|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Artykuł ekspercki:  Co dziesiąty Polak kupuje mieszkanie na podstawie rekomendacji znajomych | Data:  31.07.2017 | Grupa Geo |

Co dziesiąty Polak kupuje mieszkanie na podstawie rekomendacji znajomych

Podejmując decyzje zakupowe, bierzemy pod uwagę wiele czynników. Oprócz cech produktu czy zachęcającej reklamy, najbardziej wpływają na nas opinie innych, zwłaszcza tych, których znamy, i którym ufamy. Szczególnie w branży deweloperskiej ważne są rekomendacje, ponieważ zakup mieszkania to wieloetapowy proces, a podjęcie ostatecznej decyzji wymaga wiele czasu.

Cena, lokalizacja i… opinia znajomych

Aż 78% Polaków przed zakupem nowego produktu bierze pod uwagę opinie swojego otoczenia, wynika z badania przeprowadzonego przez Buzz Media. Polacy lubią dzielić się swoimi doświadczeniami zakupowymi, chętnie rekomendują i biorą pod uwagę opinię innych. Z kolei 85% z nas, chociaż od czasu do czasu poleca produkty swoim znajomym. Przodują w tym przede wszystkim osoby młode, dla których to niemal naturalny odruch po dokonaniu zakupu.

- *Osoby zainteresowane kupnem mieszkania często sprawdzają opinie w Internecie, jednak nie są w stanie zweryfikować publikowanych tam informacji. Inaczej sprawa ma się z poleceniem wśród znajomych czy rodziny. To im ufamy najbardziej i liczymy, że ich zdanie będzie w pełni obiektywne* - mówi Piotr Kijanka, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w Grupie Deweloperskiej Geo.

Do decyzji o zakupie mieszkania skłania wiele czynników. Według raportu sporządzonego przez TNS Polska, najważniejsze kryteria, jakimi kierujemy się wybierając wymarzone M, to cena i lokalizacja. Nie bez znaczenia pozostają również opinie o deweloperze - ważne dla 10% badanych.

Z reguły nieufnie podchodzimy do klasycznych form reklam. Nie wydaje nam się ona w pełni obiektywna, ponieważ ukierunkowana jest na sprzedaż produktu. To właśnie dlatego tak ważna jest dla nas opinia innych osób, w szczególności znajomych i rodziny.

- *Rekomendacje to jedna z efektywniejszych form zdobywania przez klientów informacji o inwestycjach mieszkaniowych. Dla firmy deweloperskiej, najlepsi klienci to tacy z polecenia, którzy już na wstępie mają zaufanie do inwestora, gdyż łatwiej z nimi prowadzić negocjacje warunków transakcji* - zauważa Piotr Kijanka.

Obustronna korzyść

Na rekomendacje mogą liczyć przede wszystkim firmy uczciwe, rzetelne i takie, które zaspokajają potrzeby klienta.

- *Na polecenia deweloper musi zapracować* - wyjaśnia ekspert z grupy deweloperskiej Geo.- *W naszej 30-letniej historii widnieje ponad 70 inwestycji, w sumie około 3500 mieszkań, a to również ogromna ilość zadowolonych klientów, więc mamy czym się chwalić. W maju uruchomiliśmy program rekomendacyjny, ponieważ uważamy, że zadowolony klient jest najlepszym ambasadorem marki. Do programu może przystąpić każdy, kto zakupił mieszkanie w naszych inwestycjach* - dodaje.

Takie działania to swoisty ukłon w stronę klientów, którzy doceniają jakość oferty i polecają ją swoim znajomym. Relacja z klientem z polecenia od początku jest łatwiejsza. Warto wprowadzić w swojej firmie politykę rekomendacji, to jedna z najskuteczniejszych metod marketingowych, a pozyskanie klienta jest znacznie mniej kosztowne niż przy innych, bardziej tradycyjnych działaniach.

. . . . . . . . . . . . . . . . .

Więcej informacji:

Katarzyna Krupicka

e-mail: katarzyna.krupicka@primetimepr.pl

tel. 12 313 00 87