

Umenie predávať nespočíva iba v schopnosti ušit' „dobrú cenu“



Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 07.04.2011

Najexaktnejšie údaje o vývoji cien domácich nehnuteľností na bývanie poskytuje v spolupráci s Národnou asociáciou realitných kancelárií Slovenska (NARKS) už tradične Národná banka Slovenska (NBS). Podľa tohto dôveryhodného zdroja ich vlašajší medziročný pokles dosiahol 3,9 %, čím sa celoslovenský priemer za m² domov a bytov ustálil na 1 291 eur. Medziregionálne disproporcie boli markantné najmä v medziročnom porovnaní nitrianskeho (pokles až o 12,6 % na 620 eur) a košického kraja (nárast o 2,1 % na 941 eur). Najvyššími cenami „preslávený“ bratislavský kraj skončil v rámci 1,3-percentného poklesu na úrovni 1 726 eur, čo však oproti cenám v samotnej Bratislave zďaleka nedosahuje slovenský rekord.

Retro: Valentínsky motív hneď po negatívnej reklame

Na rad teda prichádza umenie kompromisu, ktorému sa mnohí predávajúci, aj keď s dávkou očividnej nevôle, ešte len začínajú priúčať. Webové stránky ani billboardy pútajúce pozornosť na zásoby nepredaných bytov „ihneď k nast'ahovaniu“ to síce okato nevyzdrádzajú, ale mnohí z tých, čo zdvihli telefón alebo sa zašli informovať osobne, už vedia, že uvádzaná cena prestala byť - tak ako donedávna vskutku bola - „bibliou“ a - čuduj sa svete - možno sa o nej zjednávať! Samozrejme, neplatí to paušálne a pre všetkých, pretože okrem ťažko definovateľného šťastia treba mať navyše ešte niečo: byť hotovostným, nie hypotekárnym platcom.

O tom, že medze marketingovej kreativity prakticky nejestvujú a že zvolený nástroj sa toleruje v podstate akýkoľvek, pokiaľ povedie k aspoň chvíľkovému oživeniu predaja, svedčia viaceré pokusy z prítomnosti. Tak napríklad po vlastných tvorivých variáciách na univerzálny valentínsky motív siahajú už nielen výrobcovia cukrárskych výrobkov či hoteliéri, ale najnovšie aj predajcovia developerských rezidenčných projektov. Ako vyplýva z februárového newslettera Galérie novostavieb, práve včera vypršala akcia ponúkajúca 10 percent z kúpnej ceny na všetky voľné byty v polyfunkčnom objekte Retro. Projekt, ktorého developer Centaurea (člen skupiny Weon Group) navrhol 32 podlaží, aby si ich potom namiesto pôvodných 17 vyzdoroval napokon 24, tak profituje nielen zo svojej unikátnej polohy v srdci najpopulárnejšej bratislavskej mestskej časti - Ružinova, ale možno ešte viac z negatívnej reklamy, ktorá pozornosti znova prebudovaných špekulatívnych nákupcov akiste neušla.

Jégého alej: Namiesto kuchynskej linky či garáže izba!

Kuchyňa vrátane spotrebičov Whirlpool bola v cene bytu do konca januára v projekte Perla Ružinova, ktorého prvé dva výškové objekty (12- a 16-podlažný) sa už vypínajú nad jednou z vôbec najrušnejších bratislavských križovatiek, akou je priesečník ulíc Gagarinova - Tomášikova. Projekt, ktorý mal ambíciu ponúkať najlacnejšie bývanie minimálne v prievozskej lokalite, má čo robiť, aby obhájil prípadnú realizáciu ďalších fáz, ktoré mali v celkovej totalite priniesť komplex pozostávajúci zo 5 obytných veží a rozsiahlej polyfunkcie.

Investorsko-developerská spoločnosť Avidol dlhodobo ponúka nadštandardné byty v rovnomennom obytnom súbore na bratislavskej Galvaniho ulici s kuchynskou linkou so zabudovanými spotrebičmi už v cene, i keď nie najnižšej. Na prenajatých billboardoch najnovšie upozorňuje, že do bonusového zvýhodnenia takéhoto bytu zahrnula aj 1 podzemné garážové státie, ktoré dovedy vychádzalo na približne 15-tisíc eur. Ani blízkosť neďalekého Avion Shopping Parku a Ikey (splňajúca základný predpoklad lokality) však nedáva záruku toho, že celkovú neusporiadanosť okolitého priestoru v dohľadnom čase ukončí realizácia ďalších etáp rezidenčnej výstavby v tejto zóne.

O niečo ďalej v generovaní originálnych nápadov ohľadom benefitov pre vážnych záujemcov zašiel v Bratislave český Finep SK. Vo svojom rezidenčnom projekte Jégého alej ponúka za podpis zmluvy na byt 3+kk alebo 4+kk akciu „Detská izba zadarmo“. Prvé, čo si pod tým človek predstaví, je kompletne vybavená detská izba v základnej cene. V skutočnosti však ide o čosi viac: nadobudnutie 15 metrov štvorcových bytu zadarmo, čím klient ušetrí finančnú čiastku v hodnote jednej izby!

Skanska: Ofenzíva s dômyselným systémom benefitov

Ani Skanska, štvrtá najväčšia developerská a stavebná skupina na svete, to na Slovensku, kde pôsobí od roku 1999, nemá ružami vystlané. Ponechajúc bokom nedávne spory okolo jej vylúčenia zo železničného tendra a s tým súvisiaci boj o dostatočnú zásobu práce pre jej 8 závodov pokrývajúcich všetky segmenty stavebníctva, neostali voči kríze imúnne ani projekty Skanska určené na bývanie.

Zázračný elixír však neexistuje a jediné, čo dnes môže zabráť, je dômyselný systém rôznych typov výhod, prípadne ich kumulácia. Relatívne najkošatejší vymyslela práve Skanska Reality SK: pri svojich dvoch projektoch nabáda potenciálneho klienta, aby si sám vyskladal svoj benefit až do maximálnej výšky 6 600 € (Romantika), resp. 20-tisíc € (Rača Vineyards). Ten môže uplatniť na jeden alebo viacero finančných produktov, akými sú konkrétne kuchyňa, garážové státie (2 370 € v projekte Rača Vineyards a 3 950 € v projekte Romantika), klientske zmeny a úhrada poplatkov za správu bytu - to všetko až do výšky finančného rozpočtu, ktorý je pre dotýčny byt daný.

Ďalší typ bonusu od 1 000 do 3 300 € prípadne tomu klientovi, ktorý okrem kúpy vlastného bytu Realitnej kancelárii Skanska „dohodí“ niekoho, kto podpíše zmluvu o budúcej kúpnej zmluve na ďalší byt. Nech už ide o kohokoľvek, Skanska ponúka dva základné varianty kúpy - buď za vlastné peniaze (ako investíciu) alebo formou hypoúveru (s výhľadovým užívaním v budúcnosti). V oboch prípadoch zabezpečí RK na jeden alebo viac rokov za ročné nájomné vo výške 3 % z konečnej ceny bytu nájomníka, ktorý ju takto postupne spláca.

Z týchto a mnohých ďalších nespomenutých príkladov teda jednoznačne vyplýva, že umenie predávať - a netýka sa to výlučne bývania - nespočíva iba v schopnosti ušetriť klientovi „dobrú cenu“ presne na jeho mieru.

Ilustračné obrázky -Finep & partners a autor

1,2 - Jégého alej

3,4 - Projekt Avidol

