|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Artykuł ekspercki:  Rodzaje promocji u dewelopera - na co można liczyć? | Data:  19.01.2017 | Rynek Deweloperski |

Rodzaje promocji u dewelopera - na co można liczyć?

Sytuacja na rynku deweloperskim od kilku lat jest stabilna, co więcej, liczba ukończonych inwestycji i pozwoleń na nowe budowy wciąż rośnie. Zapotrzebowanie na lokale wciąż jest duże, dlatego zainteresowanie zakupem nie spada. Deweloperzy nie muszą specjalnie walczyć o klientów, nie oznacza to jednak, że rezygnują ze specjalnych upustów. Te wciąż przykuwają uwagę i skłaniają do zawarcia umowy. Przedstawiamy, z jakich rodzajów promocji możemy skorzystać, kupując nowe mieszkanie.

Niższa cena

Najczęstszą formą stymulowania sprzedaży jest obniżka cen, zarówno metra kwadratowego, jak i całościowej ceny lokum. Największe upusty dotyczą zazwyczaj inwestycji już wybudowanych, w takiej sytuacji jesteśmy w stanie sporo zaoszczędzić.

- *Często takie akcje są ograniczone czasowo* - wyjaśnia Agnieszka Więckowska z portalu rynek-deweloperski.pl. - *Obejmują ostatnie mieszkania, które jeszcze nie znalazły właściciela, albo są stosowane w początkowej fazie sprzedaży. Przy wprowadzaniu inwestycji na rynek, rabaty kształtują się na poziomie 10-12%. Najmniej zyskamy na lokalach, które są w trakcie realizacji, jedynie kilka procent* - dodaje.

Pamiętajmy jednak, że nawet bez korzystania ze specjalnych promocji, kwota jaką przyjdzie nam zapłacić za zakup, może różnić się od tej widniejącej w ofercie. Deweloper często jest skłonny do negocjacji, dlatego należy być uważnym i dokładnie sprawdzać oferty. Może się okazać, że na bezpośrednim spotkaniu ustalającym warunki sprzedaży nieruchomości, bylibyśmy w stanie uzgodnić większy upust, od tego oferowanego w promocji.

Wykończenie w cenie

Standardem w promocjach jest także tzw. wykończenie pod klucz. Oznacza to, że odbieramy lokum praktycznie gotowe do zamieszkania, wystarczy tylko wnieść meble.

- *Przyjmuje się, że taki stan lokalu powinien zawierać biały montaż* - komentuje ekspert z portalu rynek-deweloperski.pl. - *Oznacza to pomalowane ściany i położoną posadzkę, a także wykończoną kuchnię i łazienkę* - dodaje.

Każdy deweloper może inaczej postrzegać termin “pod klucz”, dlatego warto dopytać, co dokładnie kryje się pod tym znaczeniem. Oferta wykończeniowa powinna być dostępna w kilku wariantach - podstawowym i premium. Wykaz użytych materiałów i ich dokładny opis powinien znaleźć się w umowie, ale należy pamiętać, że z reguły wybór materiałów jest tu ograniczony.

Dni otwarte

To doskonała okazja, by zobaczyć inwestycję na żywo, oglądnąć przykładowe mieszkanie i poznać okolicę. Podczas takich eventów nie zabraknie specjalnie przygotowanych promocji. Oprócz rabatów cenowych deweloperzy oferują także specjalne bonusy. Wśród nich znajdziemy możliwość wygrania wycieczki, jeżeli podpiszemy umowę przedwstępną. Może to być samochód czy telewizor, ale często nie są to tylko nagrody rzeczowe. Podczas targów czy dni otwartych możemy skorzystać z bezpłatnych konsultacji z doradcą kredytowym, czy architektem wnętrz.

- *Na rynku można spotkać oferty mieszkań wraz z komórką lokatorską albo miejscem parkingowym* - zauważa Agnieszka Więckowska. - *To oszczędność od kilku do kilkudziesięciu tysięcy złotych* - dodaje.

Spotykanych pomysłów na promocję jest dużo więcej. Deweloper może zaoferować nam umowę notarialną w cenie mieszkania albo rabat za szybką decyzję o zakupie. Okazją będzie także atrakcyjny system płatności, np. 10/90 albo 20/80. Wtedy większą kwotę zapłacimy dopiero po zakończeniu budowy inwestycji i zaoszczędzimy na odsetkach.

Wybieraj mądrze

Najlepszym rozwiązaniem, by być na bieżąco z ofertą, jest zapisanie się na newsletter danego dewelopera lub śledzenie jego profilu na portalach społecznościowych. Jednak decydując się na zakup mieszkania pod wpływem danej promocji, powinniśmy zachować ostrożność. Należy dokładnie sprawdzić, czy aby na pewno będzie to opłacalne.

- *Rozglądnijmy się za podobnymi inwestycjami w mieście* - radzi przedstawiciel portalu rynek-deweloperski.pl. - *Porównajmy ceny i standardy wykończenia. Sprawdźmy warunki oferty, a także innych deweloperów. Dopiero wtedy będziemy mieć pewność, że cena promocyjna nie jest jedynie chwytem marketingowym* - dodaje.

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

Więcej informacji:

Katarzyna Krupicka

e-mail: katarzyna.krupicka@primetimepr.pl

tel. 12 313 00 87