

ЖУРНАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ

Century21

MAGAZINE

ЛЕТО 2017

WWW.CENTURY21.RU



**ВИРТУАЛЬНЫЙ
REAL ESTATE**



**ТЕХНОЛОГИЯ
ДЛЯ БИЗНЕСА**



**УЧИТЬСЯ ИЛИ
ПРОИГРАЕШЬ!**



**БУДУЩЕЕ СЕГОДНЯ:
НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В НЕДВИЖИМОСТИ**

ТЕМА НОМЕРА

ИНТЕРВЬЮ: БАНКИ VS РИЭЛТОРЫ



Победитель Национального конкурса «Профессиональное признание 2016» в категории «Лучшее печатное корпоративное СМИ»

ОТКРОЙ АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ ПОД МИРОВЫМ БРЕНДОМ!

CENTURY 21 – КРУПНЕЙШАЯ СЕТЬ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ В МИРЕ*,
ОБЪЕДИНЕННЫХ ИЗВЕСТНЫМ БРЕНДОМ, ЕДИНЫМИ СТАНДАРТАМИ
ОБСЛУЖИВАНИЯ И СОВРЕМЕННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

ПОЧЕМУ БИЗНЕС В НЕДВИЖИМОСТИ ВЫГОДЕН?



ПОТРЕБНОСТЬ
В ЖИЛЬЕ ВСЕГДА
АКТУАЛЬНА



РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ –
ОДИН ИЗ САМЫХ БОЛЬШИХ
В ЛЮБОЙ СТРАНЕ



НИЗКИЕ РИСКИ
И СТАБИЛЬНЫЙ
РОСТ ДОХОДА

ПРИСОЕДИНЯЙСЯ К СЕТИ CENTURY 21 И ПОЛУЧИ



IT-ТЕХНОЛОГИИ
ДЛЯ БИЗНЕСА



ПОДБОР И ОБУЧЕНИЕ
РУКОВОДИТЕЛЕЙ И АГЕНТОВ



ЮРИДИЧЕСКУЮ
ПОДДЕРЖКУ



МАРКЕТИНГОВОЕ
И PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ



РЕГУЛЯРНЫЙ КОНСАЛТИНГ
И ОБМЕН ОПЫТОМ



НАЧНИ СВОЙ БИЗНЕС В НЕДВИЖИМОСТИ С CENTURY 21
+7 (495) 968-32-27



Century21 MAGAZINE

ЖУРНАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ

УЧРЕДИТЕЛЬ

ООО «РУС ГЛОБАЛ ГРУПП»

125284, г. Москва, Ленинградский пр-т, 31А, стр. 1, БЦ «МонАрх»

+7 (495) 981-21-21

РЕДАКЦИЯ

Главный и выпускающий редактор

Анастасия Москвитина

anastasia.moskvitina@hq.century21.ru

Руководитель отдела аналитики

Кирилл Котриков

kirill.kotrikov@hq.century21.ru

Корректор

Ирина Пушкина

rikabesorkus@mail.ru

ДИЗАЙН И ВЕРСТКА

Дизайнер-верстальщик

Владислав Панфилов

vladislav.panfilov@hq.century21.ru

Дизайнер

Мария Троицкая

masha.troitskaya@hq.century21.ru

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

Таисия Баженова, Анастасия Дачевская, Екатерина Дмитриева, Татьяна Елекоева,

Кирилл Котриков, Катерина Кочеткова, Иван Соколовский

Информационное сотрудничество: magazine@hq.century21.ru

Сотрудничество по рекламе: magazine@hq.century21.ru

Журнал CENTURY 21 Magazine зарегистрирован Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Номер свидетельства ПИ № ФС 77-59606 от 23.10.2014. Категория информационной продукции 6+. Тираж 8 000 экземпляров.

Цена свободная.

Отпечатано: ОАО «Можайский полиграфический комбинат»

143200, г. Можайск, ул. Мира, д. 93

www.оаомпк.ru, www.оаомпк.рф

+7 (495) 745-84-28, +7 (49638) 20-685

Полное или частичное воспроизведение статей и фотоматериалов, опубликованных в журнале CENTURY 21 Magazine, без письменного согласия редакции запрещено. За точность и содержание предоставленных рекламных материалов ответственность несут рекламодатели.

ИЩЕМ АГЕНТОВ!

НОВИЧКОВ И
ПРОФЕССИОНАЛОВ

www.century21.ru



В

этом году компания CENTURY 21 Россия отмечает свое десятилетие. За это время изменился рынок, предпочтения покупателей, каналы коммуникаций, но сама суть риэлторской услуги осталась неизменной, так же как и для клиентов ее необходимость остается очевидной. Безусловно, такая стабильность объясняется тем, что

специалисты агентств сети CENTURY 21 оперативно реагируют на любые вызовы рынка, ищут индивидуальный подход к каждому, предлагают гибкие пути решения самых сложных ситуаций и всегда приводят своих клиентов к успешной сделке. Помощником для них на протяжении десяти лет существования компании в России был и остается журнал CENTURY 21 Magazine – в нем всегда можно найти информацию об основных тенденциях рынка, специфике любого вида недвижимости, технологиях работы агента. В юбилейный выпуск мы включили самые интересные и полезные материалы прошлых лет, которые вы сможете найти на страницах под рубрикой «CENTURY 21 Magazine 10 лет!».

Обращение к прошлому десятилетию неминуемо заставило нас задуматься о будущем, поэтому темой нового номера стали инновации во всех их проявлениях. Это и изучение рынка с использованием новейших методов анализа данных, и перспективы интернет-сервисов по поиску недвижимости, и новые каналы продвижения объектов и самой риэлторской услуги – digital-маркетинг, а также технологии дополненной и виртуальной реальности. Многие из описанного уже присутствует в нашей повседневной и профессиональной жизни, что-то кажется заоблачным и футуристическим, но стоит вспомнить, как мы работали 10 лет назад, и сомнения в том, что нереальное сегодня – завтра станет обыденным и привычным, отпадают. Убедить вас в этом призваны наши эксперты – представители риэлторского сообщества, девелоперы, финансисты, аналитики, маркетологи и web-разработчики расскажут о том, какие возможности открывают перед агентами и клиентами новые технологии и как их использовать максимально эффективно.

Мы позволили себе поностальгировать на тему московских пятиэтажек, но, поскольку решение о сносе так или иначе будет принято, решили отказаться от прогнозов и просто вспомнить о том, как изменилась жизнь россиян с появлением хрущевок. А для тех, кому чужда сентиментальность и присущ прагматичный подход, – статья об основных способах вложения средств в недвижимость, подготовленная нашим отделом аналитики.

Прогресс нельзя ни замедлить, ни остановить, поэтому мы выбираем синхронное движение – CENTURY 21 в России уже десять лет идет в ногу со временем!



С уважением,

Генеральный директор CENTURY 21 Россия

Егор Провкин

Century21^{MAGAZINE}

ПЕРВЫЙ **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ**
ЖУРНАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ*

НАШИ ЧИТАТЕЛИ – КЛИЕНТЫ АГЕНТСТВ
НЕДВИЖИМОСТИ **ПО ВСЕЙ СТРАНЕ**

АУДИТОРИЯ КАЖДОГО НОМЕРА –
60 000 ЧЕЛОВЕК

ТЕРРИТОРИЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ –
7 ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ РФ

реклама

КОНТАКТЫ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ:
MAGAZINE@HQ.CENTURY21.RU
+7 (495) 981-21-21

Century21
Россия

*Среди изданий, выпускаемых ООО «РУС ГЛОБАЛ ГРУПП»

10**НЕОЧЕВИДНОЕ
И ВЕРОЯТНОЕ**

Что такое Big Data
и как они изменят рынок
недвижимости?

12**АГРЕГАТОР –
КАТАЛИЗАТОР?**

Каким образом сайты-агрегаторы
объявлений совершенствуют
риэлторские услуги?

14**СОЦСЕТЯМ –
LIKE!**

Какие возможности дают
соцсети профессиональному
риэлтору?

16**НОВОСТИ****18****НОВОСТИ CENTURY 21****30****ЖИЛЬЕ НА
СКОРУЮ РУКУ**

Как хрущевки превратили
граждан СССР из деревенских
жителей в настоящих горожан.

**ТЕМА НОМЕРА****22****Виртуальный
real estate**

Как технологии виртуальной
и дополненной реальности изменят
рынок недвижимости?

26**DIGITAL BAM В ПОМОЩЬ**

Цифровой маркетинг как конкурентное
преимущество для риэлтора.



34

**СМЕШАТЬ, НО НЕ
ВЗБАЛТЫВАТЬ**

Банк, всегда работавший на рынке недвижимости, о сотрудничестве с риэлторами и его перспективах.



42

**ТЕХНОЛОГИЯ
ДЛЯ БИЗНЕСА**

Почему даже небольшим агентствам стоит задуматься о CRM-системе?



46

**УЧИТЬСЯ ИЛИ
ПРОИГРАЕШЬ!**

Качественное образование для агента и брокера – залог успеха в бизнесе.

**CENTURY 21 MAGAZINE
10 ЛЕТ!**

Самые интересные материалы за 10 лет снова на страницах журнала.

37

ДОСТАВЛЯЯ ТРЕНДЫ

Лучшие книги о новых технологиях и способах их применения



48

**HR –
ВСЕМУ ГОЛОВА!**

Найм и управление персоналом в агентстве недвижимости: кто и как должен это делать?

38

ИНВЕСТИРУЙ ЭТО

Четыре основных способа вложения средств в недвижимость для частных инвесторов.



52

**АГЕНТСТВА
НЕДВИЖИМОСТИ
CENTURY 21 РОССИЯ**



Кирилл Котриков,
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА АНАЛИТИКИ CENTURY 21 Россия

Неочевидное и вероятное

ЧТО ТАКОЕ БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И КАК ОНИ МОГУТ ИЗМЕНИТЬ
РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ?

О

кружающий нас мир полон различного рода закономерностей. Есть аксиомы, не требующие подтверждения, есть описанные и изученные законы природы, но существуют и скрытые закономерности или такие

закономерности, которые неочевидны без проведения дополнительных исследований. Например, насколько девушка становится привлекательней для мужчины с каждой выпитой им пинтой пива? Или каким образом меняется цена квадратного метра жилья в зависимости от удаленности от океанского побережья в Санта-Монике?

Выявление неочевидных закономерностей между неочевидно зависимыми факторами, оперируя большими объемами данных, стало возможно благодаря развитию технологий их сбора, хранения и анализа. Умные компьютеры научились собирать данные о различных действиях человека практически без его участия и, зачастую, ведома. Например, база данных Facebook содержит данные на более чем миллиард человек, каждому из которых присвоены (самим пользователем) десятки атрибутов (пол, возраст, интересы и т.д.), а это – десятки миллиардов наблюдений. Базы данных гигантского размера и методы работы с ними – это и есть модные сегодня Big Data, Data Mining, KDD (Knowledge discovery in database), Machine learning и т.д.



АНАЛИЗ
BIG DATA
ПОЗВОЛЯЕТ
ОПРЕДЕЛИТЬ
ЦЕНУ ОБЪЕКТА
В ЗАВИСИМОСТИ
ОТ ПАРАМЕТРОВ
И ПРОГНОЗИРОВАТЬ
ЕГО СТОИМОСТЬ
НА КОНКРЕТНОМ
РЫНКЕ

Найти закономерности в больших массивах данных немного сложнее, но в принципе тут работают классические статистические методы, однако используются другие вычислительные мощности и технологии. Методология статистического исследования Big Data может быть применена практически во всех областях человеческой жизнедеятельности: в бизнесе, медицине, образовании, интернете, финансах, психологии.

Современный рынок недвижимости не может и не должен игнорировать возможности, предоставляемые этой технологией. Перспективными для отрасли недвижимости направлениями развития Big Data являются поведение клиентов и таргетинг, финансовое планирование и продажи. Наличие данных такого масштаба и методик их исследования позволяет, например, установить цену объекта в зависимости от параметров и прогнозировать его стоимость на конкретном рынке, определить благонадежность ипотечного заемщика, подобрать и проанализировать все похожие предложения с сайтов-агрегаторов объявлений, вычислить ложные объявления и многое другое. Сбор информации о поведении клиентов и их предпочтениях позволяет адресно выстраивать рекламные кампании и маркетинговую активность, позволяя агентствам, учитывающим анализ Big Data в своей деятельности, быть более конкурентоспособными на рынке, особенно с учетом того, что программное обеспечение для этого доступно и бесплатно. ▲

НОВОСТРОЙКИ ПЕРМИ — НА ЛЮБОЙ ВКУС И КОШЕЛЁК



Сегодня на пермском рынке работает большое количество застройщиков, в том числе и федерального уровня, благодаря чему город приобретает черты современных мегаполисов, при этом сохраняя свой исторический облик.

Строительство ведется в разных районах города, поэтому каждый может найти то, что ему по душе – будь то высотные новостройки класса «эконом» в развивающихся районах или жилье комфорт-класса в центре города.

Для тех, кому принципиально расположение, застройщики предлагают несколько новых жилых комплексов в центре Перми – дома отличаются оригинальными архитектурными решениями, нестандартными планировками и высокотехнологичной инфраструктурой. Эта недвижимость – перспективный вариант для инвестиций, поскольку в связи с ограниченностью предложения, в будущем она будет только расти в цене.

Если же в приоритете большая площадь квартиры (например, для молодых семей), то стоит рассмотреть новостройки эконом-класса в новых районах города. Помимо выгодного соотношения цены и качества, эти дома всегда оснащены парковками, рядом находятся крупные супермаркеты, школы и детские сады. Кроме того, стоимость коммунальных услуг в развивающихся районах на порядок ниже, чем в центре.

Таким образом, сегодня на первичном рынке Перми можно найти объект на любой вкус и кошелек. Благодаря сотрудничеству с крупнейшими застройщиками города агентство недвижимости CENTURY 21 City обладает широким выбором квартир в новостройках Перми, а наши специалисты всегда готовы подобрать удобный вариант финансирования для каждого клиента.

Больше информации о предложениях и способах покупки вы можете получить в нашем офисе или по телефону.



ВЛАДИМИР САЛАМАТОВ,
БРОКЕР CENTURY 21 CITY

Г. ПЕРМЬ, УЛ. АРКАДИЯ ГАЙДАРА, Д. 16А

+7 (342) 287-21-21

WWW.CITY.CENTURY21.RU





Дмитрий Тимошко,
ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ CENTURY 21 Россия

Агрегатор – катализатор?

ВОПРЕКИ РАСХОЖЕМУ ПРЕДСТАВЛЕНИЮ САЙТЫ-АГРЕГАТОРЫ ОБЪЯВЛЕНИЙ СКОРЕЕ СПОСОБСТВУЮТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РИЭЛТОРСКОЙ УСЛУГИ, ЧЕМ ЯВЛЯЮТСЯ ЕЕ АЛЬТЕРНАТИВОЙ.

О

нлайн-сервисы по подбору недвижимости, такие как Avito, Недвижимость и цены, Циан и другие, чаще называют классифайдами, или агрегаторами (досками) объявлений. Размещать свои

объявления здесь могут как агентства, так и собственники. При этом основная функция этих сервисов – информационная: они позволяют клиентам оперативно находить нужные им объекты в определенной локации, приемлемые по цене. Но помимо этого есть еще масса работы, которую необходимо выполнить, чтобы получить объект в собственность. Например, оформить сделку юридически правильно, чего не позволяют сделать онлайн-сервисы. К тому же велика вероятность стать жертвой мошенников. Специализированные порталы не могут виртуально проверить «чистоту» квартиры и грамотность оформления сделки, не несут ответственность за достоверность объявлений.

Такие ресурсы представляют собой в первую очередь B2B-сервисы для профессиональных игроков рынка. Они обслуживают задачи агентств недвижимости, а не конечного потребителя – продавцов и покупателей недвижимости.

Для агентств недвижимости развитие агрегаторов стало своеобразным толчком к улуч-



РАЗВИТИЕ
САЙТОВ-
АГРЕГАТОРОВ
ДАЛО ТОЛЧОК
К УЛУЧШЕНИЮ
КАЧЕСТВА
РАБОТЫ
РИЭЛТОРОВ

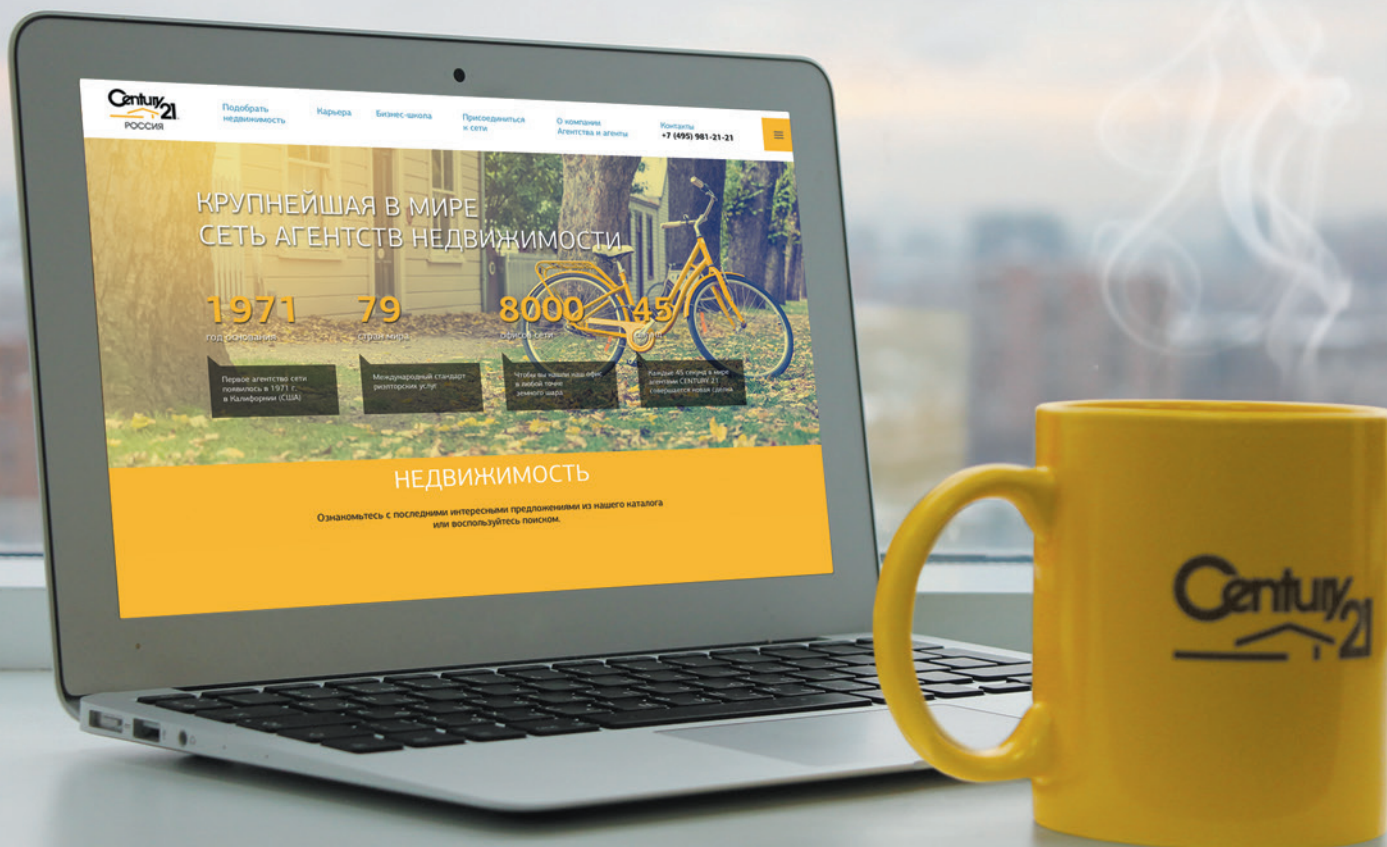
шению качества работы: сидеть в офисе в надежде, что кто-то зайдет и поинтересуется услугами и перечнем объектов, стало непродуктивно. С помощью онлайн-сервисов агенты сами стали инициировать коммуникацию, «вбрасывая» на рынок предложения через агрегаторы объявлений.

Риэлторы стали более профессионально относиться к составлению и публикации объявления: указывать больше параметров, делать качественные фотографии. Онлайн-сервисы способствовали усилению конкуренции между риэлторскими агентствами, но при этом сами они конкурентами риэлторам не являются. Более того, создатели классифайдов, понимая, что у агентств не один десяток объявлений, придумали автоматизацию выгрузок. Это дало агентствам новые возможности – скорость и гибкость в управлении объявлениями.

Риэлторский бизнес – это работа человека с человеком, работа с его мотивацией и потребностями. Как максимально выгодно продать свою недвижимость на падающем и растущем рынке? Как его определить? Какие меры предпринять, чтобы вас не обманули? Что делать если вы находитесь в другом городе? Ни один онлайн-сервис не даст ответы на эти вопросы.

Это можно сравнить с туристическим бизнесом: кто-то все заказывает и оплачивает через специальные онлайн-сервисы, а кому-то нужно живое общение, консультация, совет. ▲

Реклама вашего объекта на ведущих интернет-порталах





АЛЕКСАНДРА АНДРЕЕВА,
ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ CENTURY 21 РОССИЯ

Соцсетям – like!

МОЖНО БЕСКОНЕЧНО РАССУЖДАТЬ О ПРЕИМУЩЕСТВАХ И НЕДОСТАТКАХ
ОНЛАЙН-ОБЩЕНИЯ, НО ТЕМ, КТО ЗАНИМАЕТСЯ ПРОДАЖЕЙ УСЛУГ И ЛИЧНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НЕЛЬЗЯ ИГНОРИРОВАТЬ ЕГО ВОЗМОЖНОСТИ.

С

оциальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни, сделав ее более публичной, а нас – ближе друг к другу, пусть даже в виртуальном пространстве.

Сегодня продавцам продуктов и услуг не приходится сомневаться в том, что клиент станет бороздить просторы интернета для того, чтобы собрать исчерпывающую информацию о преимуществах продукта и репутации продавца, так как клиентам важно, с кем они будут иметь дело, тем более в решении вопроса, связанного с недвижимостью. Поэтому необходимо по максимуму использовать возможности онлайн-общения.

Большинство предпринимателей считает, что персональный бренд нужен только публичным людям – политикам и звездам шоу-бизнеса, – но это далеко не так, потому что сегодня никто не хочет иметь дело с обезличенными компаниями, предпочитая их живым людям. Прежде всего образ в публичном пространстве важен для тех, кто занимается продажей услуг и личной деятельностью, то есть как раз для агентов по недвижимости. Именно хорошо прокаченный личный бренд может помочь риэлтору выстроиться к себе очередь клиентов.



КЛИЕНТЫ
ОБЯЗАТЕЛЬНО
ИЗУЧАЮТ
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ,
ЧТОБЫ СОБРАТЬ
ИНФОРМАЦИЮ
О РЕПУТАЦИИ
ПРОДАВЦА

Прежде чем заняться созданием и продвижением собственного бренда необходимо сформировать концепцию своего образа в публичном пространстве и следовать нескольким простым правилам. Оформление страницы должно быть сдержанным и деловым – выберите нейтральную и дружелюбную фотографию для вашего профиля. Поставьте себя на место потенциального клиента, просматривающего вашу страницу, и ответьте на вопрос: вы бы доверили себе покупку квартиры? При этом не стоит полностью игнорировать фото с семьей, друзьями в нерабочей обстановке: работа риэлтора во многом схожа с психологией, поэтому важно, чтобы клиент мог доверять вам не только как профессионалу, но и как человеку. Facebook дает возможность совмещать профессиональное и личное общение, корректируя настройки конфиденциальности вашего профиля, – пользуйтесь этим инструментом.

Формируя контент, выражайте свое мнение по самым актуальным профессиональным темам, сохраняя позитивный и конструктивный настрой, участвуйте в дискуссиях, комментируйте новости сферы недвижимости и строительства. Рассказывайте о своей работе, давайте советы, выступайте экспертом. Персональный брендинг в социальных сетях способен быстро повысить репутацию на рынке, сформировать лояльность клиентов и обеспечить признание коллег! ▲

СЕТЬ САЛОНОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫХ КУХОНЬ KÜCHENBERG РОССИЯ-ГЕРМАНИЯ


**КУХНИ
СИТИ**

+7 (495) 369-33-38
WWW.KUHNICITY.RU



КЛИЕНТАМ
CENTURY 21 РОССИЯ
ПРИ ПОКУПКЕ КУХОННОГО
ГАРНИТУРА – ОТДЫХ НА
ЛУЧШИХ КУРОРТАХ
МИРА*

ФИРМЕННЫЕ САЛОНЫ КУХОНЬ И МЕБЕЛИ ОТ ВЕДУЩИХ ФАБРИК ИТАЛИИ И ГЕРМАНИИ


**ARCHI
FORM**
идеальные соотношения

+7 (495) 744-04-94
WWW.ARCHI-FORM.RU

* Для получения спецпредложения
необходимо зарегистрироваться по адресу www.kuhnicity.ru/cent21

реклама

Количество выдаваемых ипотечных кредитов в России вырастет в два раза



Агентство ипотечного жилищного кредитования (АИЖК) прогнозирует, что в ближайшие пять-семь лет число выдаваемых ипотечных кредитов в России превысит 2 млн в год.

По результатам первого квартала 2017 года выдано столько же кредитов, сколько и в 2016 году, что говорит о стабилизации рынка ипотечного кредитования и последующей фазе роста. Так, только в марте сумма ипотечных кредитов составила 150 млрд рублей.

На данный момент в России складывается ситуация, способствующая росту объемов жилищного строительства, которое превысит в ближайшее время 100 млн кв. м в год, что повлечет за собой рост количества выдаваемых ипотечных кредитов. По прогнозам АИЖК, по итогам 2017 года объемы выдачи жилищных кредитов будут рекордными за все время существования ипотеки.

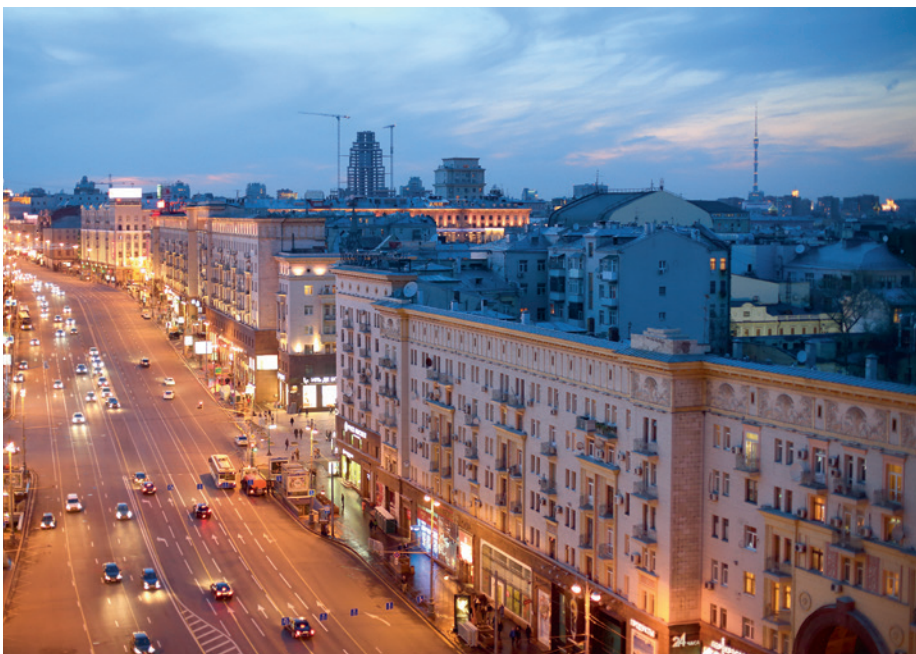
Арендаторы возвращаются в центр Москвы

Вакантность свободных торговых помещений в центре Москвы приблизилась к докризисному уровню 2014 года, сообщает исследовательская компания JLL.

Доля свободных помещений на основных торговых улицах в первом квартале 2017 года составила 8,4%,

Наиболее заполненными торговыми улицами в центре Москвы стали улицы Большая Дмитровка, Пятницкая, Петровка и Тверская. В структуре спроса лидируют кафе и рестораны, на втором месте – представители сегмента «красота и здоровье».

При этом по прогнозам аналитиков, реконструкция Садового кольца, которая продлится до конца лета, может повлечь за собой снижение доходов арендаторов торговых помещений, вследствие чего небольшие компании-стартапы будут вынуждены сменить локацию.



Названы крупнейшие застройщики России

Национальное объединение застройщиков жилья опубликовало рейтинг крупнейших застройщиков России по объему текущего строительства. Топ-3 возглавила ГК «ПИК», которая является самым крупным игроком на Московском рынке и занимает существенную долю рынка в Московской, Калужской и Ростовской областях. На данный момент в портфеле компании 3 706 643 кв. м строящегося жилья в 8 регионах страны.

На втором и третьем месте расположились застройщики из Санкт-Петербурга – группа ЛСР и холдинг Setl Group соответственно.

Значительный рост продемонстрировали застройщики из регионов России – ГК Флагман (Краснодарский край), СК Шэлдом (Саратовская область) и московские компании MR Group и ГК Granelle Group.



Элитные квартиры в Лондоне становятся все популярнее у россиян



Решение о «брексите» и последовавшее снижение стоимости британской валюты привели к удешевлению стоимости коммерческой и премиальной недвижимости в стране. Инвесторы из стран Ближнего Востока и Азиатско-Тихоокеанского региона проявляют ощутимый интерес к британской недвижимости, в то время как активность инвесторов из Южной и Северной Америки при этом сократилась почти в два раза (с 32% в 2015 году до 17% в 2016 году).

Падение стоимости на премиальную недвижимость в Лондоне вызвало ажиотажный спрос у российских покупателей – только в январе, по данным Knight Frank, число заявок выросло в 3 раза. Вследствие повышенного спроса аналитики прогнозируют скорую стабилизацию цен в премиальном сегменте.

Назначен коммерческий директор CENTURY 21 Россия



К

ommerческим директором сети агентств недвижимости CENTURY 21 Россия назначен Игорь Бабкин. В ведении нового руководителя будут находиться основные операционные подразделения компании – отделы продаж, маркетинга и сопровождения бизнеса.

Среди первостепенных задач коммерческого директора сети – увеличение доли рынка, оптимизация взаимодействия с действующими франчайзи, а также приведение внутренних процессов компании в соответствие с международными стандартами оказания услуг.

«Я уверен, что высокие профессиональные качества Игоря Бабкина, его богатый опыт по управлению крупными международными брендами на российском рынке положительно скажутся на динамике развития сети CENTURY 21 Россия», – прокомментировал назначение Егор Провкин, генеральный директор CENTURY 21 Россия.

По словам Игоря Бабкина, в приоритеты компании CENTURY 21 Россия на ближайший год входит освоение новых, перспективных рынков коммерческой и первичной недвижимости, а также усиление позиций на вторичном рынке в качестве лидера мнений, успешно адаптирующего многолетний зарубежный опыт к российским экономическим реалиям.

Игорь Бабкин имеет многолетний управленческий опыт, навыки разработки и реализации стратегии продаж, создания и развития партнерской сети. Окончил Московский финансово-юридический университет, имеет степень MBA.

CENTURY 21 расширяет границы сети!

К

рупнейшая по количеству офисов сеть агентств недвижимости CENTURY 21 (по данным MMR Strategy Group за 2015 год) непрерывно увеличивает свое присутствие в России. Еще три новых агентства присоединились к международной сети – это агентства CENTURY 21 Юго-Запад (Москва), CENTURY 21 Регион 63 (Тольятти) и CENTURY 21 Партнер (Переславль-Залесский).

В московском и тольяттинском агентствах проходит набор агентов, которые уже заключили свои первые договоры. Агентство в Переславле-Залесском является успешным игроком своего регионального рынка, решившим присоединиться к сети, чтобы укрепить свои позиции и перейти к международным стандартам обслуживания клиентов, принятым в сети CENTURY 21.

«На российском рынке есть только одна компания с релевантным зарубежным опытом – это CENTURY 21, именно поэтому я решил открыть собственное агентство под этим брендом. Прожив несколько лет за границей, я видел агентства сети и думаю, что в России их технологии сегодня более чем актуальны», – прокомментировал присоединение к сети Денис Рытиков, брокер агентства CENTURY 21 Юго-Запад (Москва).

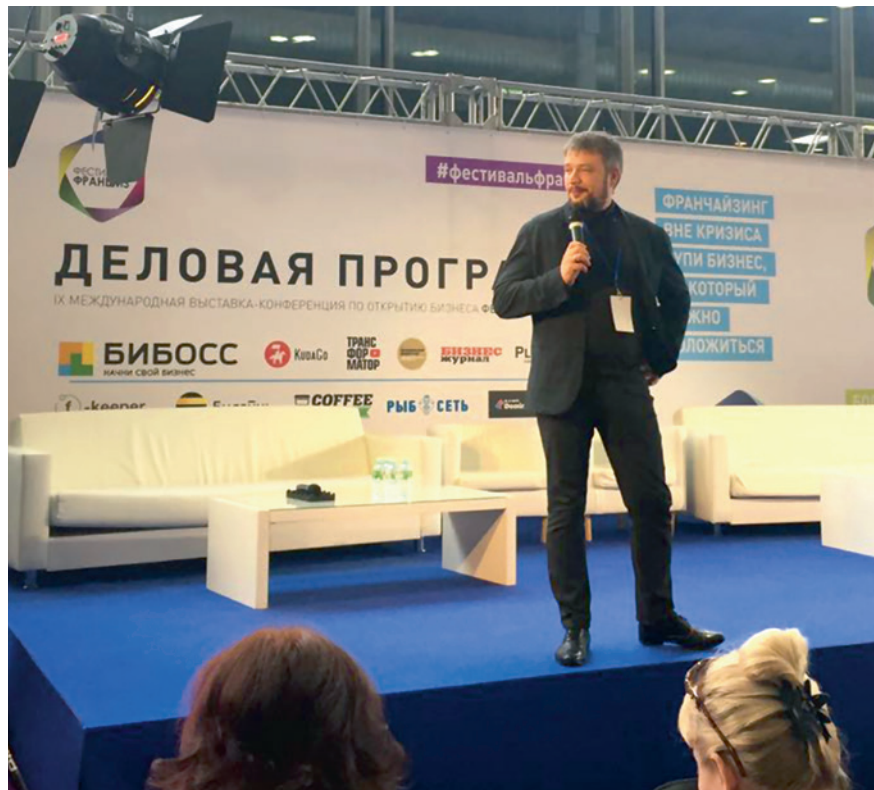


CENTURY 21 на Фестивале франшиз–2017

В Москве прошла IX Международная выставка-конференция по открытию бизнеса «Фестиваль франшиз». В рамках этого ежегодного мероприятия участники могли не только изучить спектр франшиз, представленных на российском рынке сегодня, но и принять участие в обширной деловой программе.

Крупнейшие франчайзинговые сети страны представили собственное видение ведения бизнеса в современных экономических условиях. Компания CENTURY 21 Россия, в очередной раз принявшая участие в Фестивале франшиз, представила модель успешного агентства недвижимости, продемонстрировавшую эффективность на самых сложных мировых рынках. О том, как открыть успешный бизнес в недвижимости, участникам Фестиваля рассказал директор по продажам компании Леонид Кашин.

Фестиваль франшиз – это высокоэффективная площадка для взаимодействия успешных франчайзеров и перспективных франчайзи, позволяющая увеличить количество франчайзинговых и партнерских сделок, а также создать дискуссионную площадку с обсуждением тенденций рынка франчайзинга.



CENTURY 21 – лауреат премии «Инфоповод года. Недвижимость»



По результатам ежегодного исследования компании «Медialogия» и Ассоциации профессионалов рынка недвижимости REPA, сеть агентств недвижимости CENTURY 21 вошла в число компаний, инициировавших самые резонансные PR-поводы рынка недвижимости в 2016 году. В число компаний, отмеченных в исследовании, вошли также государственные структуры и девелоперы.

Инфоповод на тему «Города с самым доступным жильем» стал резонансным, хотя был создан в результате более масштабных исследований. При этом федеральные и региональные СМИ не только перепечатали данную новость, но и самостоятельно стали исследовать данную тему.

В своей презентации по итогам исследования «Инфоповод года. Недвижимость» руководитель отдела аналитики CENTURY 21 Россия Кирилл Котриков обозначил участникам широкий спектр тем, которые также могут быть инициированы из аналитических исследований рынка.

Квартиру Леонида Брежнева продает агентство CENTURY 21

В агентстве CENTURY 21 Запад поступила в продажу бывшая квартира Леонида Ильича Брежнева (генеральный секретарь ЦК КПСС с 1966 по 1982 год). За 18 млн рублей покупатель получит двухкомнатную квартиру площадью 54 кв. метра. Квартира находится в московском районе Дорогомилово по адресу: Кутузовский проспект, 26.

Изначально квартира находилась в пятом подъезде дома, но Леонид Ильич присоединил к ней «двушку» из соседнего, четвертого, подъезда, для того чтобы там поселилась его дочь, однако впоследствии она редко туда заглядывала.

Через некоторое время после смерти генсека квартиры опять разделили и затем продали. Теперь бывшая двухкомнатная квартира Брежнева снова в продаже. Жители столицы по сей день называют дом, где находится продаваемая квартира, «брежневским», хотя в одном подъезде с ним жили и главный идеолог Сулов, и глава КГБ Андропов.

Ноябрь 2011



В российский прокат вышел фильм с образами CENTURY 21!



В мае 2012 года в российский прокат вышел фильм «Чего ждать, когда ждешь ребенка» (What to Expect When You're Expecting), в котором активно используются узнаваемые элементы фирменного стиля крупнейшей в мире сети агентств недвижимости CENTURY 21. В частности, внимательный зритель может увидеть фирменные желтые «стойки-виселицы» и золотые пиджаки агентов сети.

Фильм Кирка Джонса рассказывает историю пяти пар, которым предстоит все радости процесса ожидания и рождения ребенка. Кинокомедия пропагандирует семейные ценности и показывает важность взаимопомощи близких людей, а американская недвижимость является идеальным фоном для сюжета. Среди прочих, в фильме снимаются голливудские звезды – Кэмерон Диаз и Дженнифер Лопез.

«Чего ждать, когда ждешь ребенка» – не первый случай, когда элементы фирменного стиля CENTURY 21 использовались в кино. Так, в 2007 году на экраны вышла комедия «Эван Всемогущий», снятая режиссером Томом Шэдьяком, которая, в свою очередь, является продолжением комедии 2003 года «Брюс Всемогущий» с Джимом Керри в главной роли. Кстати, первой страной, где состоялась премьера фильма, была Россия, в США фильм вышел в прокат на день позже.

Июнь 2012

Дональд Трамп в рекламе CENTURY 21



СENTURY 21 стала первой компанией рынка недвижимости, которая будет транслировать рекламу во время проведения Кубка «Super Bowl». Темой рекламы станет представление агентов CENTURY 21 как наиболее умных, смелых и быстрых – именно это означает в переводе на русский слоган компании – Smarter. Bolder. Faster.

CENTURY 21 не делала официальных заявлений, но New York Times сообщает, что в рекламе примет участие Дональд Трамп. Помимо Дональда Трампа в рекламе CENTURY 21 появятся атлеты Дайан Сандерс и Аполло Оно. Дайан Сандерс, известный также под прозвищем Прайм-тайм, был защитником Национальной футбольной лиги и игроком Главной бейсбольной лиги, теперь он аналитик Сети НФЛ. Аполло Оно является чемпионом по бегу на коньках на короткую дистанцию.

В рекламе Трамп станет символом ума, Сандерс – смелости, а Оно – скорости.

Февраль 2012

Масштабная рекламная компания CENTURY 21 для кубка Super Bowl

Крупнейшая международная сеть CENTURY 21 вновь объявила о своих планах размещать рекламные ролики во время трансляции Кубка «Super Bowl» по американскому футболу, который пройдет 3 февраля 2013 года в Новом Орлеане (Луизиана, США).

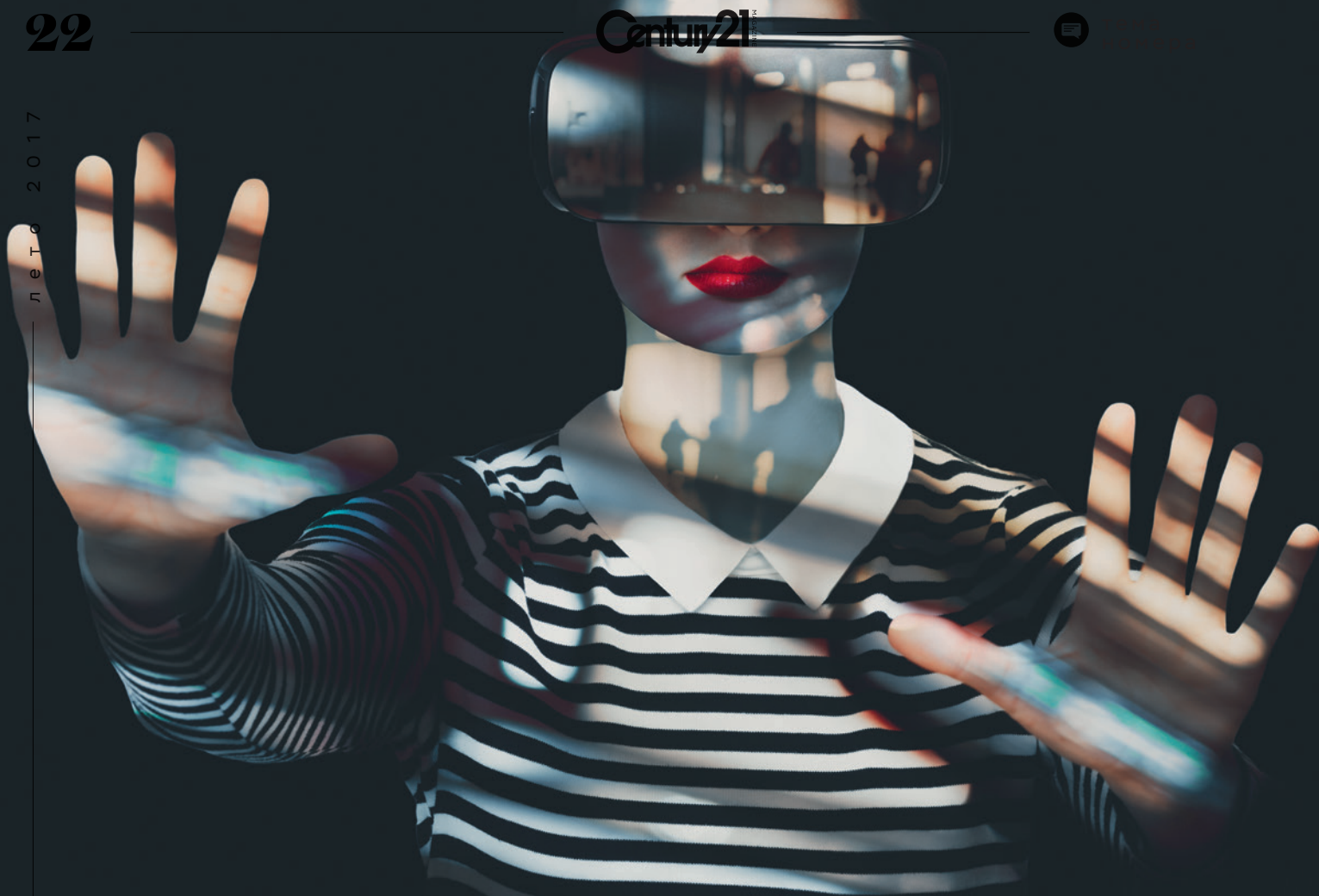
Компания будет транслировать свои ролики на Кубке уже второй год подряд и тем самым еще раз подтвердит свой статус единственной за последние 20 лет риэлторской компании, рекламирующей во время трансляции Кубка. По статистике NBC, прошедшая 5 февраля в Индианаполисе игра собрала более 100 миллионов телезрителей.

«Мы получили более значимую отдачу от этой медиа-кампании, нежели планировали, – комментирует Беверли Торн, директор по маркетингу CENTURY 21. – Количество рекламных публикаций, вышедших в течение 6 недель до и после игры, примерно равны объему публикаций о компании за весь предыдущий год».

Рекламные ролики для «Super Bowl» будут продолжать начатую рекламную кампанию под слоганом «Умнее, Смелее, Сильнее», разработанную как одно из рекламных направлений 40-летнего юбилея, который компания отмечала в 2011 году.

Декабрь 2012 – январь 2013





Виртуальный real estate

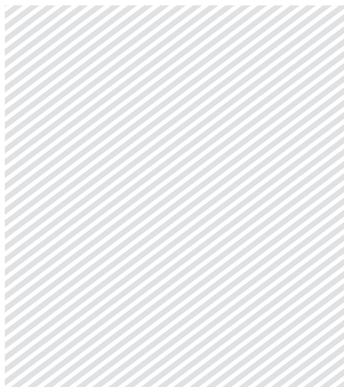
ПРОДАЖА НЕДВИЖИМОСТИ ВХОДИТ В ТОП-5 СФЕР, ПЕРСПЕКТИВНЫХ ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ, И УЖЕ СЕГОДНЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ИХ ИСПОЛЬЗУЮТ РИЭЛТОРЫ И ЗАСТРОЙЩИКИ.

ТАТЬЯНА ЕЛЕКОВА

К

2020 году продажи недвижимости с помощью технологий виртуальной реальности (VR) станут привычным явлением. По прогнозам экспертов, в чуть более отдаленном будущем серьезное воздействие

на рынок недвижимости окажут и программы дополненной реальности (AR). Согласно ежегодному отчету инвестиционной компании Goldman Sachs,



продажа недвижимости входит в Топ-5 сфер, перспективных для применения технологий VR и AR, а доходы от продажи недвижимости при помощи виртуальной реальности составят 750 млн долларов уже через 5 лет.

Несмотря на то, что главная сложность выхода на массовый рынок – отставание развития технологий – пока не преодолена, уже сегодня инструменты виртуальной реальности все чаще применяются при продаже первичной недвижимости, в то время как на вторичном рынке даже использование панорамных съемок – большая редкость.

НЕРЕАЛЬНЫЙ ШОУ-РУМ

Согласно прогнозам CENTURY 21, виртуальные решения могут значительно увеличивать конверсию, особенно, если речь идет о первичном рынке. «В этом сегменте VR, безусловно, является мощным маркетинговым инструментом, поскольку у потенциальных покупателей появляется возможность увидеть то, что еще не построено, – комментирует Евгений Стрижов, брокер агентства CENTURY 21 Home Real Estate, г. Пермь. – Причем, не только свою будущую квартиру, но и территорию всего жилого комплекса».

В настоящий момент такие возможности дают VR-платформа Planoplan, приложение Entre, сервис онлайн-бронирования HMarket.pro, с помощью которых через очки виртуальной реальности, куда вставляется смартфон, можно погрузиться в VR-туры по строящимся квартирам.

«Сейчас все больше застройщиков проявляют интерес к подобной новации. Ведь по сути, это тот же шоу-рум, только сделать его можно еще на стадии бумажного проекта, да и стоит он в разы дешевле», – говорит брокер московского агентства CENTURY 21 Panorama Realty Константин Ламин.

Действительно, по данным интерактивного агентства «Кельник», стоимость пакета контента и VR-тура в 40–50 тыс. рублей на типовую квартиру в многоквартирном доме «размазывается» на 10–20 квартир и в итоге составляет около 2–5 тыс. рублей на одну продажу. Однако директор интерактивного агентства Олег Кельник убежден, что даже эти затраты должны ложиться в структуру затрат застройщика, который, в свою очередь, должен передавать этот контент агентствам. «Для строительной компании это адекватные затраты на контент. Если же его будет заказывать агентство, он обойдется значительно дороже, и с учетом маржинальности бизнеса окажется убыточным», – объясняет Олег Кельник.

Впрочем, на российском рынке уже есть первые попытки внедрения виртуальных технологий жилой недвижимости, ориентированных именно на риэлторские компании. В частности, федеральный сервис «HMarket.pro» внедрил формат виртуального тура совместно с партнером Planoplan для выстраивания новых сценариев продаж первичного жилья риэлторами. В настоящий момент уже отмоделировано около 2 млн кв. м жилья по всей России, и в самое ближайшее время они станут доступны для риэлторов.

По данным Goldman Sachs, в 2020 году новыми методами продаж будут пользоваться около 130 тысяч риэлторов по всему миру. Россия – не исключение.



ВТОРИЧНЫЙ VR

Сегодня VR – это устойчивый тренд, однако на данный момент технология используется только в строящихся проектах. При демонстрации объектов вторичного рынка виртуальная реальность применяется в единичных случаях.

Эксперты объясняют это тем, что технология 3D-моделирования для массового вторичного жилья в среднем нерентабельна, зато прекрасно работает панорамная фотосъемка. «Панорамные туры на 360° также можно просматривать в шлемах и очках виртуальной реальности, и риэлторам стоит начинать учиться пользоваться этим инструментом уже сейчас. Конечно же, не нужно рассчитывать на то, что покупатель примет решение без просмотра объекта «вживую». Но выборка может сократиться с десяти до двух-трех наиболее вероятных с точки зрения сделки объектов, а это существенная экономия времени», – говорит Олег Кельник.

Использование таких туров может быть особенно полезно в сегменте дорогостоящей элитной недвижимости, которая сегодня может продаваться годами. «Покупатели премиальных объектов, как правило, – люди занятые, у них мало времени на просмотр объектов. К тому же у большинства из них завышенные ожида-



VR-ТЕХНОЛОГИИ
ПОЗВОЛЯЮТ
ПОКУПАТЕЛЮ
УВИДЕТЬ ТО,
ЧТО ЕЩЕ НЕ
ПОСТРОЕНО

ния, да и зачастую они толком не понимают, что конкретно хотят приобрести. Виртуальные туры по квартирам во многом помогают справиться с этими проблемами», – говорит Павел Васильчук, брокер агентства CENTURY 21 Expert Sochi.

VR-технологии являются большим подспорьем и в случае дистанционных продаж. «Когда покупатель выбирает недвижимость в другом городе, сокращение количества вариантов и точек просмотра – это уже экономия не только времени, но и денег на дорогу, проживание и так далее», – поясняет Олег Кельник.

В полностью дистанционные покупки эксперт пока не верит, даже если они делаются в инвестиционных целях. «Но время и развитие потребительских VR-устройств, возможно, изменят эту ситуацию. Например, когда агент сможет транслировать в реальном времени видео на 360° с физического просмотра квартиры и переносить камеру туда, куда попросит клиент. Это не футурология, это сегодняшние потребительские технологии», – убежден Олег Кельник.



ДОПОЛНЯЙ И ВЛАСТВУЙ

Еще более интересной является технология дополненной реальности. «AR-инструменты совмещают виртуальное и реальное и взаимодействуют в реальном времени, – объясняет Инна Верещагина, директор агентства CENTURY 21 Capital Petersburg. – Например, приложение Homesnap, AR-приложение Lux и NuOffice помогают пользователям получать информацию о домах, которые доступны для продажи в конкретной местности. Достаточно кликнуть по интересующей вас локации, и вы получите всю информацию о продающихся здесь домах».

Покупателям даже не потребуется входить в здание – они могут, просто проезжая мимо, просмотреть всю интересующую информацию через специальное приложение.

Технологии дополненной реальности также способствуют более быстрому поиску квартиры, однако пока в использовании AR-приложений существует ряд ограничений, препятствующих их широкому применению. ♣





Покупка квартиры в новостройке с зачетом имеющегося жилья

СЕГОДНЯ ТЕХНОЛОГИЯ ВЗАИМОЗАЧЕТА ВТОРИЧНОГО ЖИЛЬЯ ЗА НОВОСТРОЙКУ СТАЛА ПРИВЫЧНОЙ, А В НАЧАЛЕ 2010-Х СПЕЦИАЛИСТЫ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ И ИХ КЛИЕНТЫ ТОЛЬКО НАЧИНАЛИ ОСВАИВАТЬ ЭТУ СИСТЕМУ. УЗНАЕМ, КАК ЭТО ПРОИСХОДИЛО.

Схема приобретения нового жилья в зачет имеющегося вторичного существует достаточно давно – с 90-х годов, однако раньше застройщики охотнее принимали на продажу вторичное жилье и применяли схему выкупа. Объясняется это тем, что на растущем рынке застройщик мог вдвойне заработать – на разнице продажи до 30% от рыночной цены и на стремительном росте цен. В некоторых случаях прибыль составляла 100%. Сегодня о таких цифрах речь уже не идет. Однако на рынке применяются несколько схем приобретения квартиры в новостройке взамен уже имеющегося жилья.

ПРИБРЕТЕНИЕ НОВОГО ЖИЛЬЯ ПОД РЕАЛИЗАЦИЮ ВТОРИЧНОГО

1. Подписание договора с застройщиком на реализацию имеющейся квартиры (реализацией занимается либо риэлторский отдел строительной компании, либо агентство недвижимости, работающее с застройщиком на условиях подряда, которое обязуется продать жилье).

2. Поиск покупателя.

3. Реализация вторичного жилья.

4. Оформление новостройки на физическое лицо.

Здесь многое зависит от компетентности риэлторов и умения правильно оценить недвижимость, рассчитать затраты и время на реализацию недвижимости, так как строительная компания, как правило, ограничивает срок продажи договором бронирования новостройки. Чаще всего в договоре бронирования указывается срок в 3 месяца, поскольку за меньший период времени продать квартиру сложно, а больший срок неинтересен застройщику – ему нужны «живые» деньги для завершения проектов. При подписании договора

покупатель новостройки вносит аванс за бронирование с целью подтверждения серьезности своих намерений. Отлаженный контроль и мониторинг рынка – залог успешной сделки по первой схеме.

ВЫКУП КВАРТИРЫ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИЕЙ/АГЕНТСТВОМ

1. Оформление вторички на строительную компанию

2. Оформление новостройки на покупателя – физическое лицо.

В этом случае подписывается договор с застройщиком на приобретение новостройки и одновременно вторичное жилье оформляется на застройщика. Застройщик сам решает, когда ему выгоднее продавать квартиру. Таким образом, если дом еще не построен, то с клиентом заключается договор долевого участия или переуступки прав требования, а если дом построен и прошел госкомиссию, то есть вероятность оформления на покупателя прав собственности. Однако в зачет новой квартиры поступает не вся рыночная стоимость вторичного жилья, а сумма на 20-30% меньше – лишь такие условия приобретения вторичного жилья в зачет новостройки привлекательны для застройщика. В случае реализации жилья в новостройке высокой степени готовности или при заключении договора с проверенным и надежным застройщиком, как показывает жизнь, такая сделка является наиболее выгодной.

Описанные схемы можно назвать одним словом – «взаимозачет», где в качестве платежа в зачет принимается квартира. Но взаимозачет может быть удачным лишь в том случае, если клиент воспользуется компетентной консультацией и сопровождением сделки специалиста по недвижимости.

Сентябрь 2010

Digital

ВАМ В ПОМОЩЬ

МИР ЗАХВАТИЛИ DIGITAL-ТЕХНОЛОГИИ, И РИЭЛТОРЫ,
ОСОЗНАВШИЕ ЭТО, ЗНАЧИТЕЛЬНО ЧАЩЕ ЗАКЛЮЧАЮТ СДЕЛКИ,
ЧЕМ ТЕ, КТО ИГНОРИРУЕТ ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.

ТАТЬЯНА ЕЛЕКОВА



К

ак известно, рынок не стоит на месте: меняются форматы недвижимости, цены, запросы и потребности клиентов. И привычные механизмы продвижения объектов

вторичной недвижимости, эффективно работавшие 5–7 лет назад, не всегда обеспечивают прежнюю отдачу. Мир захватили digital-технологии, и риэлторы, осознавшие это, значительно чаще заключают сделки, чем те, кто игнорирует цифровой маркетинг.

ПОЛЮБИТЕ ЦИФРЫ

Исследования, проведенные аналитиками CENTURY 21, показали, что грамотное продвижение на вторичном рынке позволяет привлечь в 2–3 раза больше покупателей на просмотр объекта, и, как следствие, продать квартиру быстрее и по максимально выгодной цене.

По словам Андрея Ковальчука, брокера агентства недвижимости CENTURY 21 New Home (г. Владивосток), одним из действенных инструментов, влияющих на скорость продаж любого объекта недвижимости, является адресная контекстная реклама. Чтобы ее увидеть, потенциальному покупателю не обязательно заходить на профильные сайты, ему достаточно набрать в поисковой строке свой за-

прос, например: «Куплю однокомнатную квартиру во Владивостоке». В результатах поиска тут же появляется подробное объявление со всеми параметрами объекта, его фотографиями и контактами агента. «За каждый переход «Яндекс Директ» или Google Adwords списывает от 5 до 60 рублей, зато шансы быстро продать квартиру повышаются многократно. При этом по-прежнему остаются эффективными некоторые оффлайн-инструменты для продвижения: мы активно проводим ярмарки недвижимости и дни открытых дверей. Как показывает практика, на таких мероприятиях люди часто принимают окончательное решение приобрести жилье», – комментирует эксперт.

Хорошо работает и простое выделение рекламного объявления. На многих сайтах-агрегаторах это сейчас очень популярная платная услуга. При том объеме объявлений, которое мы сейчас имеем на сайтах-агрегаторах, особенно если он раскручен, как, например, Avito, объявление очень быстро уходит вниз, и покупатели его просто могут не найти. Выделенное объявление, опубликованное в специальном блоке легко обнаружить, поэтому шансы, что клиенты откликнутся, существенно возрастают.

ПОЙМАТЬ В СЕТИ

Все большее значение приобретает работа в социальных сетях, в которых можно вести блоги на актуальные темы. «Риэлтор-блоггер, умеющий



хорошо и интересно писать, быстро набирает большое количество подписчиков. Ав перспективе люди, читающие его блог, могут стать его потенциальными клиентами. Или же порекомендовать его своим знакомым и родственникам», – отмечает Ильназ Гизетдинов из CENTURY 21 Манго (г. Казань). Практика обсуждать на своей странице различные законодательные аспекты, объяснять нюансы сложных сделок и просто делиться со своими читателями забавными ситуациями из рабочих будней, позволила агенту серьезно повысить свою профессиональную репутацию.

Кроме того, на своей страничке можно давать рекламу находящихся в продаже объектов. Особенно хорошо работает презентация уникальных объектов. Причем, уникальным может быть не только элитный пентхаус или трехэтажный коттедж на побережье. Квартира за 2 млн рублей является не менее экстраординарным вариантом. «На самом деле, если сделать правильное позиционирование, то уникальным станет практически любой объект. Главное найти какую-то изюминку. Это может быть цена, невероятно красивый потолок с лепниной, действующий камин, оригинальный ремонт, локация – да все, что угодно», – считает брокер агентства CENTURY 21 Expert Sochi Павел Васильчук.

Очень хорошо работают видео-презентации, которые также можно размещать как на своих страницах в социальных сетях, так и на сайтах с большой аудиторией, таких как YouTube. «Видеопанорама квартиры или же загородного дома позволяет покупателю быстро определить не только состояние объекта, но и его ликвидность и соответствие выставленной стартовой стоимости. Такая наглядная реклама зачастую позволяет покупателю в максимально короткие сроки определиться, стоит ли ему вообще смотреть объект, а после просмотра видео-презентация



ЕСЛИ СДЕЛАТЬ
ПРАВИЛЬНОЕ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ,
ТО УНИКАЛЬНЫМ
СТАНЕТ
ПРАКТИЧЕСКИ
ЛЮБОЙ ОБЪЕКТ

позволит освежить в памяти то, что он уже видел и быстрее определиться с выбором, поэтому наши агенты активно пользуются этим инструментом продвижения», – комментирует Наталия Мурьгина из московского агентства CENTURY 21 Серебряный Век.

Эксперты также рекомендуют чаще выходить на тематические форумы, где происходит обсуждение различных целевых программ, таких как «Военная ипотека», «Молодая семья», и т.п. Обычно участники таких интернет-дискуссий активно интересуются условиями продаж и существующими объектами, и в ходе общения с участниками можно существенно пополнить свою клиентскую базу.

РИЭЛТОРАМ БЫТЬ

Сейчас многие агенты, особенно те, кто имеет большой стаж работы, переживают, что новые услуги и технологии задавят риэлторский бизнес. Зачем нужен риэлтор, если есть сайты-агрегаторы, бесплатно предоставляющие информацию практически обо всех находящихся в продаже квартирах, домах и комнатах, а любой объект можно проверить, взяв по интернету выписку из ЕГРП? Действительно, какую-то часть клиентов риэлторский бизнес потерял, но она не так значительна, как может показаться. Большинство же людей, планирующих приобрести или продать свою недвижимость, как и прежде будут обращаться к профессионалам рынка недвижимости. Ведь объективно оценить объект недвижимости, выявить реальные потребности клиента, помочь провести грамотный стейджинг и «склеить» сложную сделку не сможет даже самая продвинутая интернет-технология. А вот для эксперта недвижимости digital-новации могут стать огромным подспорьем в работе. ▲

СКИДКА 15%

на любую уборку – от поддерживающей до послестроительной

Для получения скидки звоните:
+7 (499) 704-57-37 | +7 (985) 642-13-41
Кодовое слово: **CENTURY 21**

SwissClean
www.swiss-clean.ru





Выбираем социальное окружение квартиры

ЕСЛИ РАНЬШЕ ПОКУПАТЕЛИ ВЫБИРАЛИ ОДНИ ОБЪЕКТЫ, ТО СЕГОДНЯ ИХ ВКУСЫ ИЗМЕНИЛИСЬ, НО СОВЕТЫ ПО ВЫБОРУ СОЦИАЛЬНОГО ОКРУЖЕНИЯ КВАРТИРЫ, ОПУБЛИКОВАННЫЕ В НАШЕМ ЖУРНАЛЕ В 2011 ГОДУ, ПО-ПРЕЖНЕМУ АКТУАЛЬНЫ.

Решившись на приобретение квартиры, каждый человек задается справедливым вопросом: «На что обратить внимание в предстоящей сделке, чтоб остаться довольным приобретением»? Безусловно, скрупулезный анализ юридических тонкостей застрахует вас от неучтенных собственников и прочих возможных претендентов на ваше жилье, но не гарантирует отсутствие всех остальных возможных неурядиц.

СОСЕДИ

Их образом жизни обычно в первую очередь интересуются потенциальные покупатели при осмотре квартиры. В результате ложно обрисованного соседского окружения, в виде бонуса к новой квартире вы можете получить или любителя домашних животных, или злоупотребляющего алкоголем гражданина, или меломана, который ночами любит слушать свою любимую музыку на полной громкости.

СОСТОЯНИЕ ДОМА

Стоит обратить внимание и на техническое состояние дома и его инженерной инфраструктуры – в доме могут протекать коммуникации, систематически вышибать пробки, течь ржавая горячая вода или что-то еще, не менее «приятное» для комфортной жизни.

ИНФРАСТРУКТУРА

Иногда и развитая инфраструктура может оказать недобрую службу: например, продуктовый магазин на первом этаже может способствовать появлению в подъезде тараканов или грызунов. Или расположенный по соседству противотуберкулезный (наркологический, кожно-венерологический) диспансер грозит ежедневными встречами с его посетителями.

Защитить себя от многих проблем совсем не так трудно. Достаточно поискать информацию о районе в интернете, причем не только на официальных сайтах префектур, но и на страничках, созданных самими жителями района, и неофициальных форумах – именно там вы и найдете исчерпывающую информацию.

Что до соседей, то всегда можно выкроить вечер и зайти в подъезд вашего предполагаемого жилища. По звуковому фону вы получите представление о звукоизоляционных свойствах стен дома, а также посмотрите, не собираются ли на этажах веселые компании.

Одним словом, даже работая с профессиональным риэлтором, рассматривайте покупку квартиры комплексно, поскольку условия вашей дальнейшей жизни во многом будут зависеть от того, кто и что вас окружает.

Август-сентябрь 2011

Жилье на скорую руку

СЕГОДНЯ «ХРУЩЕВКИ» – ОДНИ ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ СООРУЖЕНИЙ В СТРАНЕ. МНОГИХ ИНТЕРЕСУЕТ ВОПРОС, ЧТО С НИМИ БУДЕТ, НО ДАЛЕКО НЕ ВСЕ В КУРСЕ, КАК ОНИ СТАЛИ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ СОВЕТСКОЙ ДЕЙТЕЛЬНОСТИ.

ТАТЬЯНА ЕЛЕКОВА



Ш

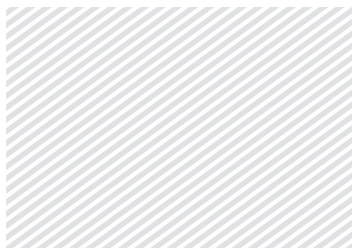
анельные малозажки, построенные в период с 1958 по 1985 годы, так называемые «хрущевки», сегодня часто подвергаются критике. Действительно, практически по всем параметрам они уступают и

своим предшественникам – сталинским квартирам, и более комфортабельному новому жилью, поэтому их упоминание у большинства россиян ничего, кроме негатива не вызывает. Однако в свое время их появление позволило десяткам миллионов жителей Советского Союза выехать из многокомнатных коммуналок и общежитий и начать новую цивилизованную жизнь.

ВДОХНОВЛЕННЫЕ ЗАПАДОМ

О необходимости строительства доступного жилья советское руководство стало серьезно задумываться сразу после окончания Великой Отечественной войны, когда 25 млн человек остались без крыши над головой. Жилищный кризис в Советском Союзе достиг своего апогея, поэтому страна уже не могла себе позволить продолжать строить монументальные добротные сталинки – слишком долго и дорого. Альтернативой стало панельное домостроение, которое снижало стоимость строительства на 30% и отличалось фантастически короткими сроками.

Немецкую технологию возведения крупнопанельных жилых зданий Plattenbau (панель-



НЕМЕЦКУЮ
ТЕХНОЛОГИЮ
PLATTENBAU
СССР ПОЛУЧИЛ
ОТ ГЕРМАНИИ
В КАЧЕСТВЕ
РЕПАРАЦИИ



бременного американским предпринимателем Билом Левиттом. Хрущева потрясли не только низкая себестоимость, но и скорость строительства – сборные одноэтажные дома под двускатной крышей общей площадью 74 кв. м возводились всего за неделю. Подобные темпы достигались за счет применения множества хитроумных новаций, однако основным фактором, позволяющим строить дома быстро и дешево, стала детально продуманная организация производства. Строительный цикл был разбит на 27 этапов, и каждая бригада отвечала за свой участок работы, выполняя его в каждом последующем доме.

Большой интерес у руководителя страны Советов также вызвала и теория функционализма в архитектуре, основные принципы которого были сформированы французским проектировщиком Ле Корбюзье. Вкратце суть их сводилась к использованию чистых геометрических линий (в основном прямоугольных), отсутствию архитектурных деталей на фасадах, применению готовых панелей из стекла и железобетона. В связи с этим уже через год после смерти Сталина резкой критике была подвергнута «практика украшения в архитектуре», которым грешил сталинский стиль, а в 1958 году состоялся масштабный переход на новые, прогрессивные решения в области строительства, которые стали результатом соединения технологии немецких Plattenbau, американского конвейерного строительства и архитектурных идей француза Ле Корбюзье.

ДОГНАТЬ И ПЕРЕГНАТЬ АМЕРИКУ

Первая серия домов из готовых блоков, которые впоследствии народ окрестил

ное строение) СССР получил от Германии как репарацию за понесенный ущерб сразу после победы в Великой Отечественной войне. Помимо самой технологии немцы также передали Советскому Союзу производство и специалистов, имеющих опыт подобного строительства. Благодаря этому уже в 1947 году в Москве на Соколиной горе появился первый панельный дом высотой в четыре этажа, который возвели всего за 90 дней.

Однако массовым производство «панелек» стало только после того, как кресло генерального секретаря ЦК КПСС занял Никита Хрущев, с чьим именем они и вошли в историю. В ходе своих многочисленных зарубежных поездок он узнал об успешном опыте конвейерного строительства, изо-



«хрущевками», появилась в московских Черемушках в 1958 году. Причем советским рабочим удалось обогнать по срокам американских строителей. Если те за неделю строили одноэтажный блок, то наши стахановцы всего за 12 суток возвели четырехэтажный дом.

Основой по нормативам для советских проектов стали строительные стандарты, которые использовались в Германии с 1870 по 1920 годы. Именно в соответствии с ними жилую площадь однокомнатной квартиры ограничи́ли 21 кв. м, размер двухкомнатной отличался всего на метр, площадь кухни не превышала 4,5 кв. м, а места общего пользования должны были уместиться на 9 кв. м. Однако даже рачительные немцы в своих проектах не решились уменьшить толщину межквартирных стен до 8 см, а межкомнатных – до 4 см. Таким параметрам, которые сводят как звукоизоляцию, так и шумоизоляцию к абсолютному нулю, жители первых «хрущевок» серии «К-7» обязаны деду солиста группы «Мумий Тролль» Виталию Лагутенко, получившему за свою новацию государственную премию. Также из соображений экономии до 2,5 м была снижена высота потолков, устанавливались сидя-



чие ванны, для прихожей отводился закуток размером 1,1 кв. м.

Впрочем, хрущевские кварталы состояли не из одних только недостатков. Большим преимуществом, например, являлись достаточно просторные зеленые дворы, в которых размещали бассейны, украшали скульптурными группами, делали детские и спортивные площадки.

Самое же главное, что благодаря строительству этих «панелек» в значительной степени была решена жилищная проблема в стране. За годы руководства Никиты Хрущева (1953–1964) в новое отдельное жилье переселилась четверть населения СССР – более 54 млн человек. Благодаря отдельным, пусть и небольшим квартирам советские граждане получили личное пространство, а жилые микрорайоны, хоть и не отличались архитектурным разнообразием, позволили Советскому Союзу стать страной городов.

С уходом Хрущева с поста генерального секретаря строительство хрущевок не прекратилось. Их возведение продолжалось вплоть до 1985 года, и на сегодняшний момент 10% всего жилого фонда страны или около 290 млн кв. м составляют именно дома такого типа. ■



Все сценарии при незаконной перепланировке

СТАТЬЯ О ПЕРЕПЛАНИРОВКАХ, НАПИСАННАЯ ДИРЕКТОРОМ
ЮРИДИЧЕСКОГО ДЕПАРТАМЕНТА CENTURY 21 РОССИЯ ДАМИРОМ
ХАКИМОВЫМ, ДО СИХ ПОР АКТУАЛЬНА И ПОЗНАВАТЕЛЬНА.

Жилищный кодекс четко определяет понятие перепланировки, то есть изменений конфигурации помещения, но не всех, а только требующих корректировки технического паспорта. Определяет он и переустройство – внесение изменений в систему инженерных сетей и оборудования помещения.

Стоимость перепланировки складывается из нескольких статей расходов. Во-первых, разработка и создание технического проекта переделки, соответствующего строительным, жилищным, санитарным и противопожарным нормам. Такой документ должен быть правильно оформлен, а компания, которой вы поручаете его составление, должна состоять в соответствующей саморегулируемой организации (подробнее см. 315-ФЗ от 1.12.2007). Во-вторых, стоимость самих строительных работ, в-третьих, – сбор, взимаемый за оформление соответствующих документов в профильном органе власти. Прибавьте сюда стоимость разработки дизайна интерьера – и получится кругленькая сумма.

Если она у вас есть, первое что вам понадобится – дизайн-проект будущего интерьера. Затем с полученным эскизом необходимо обратиться в проектную организацию. Получив на руки проект, можно идти с заявлением установленного образца в уполномоченный орган местного самоуправления. Не забудьте указать в заявлении сроки и режим проведения работ.

Если вы живете в помещении на основе договора социального найма, то понадобится еще и согласие всех членов семьи. Если здание является объектом культурного наследия, то к заявлению придется приложить заключение соответствующей инстанции. Пакет документов на регистрацию перепланировки также должен включать правоустанавливающие документы на помещение и его технический паспорт. После сдачи всех документов закон дает 45 дней уполномоченному органу на принятие решения о возможности внесения изменений в конструкцию помещения.

Сегодня самое распространенное нарушение – самовольная перепланировка, без уведомления и соответствующей регистрации в госорганах. Что же грозит нарушителям?

За несоблюдение соответствующих норм законом предусмотрено достаточно мягкое наказание в виде предупреждения или административного штрафа. Кроме того, вас наверняка обяжут устранить выявленные нарушения. Можно также обратиться в суд с заявлением о признании вашей перепланировки законной. Если конструктивные изменения в вашей квартире не угрожают жизни и здоровью окружающих и соответствуют всем установленным нормам, то вероятность благоприятного исхода дела весьма высока.

Если собственник недвижимости не исполняет предписаний по приведению помещения в прежнее состояние, контролирующая организация вправе сама инициировать судебное разбирательство. В лучшем случае – вы выиграете суд, в худшем – проиграте и понесете не только судебные издержки, но и расходы на устранение ранее выявленных нарушений.

В последнее время все чаще встречаются ситуации, когда собственник преднамеренно игнорирует требования устранить выявленные нарушения. В таком случае по решению суда квартира может быть принудительно продана на торгах по рыночной стоимости. По итогам ее реализации бывшему владельцу выплатят сумму полученных за помещение средств за вычетом расходов на проведение торгов, судебных издержек, комиссии. Новому же собственнику вменяется в обязанность устранить конструктивные нарушения объекта, допущенные предыдущим владельцем.

Незаконная перестройка помещения может всплыть в любой момент: при продаже, при проверке другими организациями, например, представителем газовой службы. Поэтому специалисты настоятельно рекомендуют поступить по закону. Если вы покупаете помещение с незаконной перепланировкой, то вам следует обратиться к специалистам-проектировщикам и вместе оценить соответствие внесенных изменений всем нормам: строительным, санитарным, пожарным и т.д. При отсутствии замечаний со стороны инженера-проектировщика вы можете попросить продавца о скидке в размере затрат на предстоящее узаконивание.

Февраль-март 2014

Смешать, но не взбалтывать

«ДЕЛЬТАКРЕДИТ» – БАНК, ВСЕГДА РАБОТАВШИЙ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ, – О СОТРУДНИЧЕСТВЕ С РИЭЛТОРАМИ И ЕГО ПЕРСПЕКТИВАХ.

Анастасия Москвитина

В

свете развития технологий перспектива замены реального человека технологическим продуктом так или иначе встает перед каждой отраслью. Но может ли прогресс привести к объединению или

даже поглощению одних профессий другими? Возможно ли дальнейшее сотрудничество риэлторов и банков на взаимовыгодной основе – эта тема вызвала широкий общественный резонанс. CENTURY 21 Magazine считает, что возможно. Узнаем мнение второй стороны – банковского сообщества в лице Марии Муляновой, и.о. директора ипотечного банка «ДельтаКредит» в Центральном федеральном округе (АО «КБ ДельтаКредит»).

– В отличие от других крупных банков, «ДельтаКредит» не имеет планов по выходу на рынок недвижимости – он уже давно на рынке недвижимости. Расскажите, когда и почему в группе

Societe Generale было принято решение вывести это направление в отдельную структуру?

– Мы, можно сказать, «исторически» занимаемся ипотекой, еще с начала 2000-х. И в состав группы Societe Generale мы вошли в 2005 году уже как ипотечный банк. Эта модель позволяет нам концентрироваться на своем продукте, знать своего клиента и своих партнеров.

Ипотечный бизнес в России интересен. Во-первых, он требует от банка возможности выдавать «длинные» кредиты и все время жизни ипотечного кредита обеспечивать его резервами. Это ограничивает число банков-участников. С другой стороны, сама ипотечная культура в России еще очень молодая, и у нас в стране большие перспективы по росту проникновения ипотеки в структуру сделок с недвижимостью. Снижение ставок будет этому только способствовать.

– Какие еще инструменты кроме снижения ставок используются для укрепления позиций на этом рынке?

– Один из основных принципов – давать рынку продукты, которые больше не предлагает никто. Помимо стандартной ипотеки на первичку и вторичку у нас есть ипотека на гаражи и машиноместа, ипотека на комнату и долю, ипотека на строительство и покупку готового дома. Мы проводим сделки между родственниками и кредитруем граждан других стран, которые получают зарплату в России. В Московском регионе мы с начала года выдали 6,5 млрд рублей ипотеки. Из них 85% – вторичка и 15% – первичка.

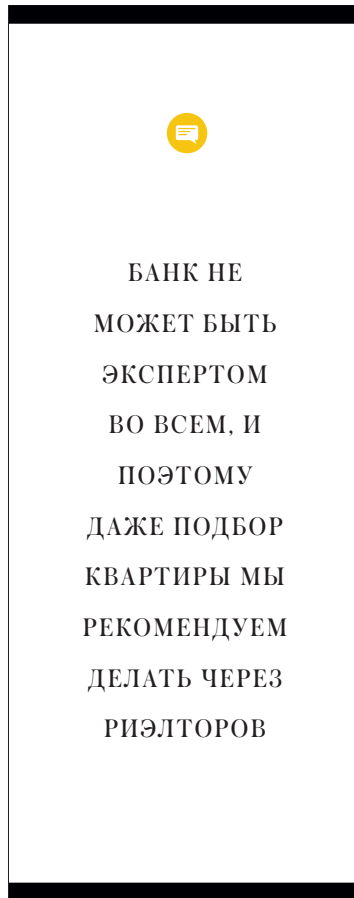
Рост доли новостроек – закономерная тенденция: стройка ускоряется, клиентам интересно современное жилье для улучшения своих жилищных условий. В то же время мы видим большие перспективы в сегменте вторичного жилья. Во-первых, для банков «вторичка» более желанна, потому что в ней меньше рисков, и отсутствует самый главный из них – риск того, что жилье не достроят. Во-вторых, любая сделка имеет два этапа – и чтобы купить новую квартиру, нужно продать старую. В ближайшие годы мы увидим, что ипотечная «вторичка» будет молодеть, но она будет востребована.

Кроме того, мы развиваем два канала продаж – директ и индирект. Директ – продажи через собственную сеть отделений, в том числе с привлечением риэлторов и застройщиков. Индирект – это продажи через банки-партнеры.

– Работа со вторичкой подразумевает пул сопутствующих услуг, среди которых работа риэлтора, оценка, страхование. Может ли банк «закрыть» все эти направления?

– Все наши специалисты ориентируются в услугах, сопровождающих ипотечную сделку, и могут дать первую консультацию. Я сторонник того, чтобы клиент мог получить всю информацию в одном месте – и поэтому мы можем дать рекомендацию, если он обратится в банк. Но я также понимаю, что банк не может быть экспертом во всем, и поэтому даже подбор квартиры мы рекомендуем делать через риэлторов, которые являются профессионалами своего дела и лучше нас ориентируются во всех тонкостях рынка недвижимости.

Это взаимовыгодное сотрудничество – точно так же партнеры направляют к нам клиентов, которые нашли квартиру, но еще не определились с наиболее подходящим ипотечным продуктом. В наших выдачах в Москве партнерский канал занимает до 40%, в некоторых регионах эта цифра еще выше – до 50–60%. Мы очень ценим наших партнеров и прикладываем усилия к тому, чтобы сделать нашу совместную работу более комфортной. Например, сейчас мы запускаем проект «ДельтаПро» – это



система для риэлторов, в которую можно заводить клиентов, отслеживать все этапы сделки по ним, обмениваться информацией с банком. И именно в этом направлении мы хотим развивать партнерство. Мы хотим стать технологичной платформой, через которую риэлтору легко и удобно вести своих ипотечных клиентов.

– Каким образом сейчас осуществляется взаимодействие риэлторов с банком?

– Есть две распространенные ситуации. Первая – клиент выбирает квартиру, и уже потом начинает думать об ипотеке. Вторая – клиент рассчитывает сумму ипотечного кредита и платежей, и потом выбирает квартиру. Первая ситуация более характерна для первички, когда клиент точно знает, в каком жилом комплексе он хочет жить. Для этих клиентов актуален сервис «ДельтаЭкспресс» – он позволяет получить предварительное одобрение и загрузить все документы онлайн, не выходя из дома.

Вторая ситуация характерна для вторички. По нашим подсчетам, до 80% клиентов приходят в банк, не определившись с районом, в котором они хотели бы взять квартиру. Это люди, которые сначала хотят рассчитать свои силы, понять, какую сумму им может одобрить банк, и уже потом подбирать жилье. Естественно, таким клиентам мы рекомендуем работать с партнерами-риэлторами – и по поиску жилья, и по подготовке к ипотечной сделке.

– Получается, что электронные сервисы не могут полностью заменить живого специалиста?

– Электронные сервисы неизбежно повлияют на рынок недвижимости. Но это глобальный процесс, и автоматизация – глобальная тенденция, которая затрагивает все сферы жизни. Ее результат – уничтожение одних, но в то же время появление других направлений деятельности. Просто для примера: если раньше человек совершал механические действия на производстве, то сегодня многие из них выполняет машина, но появилась необходимость в обслуживании машин, в контроле результата, в аналитике. То же самое будет и на рынке недвижимости – профессия риэлтора не исчезнет, она трансформируется, ведь только риэлтор даст консультацию «с человеческим лицом», сориентирует по спорным и непонятным моментам, поможет разобраться в инструкциях банка. Да, весь перечень объектов недвижимости скоро будет доступен клиенту в автоматических базах, и клиент будет сам выбирать предпочтительные варианты. Но с финальным решением все равно будет помогать риэлтор, основная ценность которого – в профессиональном, аналитическом и человеческом взгляде на проблему. ■

Первые лица

ЗА 10 ЛЕТ СУЩЕСТВОВАНИЯ ЖУРНАЛА CENTURY 21 MAGAZINE ЕГО ГЕРОЯМИ СТАНОВИЛИСЬ МНОГИЕ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЧНОСТИ – ОТ ПОПУЛЯРНЫХ АКТЕРОВ ДО ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТСМЕНОВ. В ЮБИЛЕЙНОМ ВЫПУСКЕ ЖУРНАЛА ПУБЛИКУЕМ ВЫДЕРЖКИ ИЗ ОСОБЕННО ИНТЕРЕСНЫХ ИНТЕРВЬЮ.



– Что бы вы пожелали нашим дорогим читательницам в преддверии 8 Марта?

Гоша Куценко, актер, кинорежиссер, продюсер:

– Овладеть ликвидной недвижимостью. Мне повезло, я нашел наконец-таки квартиру, которую давно искал, чего и всем желаю. А если серьезно, то желаю вашим

читательницам, чтобы мужчины почаще баловали вниманием. Улыбок, весны в душе, пусть вас всегда окружают близкие люди. Общение с любимыми людьми – самое важное в жизни. Общение и вид из окна (смеется). Я вам скажу: нет ничего прекраснее, чем вид из окна собственного дома, это так важно! У меня вид на Москву-реку. Очень важен в жизни вид из окна! Что увидишь – так и заживешь!

Февраль–март 2014



– Приходилось вам решать самому какие-то вопросы с недвижимостью, общаться с риэлторами?

Алексей Пиманов, режиссер, журналист, телеведущий:

– Последнюю квартиру мне пришлось долго искать: я хотел жить в центре, но чтобы при этом было тихо. Нашли.

Здесь, с одной стороны, сумасшедшие панорамные виды, с другой – тишина необычайная. С риэлторами проблем у меня никогда не было. В программе «Человек и закон», конечно, масса таких историй, а вот в жизни у меня – нет.

Сентябрь–октябрь 2013



– Вы живете в доме мечты?

Вилле Хаапасало, актер, телеведущий:

– Я живу в разных местах. Идеальный пока не нашел. Идеи разные – хочу, например, загородный дом в центре Москвы (улыбается). Но пока не получается. Мое жильё –

именно такое, как я хочу, и в таких местах, где мне хочется. Важно, что будет и вокруг, и внутри. Дом должен быть практичным и просторным. Чтобы был воздух – потому что в городе однозначно не хватает воздуха.

Апрель–май 2013



– Как вы находили недвижимость в Москве – и для аренды, и для покупки?

Геннадий Ветров, юморист, писатель-сатирик и артист:

– Сначала, конечно, искали варианты для аренды через риэлторов, но нам показалось, что это не продуктивно. Поэтому стали искать через знакомых, но поскольку

знакомых в Москве не было, то пришлось все равно вернуться к плану с риэлторами. Постепенно сдружились с несколькими, и все вопросы в дальнейшем решали через них, поэтому с мошенничеством на этом рынке я никогда не сталкивался. Считаю, что в таких вопросах стоит доверять советам друзей.

Ноябрь 2012



– Как вы относитесь к загородным домам, коттеджам? Можете описать дом вашей мечты?

Елена Борцева, актриса юмористического жанра:

– Я, как человек, который постоянно живет в квартире, не очень готова к жизни в своем доме – слишком уж непривычно. Хотя не скрою, что

подобный вариант я себе представляла, мечтала, какой у меня может быть дом. Вообще я склонна к такого рода размышлениям – строю планы на ближайшее будущее, продумываю, как все можно лучше обустроить, какой вариант развития событий наиболее реален. С этой точки зрения, конечно, мой воображаемый дом будет стоять в Подмоскowie. В нем непременно должен быть камин, согревающий в зимние вечера. И обязательно – зимний сад с окнами до пола или панорамное остекление на втором этаже

Декабрь 2012–январь 2013

Доставляя тренды

КАК ПРИСПОСОБИТЬСЯ К НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ И НАУЧИТЬСЯ НЕ ТОЛЬКО НАСЛАЖДАТЬСЯ ПРОГРЕССОМ, НО И ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЕГО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ ЦЕЛЕЙ, РАССКАЖУТ АВТОРЫ ТОП-3 КНИГ, РЕКОМЕНДУЕМЫХ CENTURY 21 РОССИЯ.

КАТЕРИНА КОЧЕТКОВА

«НЕИЗБЕЖНО: 12 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ, КОТОРЫЕ ОПРЕДЕЛЯЮТ НАШЕ БУДУЩЕЕ» КЕВИН КЕЛЛИ

Постоянно обновляющиеся технологии, более совершенные механизмы, наукоемкие производства, виртуальная реальность – что дальше? Искусственный интеллект? Журналист и знаток киберкультуры Кевин Келли высказал предположения на эту тему и обозначил в своей книге главные технологические тренды, которые с большой вероятностью войдут в нашу жизнь совсем скоро. Аргументированно и четко он рассказывает о том, какую трансформацию проходит реальность сегодня, и как то, что казалось фантазией, проникнет во все сферы нашей жизни уже в ближайшие десятилетия. О том, как быть в тренде, попасть на волну изменений и использовать последние технологии себе на пользу, можно прочитать в книге Кевина Келли.



«ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ» РОБЕРТ Т. КИЙОСАКИ

Инвестиции в недвижимость – один из лучших способов сохранить и преумножить собственные средства. Эта книга – находка для тех, кто хочет научиться инвестировать грамотно и успешно. 22 эксперта в сфере инвестирования в недвижимость поделились своими лучшими практиками, чтобы помочь вам одержать блистательные победы на этом поприще. Если желание стать богатым и успешным человеком преобладает, но чего-то не хватает, чтобы сделать первый шаг, то книга Роберта Кийосаки станет ключом к открытию новых возможностей.



«ДОСТАВЛЯЯ СЧАСТЬЕ» ТОНИ ШЕЙ

Хороший руководитель – не тот, кто сухо отдает приказы, не выходя из своего кабинета, а харизматичный лидер, способный вести за собой команду. Только такой человек может создавать проекты, которые с нулевого бюджета вырастают до организаций с оборотом в миллиарды долларов. Бизнесмен Тони Шей именно такой. В книге он рассказывает о своем бизнес-пути, начавшемся в 9 лет. «Доставляя счастье» – дорога проб и ошибок, неудачных попыток и головокружительных открытий. История о том, как сделать компанию, в которую будут искренне влюблены сотрудники, подрядчики и, конечно, клиенты.



Инвестируй это

ЧЕТЫРЕ ОСНОВНЫХ ПУТИ ВЛОЖЕНИЯ СРЕДСТВ В
НЕДВИЖИМОСТЬ, ДОСТУПНЫЕ ЧАСТНЫМ ИНВЕСТОРАМ В
РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.

Кирилл Котриков,
руководитель отдела аналитики CENTURY 21 Россия



С

уществуют тысячи возможных способов вложить средства и извлечь прибыль. До недавнего времени частные инвестиции в российскую недвижимость рассматривались как доходные, надеж-

ные и не вызывающие сомнений – рынок рос. На данный момент доходность и надежность уже не кажутся такими очевидными. Мы решили подробнее рассмотреть несколько наиболее популярных вариантов инвестиции в недвижимость.

К ним относятся:

- покупка недвижимости на растущем рынке (или рынке с потенциалом роста) с целью последующей перепродажи и извлечения прибыли;
- заключение договора долевого участия с продажей недвижимости после завершения строительства;
- покупка недвижимости с целью сдачи в аренду;
- инвестиции в закрытые паевые инвестиционные фонды в России и их зарубежный эквивалент – REIT (real estate investment trust).

Все вышеперечисленные варианты инвестиций могут осуществляться как внутри страны,



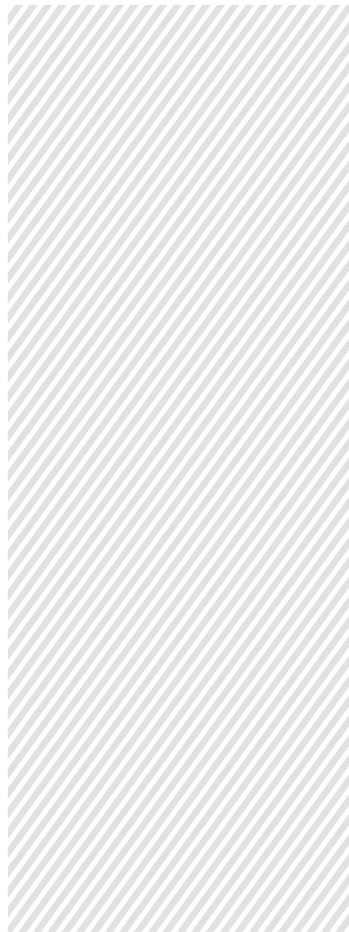
СТОИТ
РАССМАТРИВАТЬ
ВАРИАНТ
ПРЯМЫХ
ИНОСТРАННЫХ
ИНВЕСТИЦИЙ
В ЖИЛУЮ
НЕДВИЖИМОСТЬ
ДРУГИХ
СТРАН

так и за ее пределами (иностранные инвестиции). Рассмотрим каждый из вариантов в отдельности.

Инвестиции с целью перепродажи на растущем рынке или рынке с объективными предпосылками к росту – довольно популярный инструмент, и, самое главное, доступный не только институциональным инвесторам, но и частным лицам. Основная сложность – найти тот самый растущий рынок или сегмент рынка, в котором наблюдается рост. Немаловажными аспектами таких инвестиций являются ликвидность и риск. Так, с декабря 2014 года по апрель 2016 года средняя цена квадратного метра на первичном рынке Москвы упала на 18,5%, на вторичном – на 10–15%, в совокупности со значительным колебанием средней цены и довольно низкой ликвидностью. Соответственно, сегодня довольно сложно рассматривать рынок Москвы и России в целом в качестве инвестиционно-привлекательного с точки зрения купли-продажи объекта.

Если же не ограничиваться пределами России, а рассматривать вариант прямых иностранных инвестиций в жилую недвижимость других стран, то стоит рассмотреть направления, приведенные в таблице, критерием для составления которой стали рост стоимости квадратного метра жилой недвижимости и ликвидность рынка.

СТРАНЫ	ДОХОДНОСТЬ % (ЗА 2016 ГОД)
НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ	15,1
ЛАТВИЯ	11,5
КАНАДА	11
ИЗРАИЛЬ	9,3
АВСТРИЯ	8,5
ВЕНГРИЯ	8,5
ШВЕЦИЯ	7,9
ТУРЦИЯ	7,3
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	7
БОЛГАРИЯ	6,7
РУМЫНИЯ	6,1
ИСЛАНДИЯ	5,9
СЛОВАКИЯ	5,9
ГЕРМАНИЯ	5,8
ЛЮКСЕМБУРГ	5,7
КОЛУМБИЯ	5,6
ДАНИЯ	5,2
МЕКСИКА	5
ПОРТУГАЛИЯ	5
ЧЕХИЯ	4,9
ЛИТВА	4,8
ЭСТОНИЯ	4,5
НОРВЕГИЯ	4,4
США	4,2
МАЛАЙЗИЯ	4



Суть инвестиции заключается в продаже квартиры после завершения строительства, но уже по рыночной цене и выше. Однако, учитывая текущее состояние рынка России, где наблюдается падение цены и спроса, этот вид инвестиции трудно отнести к привлекательным в текущий момент времени.

Третий вариант инвестирования средств в недвижимость связан с ее покупкой для последующей сдачи в аренду. В этом случае встает вопрос о времени окупаемости данной инвестиции и выходе в прибыли, а также об амортизации объекта. С другой стороны, этот инструмент подходит для инвесторов, которые решили подождать роста на рынке и планируют дальнейшую продажу объекта.

Последний инструмент инвестиций – вложение средств в ПИФы (закрытые и открытые паевые инвестиционные фонды) и REITs (real estate investment trusts) – связан с институциональными игроками на рынке.

ПИФ – это форма коллективной инвестиции, при осуществлении которой инвесторы являются собственниками долей в имуществе фонда за вычетом издержек на его управление, осуществляемое профессиональными участниками рынка ценных бумаг.

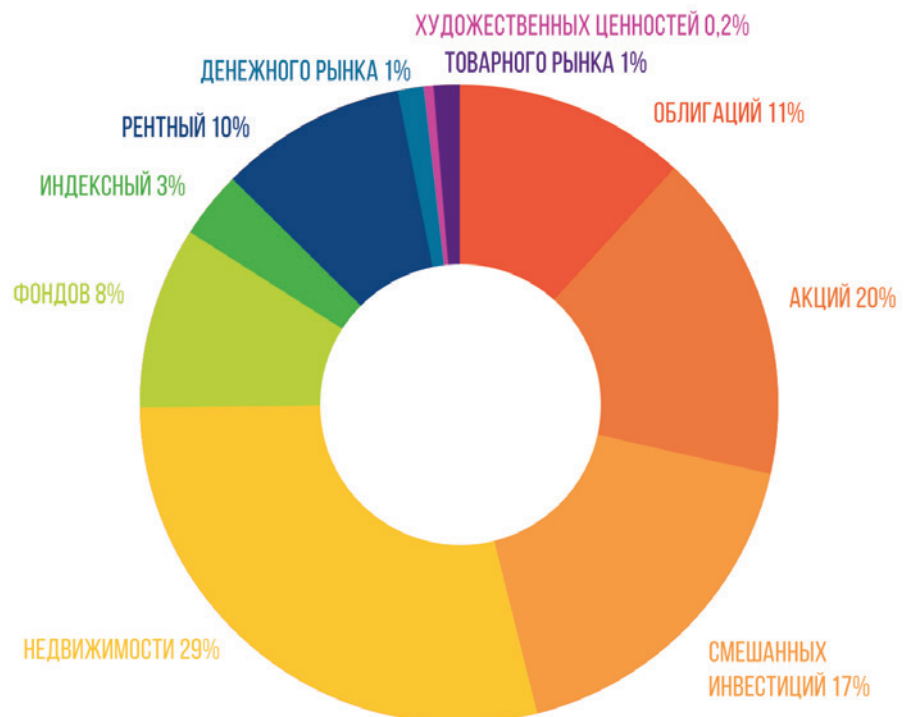
Особенность открытых ПИФов заключается в том, что управляющая компания продает и выкупает паи в любое время. В закрытых ПИФах вы-

В списке много стран Центральной и Восточной Европы. Это связано с двумя, на первый взгляд противоречивыми тенденциями. Первая заключается в том, что большая трудовая миграция населения из этих стран в страны Западной Европы способствует росту цен на недвижимость, поскольку, зарабатывая на западе, жители стран восточной и центральной частей Европы получают возможность покупать жилье (чаще используя ипотеку) на родине. Это в основном касается стран Прибалтики, Венгрии, Болгарии, Румынии. Вторая тенденция связана с перемещением производственных мощностей из стран Западной Европы в Восточную, что в свою очередь способствовало росту доходов населения и повышению спроса на жилье.

Венгрия, Болгария, Словакия, а также страны Прибалтики весьма перспективны в плане инвестиций, если учитывать помимо доходности близость этих стран к России и весьма привлекательную политику в плане привлечения инвестиций в жилой и строительный секторы.

Как известно, стоимость квартиры, приобретенной согласно договору долевого участия, в среднем обходится покупателю дешевле (от 10% до 20%), чем аналогичная квартира в уже готовом доме. Стоимость квартиры зависит от того, на какой стадии строительства был подписан договор.

СТРУКТУРА ПИФОВ В РОССИИ (БЕЗ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ ДЛЯ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ИНВЕСТОРОВ)



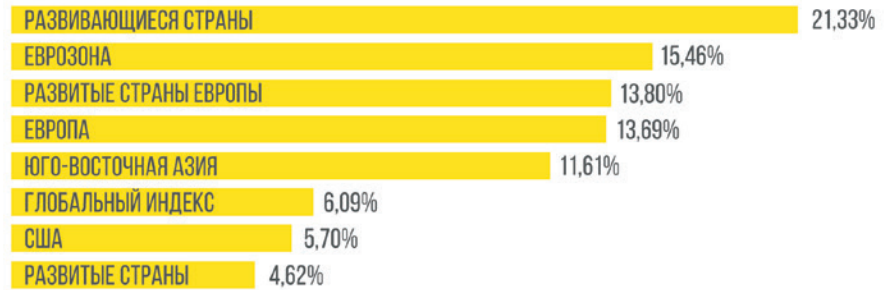
ход возможен с завершением его существования. Российские ПИФы в недвижимости как правило закрытые и специализируются на четырех основных направлениях: рента (управление недвижимостью, сдача в аренду), строительство (строительство объектов для дальнейшей продажи или сдачи в аренду), девелоперские и земельные фонды.

В настоящее время, по данным ЦБ РФ, в России насчитывается порядка 1506 ПИФов, суммарная стоимость чистых активов которых исчисляется в триллионах рублей. Из них к категории недвижимости относятся 604, ренты – 90 и 7 – к ипотеке. В 290 из вышеперечисленных могут участвовать неквалифицированные инвесторы, то есть обычные люди.

Средняя стоимость инвестиционного пая в ПИФе недвижимости на конец 2016 года составляла порядка 753 тыс. рублей. Однако дисперсия стоимости довольно высока, от нескольких тысяч рублей до миллионов, что делает частные инвестиции в фонды весьма доступными. Инвестируя в закрытый ПИФ сегодня, можно обеспечить доходность в 9–11%, снизив риски, так как в этом случае управление передается в руки профессиональных участников рынка.

В отличие от ПИФов, которые являются довольно молодым инструментом (с 1996 года), история зарубежных фондов недвижимости – REIT (real estate investment trusts) – насчитывает около 60 лет. Зародившаяся в США модель фондов распространилась по всему миру, однако самые крупные фонды по-прежнему находятся в Америке и осуществляют инвестиции по всему

ДОХОДНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ В REIT. ЯНВАРЬ-МАЙ 2017 ГОДА



миру. На данный момент капитализация REIT составляет порядка 1,7 трлн долларов, из них 1,1 трлн приходится на развитые рынки, остальная часть – на развивающиеся.

REIT – это публичная компания, основной доход которой приносят управление или сдача недвижимости в аренду, ее купля-продажа, инвестиции в ипотечные ценные бумаги и кредитование под залог недвижимости. Инвесторами REIT являются как крупные институциональные участники рынка, так и обычные люди, решившие вложить накопления в управление недвижимостью.

Основные инвестиции распределяются по следующим видам недвижимости: офисные помещения, индустриальные площади, торговые площади, жилая недвижимость, гостиницы и курортные отели, земля и складские помещения. Новыми объектами инвестиций со стороны REIT стали дата-центры, которые за 2016 год принесли инвесторам в США 26,5% годовых. ■



Возрождение ипотеки

В ПРОШЛОМ ГОДУ БЛАГОДАРЯ ПРОГРАММЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО СУБСИДИРОВАНИЯ ИПОТЕЧНЫХ СТАВОК В РОССИИ БЫЛ ВЫДАН РЕКОРДНЫЙ ОБЪЕМ ИПОТЕЧНЫХ КРЕДИТОВ – ТАК РЫНОК ПЕРЕЖИЛ ПАДЕНИЕ 2014 ГОДА. В 2010 ГОДУ, ПОСЛЕ КРИЗИСНОГО 2008-ГО, ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ ТОЖЕ ПЕРЕЖИВАЛО ПЕРЕРЕЖДЕНИЕ. ВСПОМНИМ, КАК ЭТО БЫЛО.

В кризисный 2008 год банки прекратили выдачу ипотечных кредитов или установили настолько жесткие требования к заемщикам и неподъемные проценты, что вследствие этих мер рынок ипотеки замер. 2010 год дал начало возрождению ипотечного кредитования: на рынок вновь вышли банки, переставшие выдавать ипотечные кредиты в кризис, появилось много новых привлекательных продуктов, в борьбе за потребителя банки значительно смягчили условия кредитования и понизили процентные ставки.

В апреле 2010 г. Сбербанк первым объявил об отмене банковских комиссий при получении ипотеки. Многие банки, не отменившие комиссию полностью, снизили ее и отменили штрафы за досрочное погашение кредита. Максимальный срок кредитования удлинился в среднем до 20–25 лет, уменьшился и размер первоначального взноса: если в период кризиса условием получения кредита было вложение до 40–50% собственных средств, то в 2010 г. эти требования снизились до 20–30%.

Стоит отметить, что предлагавшаяся до кризиса ипотека без первоначального взноса в 2010 г. по-прежнему осталась недоступной. В виде специальных акций такие предложения на рынке появлялись, но высокая комиссия и ставка кредита – от 17% годовых и выше – делала эти программы малопривлекательными. Предложения с первоначальным взносом 10% также были представлены на рынке, но по ним требовалась дополнительная страховка в 1–3% от суммы кредита, оформляемая в целях снижения рисков банка, и взять такой кредит можно было только на короткий срок. Процент при первоначальном взносе 10% в лучшем случае составил 13,75%, тогда как при взносе 20% – 12%.

Кроме того, под высокий первоначальный взнос банки охотнее выдавали кредиты. Продуктовая линейка ипотечных кредитов значительно расширилась и сегодня включает предложения на различный срок в рублях, евро, долларах США. Появились специальные программы для молодых семей, для корпоративных и постоянных клиентов банков, для заемщиков с хорошей кредитной историей.

Отдельные банки начали выдавать кредиты на новостройки. При том что банки стали более тщательно анализировать кредитоспособность заемщика и строже оценивать его кредитную историю, отказов в выдаче кредитов стало меньше. Банки значительно смягчили требования к заемщикам, и теперь в качестве своих клиентов готовы рассматривать граждан «отказных» групп – с трудовым стажем от года, собственников бизнеса или индивидуальных предпринимателей. Распространенной формой подтверждения дохода стала справка в свободной форме, вернулись кредитные программы, требующие минимального пакета документов и предполагающие быстрое рассмотрение заявки. Как следствие, спрос на ипотеку в 2010 году вырос, и хотя он все еще вдвое ниже докризисного, но уже в полтора раза превышает уровень 2009 г. по данным АИЖК, за три квартала 2010 г. было выдано 187,3 тыс. ипотечных кредитов на общую сумму 234,2 млрд рублей, что в 2,6 раза превышает аналогичный показатель сопоставимого периода 2009 г. И хотя спрос на ипотечные кредиты по-прежнему остается не столь высоким, как до кризиса, к концу 2011 года многие эксперты ждут серьезного увеличения спроса на ипотечные кредиты.

Так, по прогнозам Аналитического Центра Русипотеки, объем ипотечного рынка в следующем году составит 500–600 млрд рублей, что сравнимо с уровнем предкризисного 2007 г. При условии стабильности в российской и мировой экономике ситуация с ипотекой в 2011 году будет меняться только в лучшую сторону. Уже в январе многие банки начали пересматривать свои предложения в сторону понижения ставки по кредиту и улучшению других параметров. Скорее всего, в наступившем году мы увидим минимизацию первоначального взноса и дальнейшее медленное снижение процентных ставок, в том числе и по «длинным» кредитам, когда средние ставки к концу следующего года могут оказаться на уровне 12–13%. Более существенному снижению может помешать довольно высокий уровень инфляции – 8% в год.

Февраль 2011

ДИНАМИКА ОБЪЕМА ВЫДАЧИ ИПОТЕКИ





Технология для бизнеса

CRM-СИСТЕМА В АГЕНТСТВЕ НЕДВИЖИМОСТИ:
ПОЧЕМУ ПРОГРАММА ЛУЧШЕ ЕЖЕДНЕВНИКА И EXCEL-ТАБЛИЦ.

Иван Соколовский,
МЕНЕДЖЕР ОТДЕЛА СОПРОВОЖДЕНИЯ БИЗНЕСА CENTURY 21 Россия

А

втоматизация в повседневной жизни – процесс вполне привычный. Мы с радостью осваиваем новые сервисы, которые помогают решать ежедневные дела быстро, качественно и с комфортом – онлайн-банкинг, приложения для вызова такси или покупки товаров и услуг. В бизнесе происходит то же самое: к примеру, трудно представить себе бухгалтера, который не использует специализированное программное обеспечение в своей работе.

Однако риэлтор, фиксирующий все свои задачи в бумажном ежедневнике, сегодня не редкость. Конечно, если у вас пара клиентов, то можно обойтись и этим. Но чем больше их становится, тем выше риск потерять из виду важные записи, забыть о назначенных встречах и активностях. Не говоря уже о безопасности и сохранности данных, ведь ежедневник можно забыть или потерять. Все это может отрицательно сказаться на эффективности работы риэлтора, а значит – снизить его конкурентоспособность на рынке. В масштабах целого агентства ситуация усугубляется: помимо того, что сотрудники теряют статус профессионалов в глазах клиентов, у руководителя полностью отсутствует инфор-

мация о том, как и когда ведется работа с клиентами, нет четкой системы контроля и оценки эффективности агентов и, соответственно, нет возможностей для роста и развития компании. Неотлаженные бизнес-процессы порождают как внутренние проблемы в части управления бизнесом и командой, так и внешние – потеря лояльности клиентов, репутационные риски.

Решение этих проблем с помощью автоматизации процессов разрабатывалось еще с середины XX века и к началу девяностых годов сформировалось в виде CRM-систем – программного обеспечения, предназначенного для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами, в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов. Дословно Customer Relationship Management (CRM) переводится как «управление взаимоотношениями с клиентами».

CRM-системы быстро доказали свою эффективность в B2C-компаниях, к которым относятся и агентства недвижимости. По сути, для маленького агентства недвижимости можно сделать простейшую CRM в Excel-таблицах. Для этого необходимо обладать навыками программирования на языке VBA, или поручить разработку сторонней компании. Но стоимость разработки, а самое главное, скорость работы в Excel-таблицах при большом количестве информации и численности сотрудников оставляют желать лучшего. При этом самое ценное (база данных клиентов и объектов) не будет защищено должным образом. Даже маленьким агентствам лучше и выгоднее пользоваться готовыми CRM-системами, тарифы на которые не так высоки за счет небольшого количества пользователей.

CRM-система обеспечивает решение целого комплекса задач и берет на себя существенную часть операционной работы сотрудников, освобождая время на проведение встреч и переговоров.

БАЗА ДАННЫХ

Клиенты, объекты недвижимости, история сделок, дела, задачи, документы – вся информация об этом хранится в CRM-системе, и каждый агент из любой точки мира имеет доступ к этой информации при наличии интернета. Сотрудники больше не привязаны к своему рабочему месту, при этом все данные находятся под надежной защитой.

Кроме того, с помощью IP-телефонии CRM позволяет автоматически регистрировать звонки – больше не нужно вручную заносить номера телефонов, система делает это сама. При входящем звонке от клиента, с которым уже



ведется работа, в CRM отображается история взаимодействия с ним. Телефонные разговоры могут быть даже записаны в CRM, что позволит анализировать технику общения по телефону и эффективно решать спорные вопросы.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ

Созданный в системе алгоритм работы с клиентами обеспечивает единый стандарт оказания услуги, что высоко ценится клиентами. Для агентов-новичков CRM с такой функцией станет незаменимым помощником – система подскажет, что нужно сделать для успешного завершения сделки на каждом этапе. Автоматизировать в CRM можно практически любой процесс, в том числе создание и заполнение типового договора данными клиента при нажатии одной кнопки.

Система постановки задач и настройки напоминаний позволяет агенту эффективно регулировать свою нагрузку и не забывать о важных

делах. Руководитель же агентства получает возможность контролировать сроки и процесс выполнения задач своими сотрудниками с помощью встроенных в CRM систем статистики и отчетности, выявляя зоны роста и прогнозируя доходы.

МАРКЕТИНГ И ОБУЧЕНИЕ

Выгрузка объектов на рекламные площадки через CRM освобождает риэлтору массу времени. Заполнив один раз карточку объекта, в несколько кликов можно выгрузить его на все известные рекламные сайты по продаже недвижимости. Многие CRM-системы позволяют распечатывать презентацию объекта и расклейку, автоматически подставляя параметры и фото объекта из карточки. Также CRM может быть инструментом e-mail-маркетинга: массовой рассылкой писем можно оповещать потенциальных клиентов о новых объектах недвижимости.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Безусловно, самая лучшая CRM – это система, разработанная специально под потребности конкретного агентства. Но поскольку собственная разработка – довольно дорогостоящий инстру-



ДАЖЕ
МАЛЕНЬКИМ
АГЕНТСТВАМ
ЛУЧШЕ
И ВЫГОДНЕЕ
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ
ГОТОВЫМИ
CRM-СИСТЕМАМИ

мент, стоит рассмотреть уже имеющиеся на рынке IT-технологий продукты. С учетом специфики риэлторского бизнеса, таких вариантов три:

- CRM, доработанная на основе уже готовой системы (как правило, с громким именем) с учетом потребностей рынка недвижимости;
- CRM, разработанная для определенного агентства недвижимости, но в дальнейшем реализованная как отдельный коммерческий продукт;
- CRM, изначально созданная как система для агентств недвижимости специалистами с опытом работы в риэлторском бизнесе.

Второй и третий варианты наиболее подходят как готовое решение для агентства недвижимости. В такую CRM могут быть интегрированы образовательные модули, включая как уроки по работе с самой системой, так и обучающие материалы по техникам продаж, развитию профессиональных и личностных навыков, а наличие мобильного приложения и API-интеграции с другими приложениями позволяет риэлтору быть более мобильным, даже отсутствуя в офисе. Не стоит забывать, что скорость работы системы также является огромным плюсом. Она должна «летать», подстраиваться под высокий темп работы риэлтора. ▲



Century21 MAGAZINE

СВЕЖИЙ НОМЕР ОНЛАЙН
НА CENTURY21.RU И PRESSA.RU



Учись или проиграешь!

ПОЛУЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ С ЦЕЛЮ ПОЛУЧЕНИЯ ДИПЛОМА И ОБУЧЕНИЕ РАДИ ОБУЧЕНИЯ ПОТЕРЯЛИ СВОЮ АКТУАЛЬНОСТЬ. СЕГОДНЯ ВО ГЛАВЕ УГЛА СТОИТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ПОЛУЧЕННЫХ ЗНАНИЙ В РЕАЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ.

АНАСТАСИЯ ДАЧЕВСКАЯ

Н

есмотря на то, что риэлторская практика уже несколько десятилетий развивается в России, а в мире профессия «риэлтор» существует равноправно со всеми прочими социально значимыми профессиями,

в нашей стране практически невозможно получить комплексное образование в данной сфере.

Собственный опыт хоть и является «лучшим учителем», но где гарантии того, что, получая его, вы двигаетесь в нужном направлении? Факультативные тренинги позволяют усилить позиции по отдельным направлениям работы риэлтора, но не дают цельной картины. В вузах страны специальности «риэлтор» тоже не найти.

А ведь профессиональное развитие играет важную роль в долгосрочном успехе брокеров и агентов, работающих на одном из самых сложных экономических рынков – рынке недвижимости. При этом качественное образование – не только залог успешного вхождения в профессию, но и существенный фактор увеличения дохода для тех, кто уже выбрал направление и хочет оставаться на волне, совершенствуя свои знания и, соответственно, повышая качество своей работы.

Системе профессионального обучения в сети агентств недвижимости CENTURY 21 во всем мире уделяется особое внимание, поскольку именно обучение является фундаментом, на котором базируются основные ценности агентства недвижимости, приносящие прибыль владельцам этого бизнеса.

ORIENTATION 21

Бренд CENTURY 21 за 45 лет своего существования на мировом рынке перестал быть просто названием для агентств недвижимости. CENTURY 21 – это технология и философия ведения бизнеса, с которой знаком каждый сотрудник сети, вне зависимости от того, в какой стране мира он работает и чем занимается в агентстве.

Специально для новых сотрудников компании в России был разработан вводный видеокурс ORIENTATION 21, в рамках которого слушатели знакомятся с историей бренда, опытом работы и географией офисов, ценностями, принципами и стандартами работы компании. Курс также включает в себя базовую информацию о рынке недвижимости России, его особенностях и перспективах работы на нем.

По итогам прохождения обучения у сотрудников формируется целостное восприятие деятельности компании и понимание текущей рыночной ситуации.

CREATE 21

CREATE – это англоязычная аббревиатура от Career Real Estate Agent Training and Education, перевод которой отражает специфику самой системы обучения – в ходе курса слушателям необходимо самостоятельно применить все теоретические знания на практике, что потребует в том числе творческого подхода и, конечно, упорства.

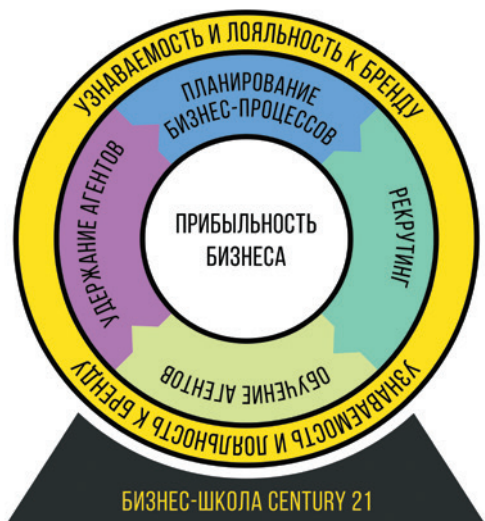
Этот 8-модульный онлайн-курс разработан специально для агентов по недвижимости и включает в себя серию вебинаров, комплекс раздаточных теоретических материалов и систему домашних заданий, направленных на отработку практических навыков работы риэлтора. Курс охватывает все этапы взаимодействия с клиентами – от знакомства и представления услуги до маркетинговых технологий по продаже объекта.

По окончании программы агенты проходят контрольное тестирование и получают сертификат международного образца о прохождении обучения.

IMA

International Management Academy (IMA) – это образовательный курс для брокеров и руководителей агентств сети CENTURY 21, направленный на развитие навыков эффективного управления современным агентством недвижимости международного уровня.

Интенсивный четырехдневный очный курс сфокусирован на последовательном и эффективном построении ключевых бизнес-процессов в агентстве недвижимости. Программа обучения включает теоретические знания по управлению агентством недвижимости и практические рекомендации по целому спектру управленческих решений. Слушатели знакомятся с важнейшими организационными вопросами, системами рекрутинга, адаптации и обучения, мотивации и удержания агентов, а также финансовыми и юридическими аспектами управления агентством, маркетинговой стратегией и ИТ-технологиями. ▲



**АЛЕКСАНДР ДРЯГИН,
ДИРЕКТОР БИЗНЕС-ШКОЛЫ CENTURY 21:**

«Бизнес-школа CENTURY 21 – это комплексная образовательная платформа, предлагающая программы, направленные на получение и преобразование знаний и навыков как агентов недвижимости, так и брокеров, руководителей офисов и отделов, HR-специалистов.


В основе обучения лежит модель успешного агентства недвижимости, доказавшая свою эффективность в 80 странах мира, где присутствуют агентства сети CENTURY 21. Зарубежный опыт проходит обязательную адаптацию к российским реалиям и рецензируется практикующими риэлторами.

Программы обучения в Бизнес-школе CENTURY 21 включают в себя самые разнообразные форматы: это и очное обучение, и вебинары в режиме онлайн, и видеокурсы, а также широкий спектр раздаточных материалов, размещенных в Базе знаний, доступ к которой имеет каждый сотрудник CENTURY 21. Все агенты, брокеры и руководители направлений, прошедшие обучение по программам Бизнес-школы, получают сертификаты международного образца о прохождении курсов.

Мы постоянно работаем над расширением набора программ для сотрудников сети CENTURY 21, включая в него нишевые курсы по работе с отдельными видами недвижимости, а также планируем максимально автоматизировать процессы, что позволит проходить обучение дистанционно.

Помимо базовых курсов Бизнес-школы, у наших слушателей есть возможность регулярно расширять свои знания, участвуя в тренингах приглашенных спикеров, в числе которых признанные эксперты в области риэлторского дела, продаж, рекрутинга, тайм-менеджмента, юриспруденции. Все курсы внешних экспертов подобраны с учетом потребностей в обучении агентов и руководителей сети CENTURY 21, но принять участие в этих семинарах могут все желающие.

Образование – одно из основных конкурентных преимуществ любого специалиста на любом рынке, в том числе и риэлтора. При этом очень важным является развитие практических навыков, достижение высокого уровня собственных компетенций, на что и направлены курсы Бизнес-школы CENTURY 21».



**ВСЕ
ОБУЧАЮЩИЕСЯ
БИЗНЕС-ШКОЛЫ
CENTURY 21
ПОЛУЧАЮТ
СЕРТИФИКАТЫ
МЕЖДУНАРОДНОГО
ОБРАЗЦА**



HR – ВСЕМУ ГОЛОВА!

НАЙМ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ – ОДНИ ИЗ САМЫХ СЛОЖНЫХ
ПРОЦЕССОВ В РИЭЛТОРСКОМ БИЗНЕСЕ.

ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВА,
ДИРЕКТОР ПО ПЕРСОНАЛУ CENTURY 21 Россия

Н

а первый взгляд может показаться, что главные люди в агентстве недвижимости – агенты. Безусловно, от них и их эффективности зависит доход агентства. Однако за тем,

чтобы в агентстве появились риэлторы, чтобы они легко адаптировались и в последствии развивались в профессии, стоит колоссальный труд HR-специалиста.

Рекрутмент есть у всех – от стартапов и небольших агентств недвижимости до компаний-гигантов. Всем им нужны агенты: кому-то постоянно, кому-то периодически. В связи с этим HR-специалист, обеспечивающий агент-

ство нужным количеством человеческих ресурсов, является одним из ключевых сотрудников компании.

При этом найм и управление персоналом – одни из самых сложных процессов в риэлторском бизнесе. По данным агентств, текучесть персонала среди агентов по недвижимости составляет 50–90% в год. Многие люди попадают в эту сферу случайно или вынужденно (кризисная ситуация, временная альтернатива заработка, авантюризм на грани фола, начало карьеры и т.д.), однако среди них могут быть те, кто действительно подходит для этой работы. Поэтому в обязанности HR в агентстве недвижимости входит не только активный поиск подходящих кандидатов, «продажа» вакансии с использованием разных методов и источни-



ков подбора, проведение интервью, но и базовая оценка опыта, навыков и личных качеств, а также первичная адаптация привлеченного персонала.

BACKGROUND

Грамотный HR должен не только владеть методами проведения интервью, но и хорошо разбираться в рынке труда – понимать как и где искать. Поскольку серьезный массив работы – общение с людьми лично и по телефону, на эту работу подходят те, у кого хорошо развиты коммуникативные навыки.

Разносторонне развитый, уверенный в себе и общительный человек сможет легко общаться с кандидатами, даже если их прошлый опыт,



HR ДОЛЖЕН
УМЕТЬ
«ПРОДАТЬ»
ВАКАНСИЮ

должность и уровень дохода намного выше его собственного.

Несмотря на стереотип о том, что подбор персонала – женское занятие (преимущественно HR-специалисты – это девушки в возрасте от 23 до 37 лет), в рекрутменте успешно работает много мужчин. Стрессоустойчивость, гибкость по отношению к изменениям, умение находить подход к разным людям – обязательные качества рекрутера вне зависимости от половой принадлежности.

ОБУЧЕНИЕ

В компании CENTURY 21 Россия организована единая система обучения и адаптации для HR-специалистов, которая ориентирована как



на новичков, так и на сотрудников с опытом привлечения персонала.

Рекрутинг в агентстве недвижимости носит массовый характер и содержит целый ряд особенностей, при которых даже опытный рекрутер может не справиться с поставленными задачами. Поэтому мы учим наших HR-специалистов системному непрерывному рекрутингу, изначально подбирая на эту позицию активных и амбициозных людей, готовых к интенсивному режиму работы в сложных условиях конкурентного рынка.

Каждый HR-специалист, принятый на работу в агентство сети, получает доступ к корпоративной Базе знаний, где содержатся пошаговые инструкции и методические рекомендации по подбору агентов по недвижимости. В учебных материалах детально описаны все современные методы и источники поиска и привлечения персонала на рынке недвижимости: от технологии совершения холодных звонков соискателям, поиска кандидатов в социальных сетях до применения альтернативных методов подбора, таких как организация Семинаров карьеры.

ВСЕ О РАБОТЕ HR В АГЕНТСТВЕ



Чтобы работа HR-специалиста была более эффективна, вместе с экспертами из Центрального офиса для него создается индивидуальный план активностей с расписанием и графиком действий, направленных на достижение целей руководителя.

РАБОТА

HR-специалист – это отчасти и менеджер по продажам. Работа по подбору персонала не сводится только к размещению вакансий и

обзвону кандидатов. Грамотный HR должен не просто найти «того самого» специалиста, но и «продать» ему работу в агентстве. Помимо активного поиска кандидатов с использованием рабочих поисковых сайтов, социальных сетей, профессиональных форумов и сообществ, HR проводит индивидуальные и групповые собеседования, организует семинары по развитию карьеры для соискателей, участвует в проектах по разработке программ адаптации, мотивации персонала и развития корпоративной культуры и, конечно, ведет отчетность.

Контакты – багаж и ценность HR-специалиста. Для специалиста по подбору в сфере недвижимости любой человек, с которым он контактирует, сразу попадает в одну из двух категорий – потенциальный клиент агентства или потенциальный кандидат на вакансию агента. Нарботка контактной базы происходит в течение всей жизни специалиста, причем не только профессиональной, но и личной. Встречи, переговоры, собеседования, деловые мероприятия, публикации в прессе, советы знакомых, социальные сети – все это источники контактов для рекрутера.

Грань между буднями и выходными в этой профессии очень тонкая. Эффективный HR, как и агент по недвижимости, должен быть готов к звонкам и встречам не только с 9 до 18 по будням.

COMMUNITY

Осенью 2016 года в компании CENTURY 21 Россия был запущен масштабный проект «HR-клуб», направленный на создание профессионального сообщества, обмен опытом в области рекрутмента и HR-технологий. Дополнительно деятельность «Клуба» посвящена вопросам, связанным с анализом состояния кадрового потенциала на рынке недвижимости, инициирования отраслевых мероприятий и проектов, связанных с привлечением и управлением персоналом.

Помимо того, что «База знаний рекрутера» регулярно пополняется самыми эффективными методами и технологиями работы в области HR, участники клуба могут поделиться своими достижениями или возникающими в процессе работы трудностями посредством группового чата в WhatsApp. Таким образом начинающие специалисты в агентствах гораздо успешнее проходят процесс адаптации, чувствуя поддержку не только своего непосредственного руководителя, но и коллег из сети, а опытные рекрутеры получают новые идеи, поддержку и экспертную оценку деятельности со стороны Центрального офиса. ▲

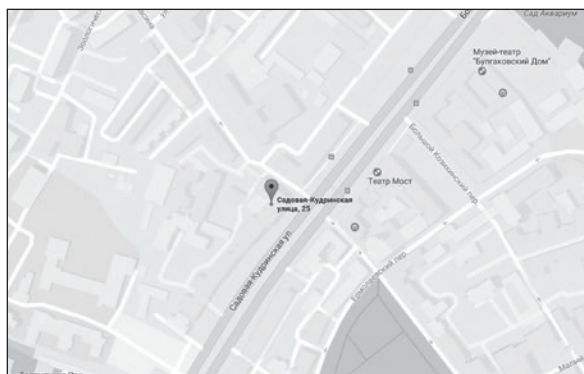


Россия

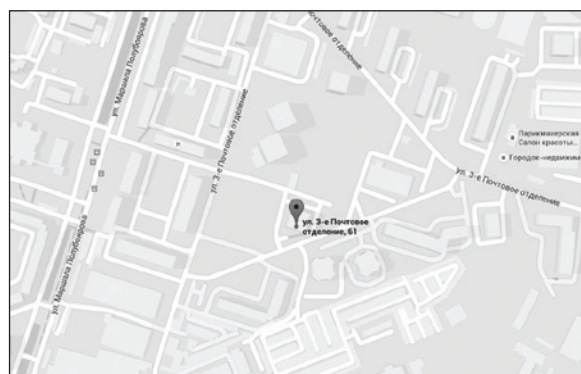
125284, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-т, д. 31А, стр. 1, БЦ «МонАрх», 15 эт.
+7 (495) 981-21-21
info@hq.century21.ru
century21.ru



Еврогрупп Недвижимость



г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 25, 5 эт.
+7 (495) 795-08-00
eurogroup@century21.ru
eurogroup.century21.ru



г. Люберцы, 3-е Почтовое отделение, городок Б, вл. 61, д. 102
+7 (495) 984-04-74
eurogroup@century21.ru
eurogroup.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Альбина Акбашева
Вторичная недвижимость
+7 (925) 878-75-00
akbacheva.albina@century21.ru



Анастасия Нейман
Вторичная недвижимость
+7 (916) 288-18-88
anastasia.neiman@century21.ru



Валерий Евстафьев
Первичная недвижимость
+7 (925) 888-01-23
evsatfeyev.v@century21.ru



г. Чехов, Симферопольское ш., д. 6, оф. 12
+7 (495) 974-97-17
rimarcom@century21.ru
rimarcom.ru

— лучшие агенты месяца



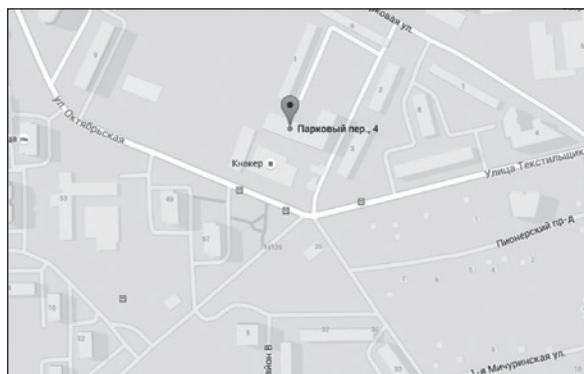
Олег Ртицев
Городская и загородная
недвижимость
+7 (963) 656-60-13
olegnr@rimarcom.ru



Галина Изотова
Городская и загородная
недвижимость
+7 (963) 656-60-07
galinavi@rimarcom.ru



Сергей Трейаль
Городская и загородная
недвижимость
+7 (903) 134-70-37
s.v.treyal@rimarcom.ru



г. Троицк, Парковый пер., д. 4
+7 (495) 721-73-60
rimarcom1@century21.ru
rimarcom.ru

— лучшие агенты месяца



Наталья Каёта
Загородная
недвижимость
+7 (903) 231-38-83
natalyavk2@rimarcom.ru



Елена Колянова
Вторичная
недвижимость
+7 (963) 764-73-42
e.a.kolyanova@rimarcom.ru



Елена Никандрова
Вторичная
недвижимость
+7 (903) 148-50-16
elenavn@rimarcom.ru

— лучшие агенты месяца

Светлана Мамленкова
 Вторичная и первичная
 недвижимость
 +7 (910) 474-44-73
 s.mamlenkova@century21.ru



Андрей Белагуров
 Коммерческая и вторичная
 недвижимость
 +7 (903) 135-64-46
 a.belagurov@century21.ru



Марина Белая
 Вторичная и первичная
 недвижимость
 +7 (910) 473-21-82
 m.belaya@century21.ru



Century 21
 Panorama Realty



г. Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 19,
 БЦ «Омега Плаза», 5 эт., оф. 21ф
 +7 (495) 780-99-49
 panorama@century21.ru
 panorama.century21.ru

— лучшие агенты месяца

Мария Гребенкова
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (916) 993-48-01
 grebenkova.mariya@century21.ru



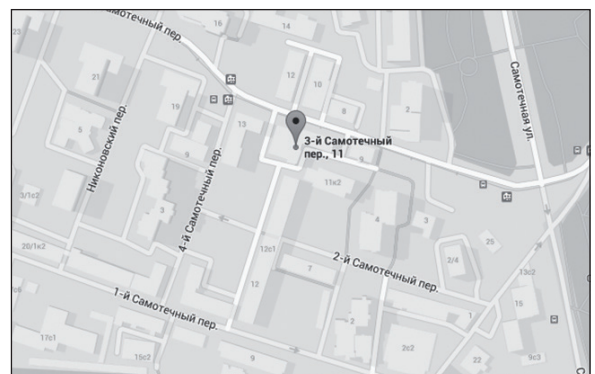
Роман Полуцыган
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (966) 161-65-54
 polucygan.roman@century21.ru



Татьяна Поберей
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (903) 565-35-71
 poberey.tatyana@century21.ru



Century 21
 Серебряный Век

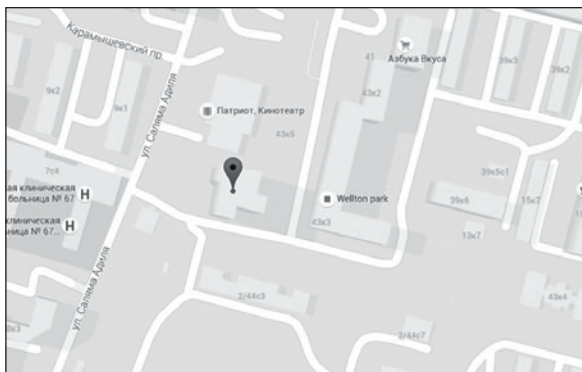


г. Москва, 3-й Самотечный пер., д. 11
 +7 (495) 961-21-00
 svek@century21.ru
 svek.century21.ru



Century 21

Квартал 75



г. Москва, ул. Саяма Адиля, д. 2, корп. 1, оф. 9
+7 (495) 255-32-36
kvartal75@century21.ru
kvartal75.century21.ru

— лучшие агенты месяца



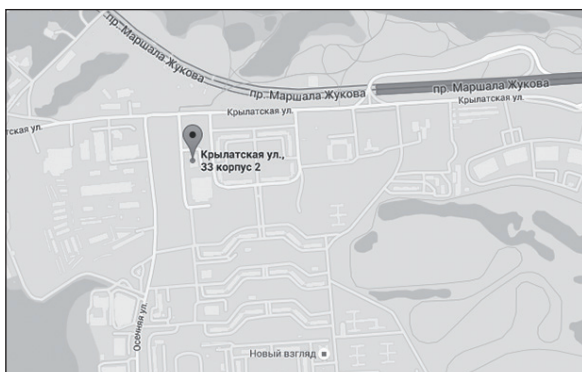
Александр Трихманенко
Инвестиционная
недвижимость
+7 (925) 772-11-02
aleksandr.trihmanenko@century21.ru



Лариса Павлова
Вторичная недвижимость
и аренда
+7 (925) 771-26-52
pavlova.larisa@century21.ru

Century 21

Street Realty



г. Москва, ул. Крылатская, д. 33, корп. 2
+7 (495) 258-52-23, +7 (495) 415-60-35
streetrealty@century21.ru
streetrealty.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Сергей Литвинов
Городская
недвижимость
+7 (985) 976-32-24
sergey.litvinov@century21.ru



Ольга Зонова
Коммерческая
недвижимость
+7 (926) 800-09-10
olga.zonova@century21.ru



Николай Науменко
Городская
недвижимость
+7 (903) 135-88-33
nicolai.naumenko@century21.ru

— лучшие агенты месяца

Артем Маслов
Городская
недвижимость
+7 (495) 660-20-21
artem.maslov@century21.ru



Майя Пачулия
Городская
недвижимость
+7 (495) 660-20-21
mayya.pachuliya@century21.ru

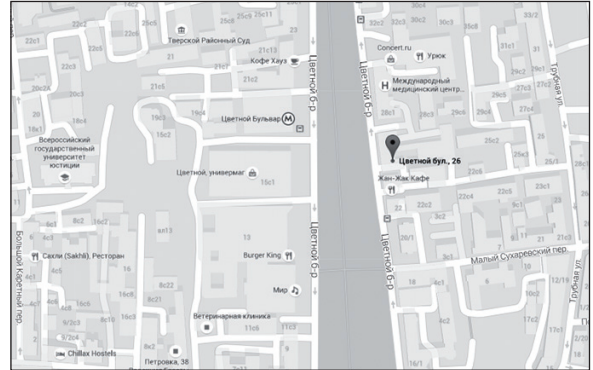


Михаил Шевченко
Городская
недвижимость
+7 (495) 660-20-21
mihail.shevchenko@century21.ru



Century 21

Zavidov



г. Москва, Цветной б-р, д. 26, стр. 1
+7 (495) 669-30-55
zavidov@century21.ru
zavidov.century21.ru

— лучшие агенты месяца

Светлана Скорицкая
Любые объекты
недвижимости
+7 (925) 422-84-99
svetlana.skoritckaya@century21.ru



Андрей Бочаров
Любые объекты
недвижимости
+7 (926) 273-67-91
andrey.bocharov@century21.ru

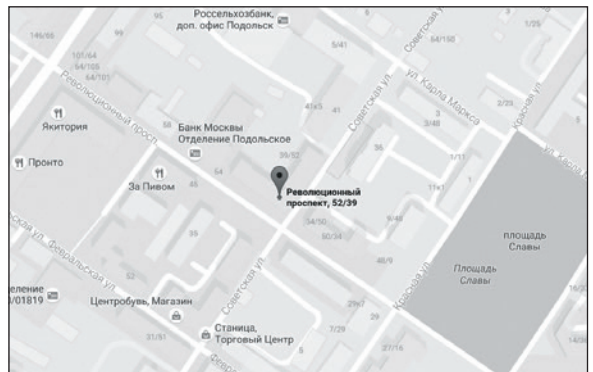


Наталья Привезенцева
Любые объекты
недвижимости
+7 (963) 662-85-30
natalya.privezenceva@century21.ru



Century 21

Династия

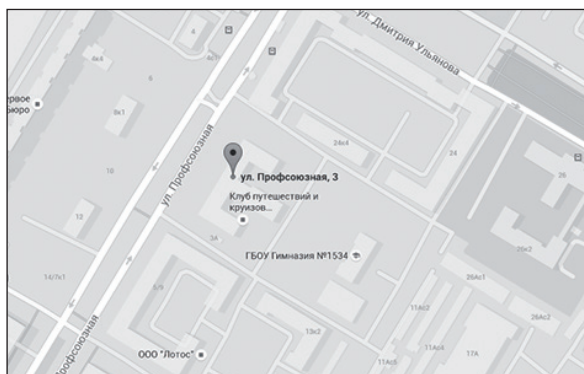


г. Подольск, Революционный пр-т, д. 52/39
+7 (4967) 52-54-45
dynasty@century21.ru
dynasty.century21.ru



Century 21

Капитал Гарант



г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 3
+7 (495) 969-75-09
c21capital@century21.ru
c21capital.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Елена Доронина
Вторичная
недвижимость
+7 (985) 831-88-18
doronina.elena@century21.ru



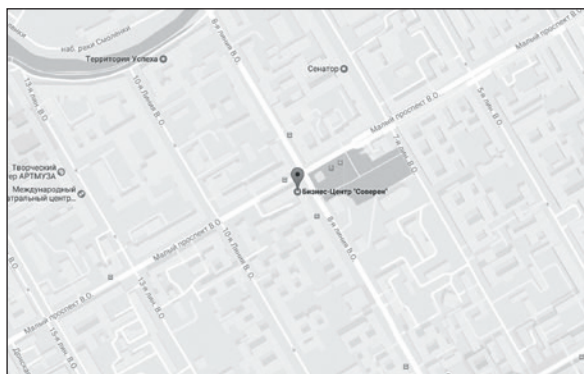
Анна Жиниленко
Вторичная
недвижимость
+7 (977) 689-05-26
anna.zhinilenko@century21.ru



Евгений Алешин
Любые объекты
недвижимости
+7 (977) 69-59-007
evgeniy.aleshin@century21.ru

Century 21

Capital Petersburg



г. Санкт-Петербург, Малый пр-т. В.О., д. 22,
БЦ «Соверен», оф. 303
+7 (812) 940-21-00
capital@century21.ru
capital.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Максим Васильев
Любые объекты
недвижимости
+7 (921) 340-21-27
vasilev.maksim@century21.ru



Татьяна Артамонова
Первичная и вторичная
недвижимость, ипотека
+7 (921) 329-21-31
artamonova.tatyana@century21.ru



Эрик Горбунов
Любые объекты
недвижимости
+7 (921) 391-21-60
gorbunov.erik@century21.ru

— лучшие агенты месяца

Светлана Позднякова

Любые объекты
недвижимости
+7 (962) 220-92-88
pozdneyakova.svetlana@century21.ru


Анна Денисова

Любые объекты
недвижимости
+7 (924) 100-43-83
denisova.anna@century21.ru


Екатерина Хлестунова

Любые объекты
недвижимости
+7 (914) 401-63-43
hlestunova.ekaterina@century21.ru



— лучшие агенты месяца

Юлия Аносова

Аренда и продажа
жилой недвижимости
+7 (984) 207-21-21
anosova.yuliya@century21.ru


Виталий Степанюк

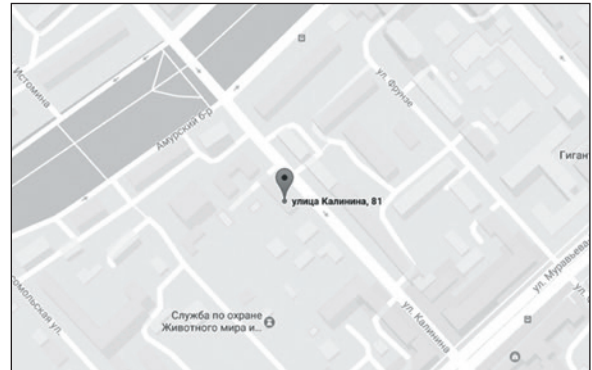
Жилая
недвижимость
+7 (984) 208-21-21
stepanyuk.vitaliy@century21.ru


Дмитрий Алтухов

Любые объекты
недвижимости
+7 (914) 334-21-21
altuhov.dmitriy@century21.ru



New Town



г. Хабаровск, ул. Калинина, д. 81
+7 (4212) 77-00-81
newtown@century21.ru
newtown.century21.ru

New Home

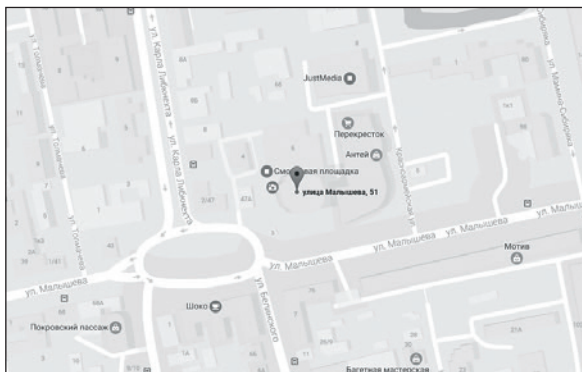


г. Владивосток, ул. Светланская, д. 145
+7 (423) 272-47-24
vl@century21.ru
vl.century21.ru



Century 21

Мэйфлауэр



г. Екатеринбург, ул. Малышева, д. 51
+7 (343) 288-26-58
mayflower@century21.ru
mayflower.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Кирилл Новоселов
Коммерческая
недвижимость
+7 (922) 139-13-99
novoselov.kirill@century21.ru



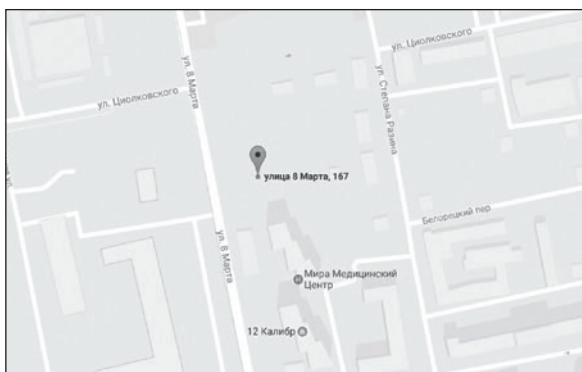
Наталья Пастухович
Первичная и вторичная
недвижимость
+7 (961) 773-26-42
natalya.pastukovich@century21.ru



Александра Кадышева
Вторичная
недвижимость
+7 (966) 706-76-60
kadysheva.aleksandra@century21.ru

Century 21

Eva Home



г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 167
+7 (343) 243-53-21
evahome@century21.ru
evahome.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Инна Марченко
Любые объекты
недвижимости
+7 (966) 706-74-51
inna.marchenko@century21.ru



Наталья Федорова
Любые объекты
недвижимости
+7 (908) 638-17-36
natalya.fedorova1@century21.ru



Оксана Черепанова
Любые объекты
недвижимости
+7 (966) 706-74-22
oksana.cherepanova@century21.ru

— лучшие агенты месяца

Вероника Калашникова
 Загородная
 недвижимость
 +7 (914) 873-98-41
 kalashnikova.veronika@century21.ru



Наталья Шамина
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (914) 000-89-09
 shamina.natalya@century21.ru



Наталья Краснова
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (964) 816-18-64
 krasnova.natalya@century21.ru



— лучшие агенты месяца

Гульнара Кораблева
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (986) 711-98-88
 korableva.gulnara@century21.ru



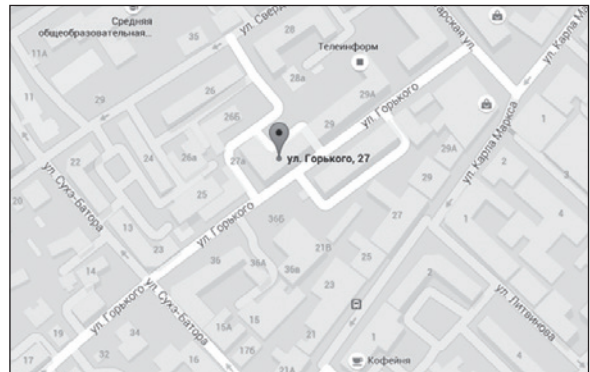
Ильназ Гизетдинов
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (917) 938-18-88
 ilnaz.gizetdinov@century21.ru



Петр Бурунин
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (917) 870-28-88
 petr.burunin@century21.ru

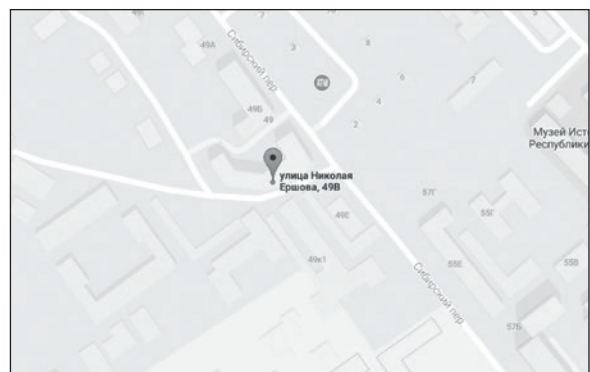


Недвижимость мира

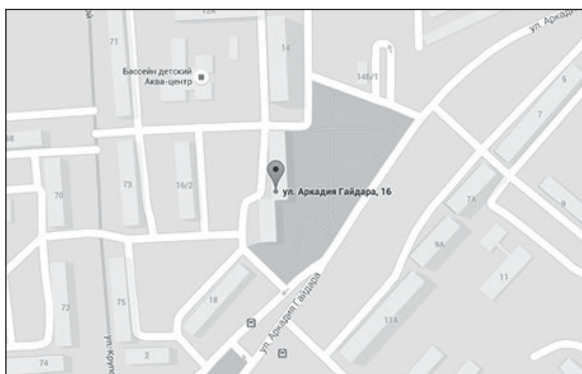


г. Иркутск, ул. Горького, д. 27
 +7 (3952) 90-91-44
 nm@century21.ru
 nm.century21.ru

Манго



г. Казань, ул. Николая Ершова, д. 49В
 +7 (843) 225-57-00
 mango@century21.ru
 mango.century21.ru



г. Пермь, ул. Аркадия Гайдара, д. 16А
+7 (342) 287-21-21
city@century21.ru
city.century21.ru

— лучшие агенты месяца



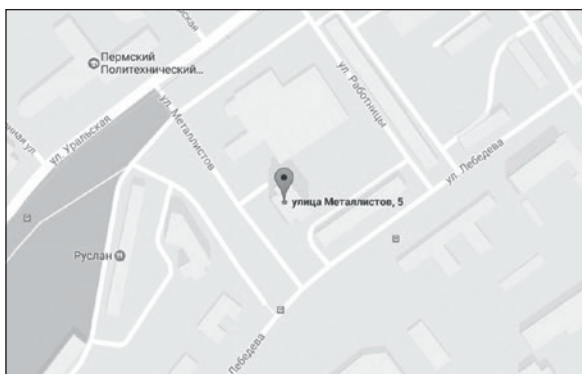
Любовь Пепеляева
Вторичная
недвижимость
+7 (909) 110-01-27
lyubov.pepelieva@century21.ru



Татьяна Саламатова
Первичная
недвижимость
+ 7 (963) 881-98-57
tatiana.salamatova@century21.ru



Кристина Романовская
Первичная и вторичная
недвижимость
+7 (963) 881-98-63
christina.romanovskaya@century21.ru



г. Пермь, ул. Металлистов, д. 5
+7 (342) 204-17-44
terra@century21.ru
terra.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Дмитрий Суханов
Вторичная
недвижимость
+7 (967) 905-25-54
dmitriy.suhanov@century21.ru



Светлана Яговкина
Вторичная
недвижимость
+7 (908) 272-02-70
svetlana.yagovkina@century21.ru



Антон Скрябин
Вторичная
недвижимость
+7 (909) 101-46-50
anton.skriabin@century21.ru

— лучшие агенты месяца

Юлия Харитонов
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (922) 354-17-78
 iuliya.haritonova@century21.ru



Никита Изотов
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (965) 558-06-25
 nikita.izotov@century21.ru



Ольга Бекирова
 Вторичная
 недвижимость
 +7 (922) 354-16-23
 bekirova.olga@century21.ru



Century21
 Home Real Estate



г. Пермь, Комсомольский пр-т, д. 38, оф. 506
 +7 (342) 204-43-53
 home-perm@century21.ru
 home-perm.century21.ru

— лучшие агенты месяца

Матвей Харламов
 Эксперт по
 недвижимости
 +7 (922) 240-77-77
 matvey.harlamov@century21.ru



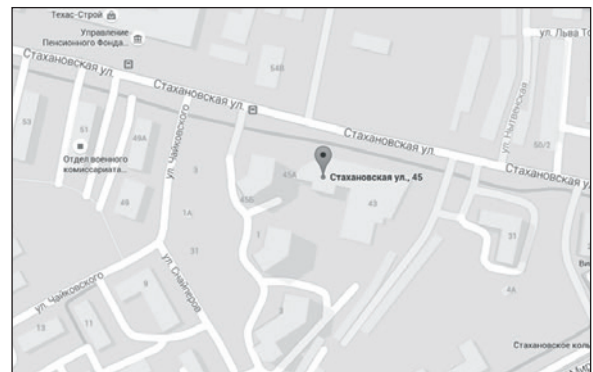
Шамиль Бадартинов
 Любые объекты
 недвижимости
 +7 (967) 873-40-88
 shamil.badartinov@century21.ru



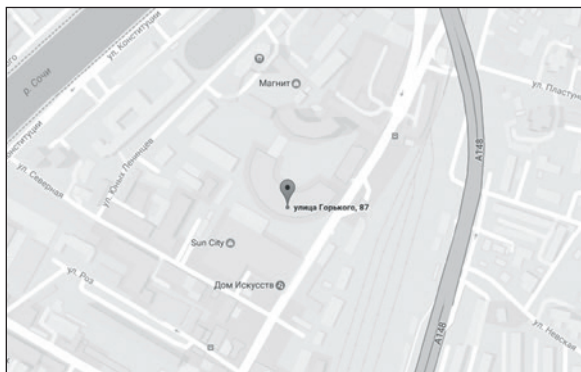
Илья Акбашев
 Любые объекты
 недвижимости
 +7 (922) 334-27-17
 ilya.akbashev@century21.ru



Century21
 PermGrad



г. Пермь, ул. Стахановская, д. 45, оф. 236
 +7 (342) 293-02-36
 permgrad@century21.ru
 permgrad.century21.ru



г. Сочи, ул. Горького, д. 87, офис 13
+7 (862) 291-77-21
insochi@century21.ru
insochi.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Елена Захарченко
Любые объекты
недвижимости
+7 (938) 470-07-26
zaharchenko.elena@century21.ru



Илина Надырова
Любые объекты
недвижимости
+7 (938) 470-07-31
nadyrova.ilina@century21.ru



Лариса Лучшева
Любые объекты
недвижимости
+7 (938) 400-59-04
luchsheva.larisa@century21.ru



г. Сочи, Адлерский р-н, ул. Мира, д. 161
+7 (862) 277-72-60
expert-sochi@century21.ru
expert-sochi.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Ольга Смирнова
Любые
объекты недвижимости
+7 (918) 003-47-99
olga.smirnova@century21.ru



Ксения Никитина
Заместитель
руководителя
+7 (918) 003-45-52
ksenia.nikitina@century21.ru



Анна Гайсина
Руководитель
отдела продаж
+7 (918) 003-46-97
gaysina.anna@century21.ru

— лучшие агенты месяца

Олеся Резникова
Вторичная
недвижимость
+7 (902) 772-69-24
reznikova.olesya@century21.ru



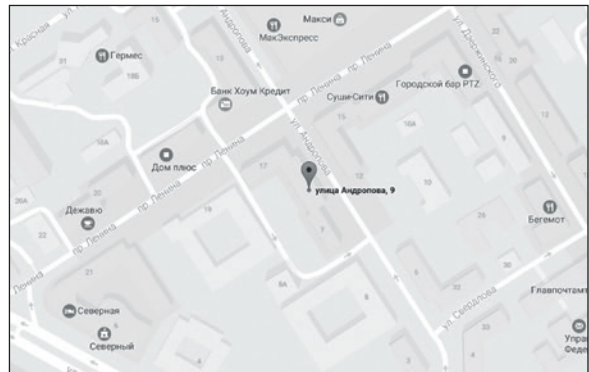
Евгения Шибирова
Вторичная
недвижимость
+7 (902) 772-69-22
shibyrova.evgeniya@century21.ru



Александр Зайцев
Вторичная
недвижимость
+7 (902) 772-69-21
zaycev.aleksandr@century21.ru



Century21
Альфа



г. Петрозаводск, ул. Андропова, д. 9
+7 (8142) 59-59-21
alfa@century21.ru
alfa.century21.ru

— лучшие агенты месяца

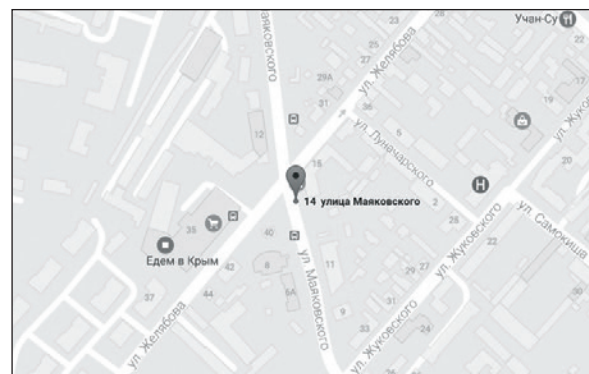
Ольга Логинова
Любые объекты
недвижимости
+7 (978) 100-04-21
loginova.olga@century21.ru



Кирилл Никишов
Любые объекты
недвижимости
+7 (978) 100-04-21
nikishov.kirill@century21.ru



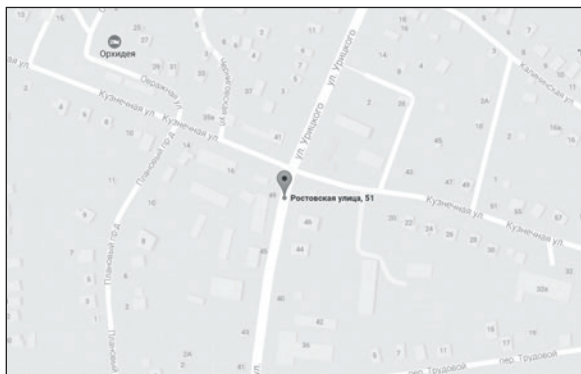
Century21
Alliance



г. Симферополь, ул. Маяковского, д. 14
+7 (365) 277-72-21
alliance@century21.ru
alliance.century21.ru



Партнер



г. Переславль-Залесский, ул. Ростовская, д. 51А
+7 (800) 555-27-01
partner@century21.ru
partner.century21.ru

— лучшие агенты месяца



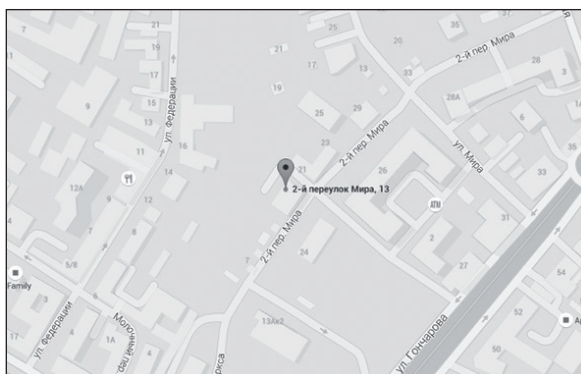
Ксения Золотарева
Любые объекты
недвижимости
+7 (905) 634-89-00
zolotareva.kseniya@century21.ru



Максим Желнин
Вторичная
недвижимость
+7 (915) 969-69-00
zhelnin.maksim@century21.ru



Венец



г. Ульяновск, 2-й пер. Мира, д. 13
+7 (8422) 70-50-21
venec@century21.ru
venec.century21.ru

— лучшие агенты месяца



Эдгар Баграмян
Вторичная
недвижимость
+7 (903) 336-17-43
edgar.bagramian@century21.ru



Ирина Кожаева
Вторичная и загородная
недвижимость
+7 (960) 379-25-71
irina.kozhaeva@century21.ru



Анастасия Кытманова
Вторичная и коммерческая
недвижимость
+7 (960) 379-26-55
anastasiya.kytmanova@century21.ru

— лучшие агенты месяца

Елена Калянова

Коммерческая
недвижимость
+7 (917) 065-40-40
kalyanova.elena@century21.ru

**Екатерина Николаева**

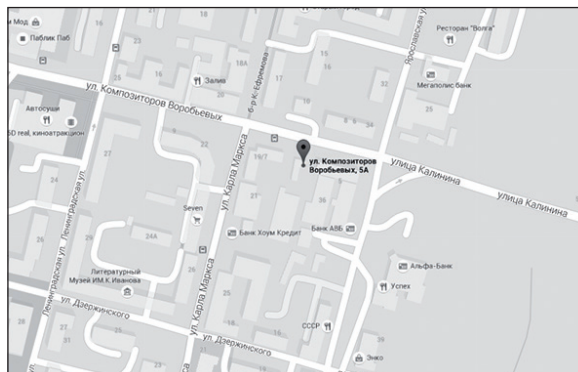
Любые объекты
недвижимости
+7 (917) 650-50-21
nikolaeva.ekaterina@century21.ru

**Дмитрий Фадеев**

Любые объекты
недвижимости
+7 (917) 065-18-18
dmitriy.fadeev@century21.ru



Century 21
Премьер



г. Чебоксары, ул. Композиторов Воробьевых, д. 5А
+7 (917) 677-05-05
premier@century21.ru
premier.century21.ru

— лучшие агенты месяца

Елена Савченко

Любые объекты
недвижимости
+7 (918) 377-25-86
savchenko.elena@century21.ru

**Светлана Демина**

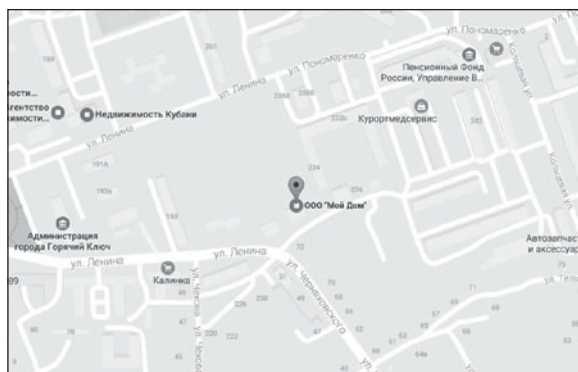
Любые объекты
недвижимости
+7 (918) 013-33-17
demina.svetlana@century21.ru

**Юлия Белоусова**

Любые объекты
недвижимости
+7 (918) 014-88-90
belousova.yuliya@century21.ru



Century 21
Мой Дом



г. Горячий Ключ, ул. Ленина, д. 193, корп. Д, лит. «Б»
+7 (86159) 421-65
moidom@century21.ru
moidom.century21.ru

* КАЖДЫЙ ПРОФЕССИОНАЛ КОГДА-ТО БЫЛ НОВИЧКОМ

**THE
EXPERT
IN ANYTHING
WAS
ONCE A BEGINNER***

www.century21.ru



CENTURY 21
ТОТ САМЫЙ МОМЕНТ, КОГДА ОПЫТ НЕ НУЖЕН

РЕКЛАМА



Крупнейшая в мире сеть агентств недвижимости

Москва

CENTURY 21 Еврогрупп Недвижимость
ул. Садовая-Кудринская, д. 25
+7 (495) 795-08-00

CENTURY 21 Zavidov
Цветной б-р, д. 26, стр. 1
+7 (495) 660-20-21

CENTURY 21 Капитал Гарант
ул. Профсоюзная, д. 3
+7 (495) 969-75-09

CENTURY 21 Квартал 75
ул. Саяма Адия, д. 2, корп. 1, оф. 9
+7 (495) 255-32-36

CENTURY 21 Rapogama Realty
ул. Ленинская Слобода, д. 19,
БЦ «Омега Плаза», 5 эт., оф. 21ф
+7 (495) 780-99-49

CENTURY 21 Римарком
г. Троицк, Парковый пер., д. 4
+7 (495) 721-73-60

CENTURY 21 Серебряный Век
3-й Самотечный пер., д. П
+7 (495) 961-21-00

CENTURY 21 Street Realty
ул. Крылатская, д. 33, корп. 2
+7 (495) 258-52-23

CENTURY 21 Юго-Запад
ул. Профсоюзная, д. 56, БЦ «Cherry Tower», 15 эт.
+7 (912) 887-37-77

CENTURY 21 Город
ул. Боровая, д. 7, стр. 10
+7 (495) 212-15-21

Московская область

CENTURY 21 Династия
г. Подольск, Революционный пр-т, д. 52/39
+7 (4967) 52-54-45

CENTURY 21 Еврогрупп Недвижимость
г. Люберцы, 3-е Почтовое отделение, городок Б,
вл. 61, д. 102
+7 (495) 221-78-48

CENTURY 21 Римарком
г. Чехов, Симферопольское ш., д. 6, оф. 12
+7 (495) 974-97-17

Владивосток

CENTURY 21 New Home
ул. Светланская, д. 145
+7 (914) 792-69-99

Горячий Ключ

CENTURY 21 Мой Дом
ул. Ленина, д. 193, корп. Д, лит. «Б»
+7 (86159) 421-65

Екатеринбург

CENTURY 21 Eva Home
ул. 8 Марта, д. 167
+7 (343) 243-53-21

CENTURY 21 Мэйфлауэр
ул. Малышева, д. 51, БЦ «Высоцкий», оф. 2403
+7 (343) 288-26-58

Иркутск

CENTURY 21 Недвижимость мира
ул. Горького, д. 27
+7 (3952) 90-91-44

Казань

CENTURY 21 Манго
ул. Н. Ершова, д. 49В, оф. 205
+7 (843) 225-57-00

Нижний Новгород

CENTURY 21 Адвент
пр-т Ленина, д. 98, оф. 29
+7 (831) 423-25-63

Переславль-Залесский

CENTURY 21 Партнер
ул. Ростовская, д. 51А
+7 (800) 555-27-01

Пермь

CENTURY 21 City
ул. Аркадия Гайдара, д. 16А
+7 (342) 287-21-21

CENTURY 21 Home Real Estate
Комсомольский пр-т, д. 38, оф. 506
+7 (342) 204-43-53

CENTURY 21 PermGrad
ул. Стахановская, д. 45, оф. 236
+7 (342) 293-02-36

CENTURY 21 Terra Недвижимость
ул. Металлистов, д. 5
+7 (342) 204-17-44

Петрозаводск

CENTURY 21 Alfa
ул. Андропова, д. 9
+7 (8142) 59-59-21

Самара

CENTURY 21 Volga
ул. Ставропольская, д. 3, оф. 1
+7 (846) 206-02-03

Санкт-Петербург

CENTURY 21 Capital Petersburg
Малый проспект, В.О., д. 22
+7 (812) 940-21-00

Симферополь

CENTURY 21 Alliance
ул. Маяковского, д. 14, стр. 3, 2 эт.
+7 (3652) 777-221

Сочи

CENTURY 21 Expert Sochi
ул. Мира, д. 161
+7 (988) 156-14-21

CENTURY 21 InSochi
ул. Горького, д. 75
+7 (862) 220-20-08

CENTURY 21 Южное
ул. Пластунская, д. 81, БЦ «Гранд»
+7 (862) 227-16-16

Тольятти

CENTURY 21 Регион
ул. Юбилейная, д. 1А, оф. 214
+7 (8482) 63-31-21

Ульяновск

CENTURY 21 Венец
2-й пер. Мира, д. 13
+7 (8422) 70-50-21

Хабаровск

CENTURY 21 New Town
ул. Карла Маркса, д. 96А
+7 (914) 158-18-33

Чебоксары

CENTURY 21 Премьер
ул. Композиторов Воробьевых, д. 5А
+7 (8352) 75-58-88



www.century21.ru

Каждый офис находится в независимом владении и управлении