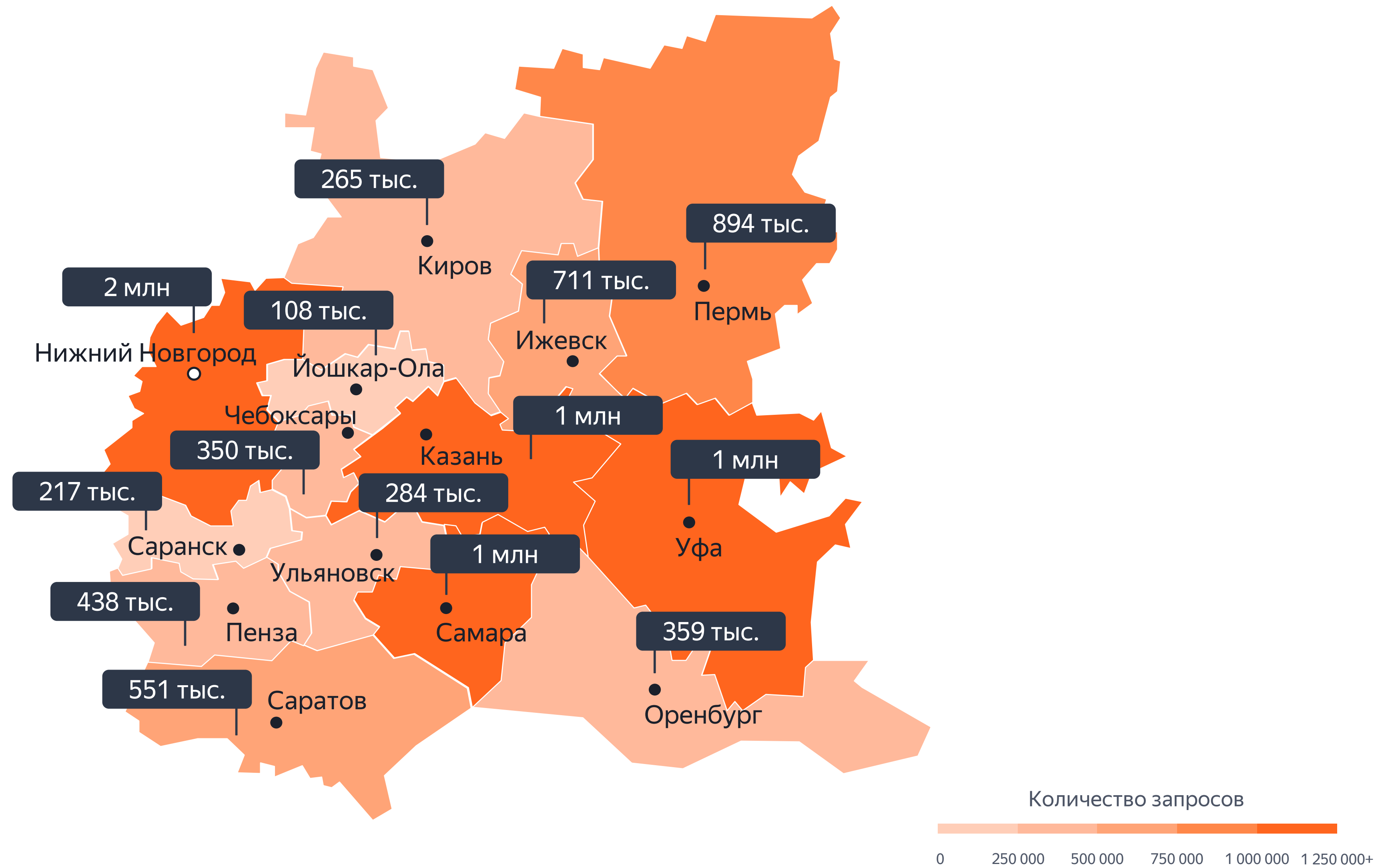
Доля аудитории, интересовавшихся недвижимостью, в сервисах Яндекса



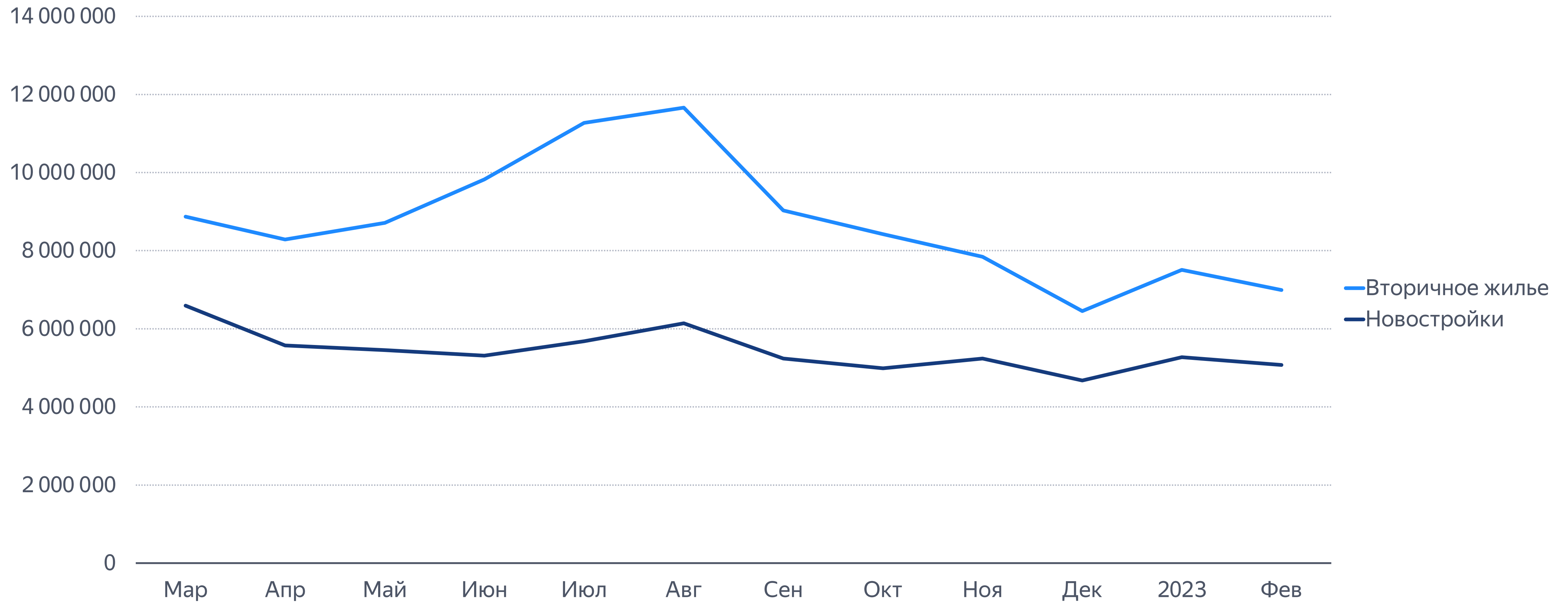
# Интерес в регионах РФ. Новостройки



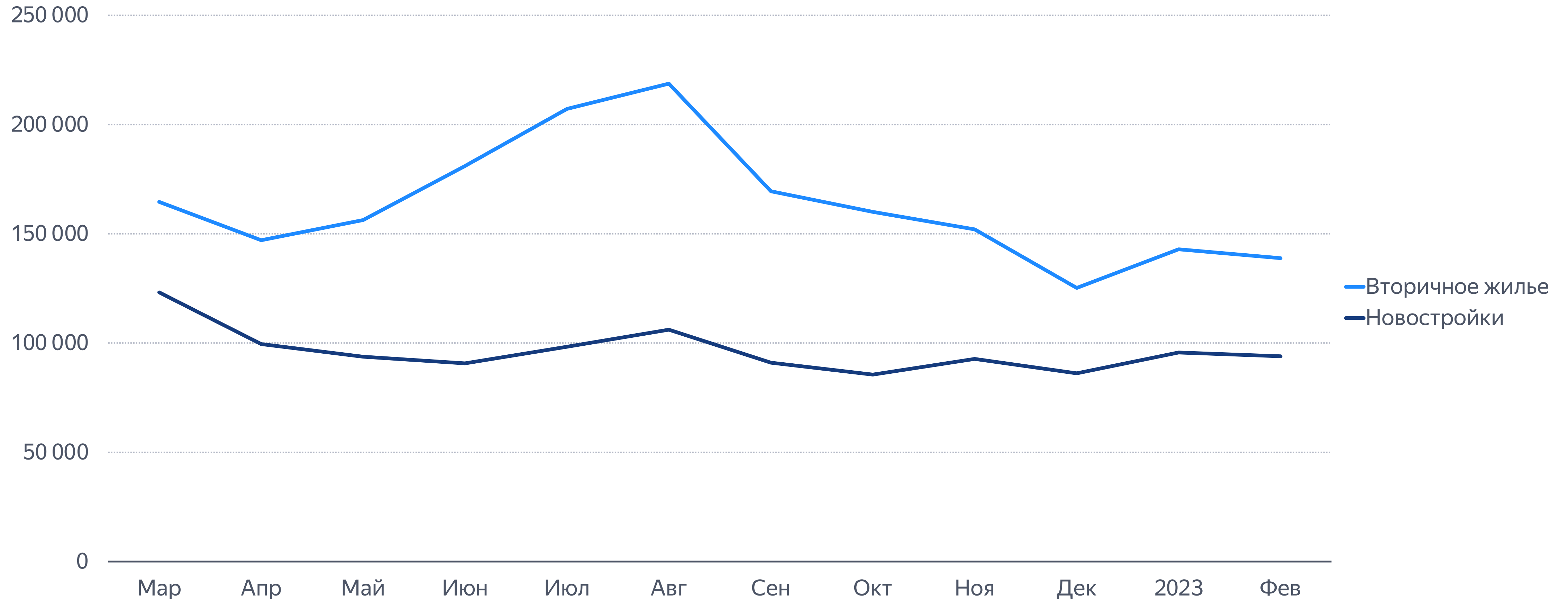
# ПФО: Интерес в регионах РФ. Новостройки



# Динамика спроса в России



# Динамика спроса в Самарской области

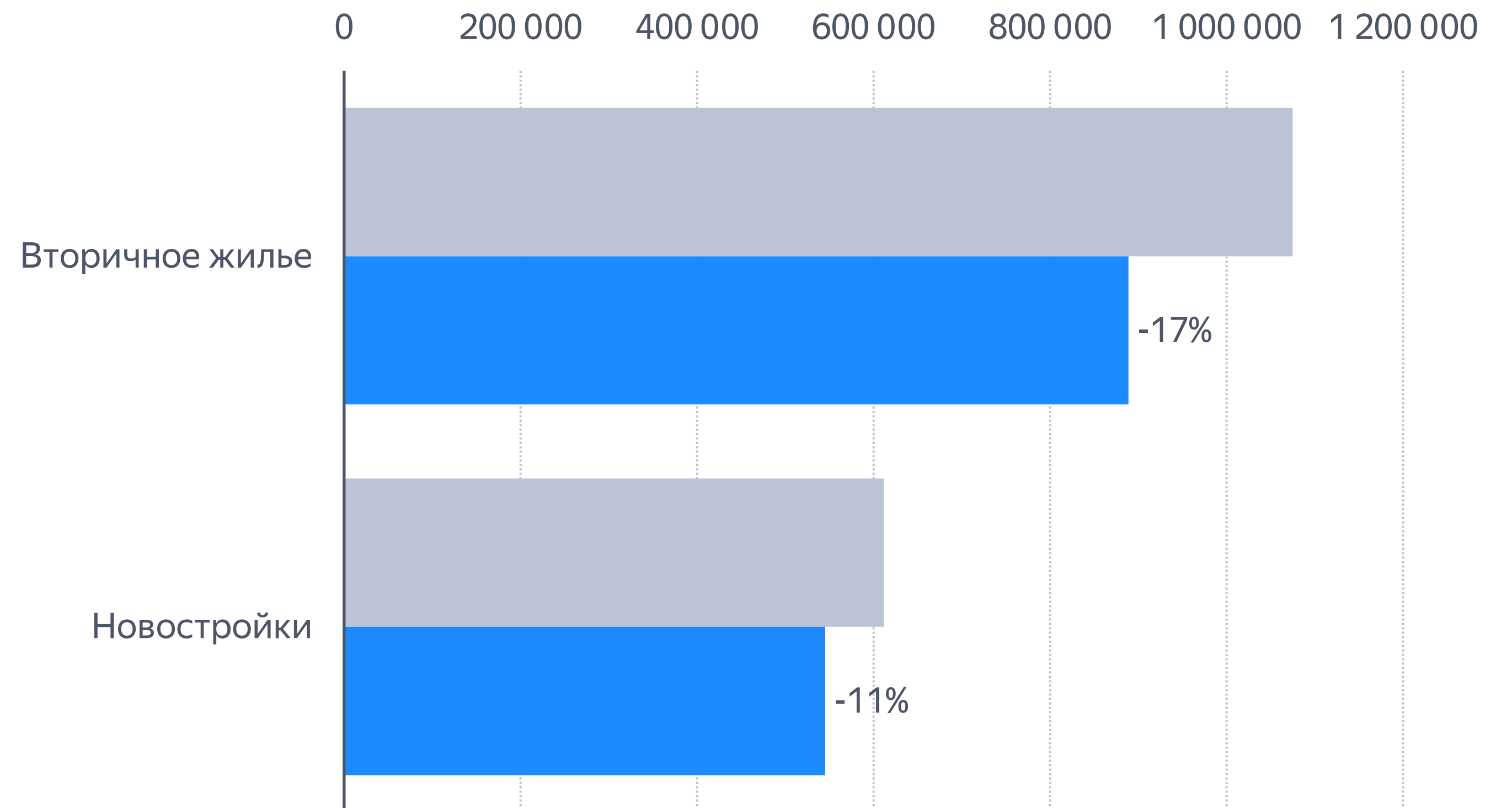


# Динамика спроса в Самарской области

Структура отрасли за март 2022 - февраль 2023

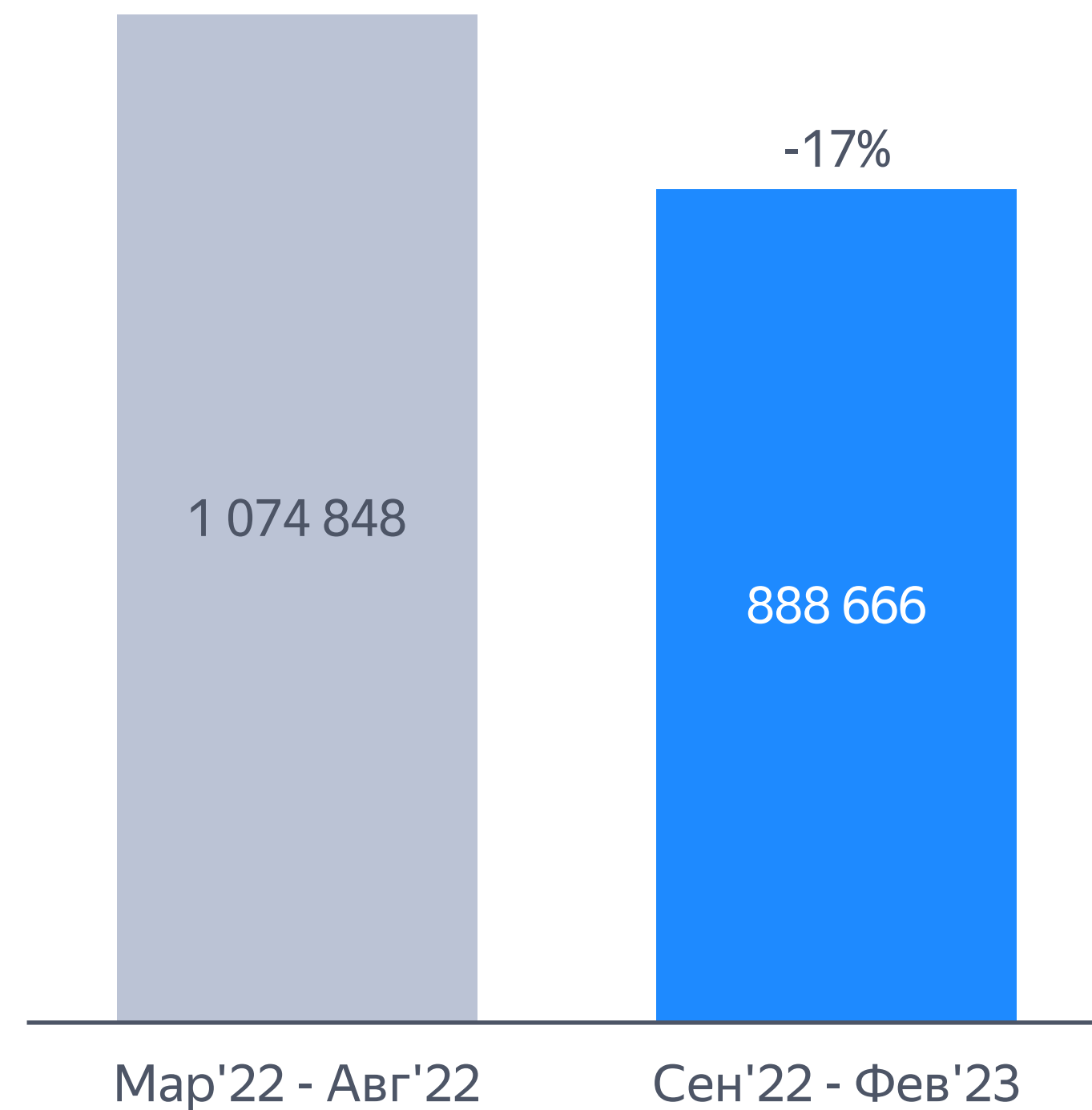


Сравнение периодов (март - август 2022/сентябрь 2022 - февраль 2023)

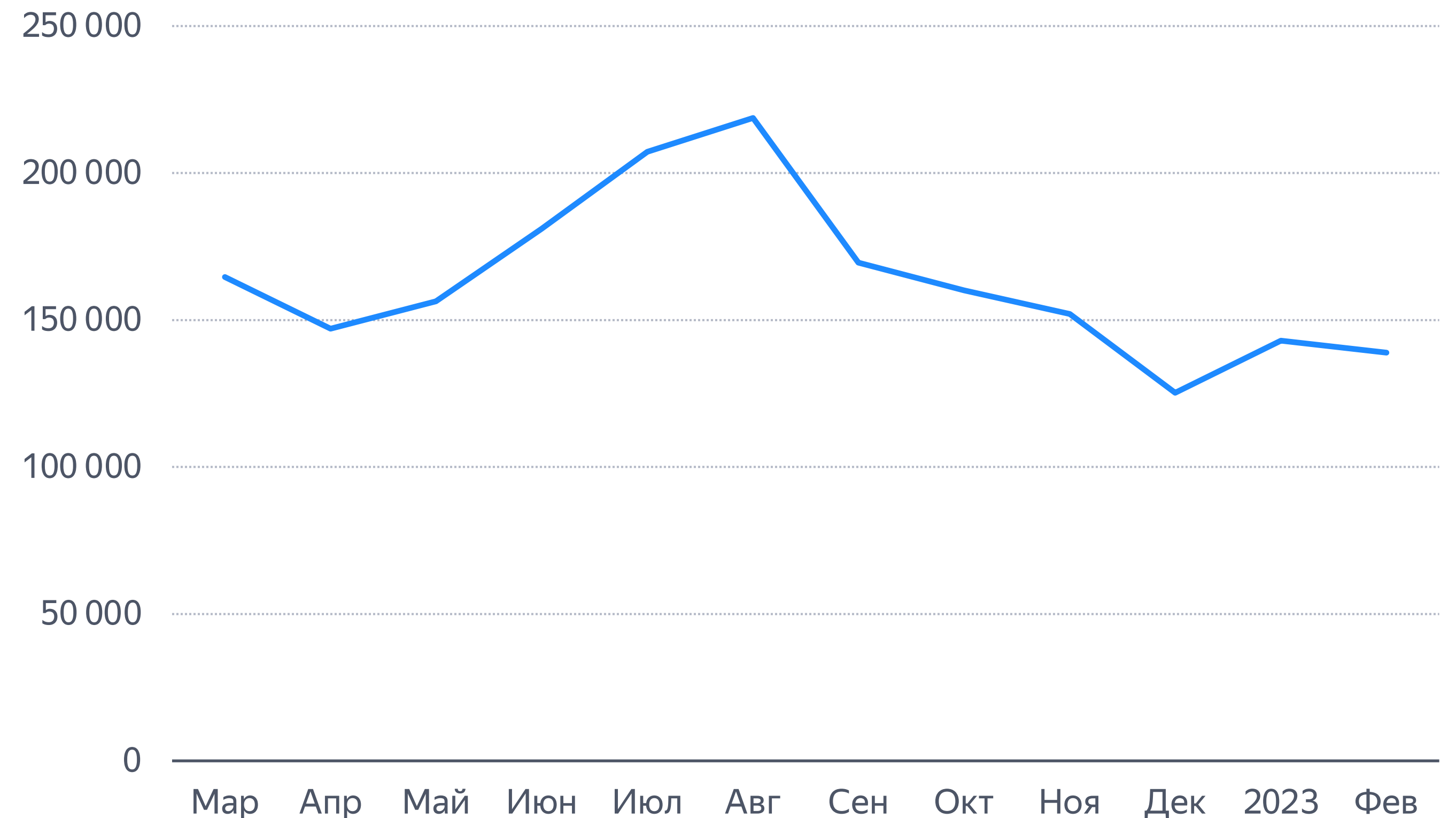


# Спрос в категории «Вторичное жилье» в СО

Сравнение периодов



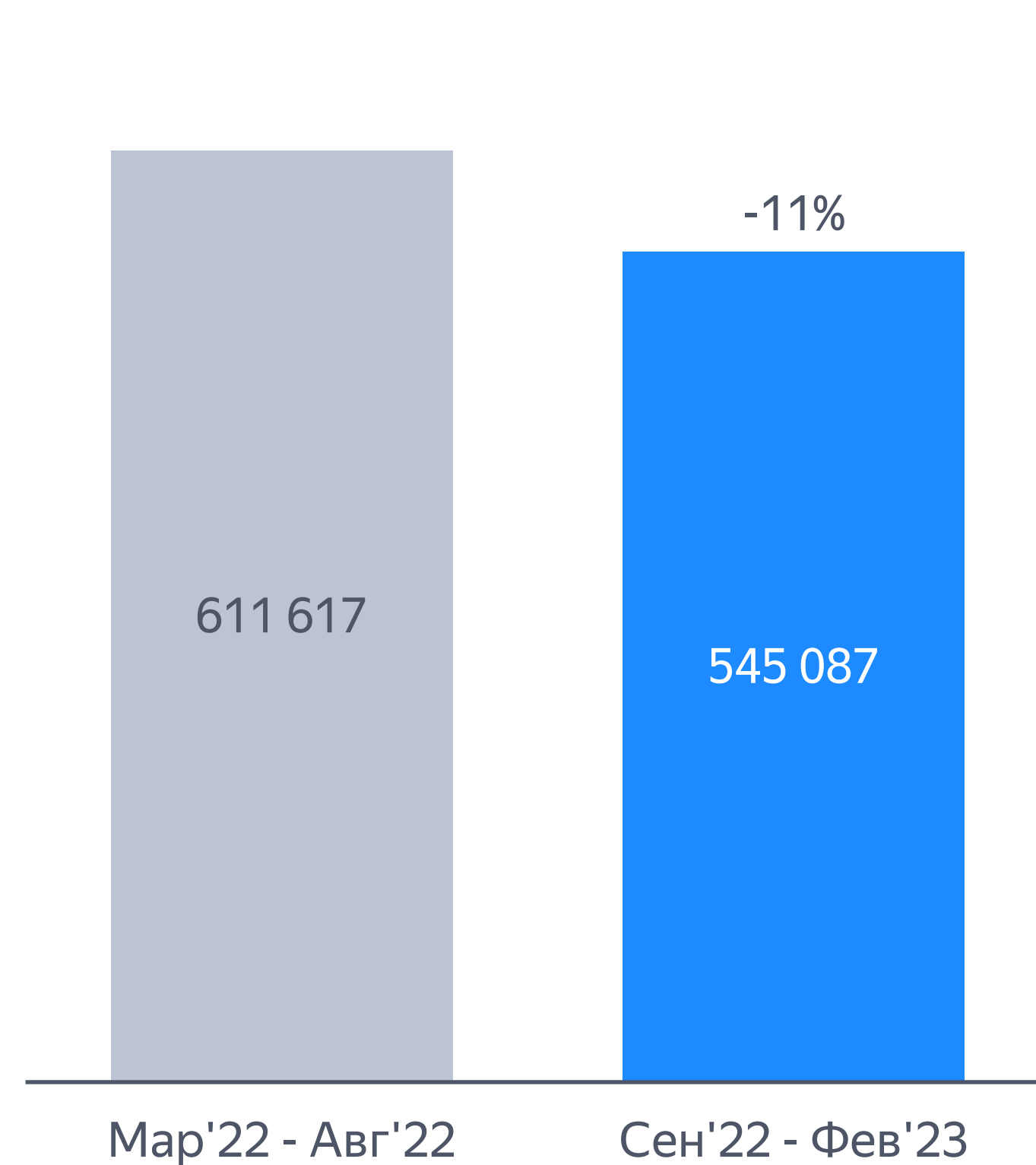
Динамика запросов



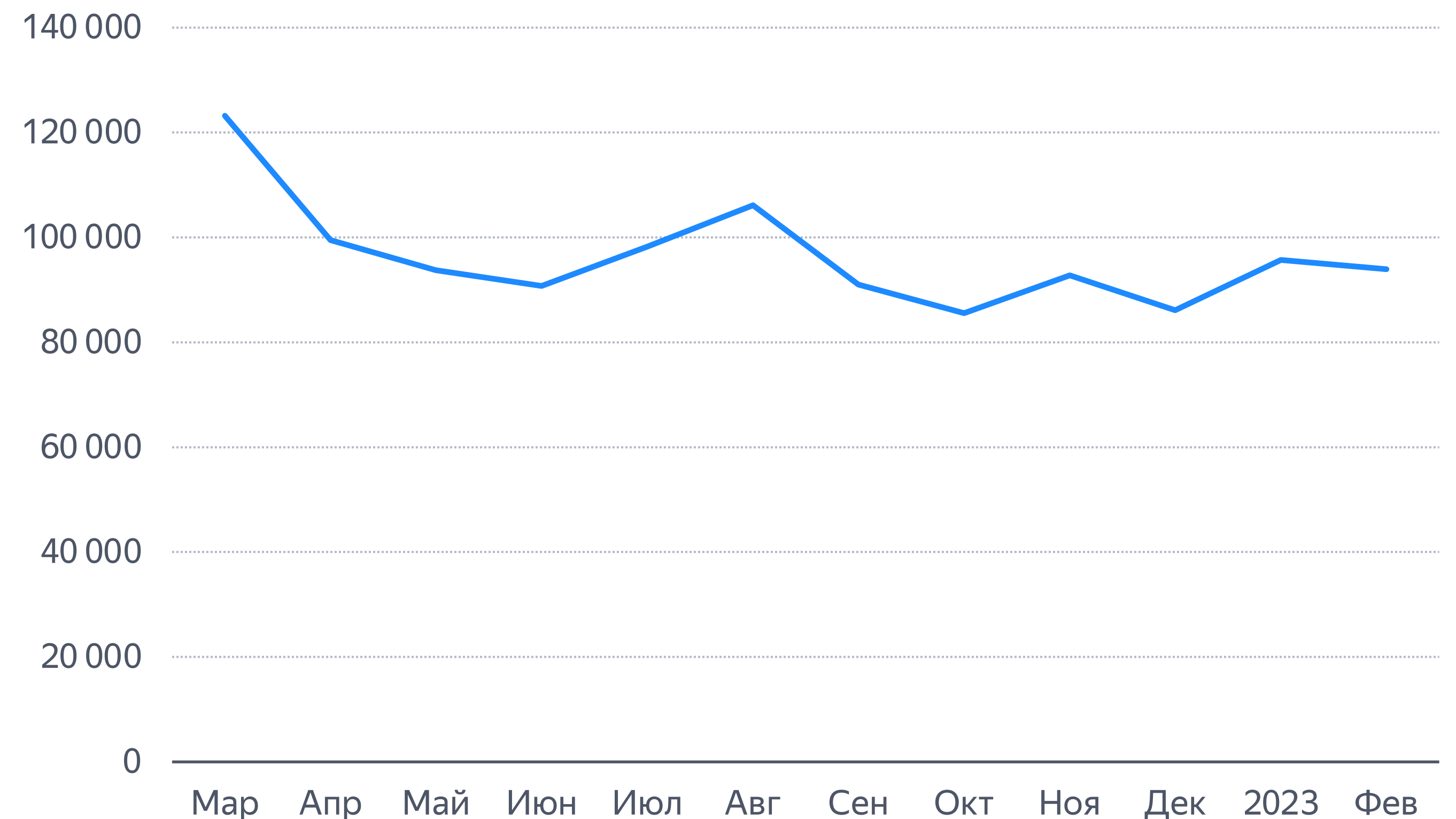


# Спрос в категории «Новостройки» в СО

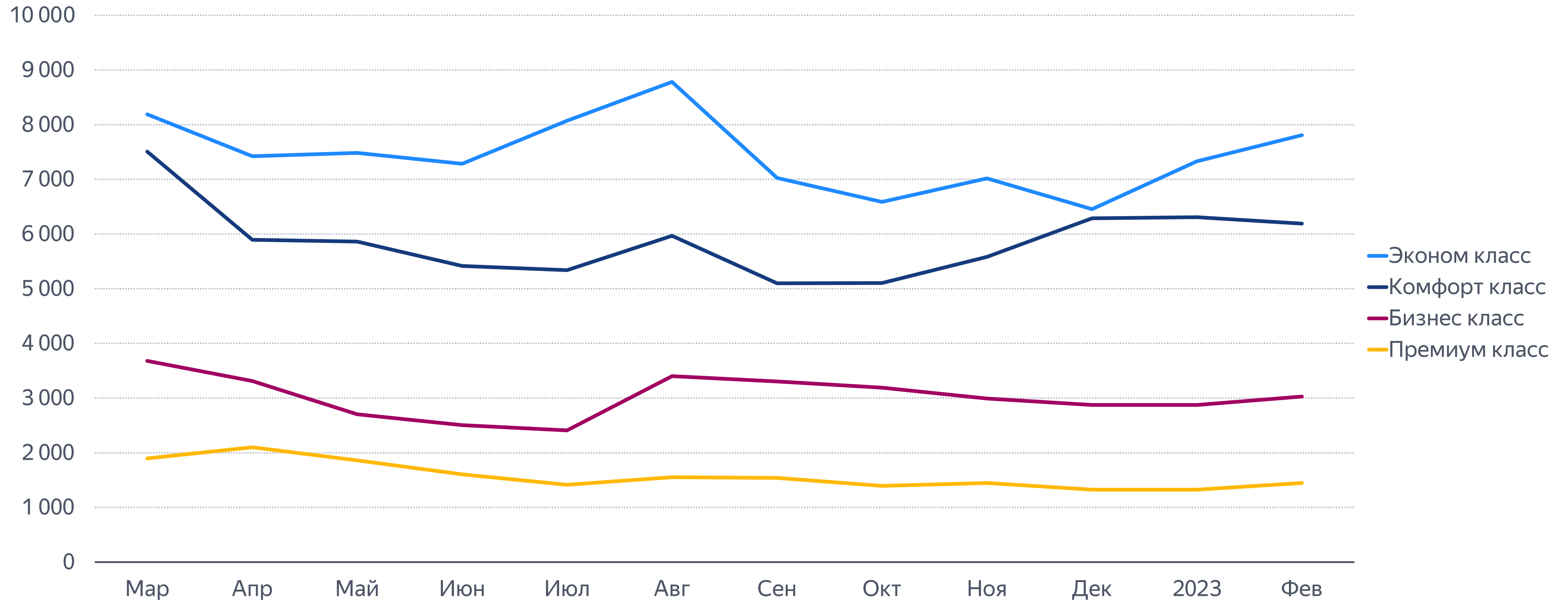
Сравнение периодов



Динамика запросов



# Спрос по классам недвижимости в СО

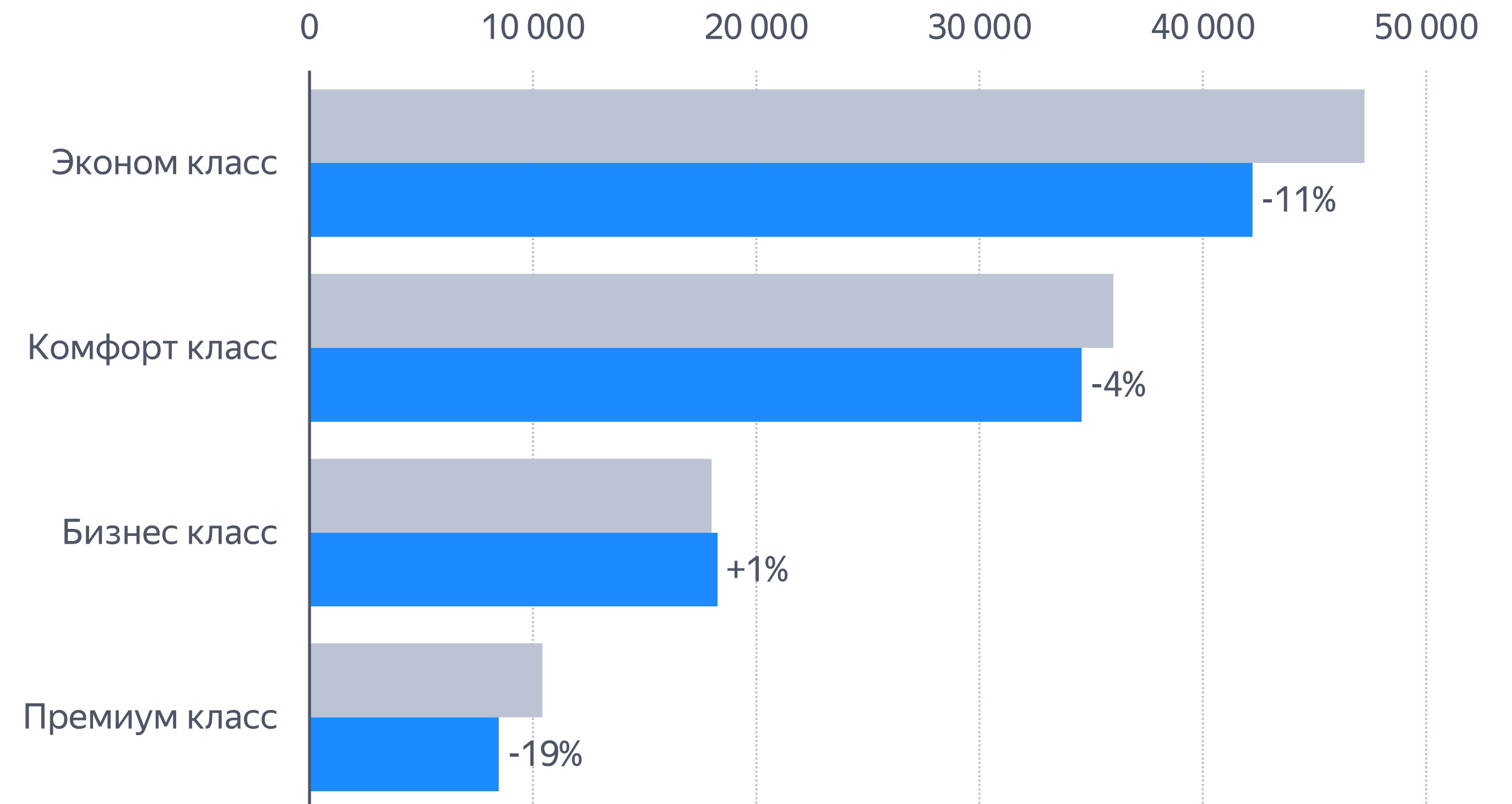


# Спрос по классам недвижимости в СО

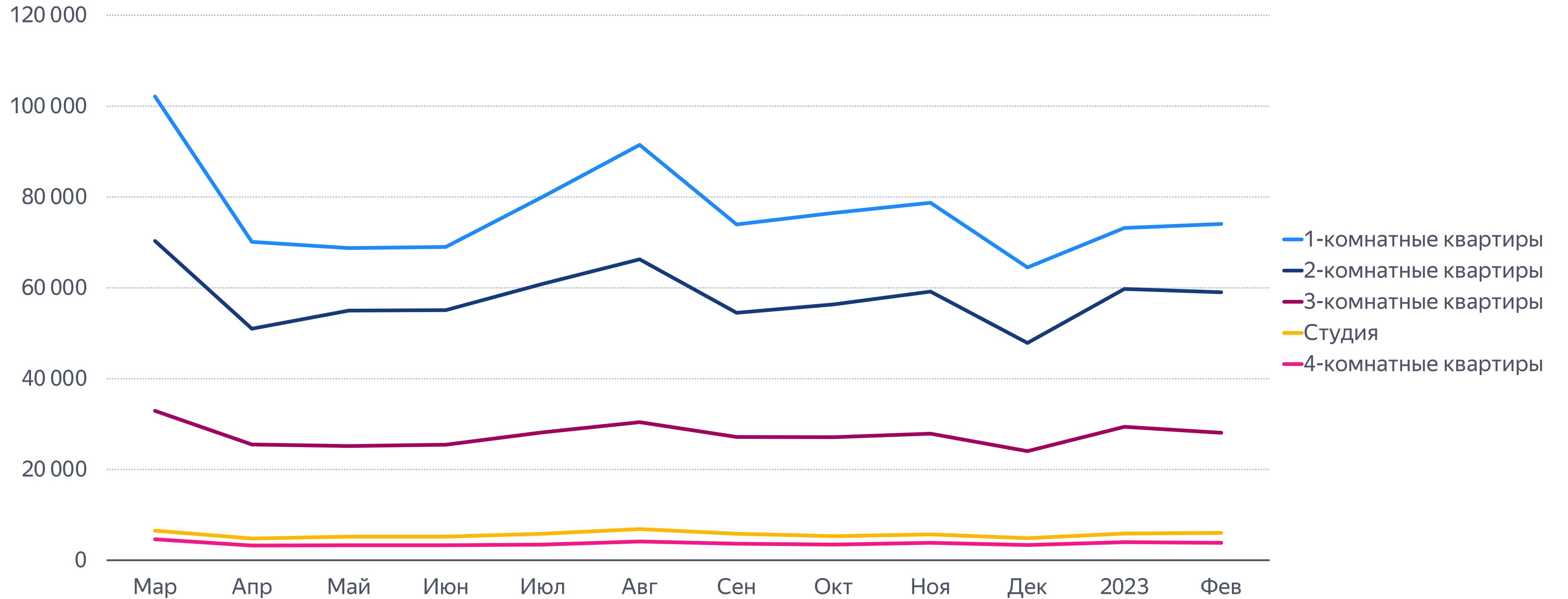
Структура отрасли за март 2022 - февраль 2023



Сравнение периодов (март - август 2022/сентябрь 2022 - февраль 2023)

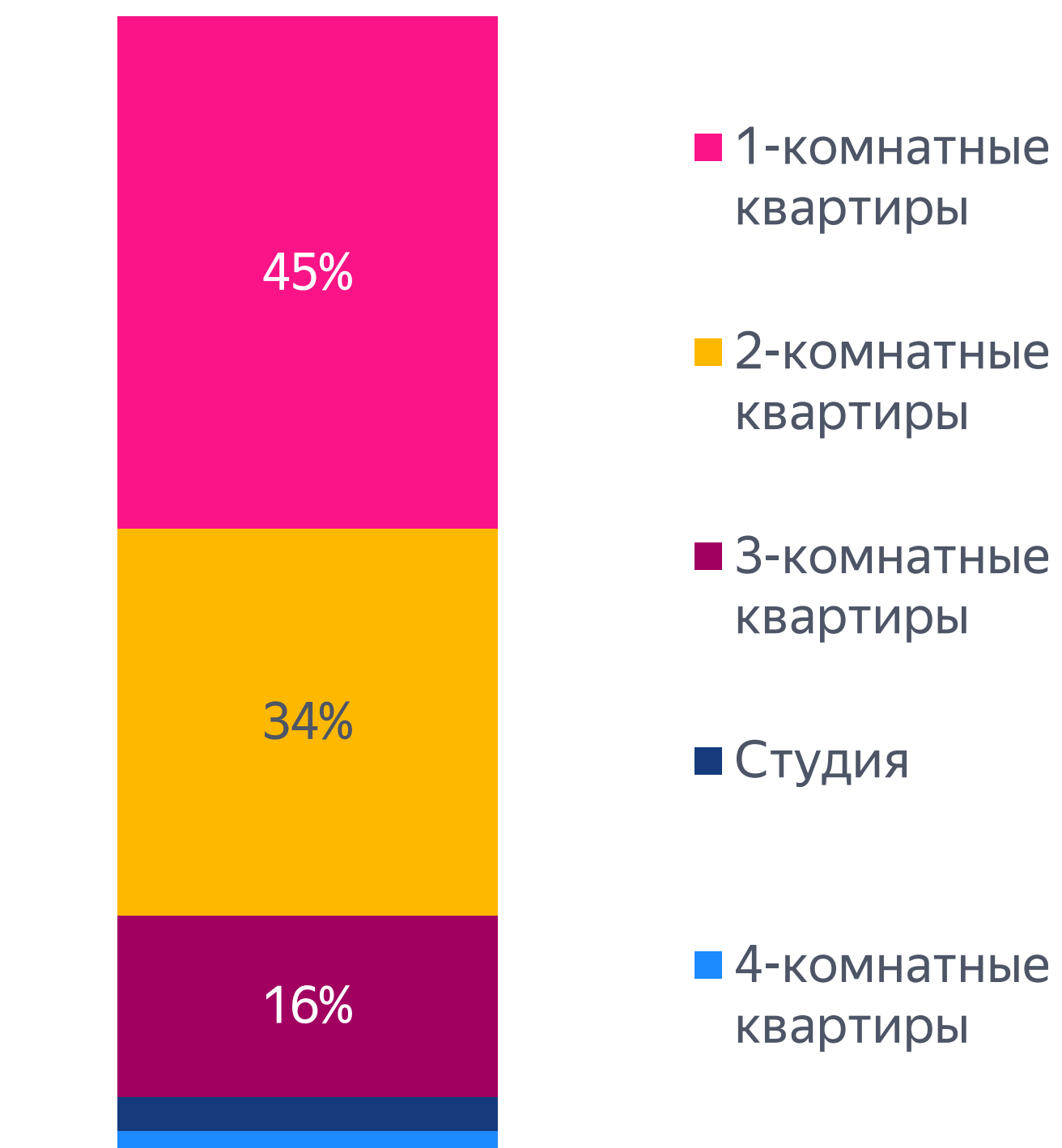


# Спрос по комнатности в СО

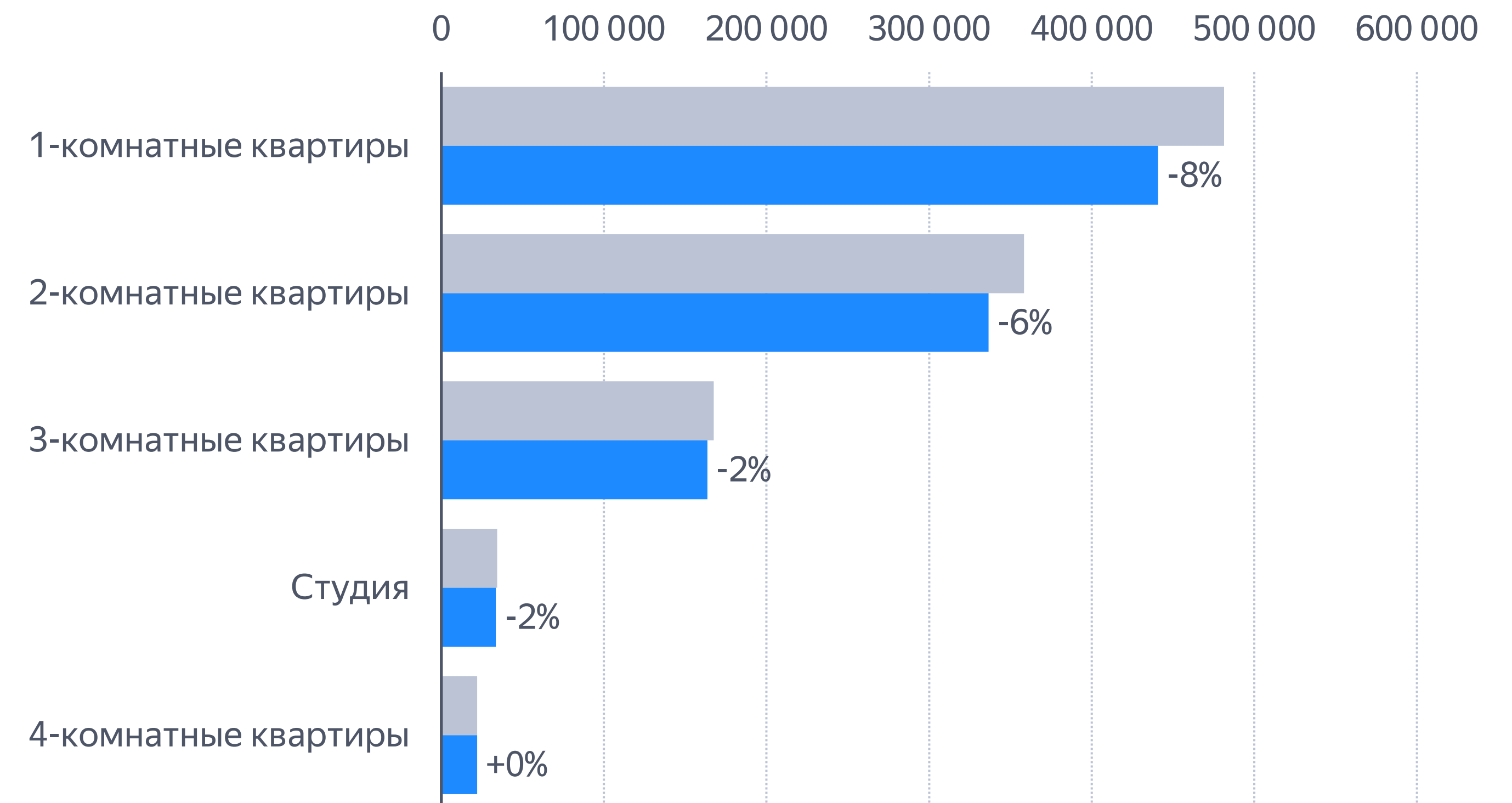


# Спрос по комнатности в СО

Структура отрасли за март 2022 - февраль 2023

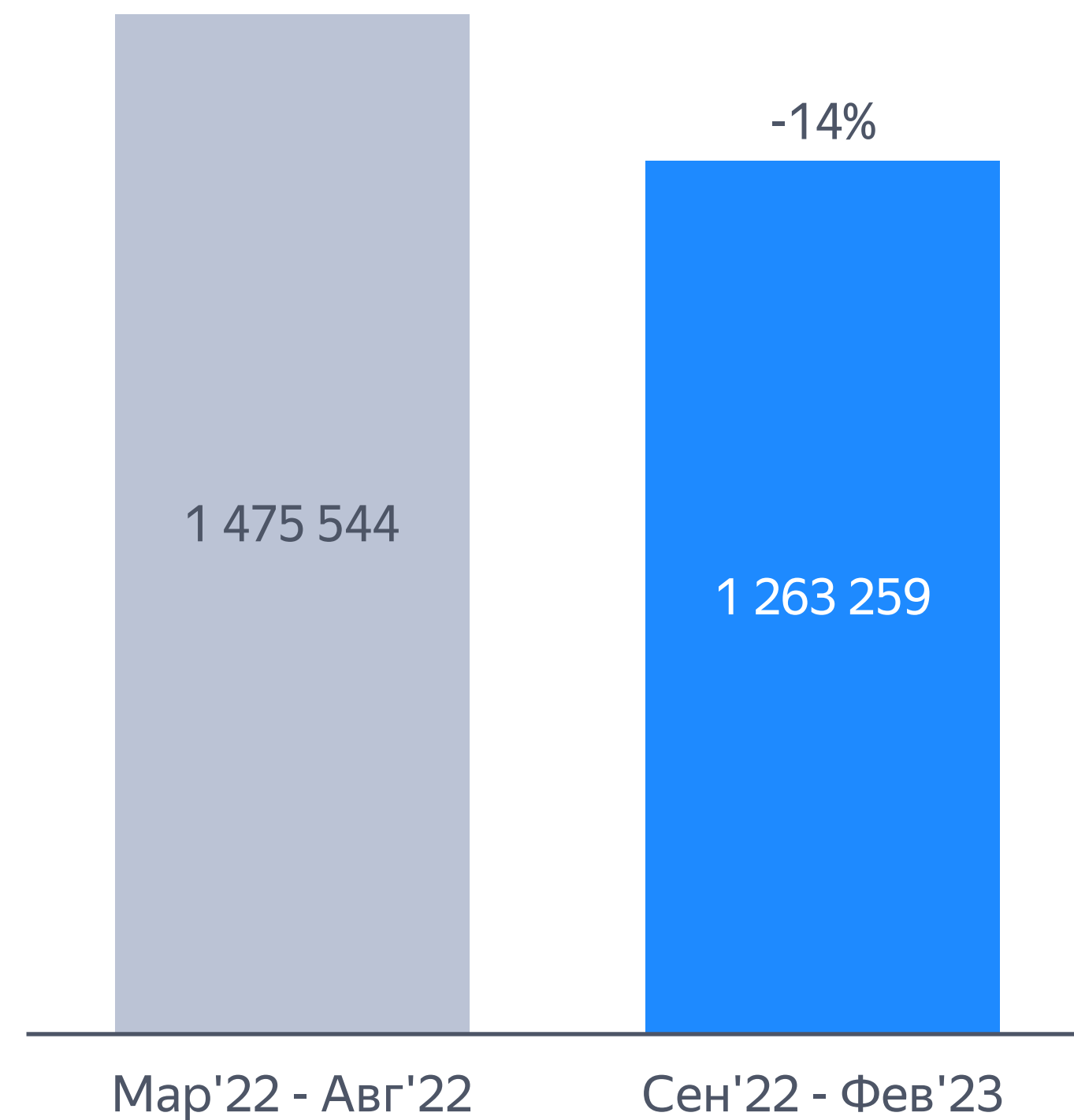


Сравнение периодов (март - август 2022/сентябрь 2022 - февраль 2023)

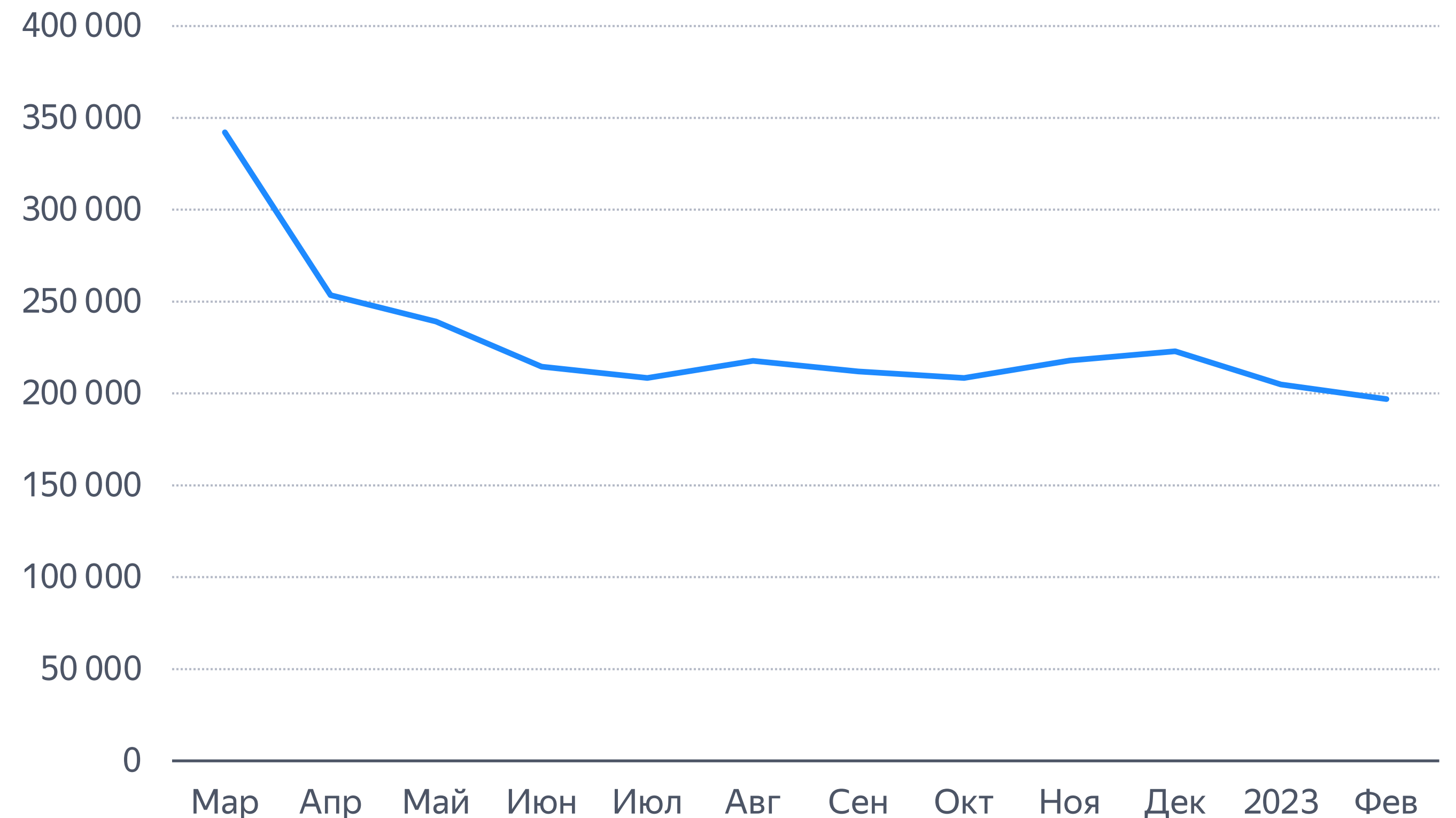


# Спрос на коммерческую недвижимость в СО

Сравнение периодов

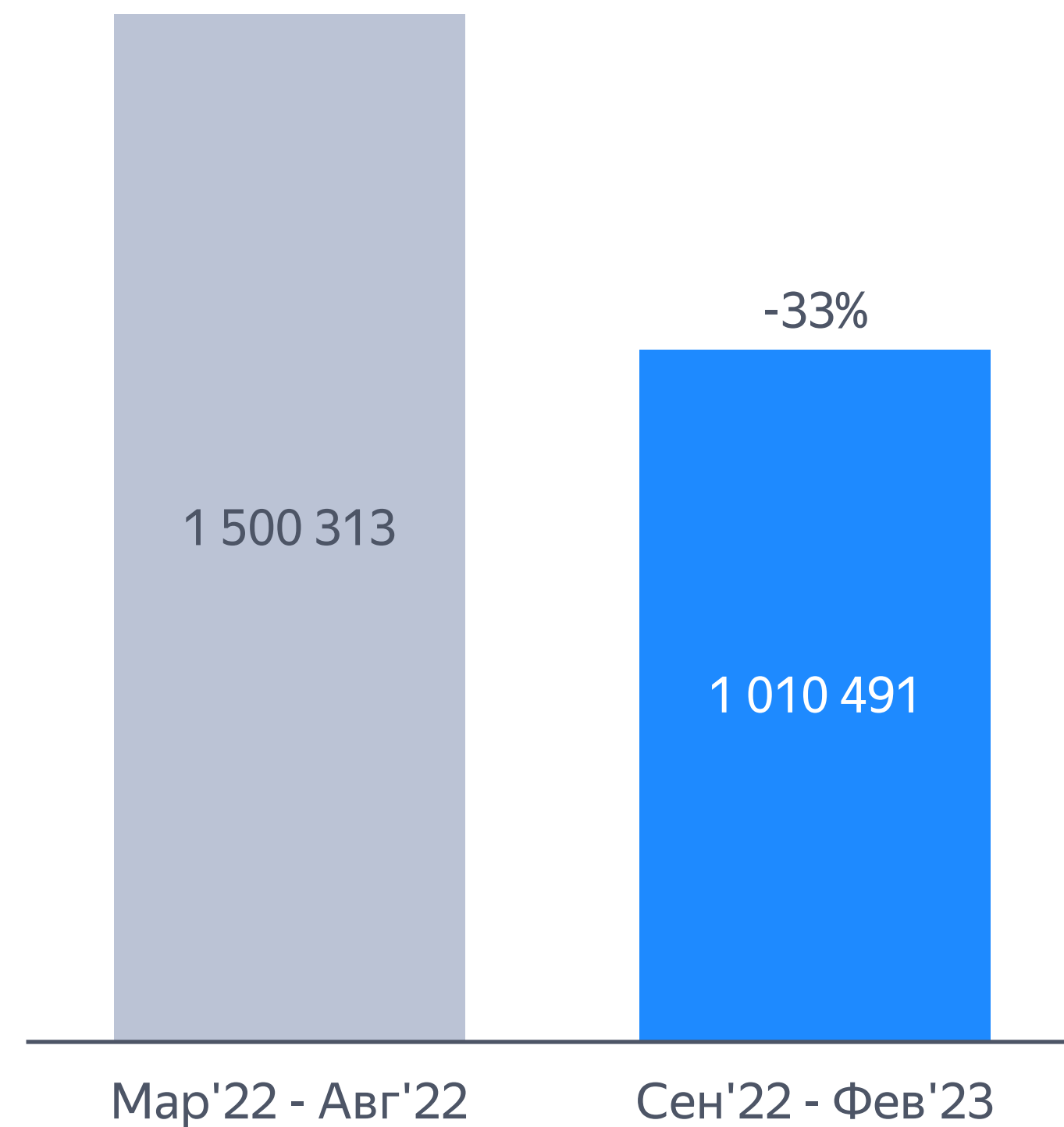


Динамика запросов

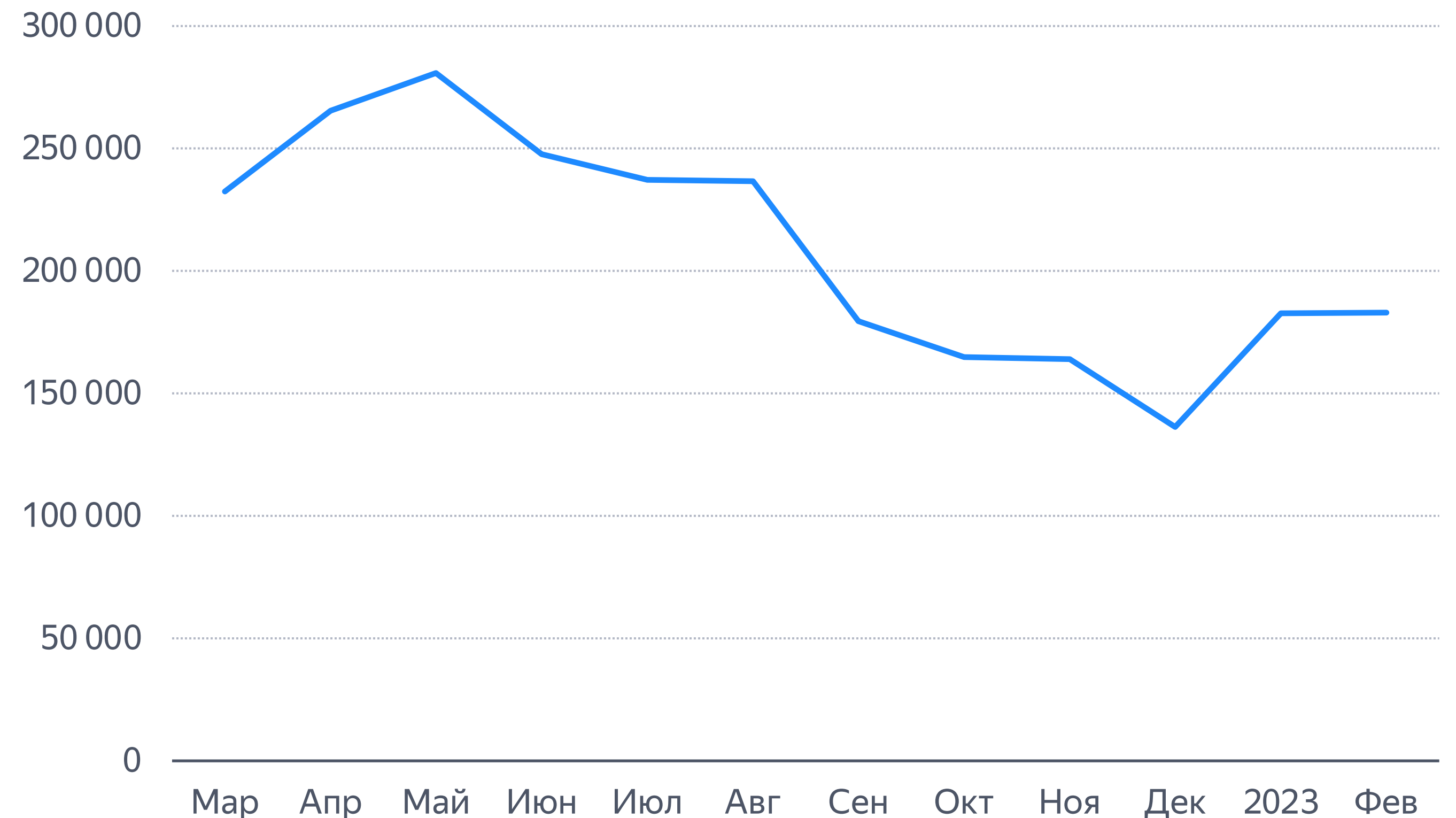


# Спрос на загородную недвижимость в СО

Сравнение периодов



Динамика запросов



# Ожидания аудитории ухудшились: увеличилась доля потенциальных покупателей, которые ждут роста цен на жильё

Как вы считаете, как изменятся цены на жильё  
в ближайшие 3 месяца? / **Вырастут**

**56%** / +5 п. п. vs Q3 2022

Среди тех, кто купил  
недвижимость за последний год

**49%** / +7 п. п. vs Q3 2022

Среди тех, кто не покупал недвижимость





# Тренды рынка и категории

## Самодостаточность районов

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

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 <sup>2</sup>

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

<sup>1</sup> PWC, Mindsmith Сентябрь 2021

<sup>2</sup> 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

# Векторы развития для индустрии недвижимости

Поддержка брендов в синергии

Конверсии

Укрепить бренд  
Застройщика

Построить знание  
о своих ЖК

Удержат  
и конвертировать  
на финальном этапе

01

02

03

# 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

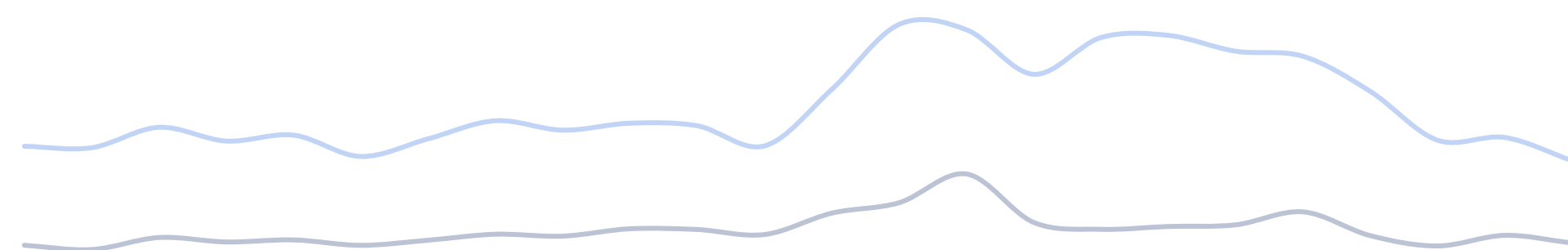
Q4'22 YoY

Ипотека на вторичное жильё

**-8%**

Ипотека на новостройки

**-12%**

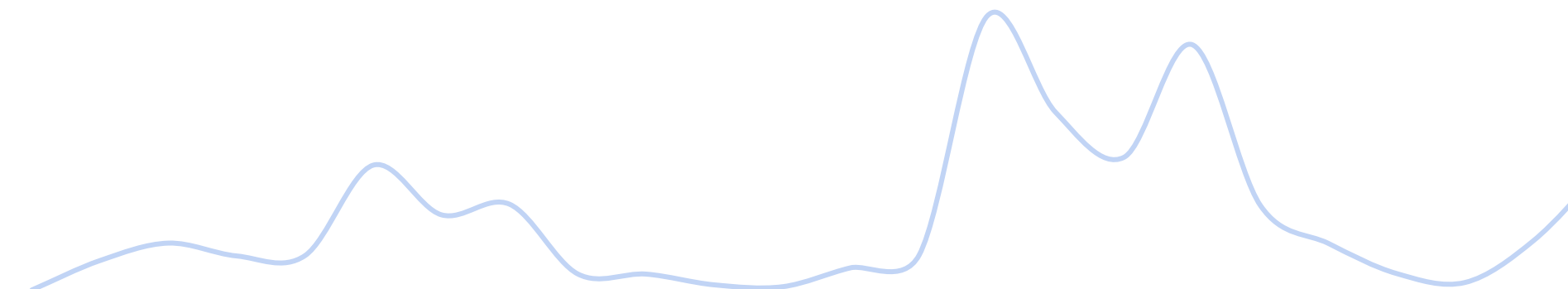


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4'22 YoY

Льготная ипотека

**+83%**

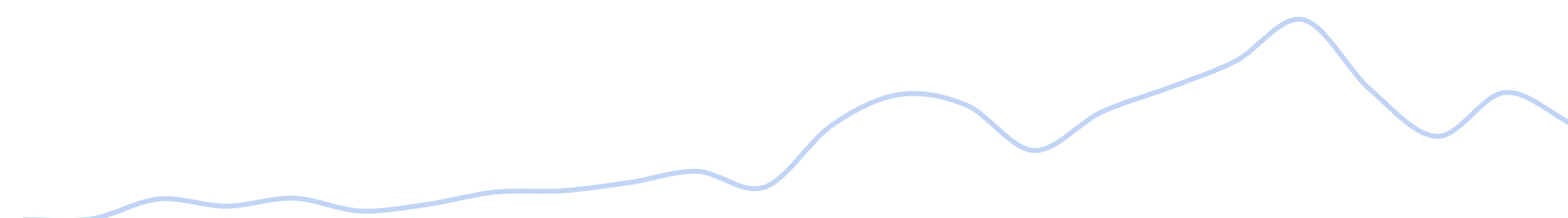


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4'22 YoY

Ипотека от застройщиков

**+39%**

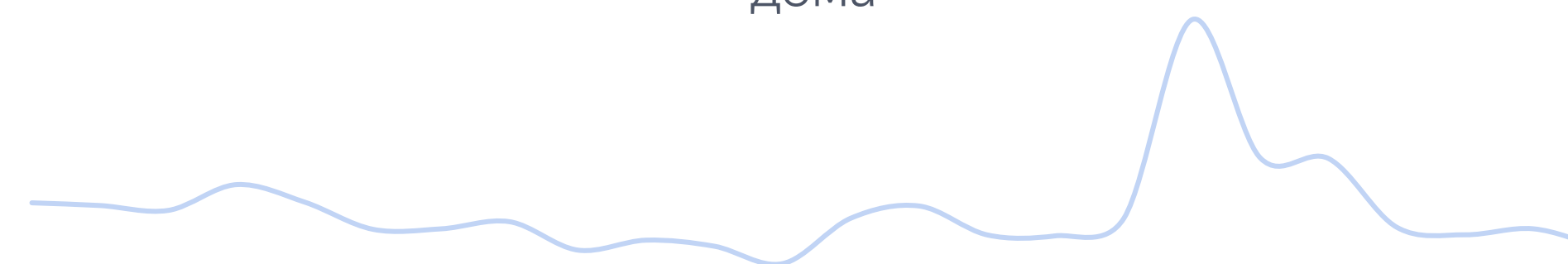


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

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





# Каждый второй планирует купить недвижимость в ближайшие 5 лет. Среди тех, кто планирует покупку, каждый шестой хочет купить квартиру в течение полугода или года

**51 %**

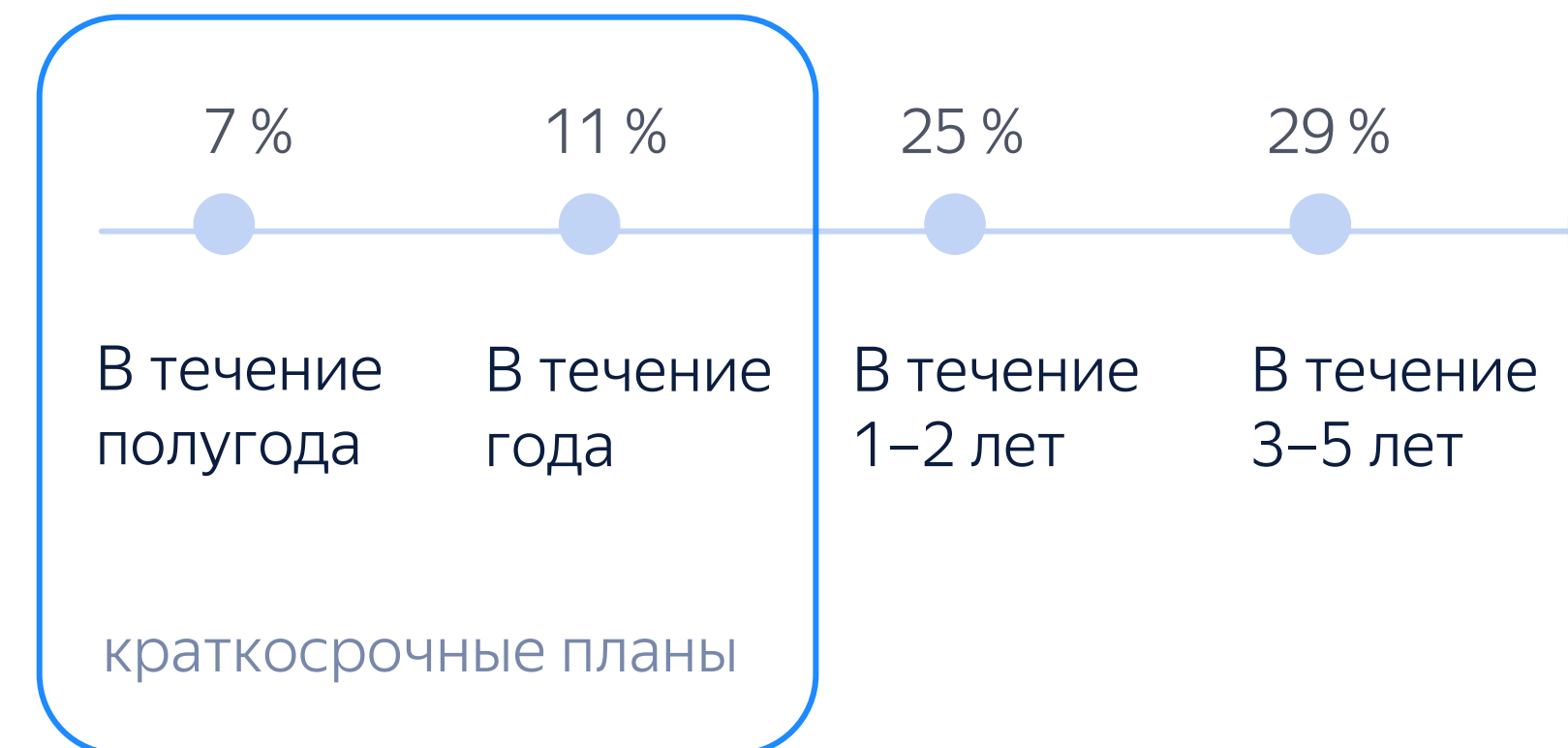
планирует приобрести квартиру в новостройке в течение ближайших 5 лет

ещё

**20 %**

в более долгосрочной перспективе (более 5 лет)

Сроки планируемого приобретения  
% от тех, кто планирует



**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

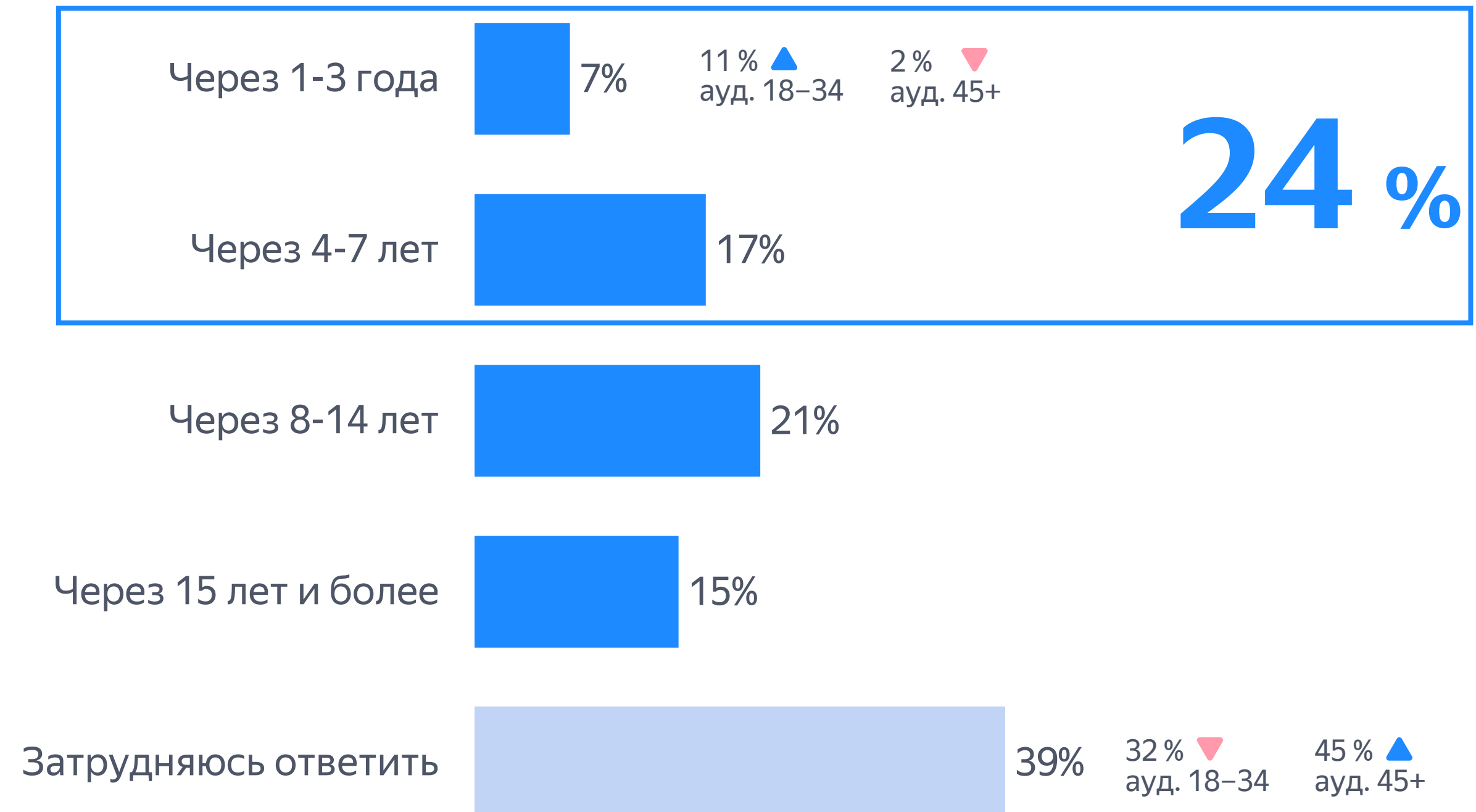
Q: Что послужило стимулом к покупке или планированию покупки квартиры?



# 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)

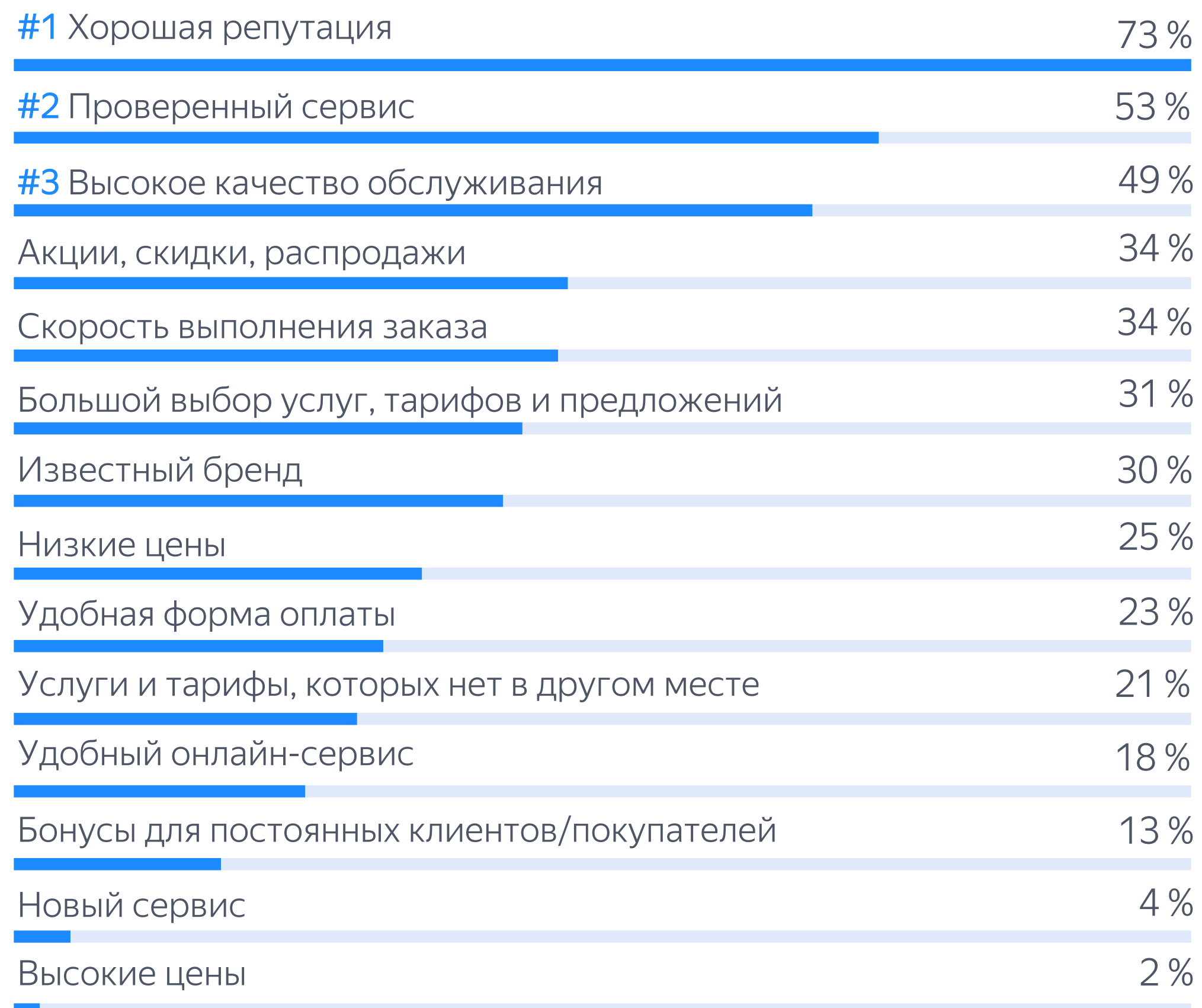
Q: Когда после покупки, на ваш взгляд, оптимально менять квартиру?



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

Факторы выбора застройщика

Q4'22 vs Q4'21



-4 п. п. ▼

Источник: Mediascope Brand Pulse ВНТ «Застройщики недвижимости», Россия, 100 000+, 18–64, материальное положение семьи среднего уровня и выше. Q4'22 vs Q4'21



# 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

Ксения Вологина

Региональный представитель в ПФО

[vologina@yandex-team.ru](mailto:vologina@yandex-team.ru)

+7 (919) 683-74-44