



КОНТИ

ОСНОВАНА В 1992

**Отчет по проведенному маркетинговому исследованию
потребительских предпочтений на рынке
жилой недвижимости г. Москвы и Московской области
методом анкетирования на объектах
группы компании «Кonti»**

**ПОСЕЛОК ЛЕЙНХАУСОВ «ИЛЬИНКА»
(ДЕМО-ВЕРСИЯ)**



Цель анкетирования

Разработка и внедрение системы анкетирования направлена на всестороннее изучение потребительского спроса, в т.ч. выявление основных предпочтений потенциальных потребителей в сфере жилой недвижимости. Эта система отвечает принятой стратегии развития группы компаний «Конти», как клиентоориентированной компании. Стратегическая цель проведения данного анкетирования заключается в максимальном удовлетворении потребительского спроса, которое будет достигаться за счет создания объектов жилой недвижимости максимально полно соответствующих запросам нашей целевой аудитории.

Кому может быть интересно данное исследование?

Отчет содержит уникальную информацию о предпочтениях покупателей таунхаусов, полученную из уст реальных покупателей поселка лейнхаусов «Ильинка», которая может быть интересна:

1. **Застройщикам**, осуществляющим строительство таунхаусов. Информация, содержащаяся в отчете, позволит компании, планирующей строительство, минимизировать риски, связанные с вероятностью строительства жилья невостребованного на рынке. Данные отчета помогут ответить на вопросы: таунхаусы какой площади, с какими земельными участками, с каким гаражом, с какой инфраструктурой и где строить, чтобы максимально соответствовать запросам покупателей. Также отчет поможет определить конкурентное окружение предполагаемого к строительству объекта и выбрать наиболее эффективные каналы коммуникации для дальнейшей рекламы.
2. **Консалтинговым компаниям**, занимающимся разработкой концепций объектов недвижимости. Информация, содержащаяся в отчете, даст возможность прорабатывать концепцию не только исходя из конкурентной среды, но и ориентируясь на будущего потребителя и его предпочтения.

Задачи анкетирования

Для достижения поставленной цели в исследовании необходимо было решить следующие задачи:

1. Определить основные социально-демографические характеристики покупателей;
2. Определить основные параметры объекта недвижимости, которые предпочитают покупатели;
3. Определить основные характеристики дома;
4. Определить основных конкурентов;
5. Определить наиболее предпочтительные схемы приобретения;
6. Определить информированность покупателей и наиболее эффективные средства коммуникаций.

База анкет 130 шт.

Анализ проводился на основе информации, полученной из анкет (опросных листов) потенциальных покупателей лейнхаусов коттеджного поселка «Ильинка». Полученная информация отражает общие тенденции в предпочтениях покупателей и характеризует их социальный статус.

Содержание отчета и перечень основных диаграмм:

- **Социально-демографические характеристики**

Диаграмма 1. Пол и возраст

Диаграмма 2. Социальный статус

Диаграмма 3. Количество человек в семье

Диаграмма 4. Наличие/количество детей

Диаграмма 5. Количество автомобилей в семье.

Диаграмма 6. Место жительства до совершения покупки.

- **Предпочтения покупателей**

По характеристикам дома

Диаграмма 7. Перечень наиболее приоритетных характеристик при выборе жилья.

Диаграмма 8. Предпочтительная площадь земельного участка.

Диаграмма 9. Предпочтительная площадь дома.

Диаграмма 10. Предпочтительная высота потолков.

Диаграмма 11. Приоритетные направления при выборе дома.

Диаграмма 12. Основные конкуренты проекта КП «Ильинка»

По цели и способу приобретения.

Диаграмма 13. Цели приобретения дома.

Диаграмма 14. Наиболее предпочтительные схемы приобретения.

- **Информированность покупателей.**

Диаграмма 15. Наиболее используемые каналы получения информации.

Отчет подготовлен Управлением маркетинга и развития ГК «Кonti» на основании собственных данных и содержит, по нашему мнению, достоверную информацию о предпочтениях потребителей в исследуемом сегменте. Для получения полной версии отчета обращайтесь в Управление маркетинга и развития ГК «Кonti».

Контактная информация:

**Начальник Управления
маркетинга и развития**

Дуров Игорь Владимирович

Тел.:

8(499)146-49-22; 8(499)146-53-76

Факс.:

8(495)937-68-33

E-mail:

IgorVD@konti.ru

Помимо собственных исследований Управление Маркетинга ГК «Кonti» оказывает консалтинговые услуги внешним клиентам, а именно:

- *проводит макроэкономические исследования; оперативный анализ ситуации в различных сегментах рынка, исследования рыночной среды существования конкретных объектов;*
- *осуществляет анализ и дает рекомендации по наилучшему использованию земельных участков;*
- *проводит оценку земельных участков;*
- *опираясь на многолетний опыт разработки собственных проектов группы компаний, разрабатывает концепции девелоперских проектов;*
- *при участии опытных проектировщиков группы компаний, осуществляет архитектурное моделирование проекта (генплан, проекты домов);*
- *проводит оценку себестоимости строительства и оценку строительных рисков;*
- *осуществляет сквозное курирование проекта от концепции до заполнения комплекса;*
- *занимается бизнес-планированием и разработкой ТЭО;*
- *ведет переговоры с финансовыми организациями с целью привлечения финансирования;*
- *осуществляет курирование проекта в финансовых организациях;*
- *разрабатывает рекламную концепцию и обеспечивает PR-сопровождение проекта, брендинг;*
- *осуществляет разработку концепций продаж.*