



Достоинства и угрозы публичной аналитики рынка недвижимости

Юрий Карамаликов

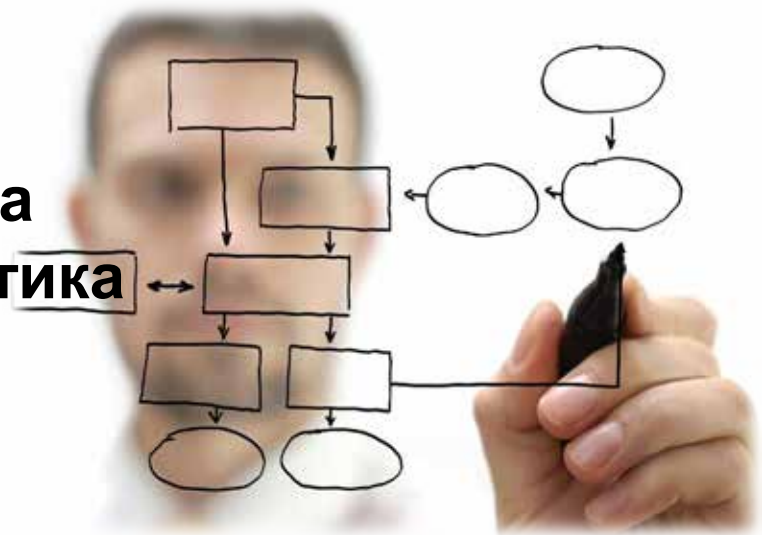
Директор по бизнес-коммуникациям ГК «МИЭЛЬ»

Витязева Оксана

Руководитель отдела исследований ГК «МИЭЛЬ»,
сертифицированный аналитик-консультант рынка недвижимости (САКРН)

«Это две большие разницы, господа!»

- Внешняя публичная аналитика для СМИ
- Внешняя публичная аналитика для партнёров и профессионального сообщества
- Внутренняя "публичная" аналитика для сотрудников
- Внутренняя аналитика для руководителей (ДСП)
- Коммерческая (заказная) аналитика для внешних профессиональных игроков рынка (TOP Secret)



Основа PR-продвижения

- **Публичная аналитика для СМИ**
 - аналитика регулярного рынка (ежемесячно/квартально),
 - условно-необычная аналитика (самые-самые а-ля «рейтинги»),
 - корпоративные новости (проекты, события),
 - релизы-рассуждения, экспертные мнения.
- **Публичная аналитика для профессионального сообщества**
- **Публичная аналитика по запросам госорганов, партнёров**



Инструмент эксперта по недвижимости

- «Период экспозиции»
v.s. «Цена продажи»
- Динамика цен за
один/несколько периодов
- Прогноз развития ситуации
на рынке недвижимости
- «Доходность»
v.s. «Ликвидность»
- «Цена предложения»
v.s. «Цена продажи»



Основа для принятия решений

- Сравнение показателей деятельности офисов, бизнес-единиц:
 - между собой
 - с рыночными данными
- Сравнение показателей с конкурентами:
 - Продажи по ДДУ
 - Базы объектов
 - Портфели объектов
 - Продвижение в интернете
 - Бенчмаркинг



Заказная аналитика – кому и зачем

- **Застройщики-партнёры**
- **Девелоперы**
- **Страховые компании**
- **Банки и др. фин.организации**
- **Частные инвесторы**
- **Частные клиенты**
- **Госструктуры**
- **Прочие коммерческие компании**



Угрозы «независимой» аналитики РН

- Введение в заблуждение покупателей и продавцов
- Фальсификация реальных данных об объектах РН
- Провокационные материалы в СМИ о близком «крахе» РН
- Смещение понятий, терминов и методов анализа данных на РН, препятствующих сопоставлению
- Откровенно рекламный или популистский характер публикуемых данных аналитики в СМИ





Благодарю за внимание!

Карамаликов Юрий

Директор по бизнес-коммуникациям

Группа компаний «МИЭЛЬ»

yuri.karamalikov@miel.ru