

Czy warto organizować dni otwarte inwestycji?

Sprzedaż inwestycji to proces, który wymaga nie tylko wiedzy i zaangażowania, ale i odpowiednich działań marketingowych. Foldery, *billboardy*, obecność w mediach branżowych i społecznościowych to obecnie standard. Gdy budowa inwestycji jest zaawansowana, warto rozważyć organizację dni otwartych, które niosą ze sobą wiele korzyści.

Mniej mieszkań w Małopolsce

Rynek nieruchomości rozwija się bardzo dynamicznie. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w Krakowie („Biuletyn statystyczny województwa małopolskiego – IV kwartał 2018”) w minionym roku w Małopolsce do użytku oddano ponad 18 tys. mieszkań. Nieruchomości przeznaczonych na sprzedaż lub wynajem było ponad 10 tys. (mieszkania pochodzące od inwestorów indywidualnych, jak i deweloperów). W porównaniu do okresu sprzed dwóch lat, w zeszłym roku liczba oddanych mieszkań jest mniejsza o ponad 1000. Mimo to cena za metr kwadratowy wciąż jest wysoka. Jak zachęcić klienta do zakupu mieszkania pomimo wysokich kosztów nabycia nieruchomości?

Amerykański trik na sprzedaż

Dni otwarte (z ang. *open house*) to praktyka, która w Ameryce od dziesięcioleci wpływa na powodzenie w sprzedaży inwestycji. W Polsce ten trend pojawił się niedawno, stosowany przez deweloperów oraz inwestorów prywatnych, ułatwia poszukującym wybór mieszkania. Do niekwestionowanych zalet dni otwartych należy możliwość wejścia do powstającej nieruchomości, która zazwyczaj jest niedostępna dla klientów do momentu zakończenia budowy. Dla odwiedzających korzyścią jest również możliwość otrzymania rabatu na mieszkanie, zakup w promocyjnej cenie miejsca parkingowego czy komórki lokatorskiej.

Dni otwarte dla osób zainteresowanych kupnem inwestycji są okazją do zobaczenia nieruchomości w trakcie jej powstawania, a organizowane co kilka miesięcy, są dla klientów szansą na śledzenie postępów budowy. W trakcie eventu można poznać przyszłych sąsiadów, a także otoczenie, w którym powstaje osiedle, czego nie doświadczymy, bazując na wizualizacjach – komentuje Grzegorz Woźniak ze spółki Quelle Locum, realizującej inwestycję Park Leśny Bronowice.

Deweloperzy starają się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom klientów i ułatwić im trudne zadanie związane z zakupem mieszkania. W trakcie dni otwartych można porozmawiać z przedstawicielami firmy deweloperskiej, a coraz częściej także z architektami i doradcami kredytowymi, którzy są tam, aby udzielać porad i rozwiewać wszelkie wątpliwości związane z procesem zakupu mieszkania.

Gdy zależy ci na szybkiej sprzedaży

Dobrze zorganizowany dzień otwarty może znacząco przyspieszyć proces sprzedaży, szczególnie gdy w trakcie jego trwania oferowane są ostatnie mieszkania danego etapu. Dla osób zainteresowanych inwestycją jest to sygnał do podjęcia ostatecznej

decyzji. Atrakcyjna oferta, funkcjonalny i satysfakcjonujący układ lokalu skutecznie przyspieszą transakcję. Potencjalni klienci biorący udział w wydarzeniu, przychodzą na nie z konkretnym wyobrażeniem na temat inwestycji i jej sąsiedztwa, zbudowanym na podstawie wizualizacji i zdobytych informacji. Jeśli dotychczasowy obraz nieruchomości jest zgodny ze stanem rzeczywistym, nie ma się czego obawiać. Trudno o lepsze uwiarygodnienie dewelopera w oczach klientów.

Atrakcje są ważne

Dni otwarte powinny być organizowane w trakcie weekendu, czyli w czasie wolnym, w którym klienci będą mogli przyjść i zobaczyć inwestycję. Odpowiednie pory roku to wczesna wiosna i późne lato, przed lub po sezonie urlopowym. Mając tak określone ramy czasowe, warto zastanowić się nad formą, w jakiej będzie odbywać się wydarzenie – może być to grill, piknik lub inny rodzaj atrakcji na świeżym powietrzu. Dni otwarte nie są sztywnym, zobowiązującym spotkaniem, dlatego powinny mieć luźną formę, zachęcać do wspólnego spędzania czasu i do interakcji pomiędzy uczestnikami.

Współpracując z deweloperami podczas organizacji dni otwartych inwestycji, mieliśmy okazję przekonać się, jak ważne jest to wydarzenie. Warto zadbać o odwiedzających w szczególny sposób. Do dobrych praktyk należy wręczenie drobnego upominku, zorganizowanie strefy dla dzieci, w której będą pod opieką na czas zwiedzania, zapewnienie poczęstunku – kawa oraz drobna przekąska w wydzielonym miejscu są możliwością odpoczynku i zainicjowania rozmowy między uczestnikami – komentuje Anna Gumowska, CEO w Prime Time PR. *Jeśli tak zadbamy o naszych klientów, jest duża szansa, że do nas wrócą, a o miłym wydarzeniu opowiedzą znajomym* – dodaje.

Dla wielu udział w dniach otwartych jest kluczowy w procesie zakupu nowej inwestycji. Ocena miejsca po zobaczeniu go na własne oczy niesie znaczące korzyści zarówno dla kupującego, jak i sprzedającego nieruchomości. Dla dewelopera jest to weryfikacja liczby osób zainteresowanych lokalem w danej lokalizacji i wizerunku inwestycji – czy spełnia oczekiwania klientów, czy może coś należy poprawić. Zaplanowanie wydarzenia tak, aby goście czuli, że są mile widziani, że mamy dla nich czas – tyle, ile potrzebują – to również sposób na budowę zaufania i pozytywnego wizerunku inwestora.

Joanna Syrek
Prime Time PR

prime time pr