

# Oddaj dom, weź małe mieszkanie i dopłatę

**SPOSOBY NA SPRZEDAŻ** | Zamianę większych mieszkań na mniejsze proponuje jeden z pośredników. Inny... pisze listy do sąsiadów sprzedającego nieruchomość. Deweloperzy zaś oferują w specjalnej cenie wybrane raz w tygodniu lokale

## ANETA GAWROŃSKA

Na przykład firma Oppenheim Enterprise wprowadziła na rynek ofertę skierowaną do właścicieli dużych mieszkań czy domów, którzy nie są w stanie ich sprzedać, utrzymać czy spłacać kredytu. Firma jest gotowa je przejmować, w zamian proponując mniejsze lokale. Te trzeba jednak wybrać z oferty firmy. Klientowi, który zgodzi się na taką zamianę, pośrednik dopłaci różnicę wynikającą z różnej wartości mieszkań.

### Zamień się na większe

Wprowadzana oferta jest uzupełnieniem programu „Mieszkanie w rozliczeniu”, który działa w tej firmie od października ub.r. Do tej pory klienci mogli zamieniać mniejsze lokale na większe.

- Sfinalizowaliśmy już trzy takie transakcje, a 11 kolejnych jest w toku - informuje Krzysztof Oppenheim, szef firmy.

I podaje przykład zakończonej transakcji: klient zgłosił stary 56-metrowy, dwupokojowy lokal do remontu na Starym Mokotowie. Z oferty Oppenheim Enterprise wybrał trzypokojowe, 80-metrowe mieszkanie w stanie deweloperskim, także na Mokotowie. Do sfinalizowania transakcji potrzebny był kredyt w wysokości 200 tys. zł. Miesięczna rata w euro to ok. 1,1 tys. zł.

Małe mieszkania od kwietnia br. odkupuje także Budimex Nieruchomości. Warunek jest jeden: z oferty dewelopera trzeba wybrać nowe, większe, a na poczet tego zakupu zaliczane są pieniądze ze sprzedaży starego lokum. - Przyjęliśmy wiele zgłoszeń mieszkań do zamiany - mówi Iwona Gajowniczek, dyrektor biura obsługi

klienta w Budimex Nieruchomości. Firma nie zdradza jednak szczegółów. Informuje jedynie, że pierwsze mieszkania przeszły wstępną weryfikację, a teraz sporządzane są wyceny rzeczoznawców.

**26** tys. zł

o tyle mniej - w porównaniu z ceną ofertową - chciał Bouygues za 46-metrowe mieszkanie w tygodniowej promocji

Pod koniec ub.r. podobny program zamiany mieszkań wprowadził Unidevelopment. Oddając deweloperowi stary, mały lokal, można wybrać większe mieszkanie lub dom w jednej z jego inwestycji. Jak ocenia Sylwia Nowakowska, specjalista ds. sprzedaży w Unidevelopment, zamianę nieruchomości jest zainteresowanych około 10 proc. klientów.

- Dzisiaj klienci stają się coraz bardziej wymagający, a sprzedawcy stają przed ogromnym wyzwaniem, chcąc sprostać ich oczekiwaniom - zauważa Sylwia Nowakowska.

### Karuzela promocji

Bouygues Immobilier Polska wprowadził z kolei tzw. Boutique, czyli ofertę tygodnia, proponując wybrane mieszkanie lub dom z danej inwestycji w promocyjnej cenie.

- Oferta Boutique po siedmiu dniach jest zmieniana i nigdy się nie powtarza. Cena, jaką proponujemy w Boutique, jest bardzo atrakcyjna, nawet w porównaniu z negocjacjami w biurze sprzedaży - zapewnia Jacek Pajewski,



W Budimeksie możemy oddać stary lokal na poczet zakupu nowego np. w Berbersyowych Ogrodach przy ul. Mołdawskiej



Bouygues Immobilier Polska w specjalnej cenie oferuje coraz to inne mieszkania, m.in. na osiedlu La Lumiere przy ul. Sarmackiej



Unidevelopment przyjmuje mieszkania w rozliczeniu przy kupnie np. domów w Osadzie Brzeziny przy ul. Zdziarskiej i Ostródzkiej

## SPOSOBY DEWELOPERÓW NA SPRZEDAŻ

### WCZORAJ

- dokładanie do mieszkań kucharek, wyposażenia łazienki, samochodów
- wysyłanie klientów na zagraniczne wycieczki
- pomniejszanie ceny nieruchomości o VAT

### DZIŚ

- aukcje malejące
- oferowanie wybranych lokali w promocyjnej cenie
- zamiana nieruchomości
- kampanie wizerunkowe
- dopłacanie do rat kredytu
- pożyczanie na wkład własny

dyrektor marketingu i PR w Bouygues Immobilier Polska. - Ta forma sprzedaży zaczyna przynosić efekty - dodaje.

Ostatnio w Boutique można było kupić m.in. mieszkanie o powierzchni 46,6 mkw. w wilańskiej inwestycji La Lumiere za 364 tys. zł. Cena katalogowa tego lokum to 390 tys. zł.

- Innowacja jest motorem napędzającym sprzedaż, a także kreuje pewien styl, który klienci coraz częściej doceniają - ocenia rynek Jacek Pajewski. Dodaje jednak, że ostatecznie najbardziej liczy się produkt i jego cena.

Według Jarosława Jaczewskiego z PIB Ebejot rozwiązania, których celem jest obniżenie ceny - np. aukcje czy licytacje malejące - mogą być czynnikiem świadczącym o trudnościach ze sprzedażą oferowanych w ten sposób lokali.

- Będąc przekonany o jakości naszych mieszkań oraz ich przystępnej cenie, nie stawiamy na takie formy - podkreśla Jarosław Jaczewski. - Koncentrujemy się na większej promocji firmy oraz Skoroszy, czyli mieszca, gdzie stawiamy budynki. Stąd pomysł na kampanię wizerunkową Ursusa. Pokazujemy, że jest to nowoczesna, prężnie rozwijająca się dzielnica - podkreśla Jaczewski. I zapewnia, że

kampania przynosi efekty w postaci wyników sprzedaży.

### Listy i SMS

Także Marcin Jańczuk z agencji pośrednictwa Metrohouse ocenia, że aby sprzedać mieszkanie, nawet w czasach zastój nie trzeba się uciekać do ekwilibrystycznych zabiegów.

- Wystarczy dobra akcja marketingowa pozwalająca na dotarcie do grona potencjalnych nabywców oraz wsparcie pośrednika, który pomoże ustalić realną cenę nieruchomości - mówi Marcin Jańczuk.

Metrohouse od grudnia ub.r. prowadzi akcję pod hasłem „Kupujący nie płaci prowizji”. Według Jańczuka takie programy są jednym z wielu narzędzi wzbudzających zainteresowania ofertą agencji.

- Nasza strategia polega m.in. na jak najszerzej informacji o sprzedaży nieruchomości w lokalnej społeczności. Sposobem są na przykład listy do sąsiadów. Nieraz zdarzały się nam transakcje, w których klient mieszkał wcześniej w tym samym budynku, w którym potem kupił mieszkanie - opowiada Marcin Jańczuk. - Stawiamy też na szybkość informacji o nowych ofertach. Nasi klienci są powiadamiani np. o obniżkach cen przez SMS.

• więcej 23