



## Как сделать старый отель вдвое дороже. Технологии реновации

СИДОРОВ ВАДИМ АНАТОЛЬЕВИЧ  
КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

VADIM.SIDOROV.71@MAIL.RU

# ***ЗАДАЧИ МАСТЕР-КЛАССА***

**Другой взгляд на процесс продажи**

**Новые возможности**

**Технология и Инструменты**

**ЭНЕРГИЯ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ – ПОЗИТИВНЫЙ ОБМЕН  
ОПЫТОМ**

# ***ЧТО ПРОИСХОДИТ В МИРЕ (СДЕЛОК) ?***

**СДЕЛКА ПО КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.**

**ЧТО ЭТО?  
ИСЧЕЗАЮЩИЙ ВИД?**

Цель тебя манит  
Терпения дорога  
Вершина в небе

неизвестный неапонский автор ))))))))

# ТРЕНДЫ

**70 % ФОНДА КН МОРАЛЬНО УСТАРЕЛО**



**ЕСТЬ ВЫБОР**

**СЧИТАЕМ ДЕНЬГИ**

**ОКУПАЕМОСТЬ**

**МАРЖА**

**РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ**

**СТРАТЕГИЯ ПОКУПКИ**

**ОТЖАТЬ «НАСУХО»**

**ВЗЯТЬ «ЛЕЖАЧЕЕ» ЧЕМ ХУЖЕ, ТЕМ ЛУЧШЕ**

**ТОЛЬКО СОБСТВЕННОСТЬ**

**ПЕРСПЕКТИВА (РЕАЛЬНЫЙ СЦЕНАРИИ)**

**ПЕРСПЕКТИВА «ЗАВИРАЛЬНАЯ ИДЕЯ»**

**ЭМОЦИЯ ПОКУПКИ**

**«ПРИЧИНИТЬ ДОБРО» ЛЮБИМОЙ**

**«ТИХАЯ БРАВАДА»**

## *ТРЕНДЫ ЮГ*

**КУДА ПРИПАРКОВАТЬ ДЕНЬГИ?**

**ВЕРЮ НЕ ВЕРЮ ХОРОШЕМУ СКРИПТУ?**

**МОЖНО ЛИ СДАВАТЬ В АРЕНДУ?**

**КАК ПРОКОНТРОЛИРОВАТЬ?**

**КУДА ЗАНЕСТИ БАБЛО?**

**«ЭЗОТЕРИКА» ПРИМОРСКОГО  
ДЕВЕЛОПМЕНТА**

## **ЧТО ДЕЛАТЬ КЛИЕНТАМ ?**

**КУПИТЬ КВАРТИРУ ИЛИ АПАРТАМЕНТЫ**

**КУПИТЬ МИНИ-ОТЕЛЬ И УПРАВЛЯТЬ**

**КУПИТЬ ЧТО-ТО И СДАВАТЬ**

# ***ЧТО ДЕЛАТЬ ПРОФЕССИОНАЛАМ?***

**ИЗУЧАТЬ РЕНОВИРОВАТЬ ПРОДВИГАТЬ  
Т.Е. СМЕЩАТЬСЯ В СТОРОНУ  
КОНСАЛТИНГА**

**СУТЬ ПРОЦЕССОВ И ОБЛАСТИ ЗНАНИЙ:**

**ГРАДОРЕГУЛИРОВАНИЕ  
ПРОЕКТИРОВАНИЕ  
МАРКЕТИНГ, БРОКЕРИДЖ**

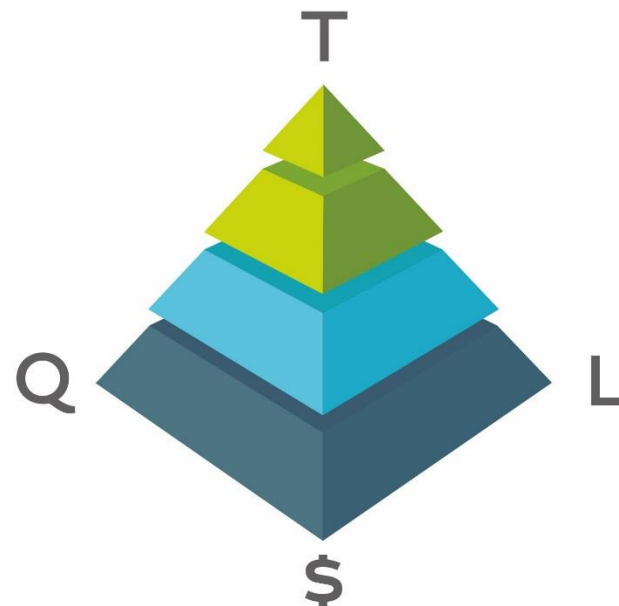
**КОМПЕТЕНЦИИ:**

- ГЕНЕРАЦИЯ ИДЕИ
- ИНЖИНИРИНГ
- МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ

**ОТ ПРОДАЖ К ДЕВЕЛОПМЕНТУ**

# *КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ГЕНЕРАЦИИ*

## *ПРИНЦИП СООТВЕТСТВИЯ ПАРАМЕТРОВ*



L - МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ (ЛОКАЦИЯ)

Q - КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

\$ - СТОИМОСТНЫЕ ПАРАМЕТРЫ

T - ВРЕМЕННАЯ ПЕРСПЕКТИВА

# КЕЙС «ОТЕЛЬ В АНАПЕ»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – АПАРТ-ОТЕЛЬ  
ПЛОЩАДЬ ЗУ 2 532 М2  
ПАРАМЕТРЫ ДО  
ПАРАМЕТРЫ ПОСЛЕ



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – АПАРТ-ОТЕЛЬ

ПЛОЩАДЬ ЗУ 2 532 М2

СТОИМОСТЬ ДО – 118 000 000 руб.

СТОИМОСТЬ ПОСЛЕ - 324 406 400 руб.

| Функция                                                         | Было, кв. м | Стало, кв. м |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|--------------|
| Площадь ЗУ                                                      | 2 532       | 2 532        |
| Номерной фонд (с балконами)                                     | 1 940       | 2 302        |
| Количество номеров, шт в т.ч.                                   | 59          | 46           |
| Бизнес класса                                                   |             |              |
| Комфорт класса                                                  | 5           | 27           |
| Эконом класса                                                   |             | 19           |
|                                                                 | 54          |              |
| Номерной фонд (жилые пл.)                                       | 1 790       | 1 983.5      |
| Общепит                                                         | 324,59      | 360,66       |
| Водная зона, в т.ч.                                             | -           | 486,41       |
| Открытая                                                        |             | 386.01       |
| Релакс зона, а т.ч.                                             | -           | 736,04       |
| Открытая                                                        |             | 320.24       |
| Административные помещения (спортзал, общественная зона отдыха) | 667         | 126,21       |
| Общая задействованная площадь объекта                           | 3 855       | 4 704        |
| Площадь арендных (продаваемых) площадей                         | 1 940       | 3 885        |
| Удельный вес арендных и продаваемых помещений, %                | 50          | 83           |

# *КЕЙС «БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ» ЭТАП 1*



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ  
ЦЕНТР

ПАРАМЕТРЫ ДО – 72 места и ресторан

ПАРАМЕТРЫ ПОСЛЕ – два отеля, 290 номеров с  
водным центром

Стоимость до 150 000 000

Стоимость после 1 350 000 000



# КЕЙС «БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ ЦЕНТР  
СПА ОТЕЛЬ 4\* 130 НОМЕРОВ С ВОДНЫМ ЦЕНТРОМ,  
ПЛОЩАДЬ ВОДНОЙ ПОВЕРХНОСТИ 2 500 М2



# КЕЙС «БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ  
ЦЕНТР  
СПА ОТЕЛЬ 4\* 130 НОМЕРОВ С ВОДНЫМ ЦЕНТРОМ



# КЕЙС « БАЗА В ГОРЯЧЕМ КЛЮЧЕ » ЭТАП 2



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ГЕОТЕРМАЛЬНЫЙ КУРОРТНЫЙ ЦЕНТР  
ЭТАП 2. РАЙОН АПАРТАМЕНТОВ  
ДО - 32 ГА ЗЕМЛИ СХ  
ПОСЛЕ - ПРОЕКТ ПЛАНИРОВКИ НА 60 000 М2



# КЕЙС «КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ЯДРО МНОГОПОЛЯРНОГО КРАСНОДАРА  
ДО – ЗЕМЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 6.2 ГА  
ПОСЛЕ – ЗОНА ОД, 180 000 М2. ЯДРО МЕГАПОЛИСА С  
ЖИЛЬЕМ, ОФИСАМИ И ОТЕЛЯМИ 3\*, 4\*, АПАРТ-ОТЕЛЬ.



# КЕЙС «КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД»



ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ – ЯДРО МНОГОПОЛЯРНОГО  
КРАСНОДАРА

ДО – РАЗРУХА С АВТОРЫНКОМ НА 6.2 ГА  
ПОСЛЕ – СТИЛЬНАЯ, КОМФОРТНАЯ СРЕДА ДЛЯ  
ЖИЗНИ И БИЗНЕСА. ЯДРО МЕГАПОЛИСА



БОЕЦ КОМЕТОЙ  
СВЕТИТСЯ ПРОНЗАЕТ ВСЁ  
ОН СТРОИТ ГОРОД

Формулируйте истину!

С уважением, Вадим Сидоров  
9 918 925 3402

# ***ФАКТОРЫ ЛИКВИДНОСТИ***

**Что влияет на решение о покупке?  
Что лежит в основе нашей модели?  
На что можно повлиять?**

Локация

качественные характеристики объекта

стоимостные параметры

временные параметры

Правовые

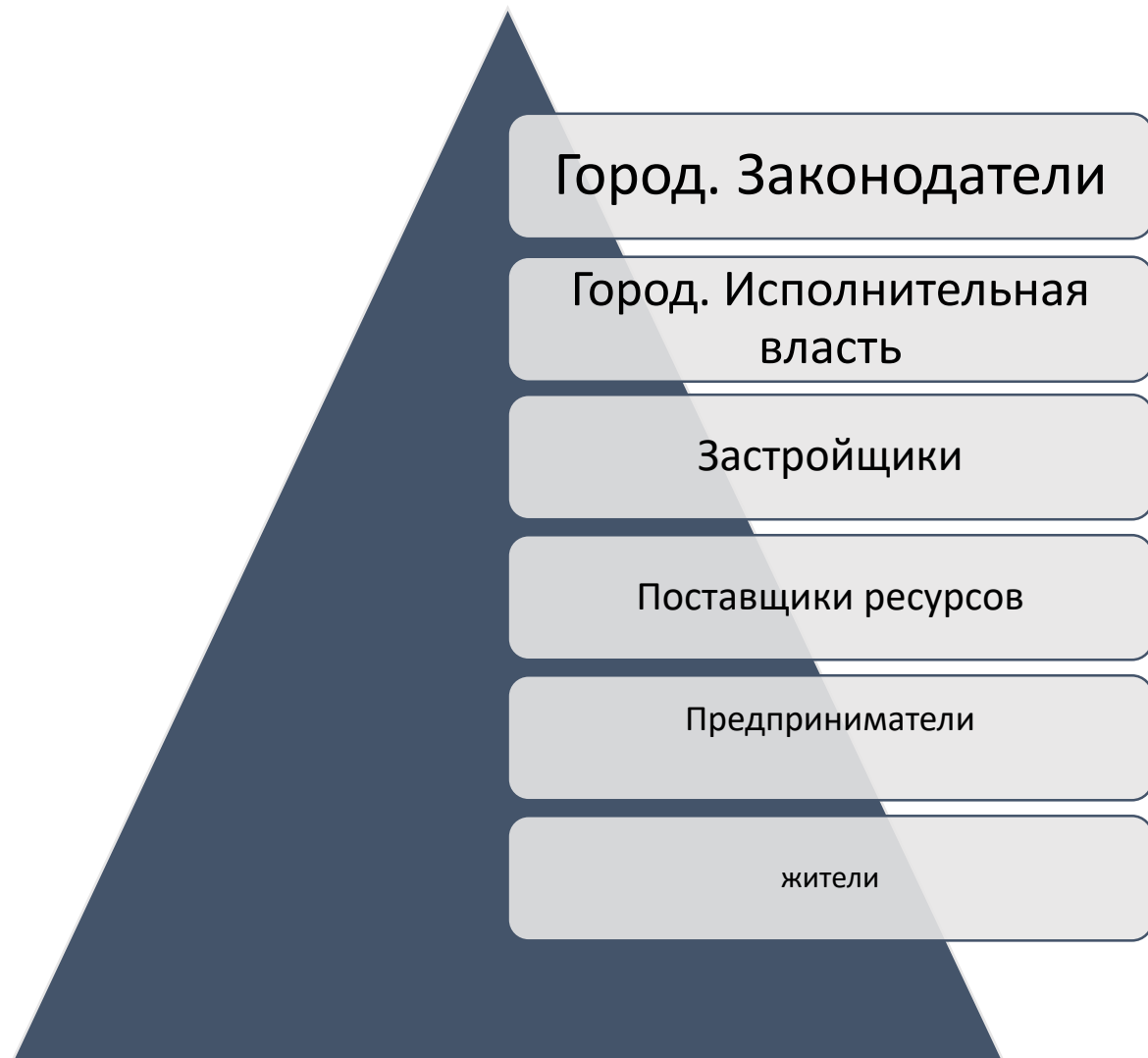
**Рисковые**

Маркетинговые

Эмоциональные

Они же ФАКТОРЫ  
НЕЛИКВИДНОСТИ!?

## Позиция и роль в истории застройки



## КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МИКРОРАЙОНА

Совпадение – расхождение  
позиций

**Проверить  
параметры в системе  
деятельности**

## Цель анализа

определение потенциала места и ресурсного качества

## Источники

Генеральный план города

ПЗЗ, ГПЗУ

Данные исследований

## Итог

Объективные выводы о перспективности ЗУ,  
необходимости корректирующих и компенсирующих  
мероприятий

## Что анализируем?

Градостроительная ситуация

ограничения

окружение (функции, форматы, сегменты, видовые,  
визуальная доступность, торговая зона и пр.)

Инфраструктура (социальная, коммерческая,  
инженерная, дорожная, транспортная, рекреационная)

**УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ**

**СУММА АКЦЕНТОВ**

**ЛОКАЦИЯ**

**ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕРРИТОРИИ**

**АРХИТЕКТУРА АКЦЕНТЫ**

**НИША**

**БРЕНД**

**ВЫГОДА**

**СУПЕРИНТЕРЕСНОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

**ПАРАМЕТРЫ В СИСТЕМЕ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. НИШЕВАЯ  
СТРАТЕГИЯ**

# Мастер-класс «уникальный микрорайон на примере ЖК «Русская Европа»

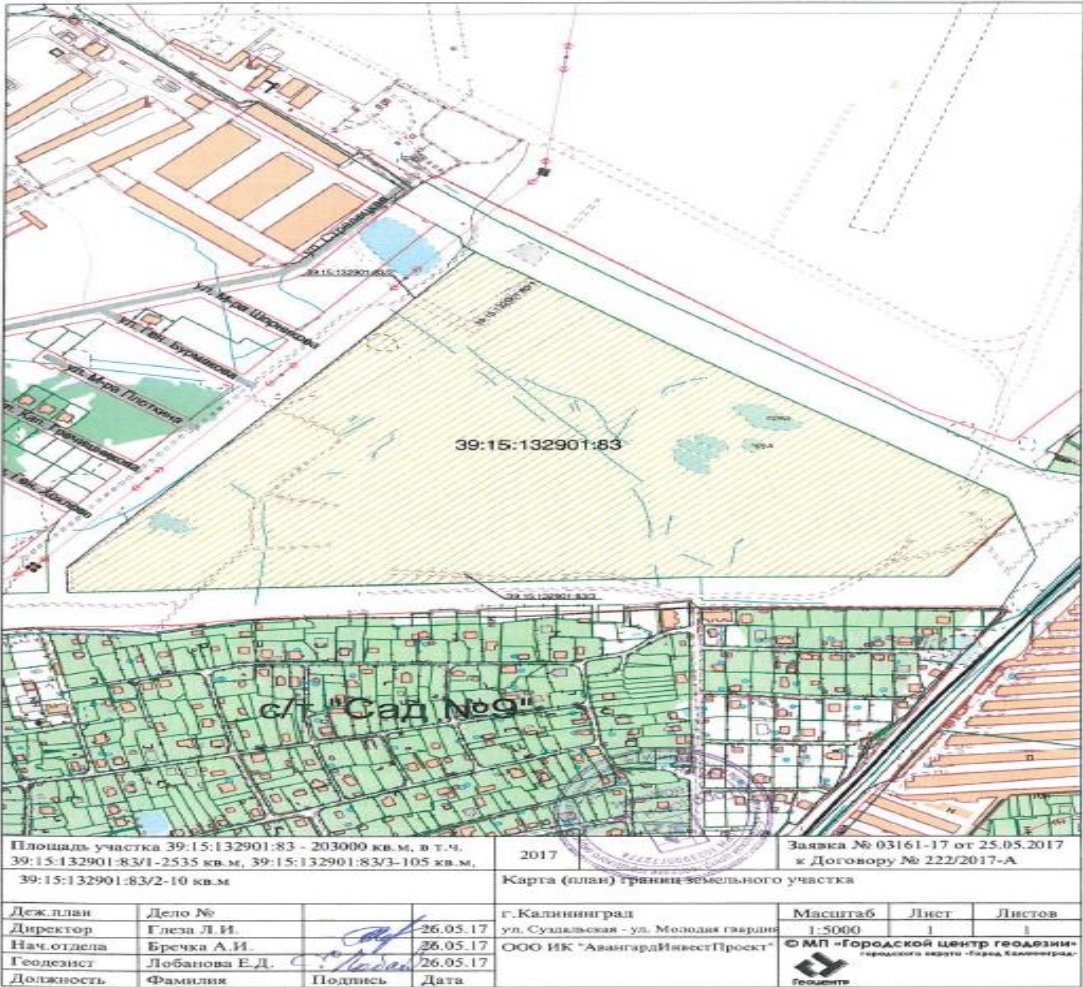
**Добро пожаловать в КАЛИНИНГРАД**



МАСТЕРСКАЯ 1.  
«МОДЕЛИРОВАНИЕ  
УНИКАЛЬНОГО МИКРОРАЙОНА».



Добро пожаловать в КАЛИНИНГРАД



Боец кометой  
Светится пронзает всё  
Он строит город

# Алгоритм генерации идеи проекта



## *ДЕБЮТНАЯ ИДЕЯ*

**параметры в системе  
деятельности**

### **Задача**

генерация идеи, подтверждение состоятельности

### **Источник**

данные экспресс-анализа

### **Итог**

Концепт. Базовые предположения.

Функция – формат – сегмент – Концепт

При каких условиях проект эффективен

- Сроки
- Ограничения
- Финансовые особенности (фин. модель)
- Предварительные ТЭП

Параметры в системе  
деятельности

## Группы параметров

Градостроительные параметры

Архитектурные параметры и ограничения

Параметры инженерного обеспечения

Маркетинговые параметры территории, вида ОН

Целевые показатели проекта

Юридические параметры

Финансовая модель

Структура участников проекта

исходные данные проекта

**Подсказка.  
параметры в системе  
деятельности**

инструменты анализа  
Маркетинговые показатели

## ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе  
деятельности**

**Задача** – потребительские характеристики, опции,  
инновационные признаки

**Источник** – маркетинговый анализ, индикаторы

**Итог** – отчеты

### ПЕРВИЧНЫЕ

ЦЕННОСТНЫЕ ТРЕНДЫ  
% ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ  
ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА В РЕГИОНЕ (ДИНАМИКА)  
ДИНАМИКА ДОХОДА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ (сравнение с  
общероссийскими)  
РЕЙТИНГ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ (особенно важно для  
коммерческой недвижимости)  
ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИЕ ЖИЛОГО  
ФОНДА И ОБЪЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ  
ТЕРРИТОРИИ

### ВТОРИЧНЫЕ

ДИНАМИКА ЦЕН И АРЕНДНЫХ СТАВОК  
ДИНАМИКА ОБЪЕМА ВВОДА ЖИЛЬЯ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ  
ПЛОЩАДЬ (S) ПРЕДЛОЖЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ  
ДИНАМИКА ПОГЛОЩЕНИЯ  
ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ КРЕДИТОВАНИЯ  
СПРОС В РАЗРЕЗЕ ЛОКАЦИЯ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ  
ХАРАКТЕРИСТИКИ ХАРАКТЕРИСТИКИ (ППХ), НОМЕНКЛАТУРА

# ***ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП***

**параметры в системе  
деятельности**

## **функционал недвижимости**

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ПРОМЫШЛЕННАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

ГОСТИНИЧНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

АДМИНИСТРАТИВНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

НЕДВИЖИМОСТЬ ЗДАВООХРАНЕНИЯ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ

# *ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП*

**параметры в системе  
деятельности**

## **Форматы жилья и ценовые сегменты**

ЖИЛОЙ ДОМ ТОЧЕЧНОЙ ЗАСТРОЙКИ

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

ПРОЕКТ КОМПЛЕКСНОЙ ЖИЛОЙ ЗАСТРОЙКИ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ЖИЛОЙ ДОМ ТОЧЕЧНОЙ ЗАСТРОЙКИ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ЖИЛОЙ ДОМ В ОРГАНИЗОВАННОМ  
ПОСЕЛКЕ

ДАЧНЫЙ ДОМ ТОЧЕЧНОЙ ЗАСТРОЙКИ В ОРГАНИЗОВАННОМ  
ПОСЕЛКЕ

ДАЧНЫЙ ДОМ СЕЗОННОГО ПРЕБЫВАНИЯ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ЖИЛОЙ ДОМ ДЛЯ СДАЧИ В АРЕНДУ

АПАРТАМЕНТЫ ДЛЯ СДАЧИ В АРЕНДУ

ТРЕНДЫ 2030?

# *ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП*

**параметры в системе  
деятельности**

## Ценовые сегменты

ЭКОНОМ (стандарт)

**СРЕДНИЙ**  
(три нишевых сегмента КОМФОРТ)

БИЗНЕС

ЭЛИТ (премиум)

Какие стоимости соответствуют этим классам?

ТРЕНДЫ 2030?

# ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

**параметры в системе  
деятельности**

## Инфраструктура и уровень отделки

С ПОДЗЕМНЫМ ПАРКИНГОМ

С ОБЪЕКТАМИ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

С ОБЪЕКТАМИ КОММЕРЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

БЕЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА И ПЕШЕХОДНЫЕ СВЯЗИ

ЗЕЛЕНый КАРКАС

ТРАНСПОРТНАЯ СХЕМА, АССОРТИМЕНТ ТРАНСПОРТА

\*\*\*\*\* **ТРЕНДЫ И УТП 2030?**

БЕЗ ОТДЕЛКИ

ЧЕРНОВАЯ

ПОДГОТОВКА ПОД ЧИСТОВУЮ

ЧИСТОВАЯ

УЛУЧШЕННАЯ

УКОМПЛЕКТОВАННАЯ «ПОД КЛЮЧ»

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПО КАТАЛОГУ

\*\*\*\*\* **ТРЕНДЫ И УТП 2030?**

# *ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП*

**параметры в системе  
деятельности**

## Коммерческая Инфраструктура. ФОРМАТЫ

ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ

МИКРОРАЙОННЫЙ

РАЙОННЫЙ

ОКРУЖНОЙ

СУПЕРОКРУЖНОЙ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ

СОЦИАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКАЯ СЕТЬ

ОБЩЕСТВЕННО-КОММЕРЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

## ***ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП***

**параметры в системе  
деятельности**

**Задача** – соответствие проекта  
**Источник** – подготовительный этап  
**Итог** – бюджет, бизнес-обоснование

Анализ исходных данных

SWOT анализ

Соответствие целям и стратегии компании

Диверсификация

Иерархия рисков

Эффекты проекта

## **Источники инвестиций в жилую застройку**

Собственные средства Девелопера

Госзаказ

Поэтапное инвестирование от продажи права  
требования (долевое участие)

Соинвестирование

Кредит

Проектное финансирование

Смешанная стратегия инвестирования

# **ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ. БЮДЖЕТ**

## **«Идеальная» Финансовая модель**

Баланс темпов продаж и темпов строительства при лучшей доходности проекта. Достигается АНАЛИЗОМ, альтернативным бюджетированием.

### **Анализ альтернативных бюджетов**

Стоимость по всей номенклатуре квартир

Темпы продаж в месяц, в год, до завершения проекта

Очередность продаж

Сроки и очередность строительства

Расходы на стимулирование продаж и комиссию

Расходы на рекламу

**параметры в системе  
деятельности**

# ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ РЕКЛАМЫ

**парметры в системе  
деятельности**

**ЗАДАЧА - Баланс темпов продаж и затрат на рекламу**

Факторы увеличения затрат:

Высокий сегмент

Малый опыт застройщика

Негативный опыт застройщика

Уникальный проект

Проигрышная локация

факторы уменьшения затрат:

Положительный имидж застройщика

Очередность строительства

Инструменты мониторинга рекламы и CRM

# ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТА. РАЗБОР ИНВЕСТИЦИОННЫХ СЦЕНАРИЕВ.

при каком инвестиционном сценарии  
проект потенциально более прибылен?

при каком инвестиционном сценарии  
менее рисковый?

при каком инвестиционном сценарии  
проект потенциально более  
привлекателен инвестору?

# **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НИШЕВОЙ СТРАТЕГИИ**

**Уникальное торговое  
предложение**

## **Элементы повышения классности**

Суперлокация (центр, метро, торговый якорь)

Видовые характеристики

Визуальная доступность объекта

Архитектура и эксклюзивный дизайн

Высота потолков

Премиальное оборудование

Обеспеченность машиноместами

Управление, сервис, охрана, цифровизация

Имидж, клуб

## **Сочетание форматов. Мультиформат.**

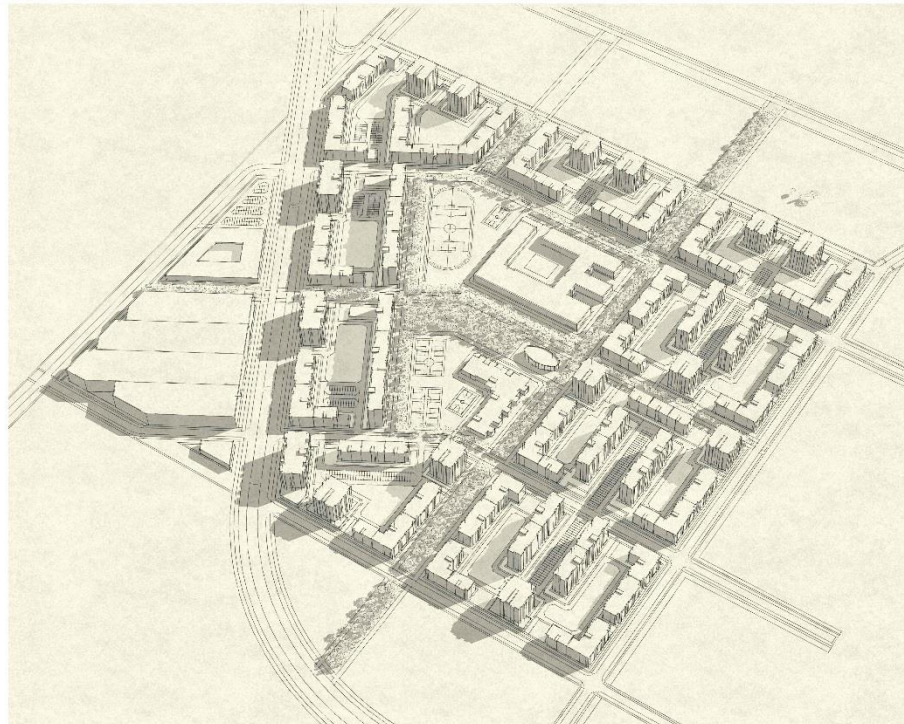
## **ТРЕНДЫ И УТП 2030**

.....?

.....?

.....?

Трёхмерные виды.



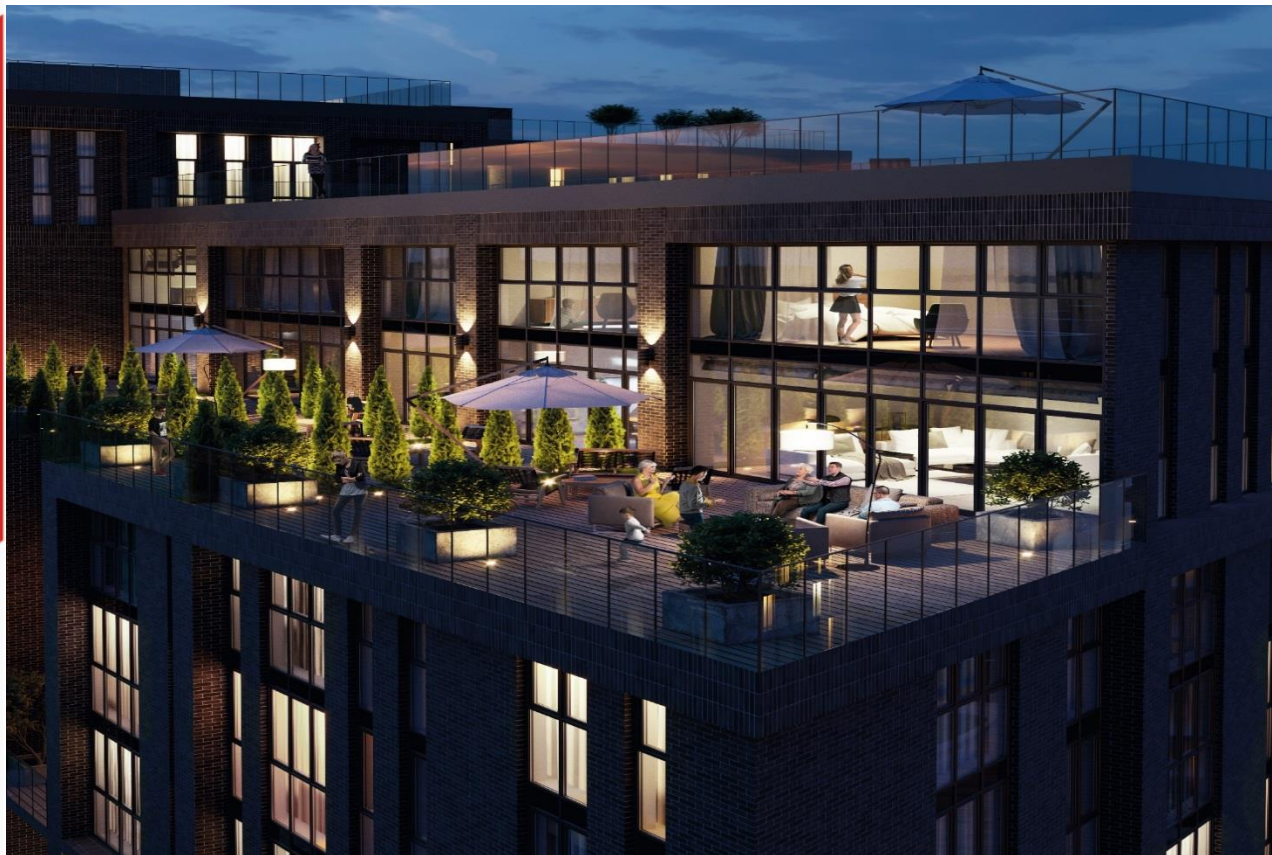
Лист 15.

Класс комфорт 300 000 м кв.

# МАСТЕР-КЛАСС «АРХИТЕКТУРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ КОМПЛЕКСА»

**R-M**  
SYSTEM

Добро пожаловать



## РОКОВЫЕ ОШИБКИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ КОНЦЕПЦИИ

- НЕТ АНАЛИЗА КОНЕЧНОГО ПРОДУКТА И ОПЕРАТОРА
- НЕ УЧТЕНЫ ОГРАНИЧЕНИЯ
- НАРУШЕН ПРИНЦИП СООТВЕТСТВИЯ
- НАРУШЕН БАЛАНС ТЕМПОВ И ОЧЕРЕДНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА
- СТРОИТЕЛЬСТВО «ПОД ПЛАН ПРОДАЖ»
- НЕТ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ БЮДЖЕТОВ
- КОНЦЕПЦИЯ ПОДЧИНЕНА АРХИТЕКТУРЕ ИЛИ ИДЕЕ «ФИКС»

# ***ДЕНЬ ВТОРОЙ.***

## ***Инновационные продажи***

### **Ключевые мотивы и возможности ПУБЛИЧНОЙ ГЕНЕРАЦИИ**

СУТЬ ПРОЦЕССА: Разработка комплекса мероприятий по вовлечению профессионального сообщества и потенциальных потребителей в разработку уникального девелоперского проекта, для его популяризации, и обеспечения эффективных продаж.

Суть продвижения – последовательное, поэтапное, открытое (публичное).

Принципиальное отличие от других стратегий –  
**ЛОЯЛЬНОСТЬ**  
**ВОВЛЕЧЕНИЕ**  
**ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ В РЕЗУЛЬТАТАХ ПРОЕКТА**

**А НЕ РЕКЛАМА**

# *ПУБЛИЧНАЯ ГЕНЕРАЦИИ*

## Какие задачи решает стратегия

- Вовлечение профессиональных участников **локального рынка** недвижимости в процесс создания будущего жилого комплекса.
- Максимальная лояльность к новому застройщику и заинтересованность в продвижении ЖК.
- Релевантная фокус-группа для формирования параметров проекта. Оптимизация ТЗ.
- Высокая конкурентность проектных решений.
- Формирование воронки предзаказов на покупку жилья в ЖК и коммерческих площадей. Энергия публичности.
- Создание большого количества информационных поводов для СММ продвижения, снижение затрат на более дорогостоящие каналы продвижения.

## *ОПТИМАЛЬНЫЕ СРОКИ И ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ*

- Земельный участок приобретен, проект планировки разработан, идея комплекса соответствует генеральному плану города, техническая возможность подключения к сетям есть.
- Оптимальный период реализации стратегии 6-12 мес. Т.е. срок запуска не позднее чем за полгода до выхода на разрешение на строительство.

# *АЛГОРИТМ*

ШАГ 1. Не публичный. Разработка стратегии продвижения и программы генерации

ШАГ 2. Не публичный. Дебютная идея проекта, финансовая модель, обоснование ожидания ТЭП

ШАГ 3. **Публичный.** Подготовительный этап. Ивент мероприятие с фокус-группой, в формате тренинга.

ШАГ 4. Не публичный. Предварительный этап. Анализ результатов и УТП, формирование ТЗ на проектирование

ШАГ 5. Не публичный. Концептуальный этап. Разработка двух-трех альтернативных мастер-планов

ШАГ 6. **Публичный.** Продолжение Концептуального этапа. Ивент мероприятие с выводами и предложениями по мастер-плану

# *АЛГОРИТМ*

ШАГ 7. Не публичный. Этап обоснования идеи.  
Концепция проекта

ШАГ 8. **Публичный.** Дискуссионная площадка. Защита архитектурной концепции проекта

ШАГ 9. **Публичная презентация** проекта. Технология предзаказа с конечными потребителями.

ШАГ 10. **Публичный.** Ивент мероприятие, конкурс проектов в заданной территории и категориях

ШАГ 11. Разработка медиа-плана продаж проекта

# *УТП ПРОЕКТА. АЛГОРИТМ*

Параметры в системе  
деятельности

## Алгоритм Формулирования УТП



Шаг 1. Ценности потребителя. Тренды в сегментах.

Шаг 2. Профиль и Потребности потребительских групп проекта (эмоционально оформленные)

Шаг 3. Инновационные признаки проекта (планировки, конструктив, управление, сервис, цифровизация, «добрососедская среда»)

Шаг 4. Инструменты стимулирования спроса (скидки и бонусы)\*

Шаг 5. Уникальный бренд и слоган

Шаг 6. Нестандартное продвижение проекта.

Шаг 7. Суперинтересное предложение.

# ***УТП МИКРОРАЙОНА В ПРОВЕРОЧНЫХ ВОПРОСАХ***

## **признаки успешного УТП**

- Какие явные преимущества в своем классе жилья?
- Созданы ли условия для развития инфраструктуры?
- Очевидна ли выгода приобретения?
- Какую социальную стратегию мы реализуем?
- Интересен ли бренд проекта?
- Уникально ли продвижение?
- Достаточно ли большая емкость рынка?

# УТП ПРОЕКТА В ПРИЗНАКАХ

Инновационные признаки проекта



планировки квартир

коммерция

конструктив

оборудование

управление

сервис

Цифровизация управления комплексом

Цифровизация управления квартирами

Территория

Эстетика проекта

Природные акценты

«добрососедская среда»

.....

.....

# ***МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ***

Ранний вход в продажи  
Поздний вход в продажи  
Оптимизация финансового рычага  
Уникальное торговое предложение

## **Тактические ходы**

Атака малой ценой (демпинг)  
Атака большой ценой (на повышение)  
Клуб, «Звездные соседи»  
Маркетинговая бомбардировка  
Промо-игры и акции  
Смешанная тактика с множеством условий

# ЛУЧШИЕ ИВЕНТ ИДЕИ ПРОДВИЖЕНИЯ И «ИВЕНТ-ГЕНЕРАЦИЯ».

Выбор и диверсификация ЦА

Идея. Собственная повестка

Идея. Партнерские программы

Диверсификация контента

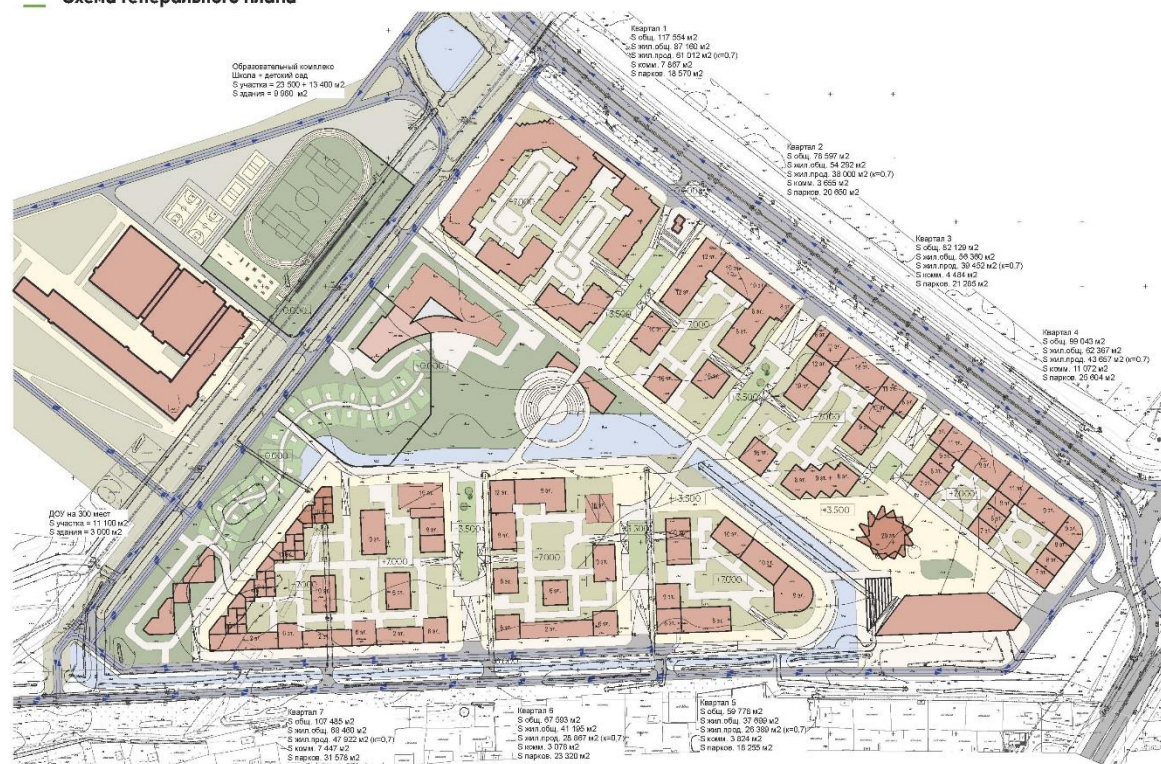
Ключевые каналы и ресурсы продвижения ивента

PR сопровождение

# МАСТЕР-КЛАСС «МАРКЕТИНГ ПРОЕКТА КРТ НА ПРИМЕРЕ ЖК «РУССКАЯ ЕВРОПА» Г. КАЛИНИНГРАД»

## Добро пожаловать в Калининград МАСТЕР-ПЛАН

— Схема генерального плана



**A** Жилой комплекс "Русская Европа"  
— Схема генерального плана

# МАСТЕРСКАЯ «ПЛАН ПУБЛИЧНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА»

## Цели промо:

Лояльность, вовлеченность, заинтересованность

## Разделы плана:

Виды ЦА

Каналы

Описание контента

Этапы промо

Сроки

Ресурсы

## **Элементы проектной концепции:**

Планировки

Наполнение комплекса, функции, форматы  
Управление, класс эксплуатации, SMART идеи.

Квартирография

Параметры коммерческой недвижимости

Бренд ЖК

Архитектура, дизайн, ландшафт

Логистика, транспорт

## **Элементы социальной концепции:**

Общественные пространства, рекреация, тимбилдинг

Корректирующие мероприятия

Арт- объекты

Социальные программы

## **Элементы концепции продвижения:**

ЦА будущих продаж, география, сегменты, программы

# КОНКУРС ПЛАНИРОВОК И «ФОКУС-ГЕНЕРАЦИЯ»

## Релевантность «фокус-группы»



# КОНКУРС АРХИТЕКТУРНЫХ ИДЕЙ И «ТЕНДЕР- ГЕНЕРАЦИЯ»



Выбор архитектора

Идеология конкурса (целеполагание)

параметры отношений (условия конкурса)

# ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

## *ТЗ на проектирование*

перечень потребительских  
характеристик в системе  
деятельности

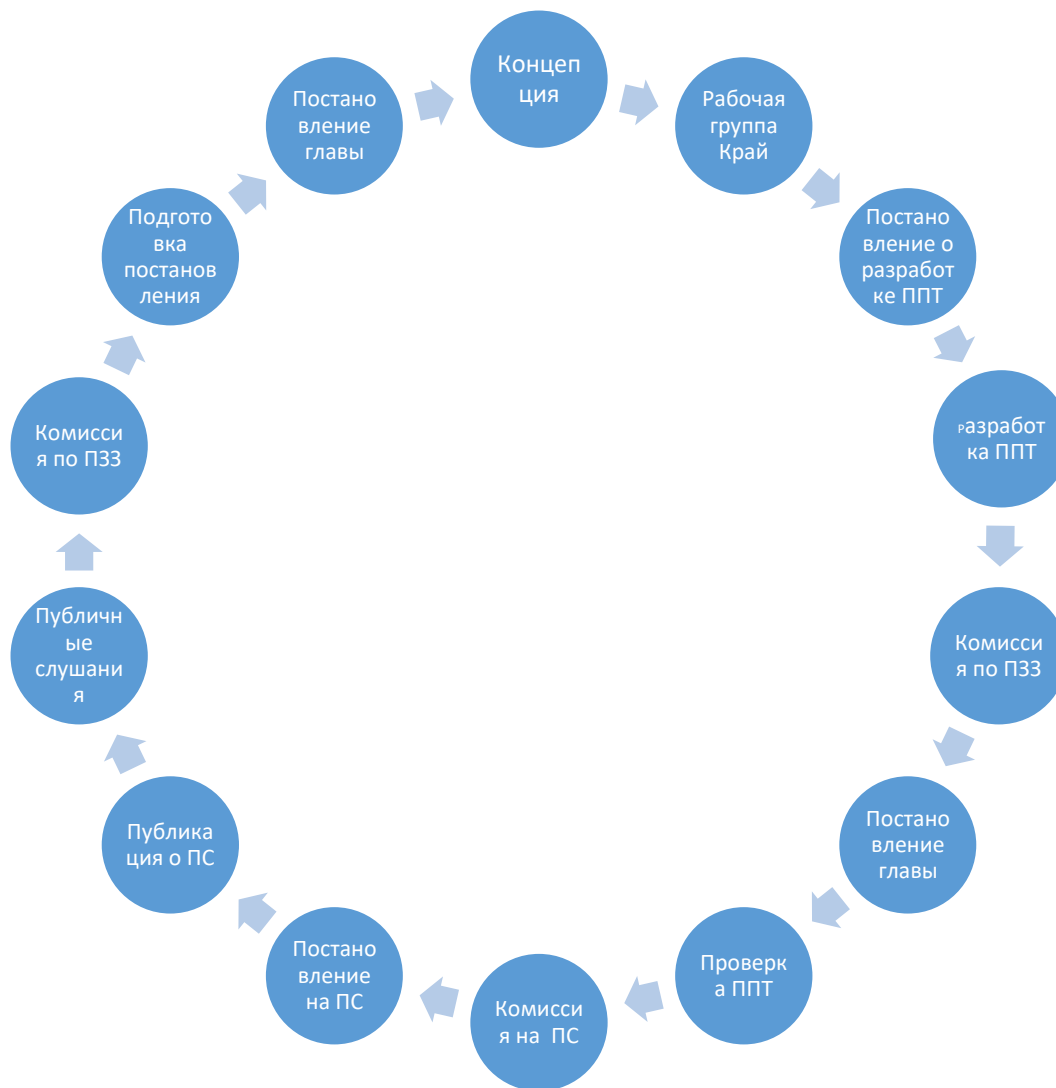
- класс жилья (количество метров на человека)
- Плотность застройки
- Планировочные решения (план типового этажа)
- Номенклатура, процент форматов и функций
- этажность
- социальная стратегия (социальные и социально-коммерческие объекты)
- Качество благоустройства и озеленения
- Опции УТП (Высота потолков, паркинг и пр.)

# МАСТЕР-КЛАСС. ФОРМИРОВАНИЕ И ЗАЩИТА ППТ

315 содержательных дней

WWW.VADIMSIDOROV.RU

Ключевое условие успешного проектирования – соответствие градостроительных параметров



Документация по планировке территории земельных участков, прилегающих к улицам Транспортная, Ярославского, Гаражная в городе Горячий Ключ Краснодарского края



# МАСТЕРСКАЯ. «ЗАДАНИЕ НА АРХИТЕКТУРНУЮ КОНЦЕПЦИЮ»



Функции

Форматы

ТЭП

Существенные элементы УТП проекта

# МАСТЕР-КЛАСС

**On line Battle архитекторов. «Разработка и  
Защита архитектурной концепции».**



# ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОДАЖИ

## Генерация отложенного спроса. Инструменты «BOOM-генерации»

Поэтапное «утепление»  
Инвестиционные мотивы  
Ограниченность предложения  
Статусное окружение  
Статусная рекомендация  
«промо-игры»  
Аукцион

«Лайка».СММ  
продвижение  
публичного проекта



Мастер-класс

# Деловая игра «Инвестиционный КОМИТЕТ»

Великий мастер  
Ты радость сотворил  
Ты продолжаешь

Этап генерации 5. Защита идеи проекта  
ТЗ на проектирование  
Проектные работы, ППТ  
Защита, презентация проекта,  
разработка продуктов консалтинга  
работа с инвесторами

Формулируйте истину!

С уважением,

Вадим Сидоров

Илья Володько

Василий Косарев

Алексей Тимофеев

Василий Горбунов

Эвелина Сверчиньска

**ПРОЗРАЧНАЯ И  
НЕПРОЗРАЧНАЯ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**Задача**

Сделать достижение результата измеримым

**Результат**

Фиксация результата по функционалу, по выполнению задачи, по целевому показателю

**Соответствие**

Реальные задачи соответствуют формальной ответственности

**Регламентирование**

Актуальные регламенты системы деятельности

# *Индивидуальный (корпоративный кейс) кейс.*

***ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ  
РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА.  
СИСТЕМА ПОСТАНОВКИ  
ЗАДАЧ «ИКС»***

Развивающая обратная связь + ИКС

- ИТОГ
- КРИТЕРИИ
- СРОК

**РЕФЛЕКСИЯ**

Компетенция – цель развития – ИКС

Инструмент – цель внедрения – ИКС

Итог

Критерий

Срок

Варианты выбора инструментов для внедрения:

- аудит компетенций
- Алгоритм генерации
- Концепция микрорайона
- Алгоритм разработки ППТ

## Алгоритм развития компетенций

Шаг 1. Изучаю себя (сотрудника) аудит 7КДК,  
7К+Л, 7ЛИ

Шаг 2. Повышаю самооценку.

Шаг 3. Изучаю возможности роста  
(компетенции)

Шаг 4. формирую свои цели.

Шаг 5. Формирую Стратегию и цели развития  
компетенций.

Шаг 6. Формирую ИПР.

Шаг 7. Выполняю ИПР.

Ценности системы:

Объективность

Практика

Охват

Результат

Актуальность

Формулируйте истину!

С уважением, Вадим Сидоров

# Горячий ключ

Проект планировки. Класс эконом. 150 000 м2

Документация по планировке территории земельных участков, прилегающих к улицам Транспортная, Ярославского, Гаражная в городе Горячий Ключ Краснодарского края



# Концепция п. Знаменский



# Концепция п. Знаменский



# Мастер-класс. Архитектурная концепция проекта



# Мастер-класс. Архитектурная концепция проекта

**R-M**  
SYSTEM

