****

**Сообщение в СМИ**

 **23 апреля 2015 года**

**Партнер девелоперской компании «Химки Групп» Дмитрий Котровский выступил с докладом на конференции «Маркетинг в недвижимости», которая прошла в Санкт-Петербурге в середине апреля**

 В середине апреля в Санкт-Петербурге прошла конференция «Маркетинг в недвижимости», в которой приняли участие более 100 руководителей девелоперских компаний, отделов продаж, маркетинговых служб, специалистов по рекламе, PR в сфере недвижимости из обеих столиц.

 В первый день докладчики рассказали участниками конференции о своем опыте продаж и эффективного продвижения недвижимости в период стагнации на рынке. Партнер девелоперской компании «Химки Групп» Дмитрий Котровский говорил в своем выступлении об эффективных стратегиях продаж в условиях кризиса, о необходимости начать отсчет с нуля, забыв о тех успехах продавцов и маркетологов, которые были в 2012-2014 гг., когда рос и рынок, и платежеспособность покупателей. Он отметил наиболее важные этапы продаж в условиях кризиса, на которые должен обращать внимание продавец. «Кризис – это время потребительской неуверенности. Когда покупатель не уверен, что он может позволить себе сегодня такую крупную покупку, как недвижимость, продавцу важно выявить его реальную потребность в приобретении, а затем презентовать товар с акцентом на уникальные торговые преимущества, актуальные в текущей экономической ситуации для конкретного покупателя. Например, для инвестора важна ликвидность жилья и срок прироста инвестиций, а также конкурентность квартиры на арендном рынке. Для «сохранителя» - необходима гарантия того, что объект будет достроен в срок и в соответствии с проектной декларацией, а цены не будут падать. Для людей, покупающих квартиру для собственного проживания, важны инфраструктура, транспортная доступность, социальное окружение. В условиях постоянно меняющегося пульса рынка одним из действенных инструментов коммуникации с покупателями становится Real Time Marketing – оперативное реагирование на микротренды в политике и экономике. Такие, как субсидирование ипотеки, падение курса доллара, изменение ставок по банковским депозитам. Кроме того, именно сейчас важно постоянно оценивать и пересматривать эффективность каждого канала привлечения клиентов в режиме реального времени и учитывать особенности целевой аудитории при выборе каналов продвижения» - подчеркнул Котровский.

***«Химки Групп»*** *– флагман совершенно нового для нашей страны направления девелопмента. Наше призвание – это не только строительство и создание комфортного жилья, но и уникальной спортивно-образовательной инфраструктуры, повышающей уровень культурного и социального развития общества, а - главное - молодого поколения. При реализации наших проектов мы привлекаем в союзники профессиональных спортсменов, актеров, деятелей культуры – людей, чье кредо – быть истинными профессионалами, готовыми передать свое мастерство ученикам. Мы искренне верим, что именно такой девелопмент, направленный на совершенствование общества в целом, нужен сейчас нашей стране. «Химки Групп» реализует все свои проекты в соответствии с заявленными президентом России и губернатором Московской области новыми стандартами социально-ответственной застройки, без привлечения государственного финансирования.*

*Пресс-служба «Химки Групп»*

*Алла Аксёнова,*

*8-926-140-77-38*

*pr@himkigroup.ru*

*Allacat777@gmail.com*

*https://www.facebook.com/alla.axenova*