



01

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ
СПИКЕРА



Александра Латыпова

Руководитель группы продукта отдела
маркетинга ГК Атмосфера, г. Кемерово
Квартирография, планировки квартир

ГК АТМОСФЕРА

- Региональный девелопер **г.Кемерово**, на рынке жилой недвижимости с **2021 года**
- **Жилые комплексы класса комфорт +** с акцентом на качество среды и жизнь человека
- Реализует **полный цикл девелопмента**
- **В 2024 году** сформирована **Группа продукта** - связующее звено между проектным институтом, стройплощадкой и маркетингом
- Команда усилена **партнерами**: архитекторы, дизайнеры, визуализаторы, маркетологи, аналитики
- **ТОП-1** в рейтинге застройщиков по потребительским качествам ЖК в регионе на 01 февраля 2026 года
- **ТОП-14** в рейтинге застройщиков по потребительским качествам ЖК в Российской Федерации на 01 февраля 2026 года



Оптимизация планировок как инструмент роста продаж

**«Планировка — это оружие.
Кто управляет планировками, тот
управляет продажами»**



Золотая середина между двумя подходами проектирования

1. Изнутри наружу

Квартира → секция → объём → фасад → посадка

2. Снаружи внутрь

Генплан → объём → секция → квартира

Сильные команды не выбирают один из них. Они работают итерационно:

3. Итерационная модель

Квартира ↔ секция ↔ объём ↔ фасад ↔ посадка



Шаг 1. Анализ конкурентов и продаж

Рынок:

- Площади больше аналогичных типов
- Высокая типизация
- Низкая вариативность



Продажи:

- Востребованы семейные 2–3-комнатные типы
- Инвестиционный сегмент слабый



Решение:

- Расширенная линейка площадей
- Гибкость сценариев
- Максимальная функциональность
- Уход от однотипности



Шаг 2. Эскизное проектирование

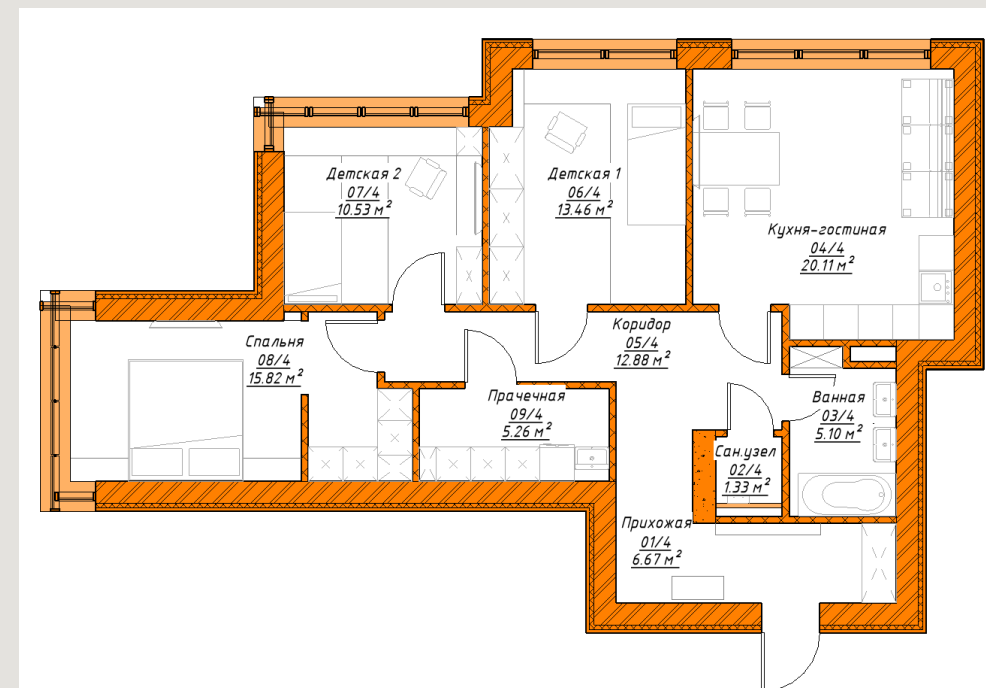
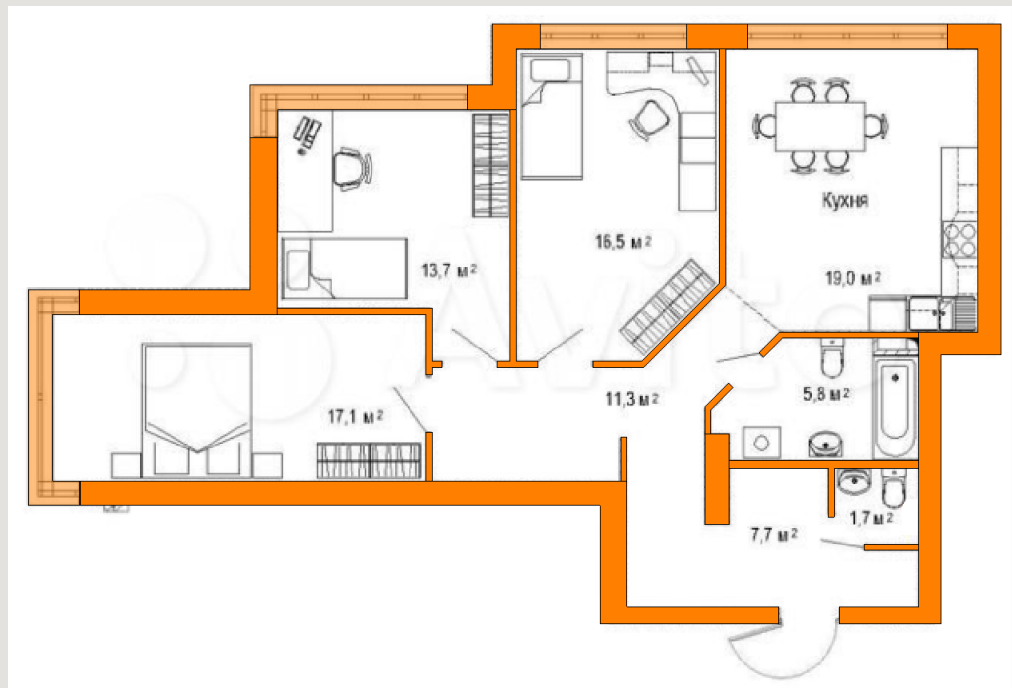
Проектный институт формирует планировки, опираясь на нормативы и ТЭПы

→ не всегда отражаются реальные жизненные сценарии

→ **Интеграция группы продукта в стадию Эскизного Проектирования**

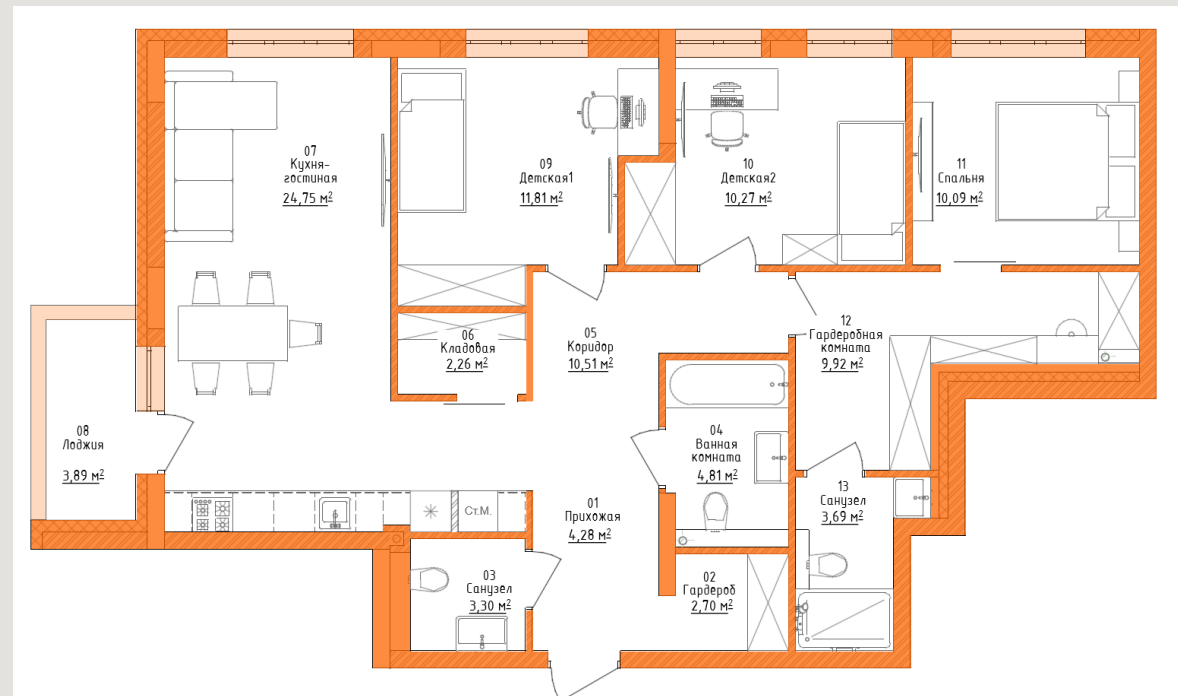
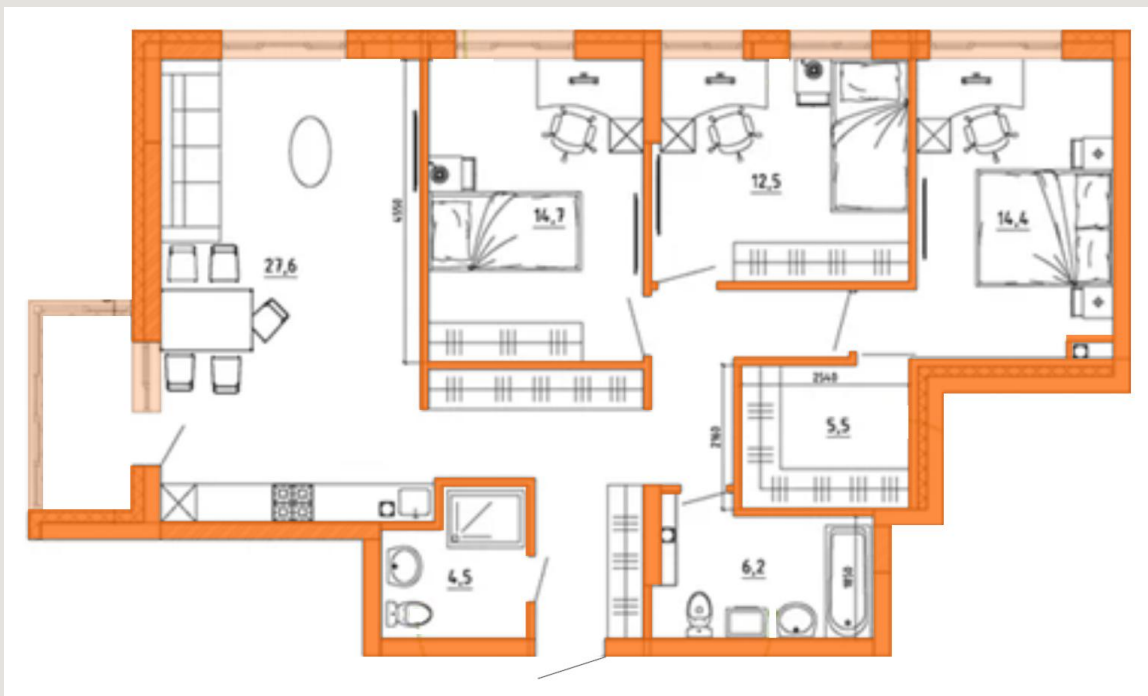
Эскизный Проект – это точка максимального влияния

«Ошибки дешевле предотвращать, чем исправлять»



Одинаковая площадь, но разный результат

Как продать подвисшие лоты



Усилить планировку





Проработать дизайн



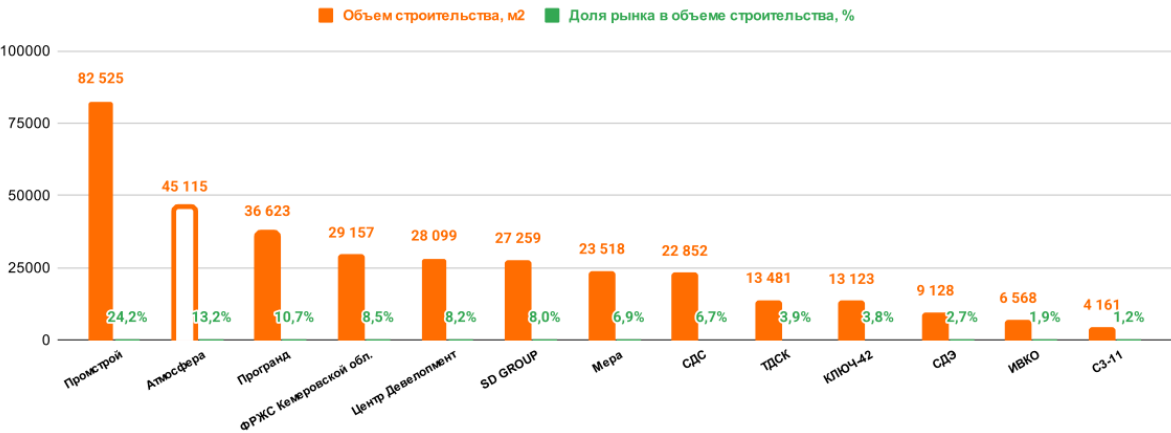
Усиление продуктовых позиций на этапе реализации



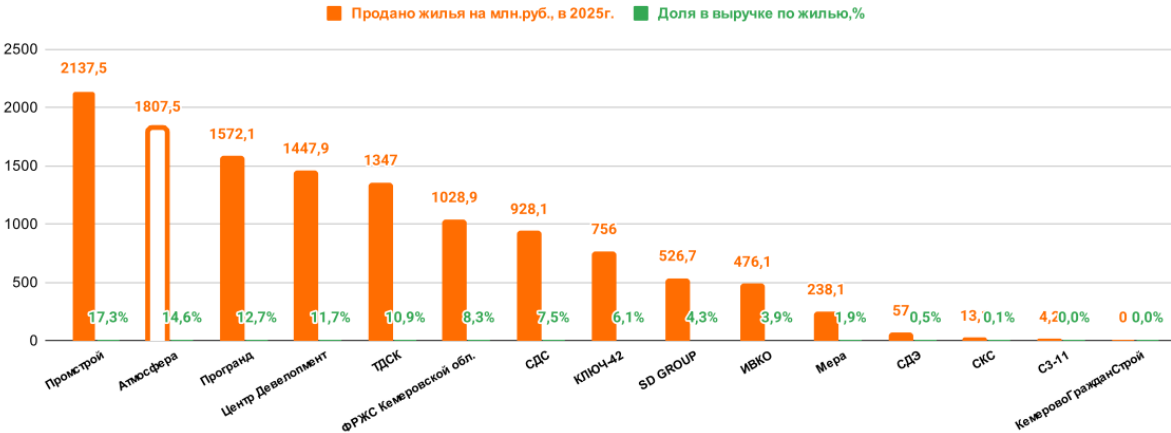
Подготовить 3д-тур



Динамика объема строительства на январь 2025г., м2.
(в разрезе девелоперов).



Динамика жилой выручки за 2025г., млн.руб.
(в разрезе девелоперов).



Три уровня управления продуктом

1. Инструменты.

- Аналитика продаж
- Сценарный анализ
- BIM / 3D
- Сравнение «было / стало»

2. Процессы.

- Итерационная работа с институтом
- Правки на стадии ЭП
- Анализ → корректировка → повторный анализ
- Кросс-функциональная коммуникация

3. Управление.

- Создание группы продукта
- Подключение на стадии ЭП
- Решение инвестировать в вариативность
- Партнёрская модель (внешняя команда)



Ключевые результаты:

1. Продукт продается дороже
2. Сценарный подход к формированию планировок –залог успеха
3. Полностью изменен бизнес-процесс создания планировочных решений

«Мы строим меньше. Но продаём дороже. Потому что управляем продуктом»