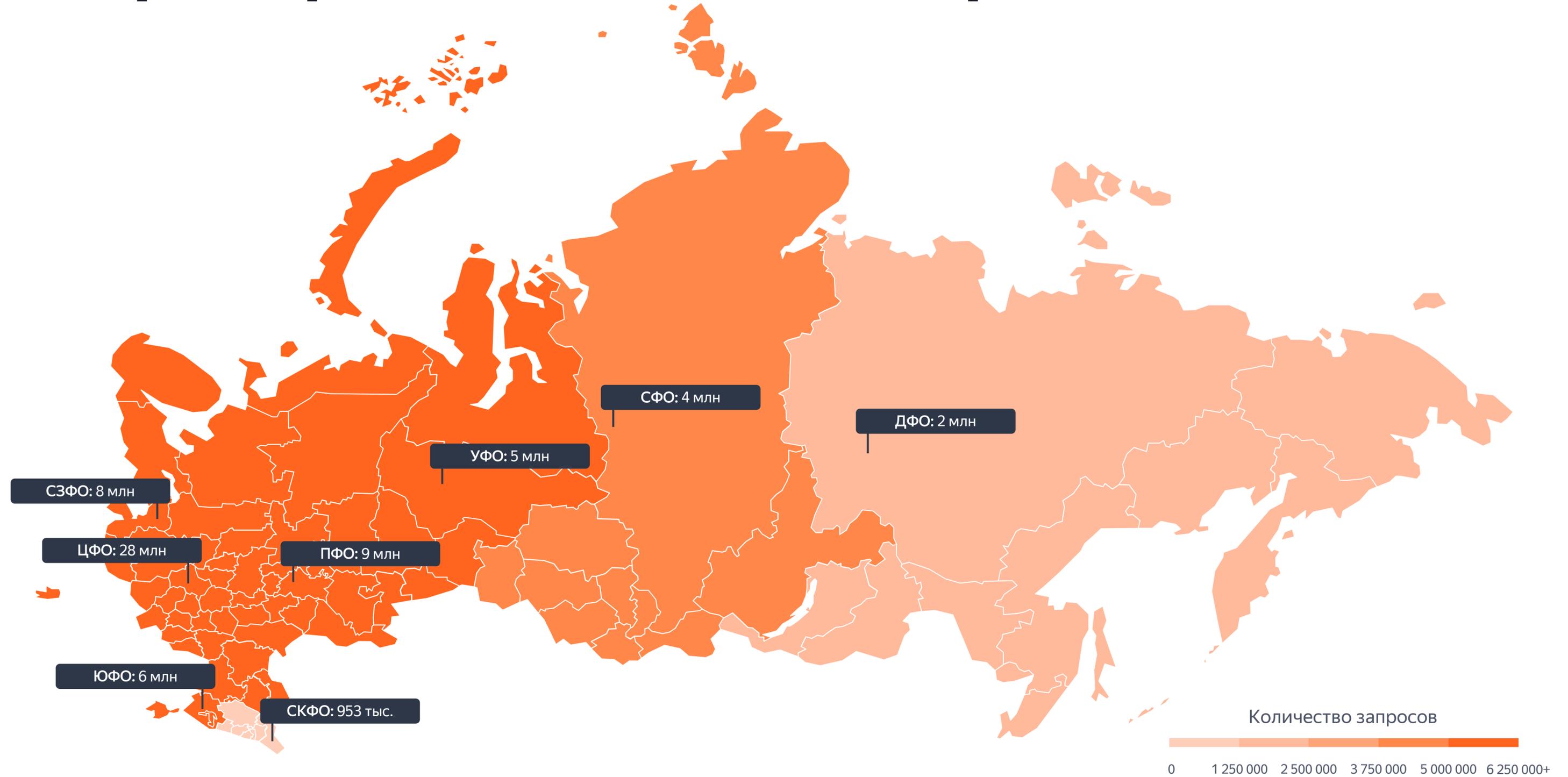


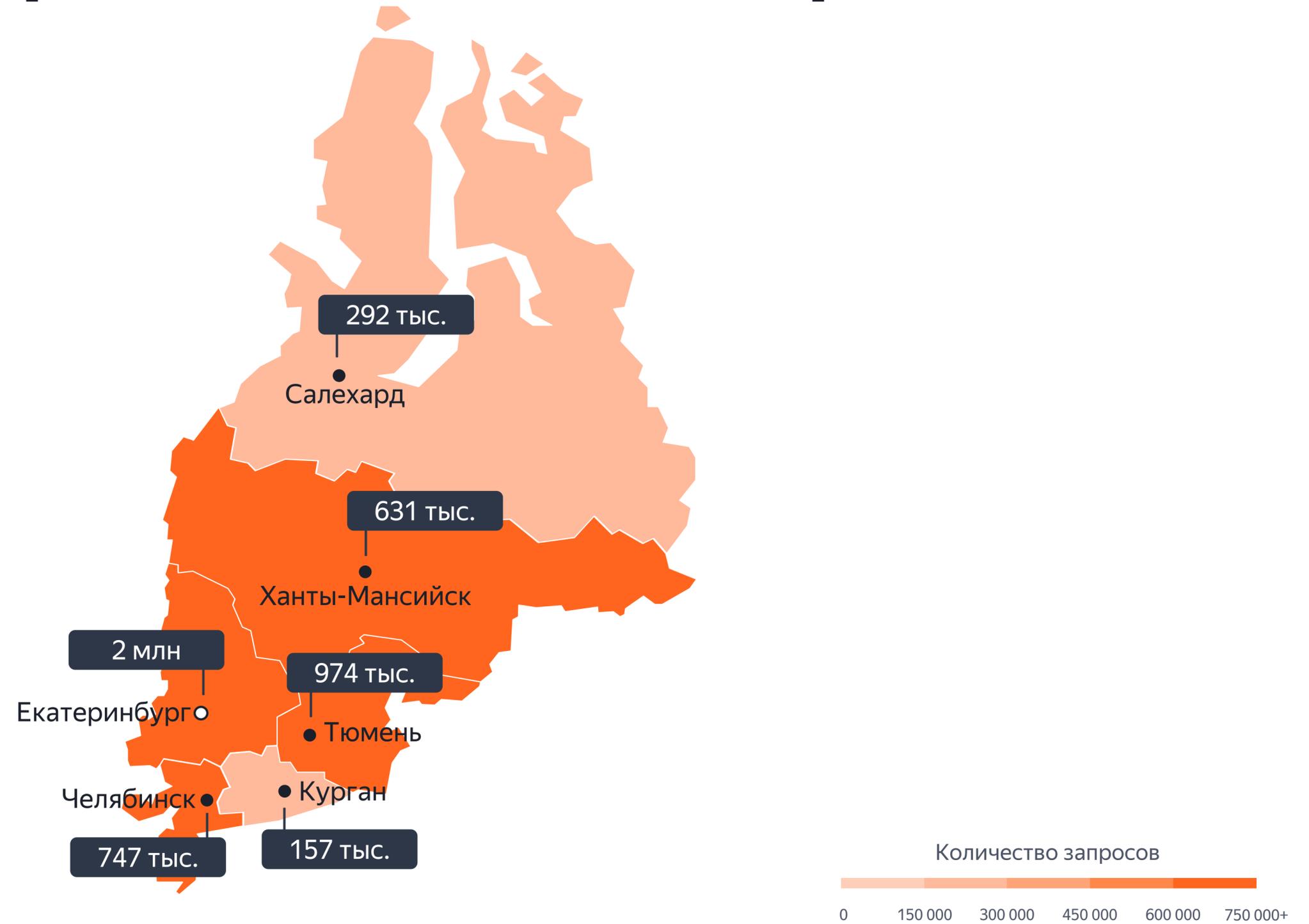
Динамика спроса на недвижимость в Челябинской области

Анастасия Знаменщикова, региональный представитель

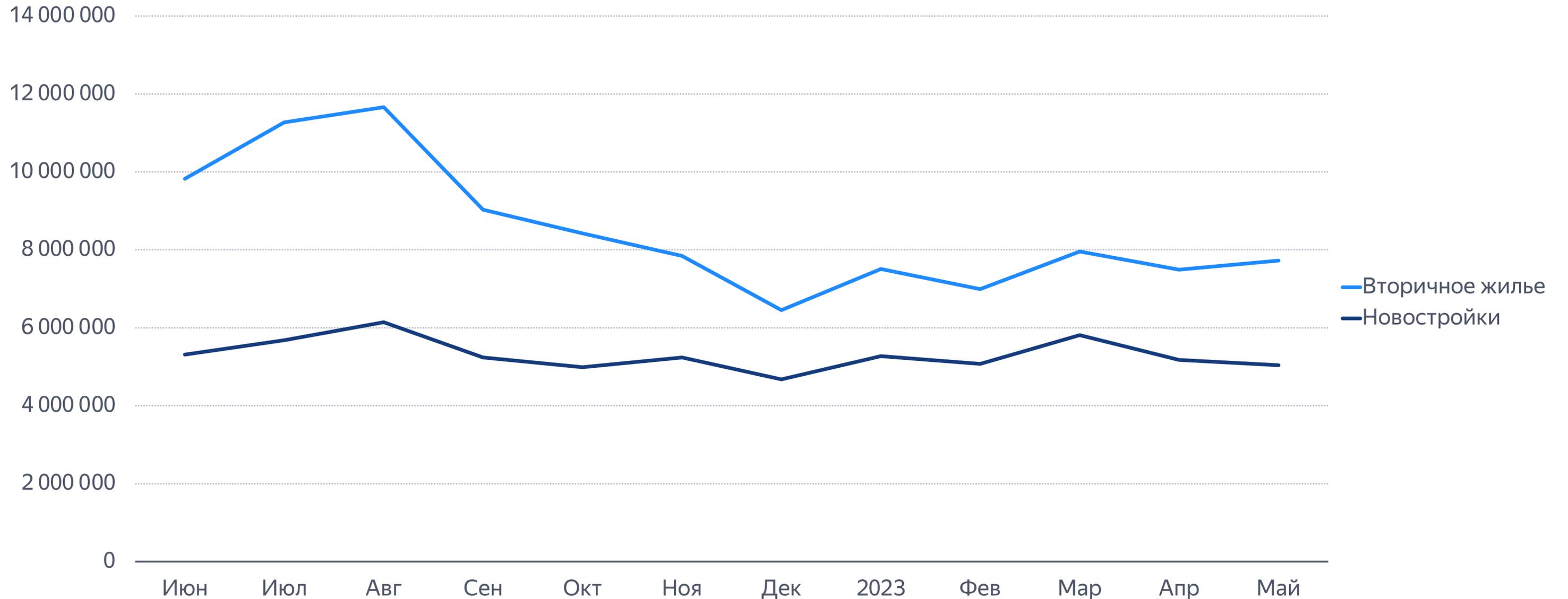
Интерес в регионах РФ. Новостройки



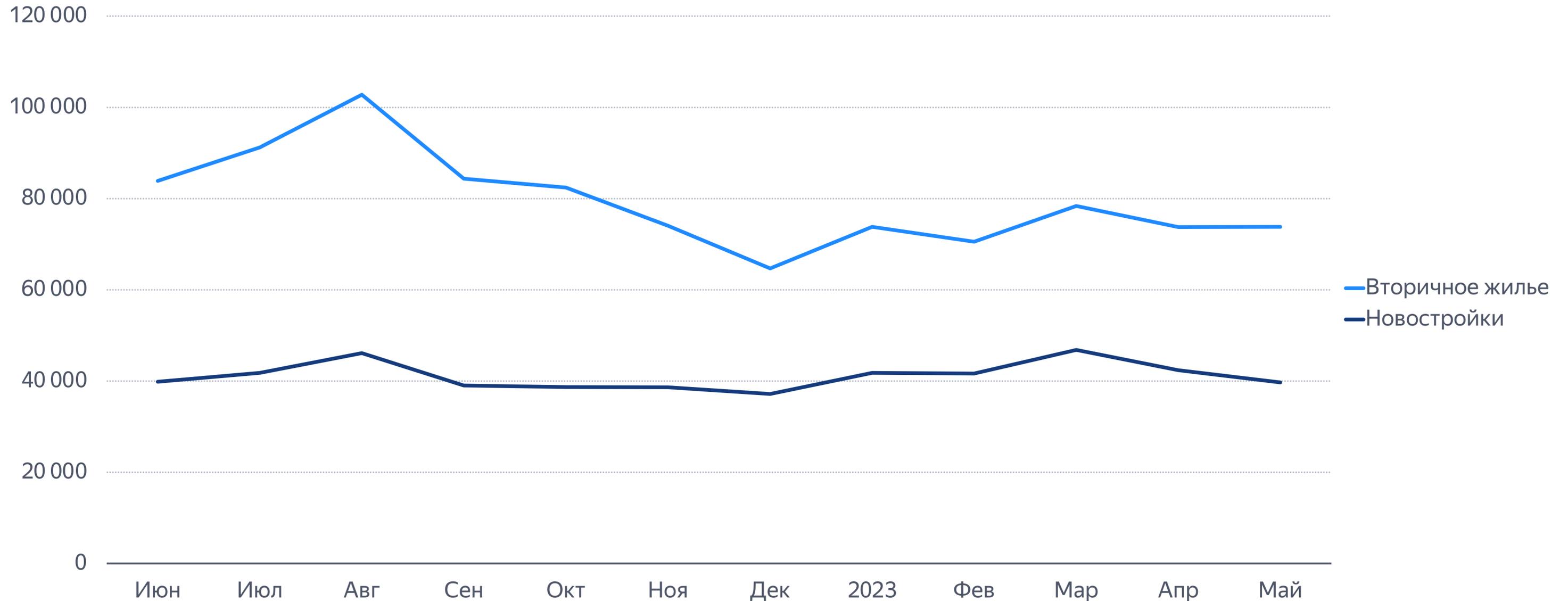
УФО: Интерес в регионах РФ. Новостройки



Динамика запросов по категориям Россия



Динамика запросов по категориям Челябинск

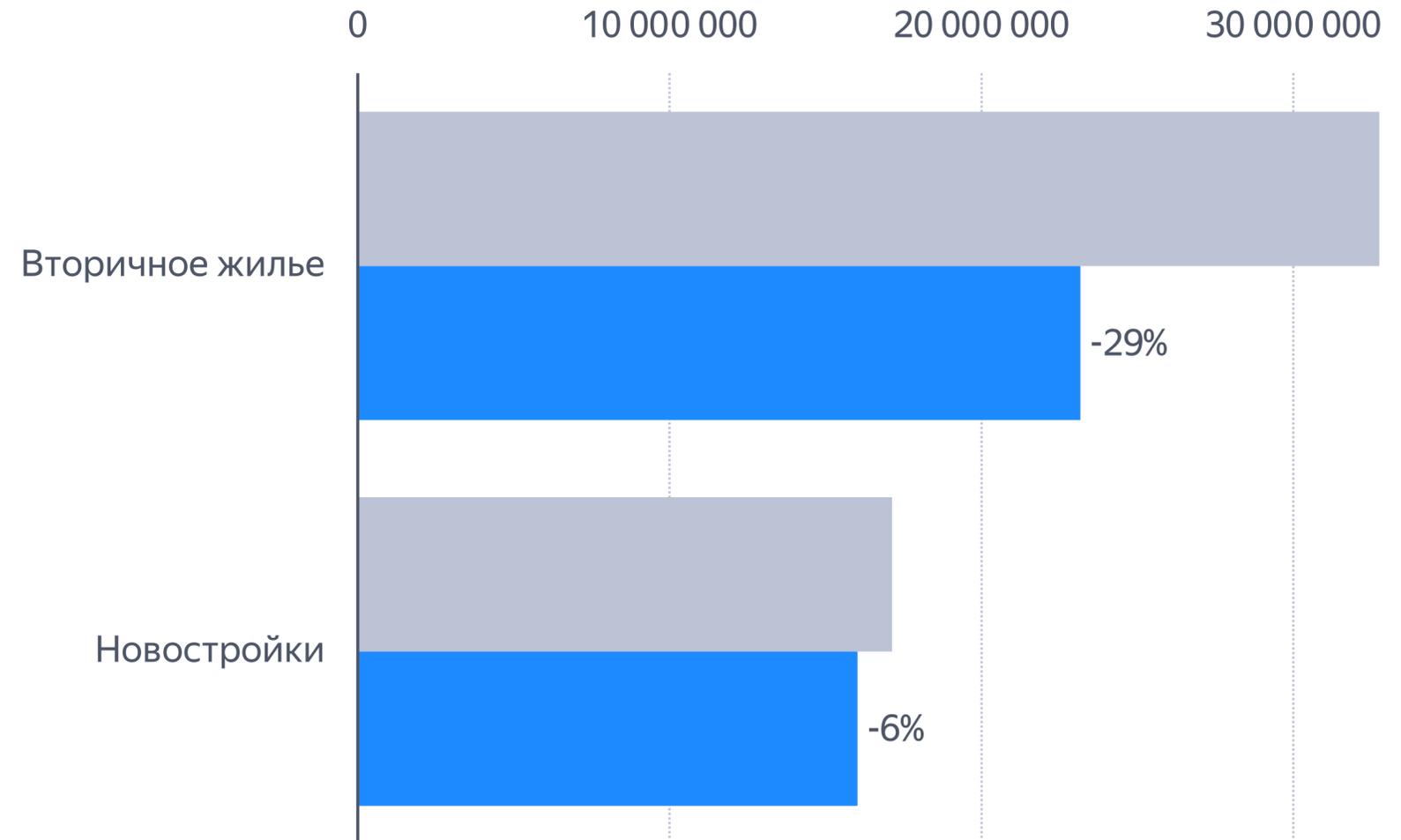


Динамика запросов Россия

Структура отрасли за июнь 2022 - май 2023



Сравнение периодов (июнь - август 2022/март - май 2023)

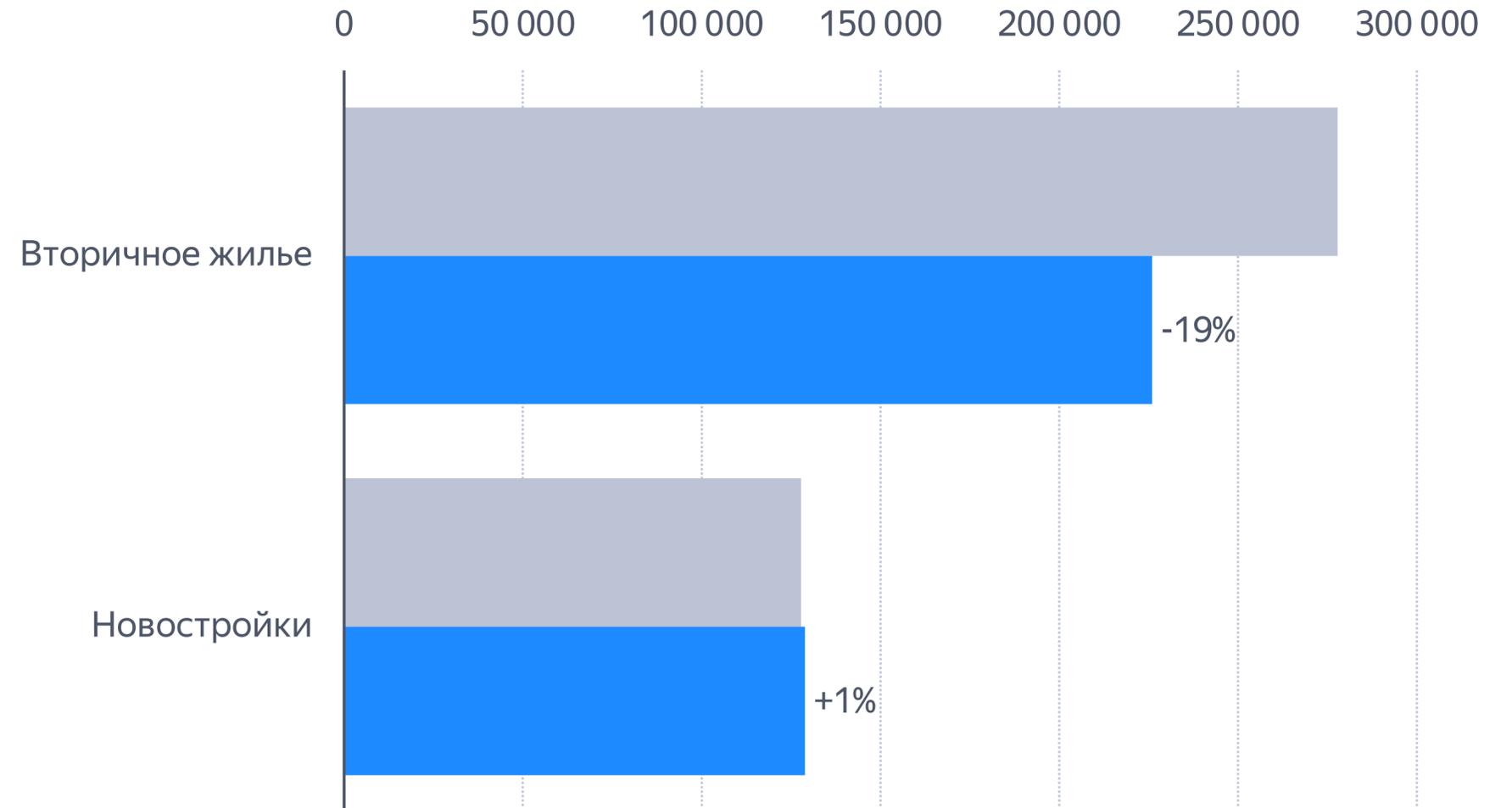


Динамика запросов Челябинск

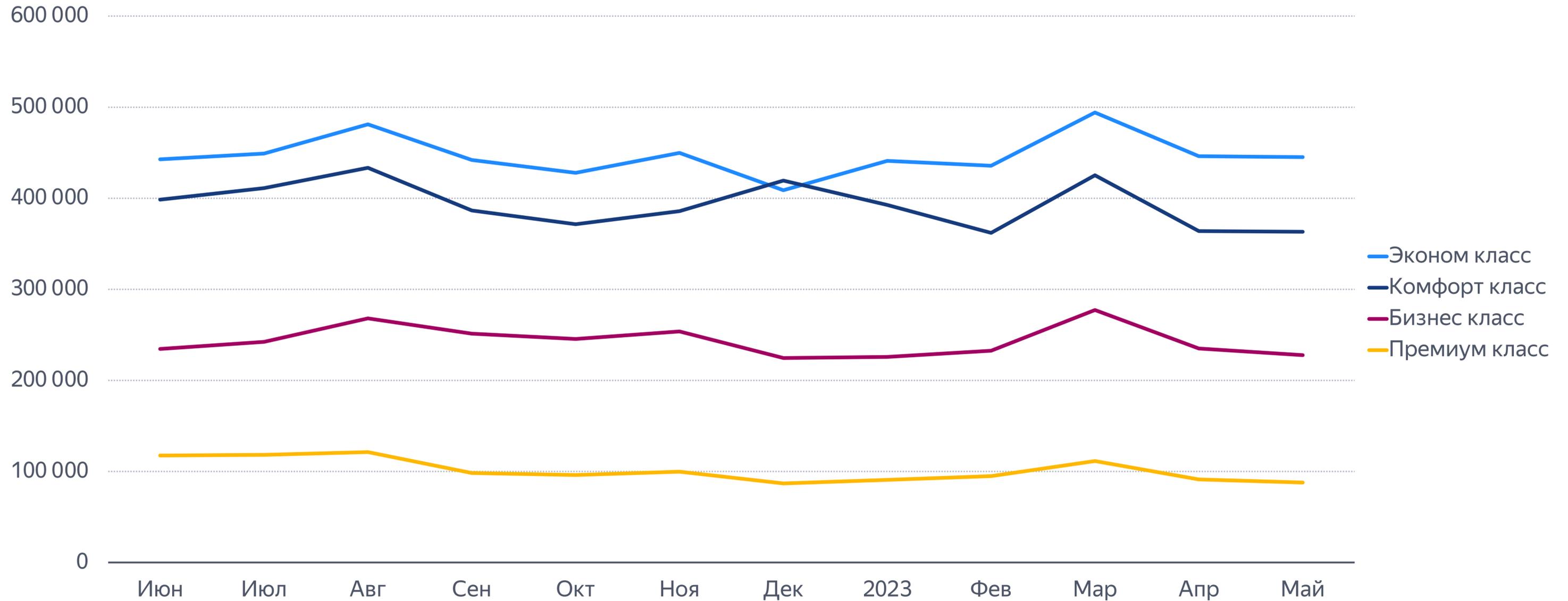
Структура отрасли за июнь 2022 - май 2023



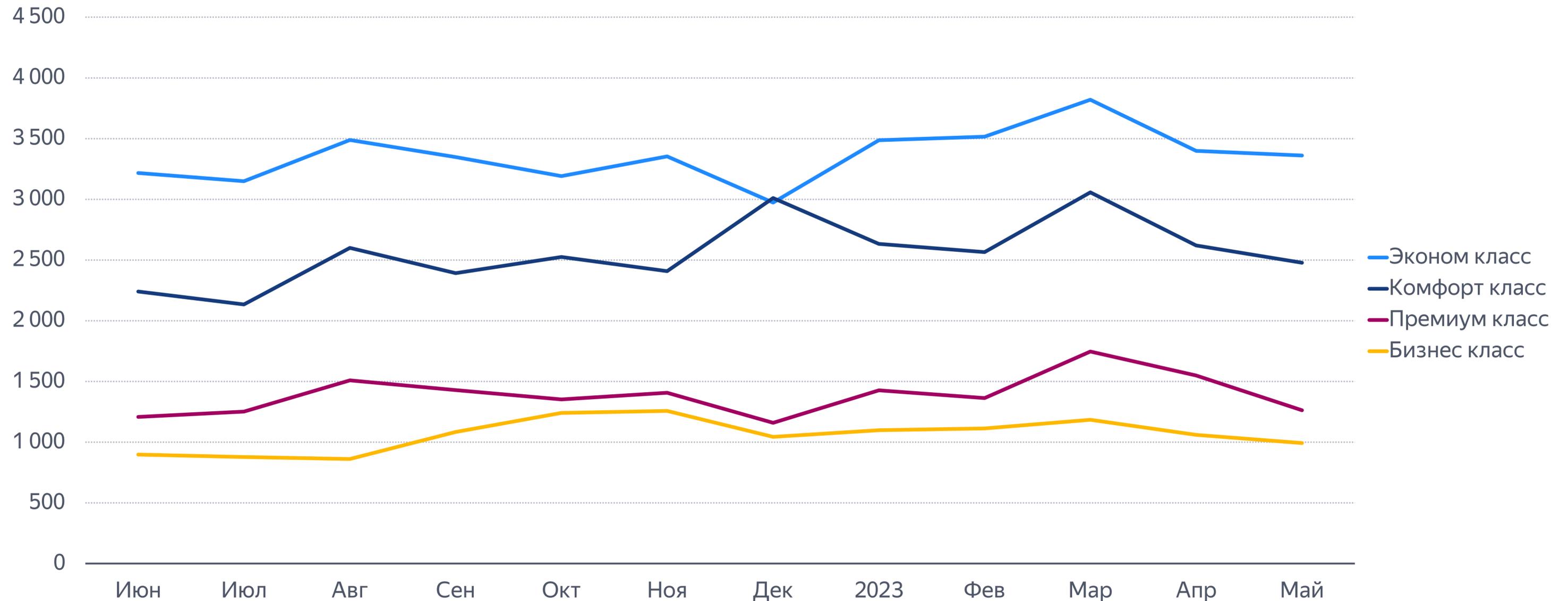
Сравнение периодов (июнь - август 2022/март - май 2023)



Спрос по классам недвижимости Россия



Спрос по классам недвижимости Челябинск

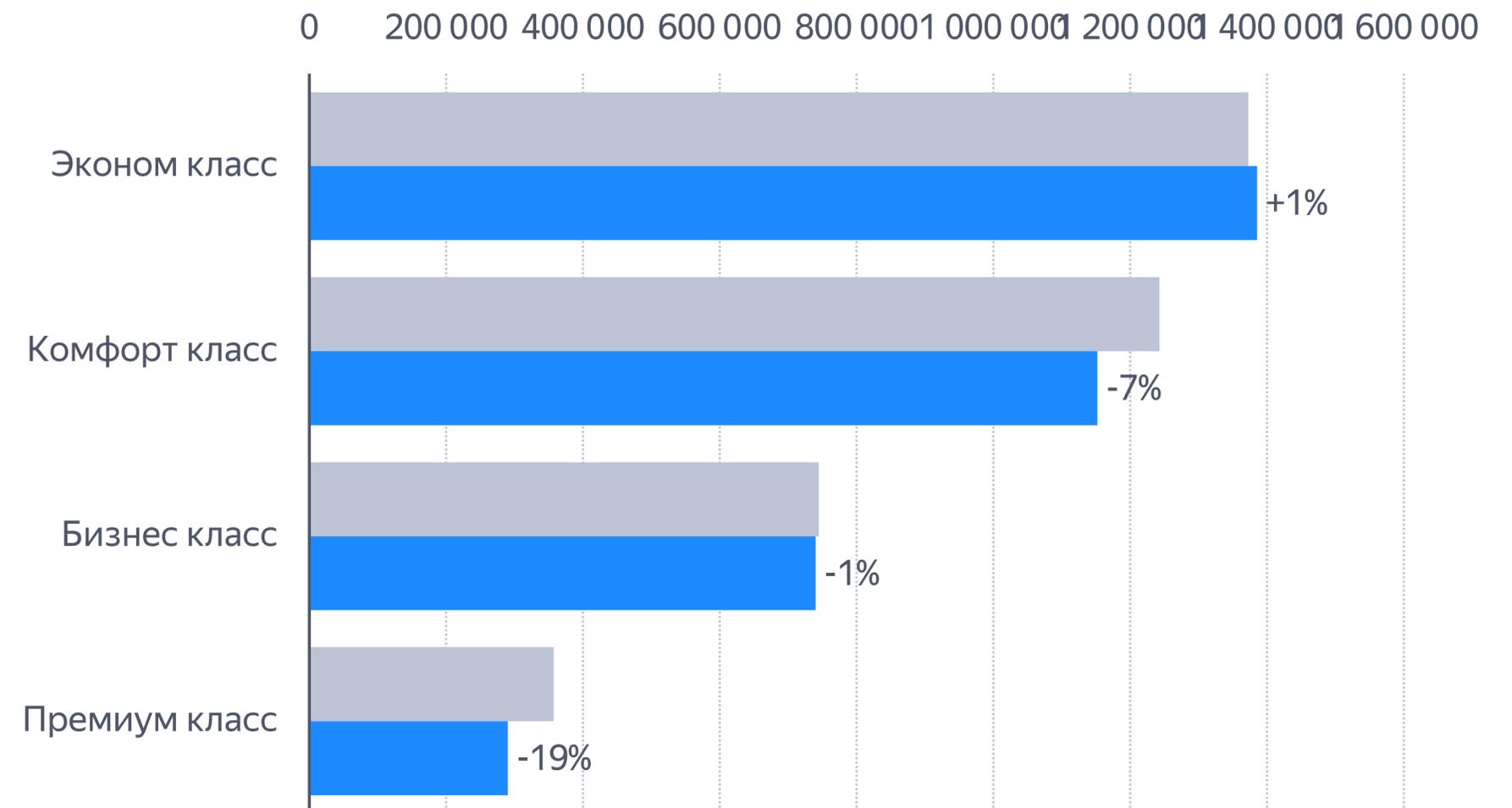


Спрос по классам недвижимости Россия

Структура отрасли за июнь 2022 - май 2023



Сравнение периодов (июнь - август 2022/март - май 2023)

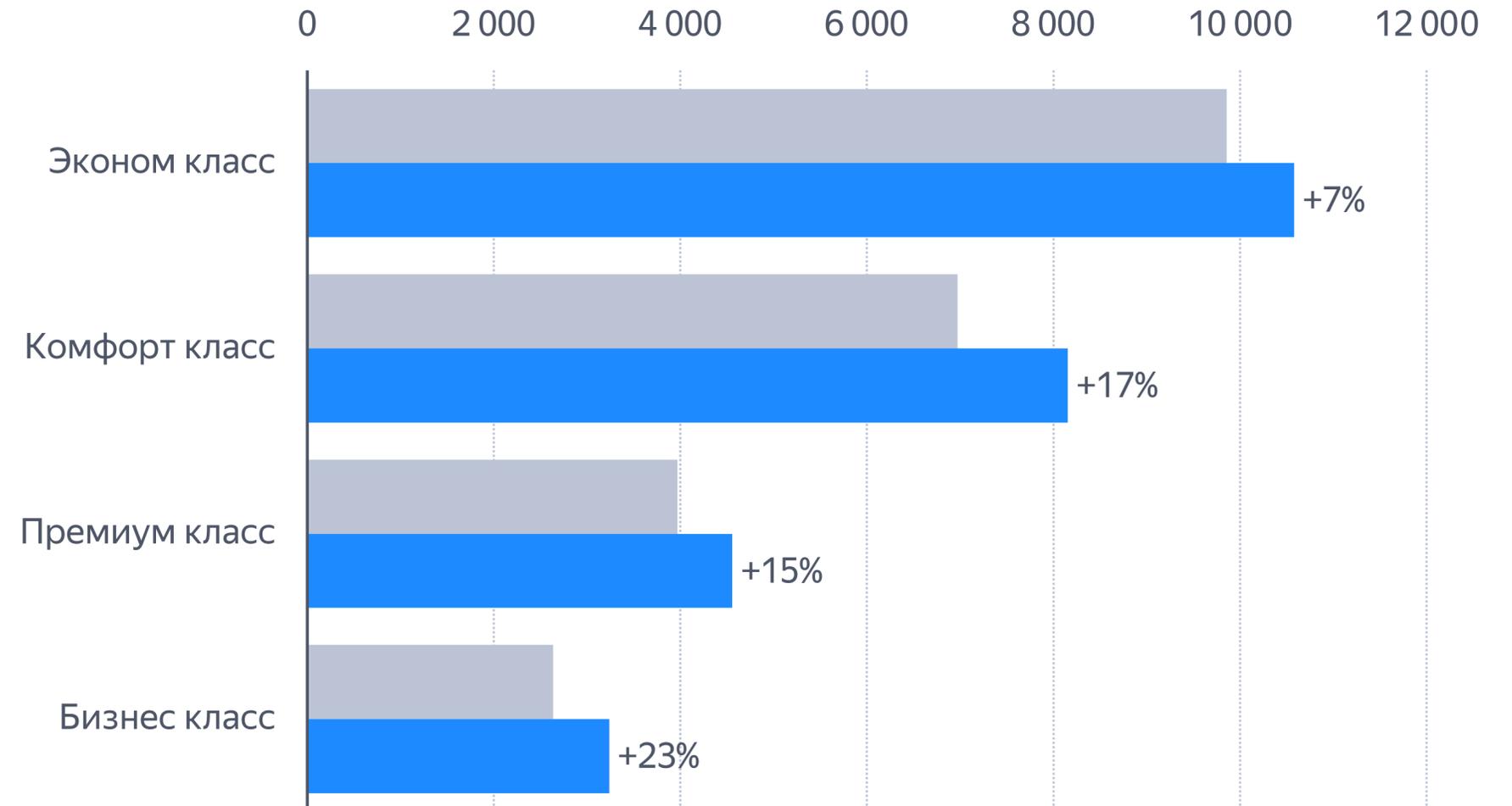


Спрос по классам недвижимости Челябинск

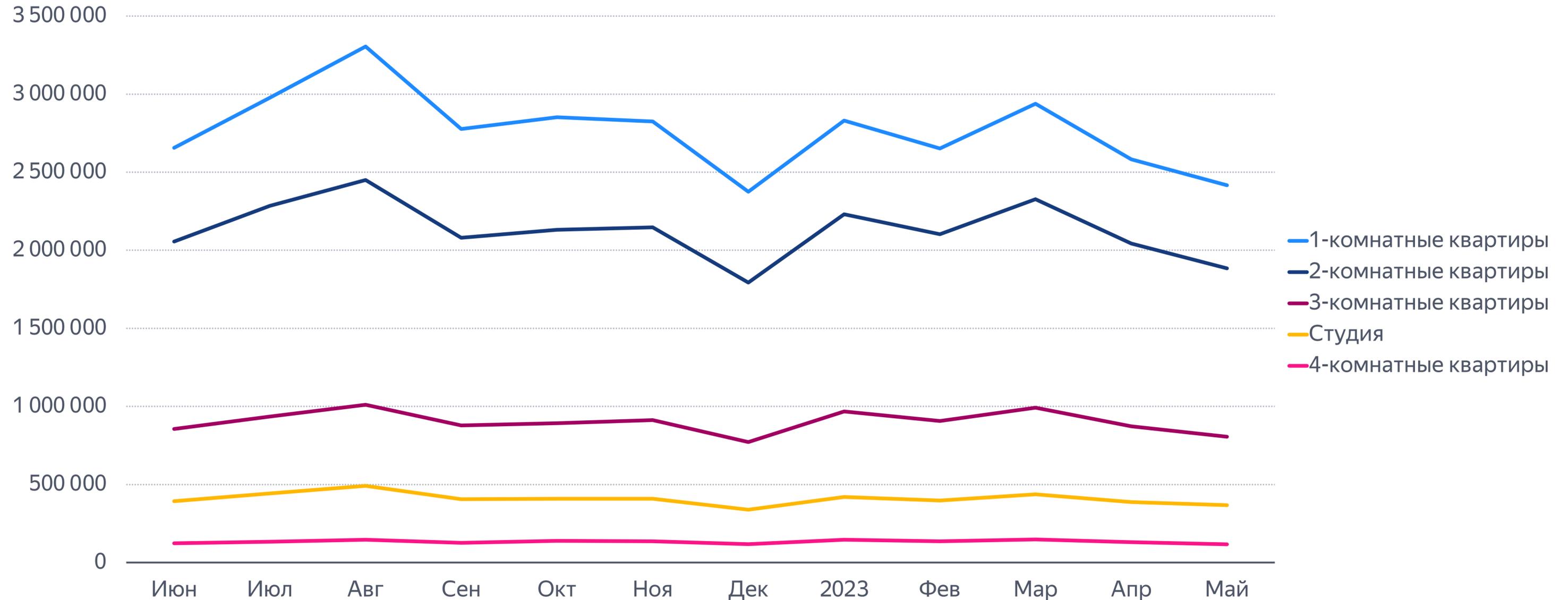
Структура отрасли за июнь 2022 - май 2023



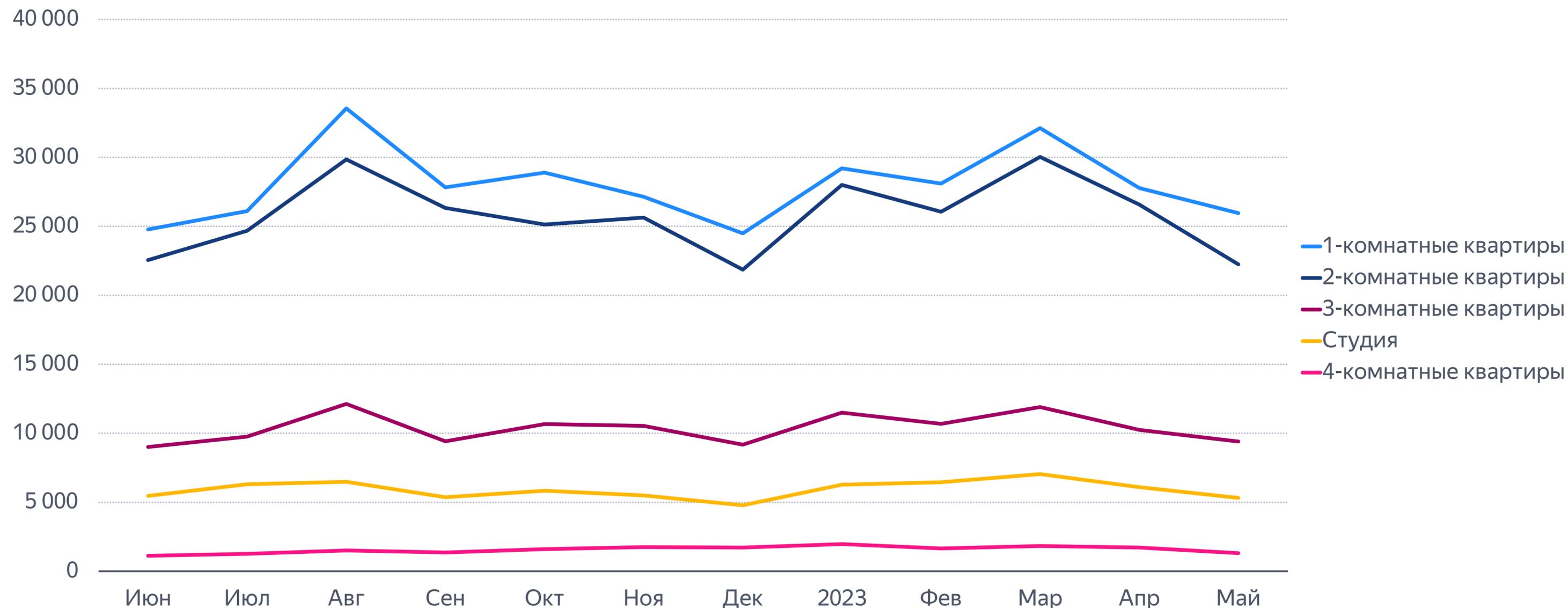
Сравнение периодов (июнь - август 2022/март - май 2023)



Динамика спроса по комнатности Россия

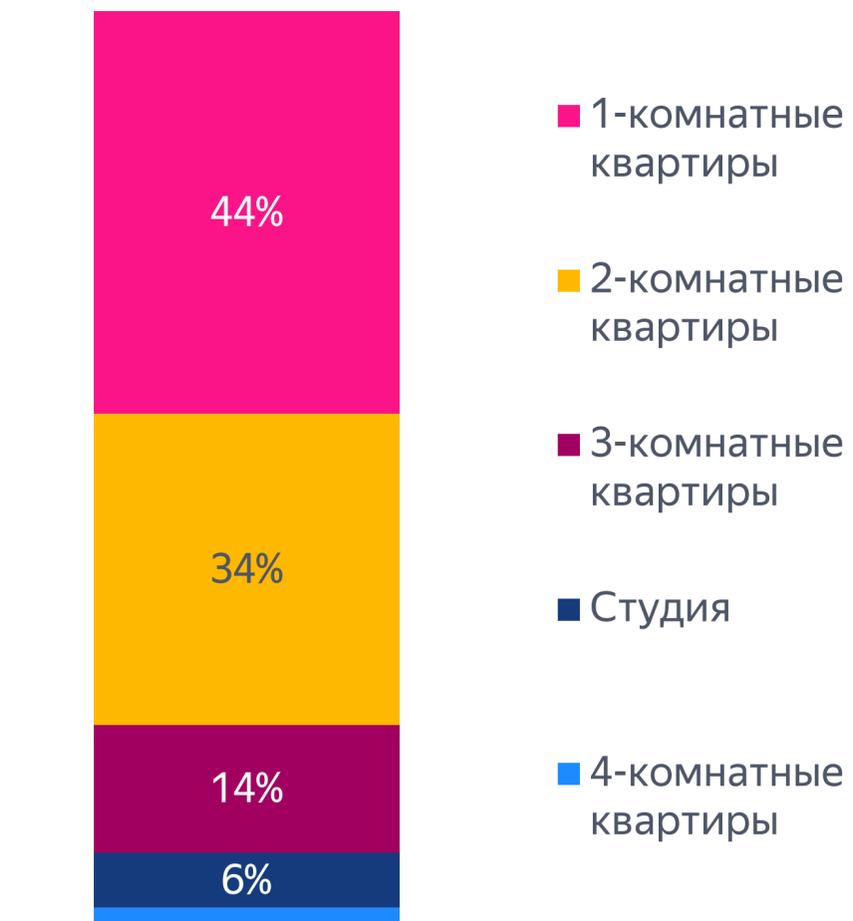


Динамика спроса по комнатности Челябинск

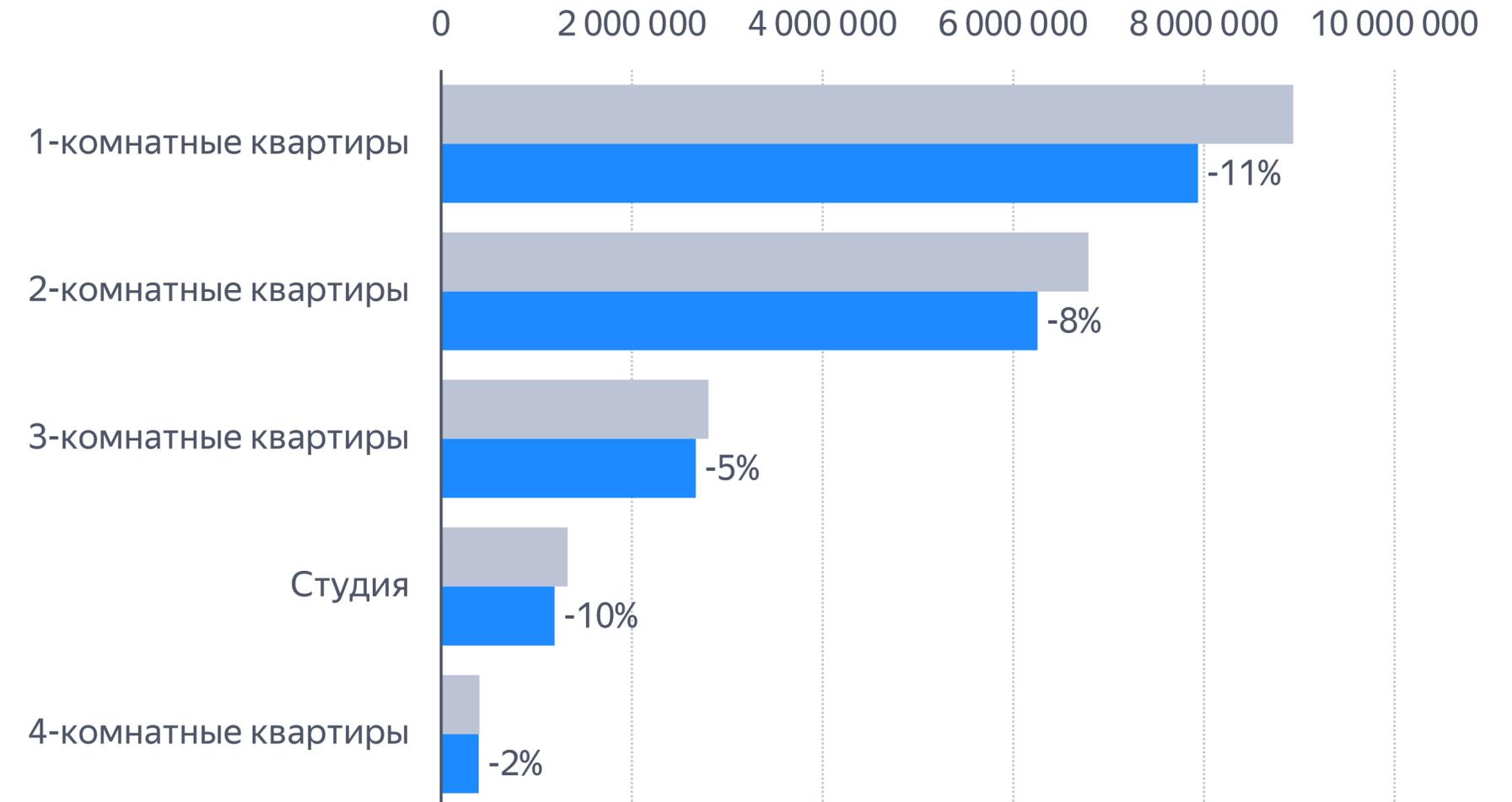


Динамика спроса по комнатности Россия

Структура отрасли за июнь 2022 - май 2023

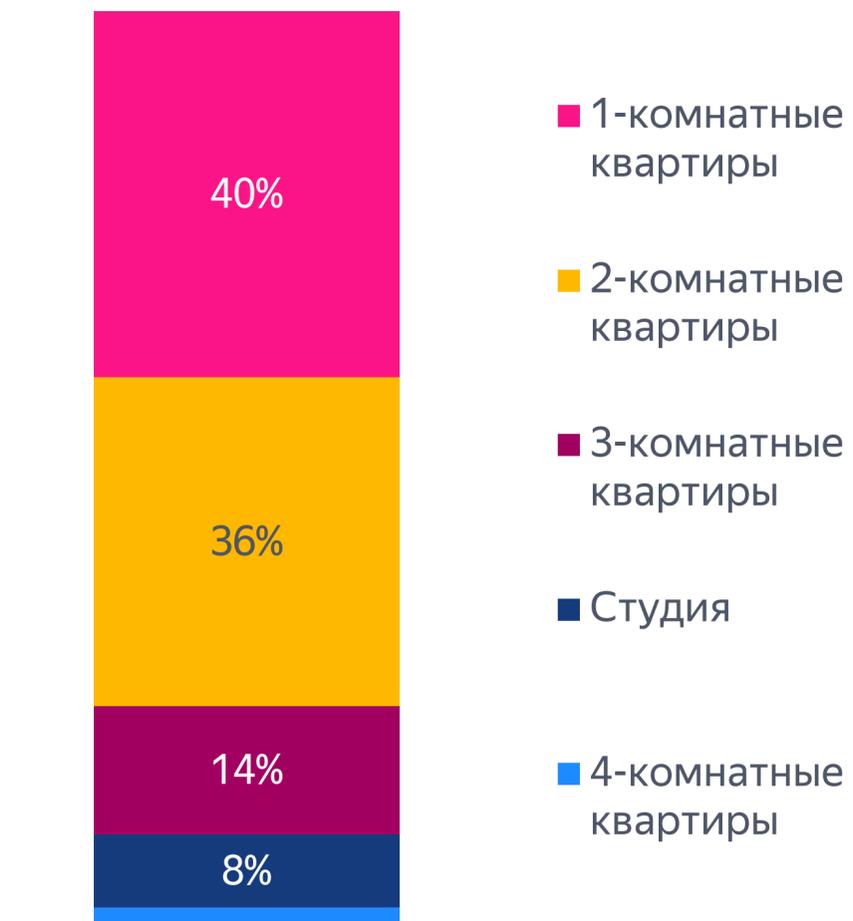


Сравнение периодов (июнь - август 2022/март - май 2023)

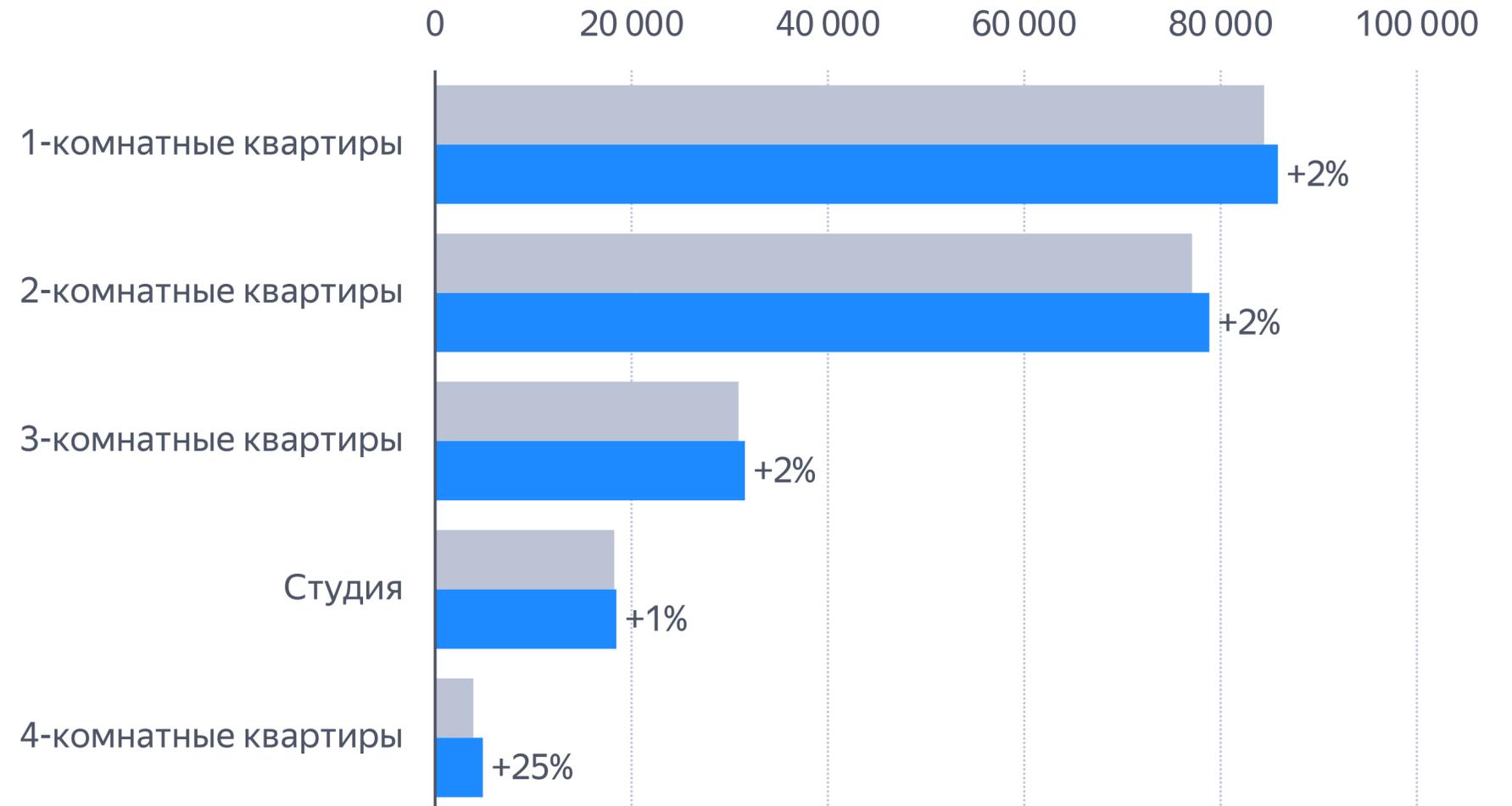


Динамика спроса по комнатности Челябинск

Структура отрасли за июнь 2022 - май 2023



Сравнение периодов (июнь - август 2022/март - май 2023)



Пример подхода к работе с аудиторией



- i* Учитывайте среднюю задержку между поисками в своих медийных флайтах, чтобы максимально долго взаимодействовать с замотивированными пользователями

Почему бренд застройщика — это важно

Несмотря на текущую обстановку, недвижимость продолжает оставаться одновременно **самым надёжным и выгодным способом вложения средств**

Доля опрошенных, считающих покупку недвижимости:

33% — самым надёжным способом вложений

36% — самым выгодным

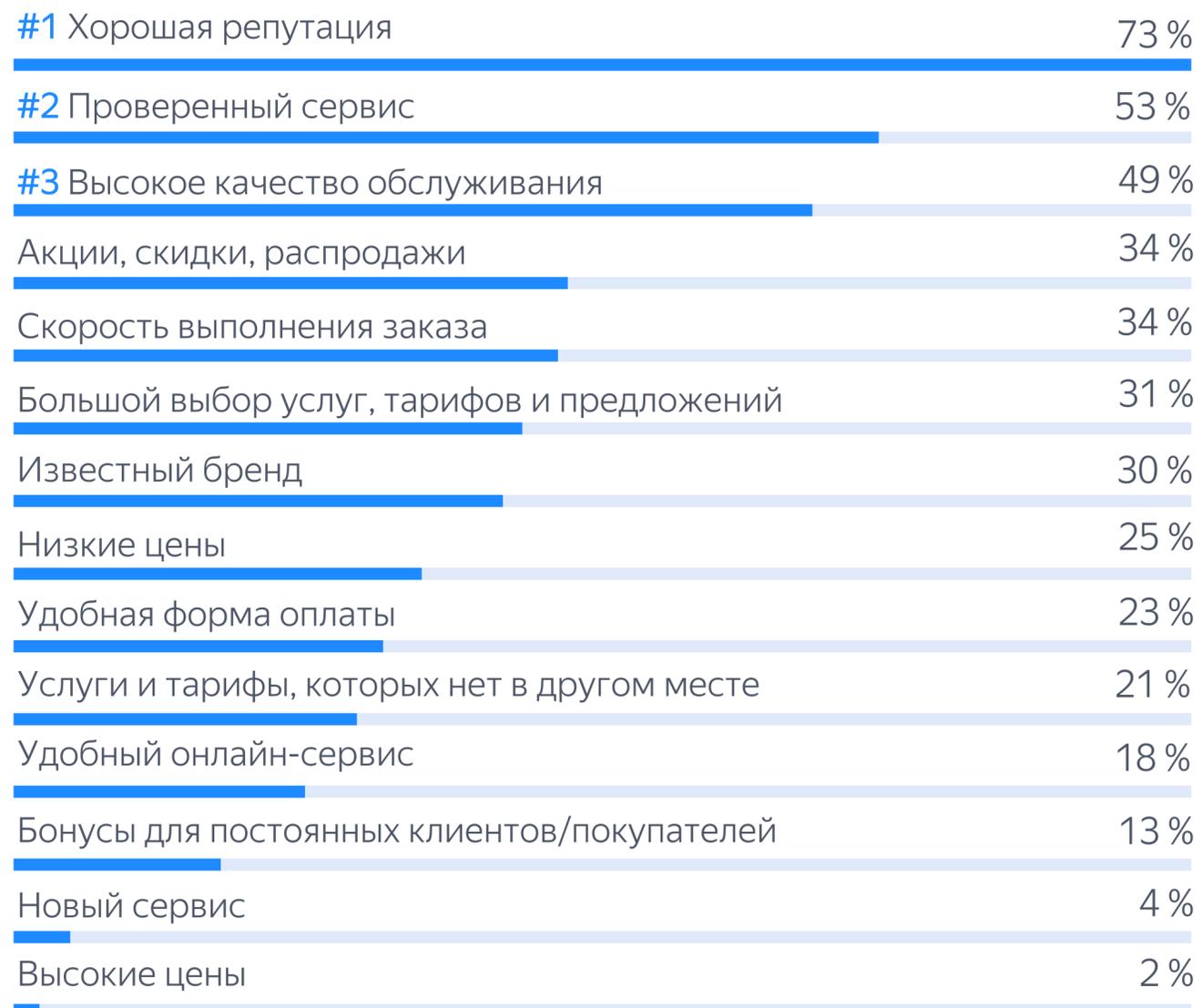
Сильный бренд застройщика, который создаст имидж стабильности и надёжности вокруг себя, может стать решающим фактором на раннем этапе выбора



Когда покупатели выбирают застройщика, в первую очередь учитывают его репутацию и сервис

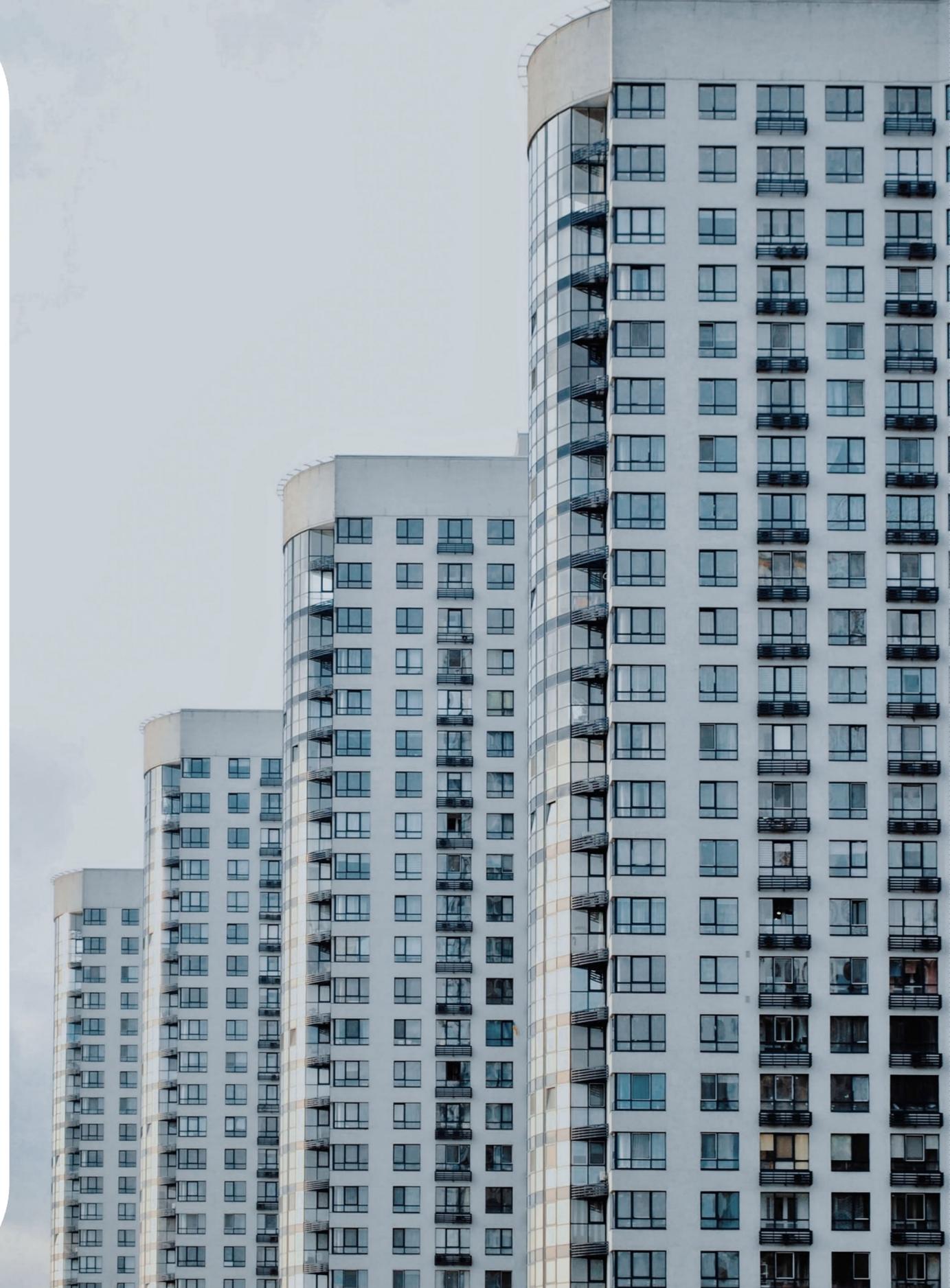
Факторы выбора застройщика

Q4'22 vs Q4'21



-4 п. п. ▼

Источник: Mediascope Brand Pulse ВНТ «Застройщики недвижимости», Россия, 100 000+, 18–64, материальное положение семьи среднего уровня и выше. Q4'22 vs Q4'21



В топе ожидаемых услуг от застройщика — смягчение ценовых условий сделки

Какие услуги вы бы хотели получить от застройщика?

% от ответов



Источник: онлайн-опрос Яндекса на access-панели, все 18+, Россия, города с населением 100 тыс. и больше, февраль 2023 года, купили недвижимость или планируют купить в течение года

Ключевые стимулы к покупке квартиры — это финансовая возможность.
Среди других стимулов каждый четвёртый называет желание переехать в другой район

Источник: онлайн-опрос Яндекса на access-панели, все 18+, Россия, города с населением 100 тыс. и больше, февраль 2023 года, купили недвижимость за последний год

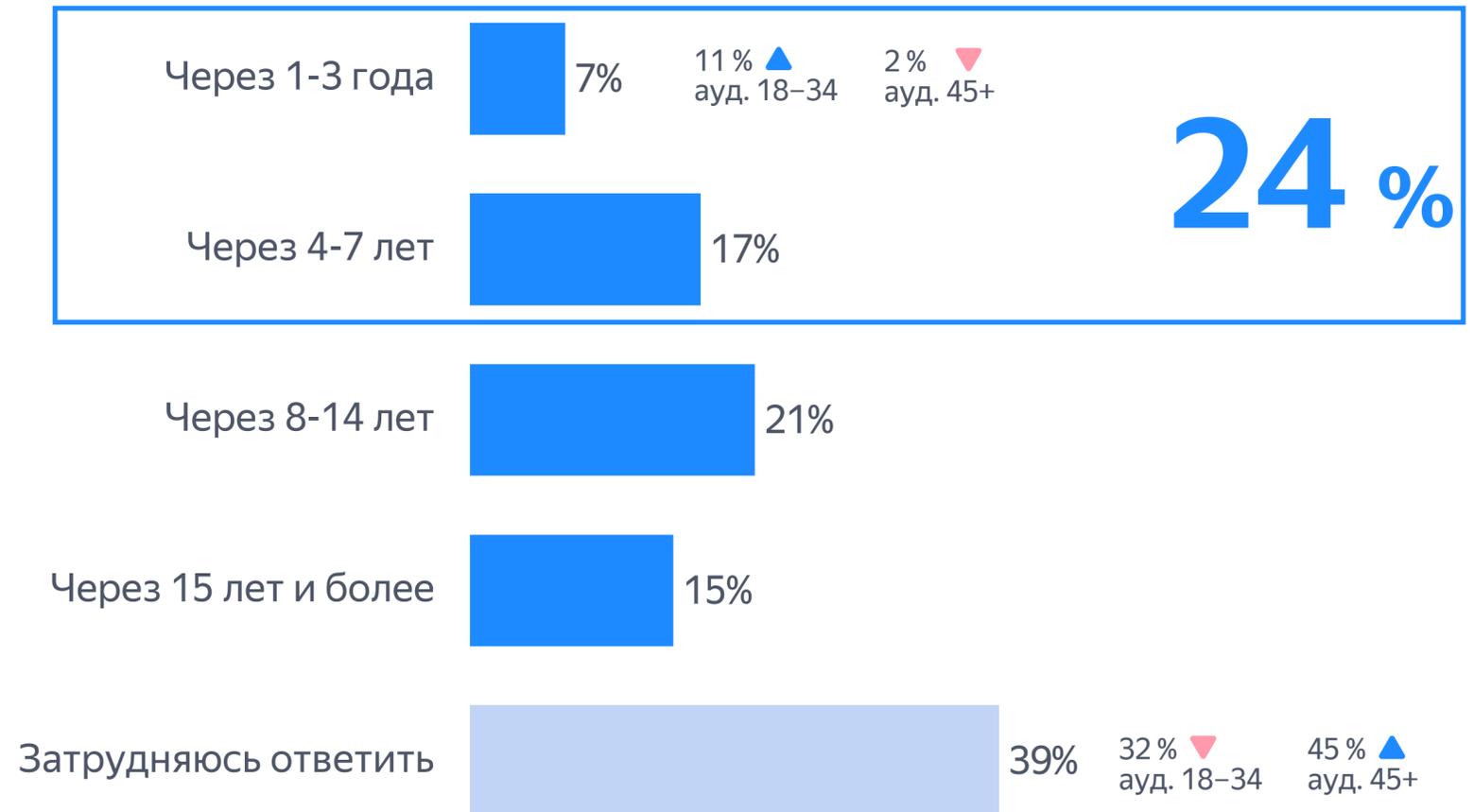
Q: Что послужило стимулом к покупке или планированию покупки квартиры?



Каждый четвёртый опрошенный готов менять квартиру через 1–7 лет после покупки

В отличие от взрослой аудитории, у молодых людей более чёткое представление о времени обмена квартиры после покупки. Они чаще готовы к более раннему обмену (через 1–3 года)

Q: Когда после покупки, на ваш взгляд, оптимально менять квартиру?



Q: Какие факторы оказывают наибольшее влияние на выбор вашего жилья?

Площадь жилья и доступность — среди основных факторов выбора



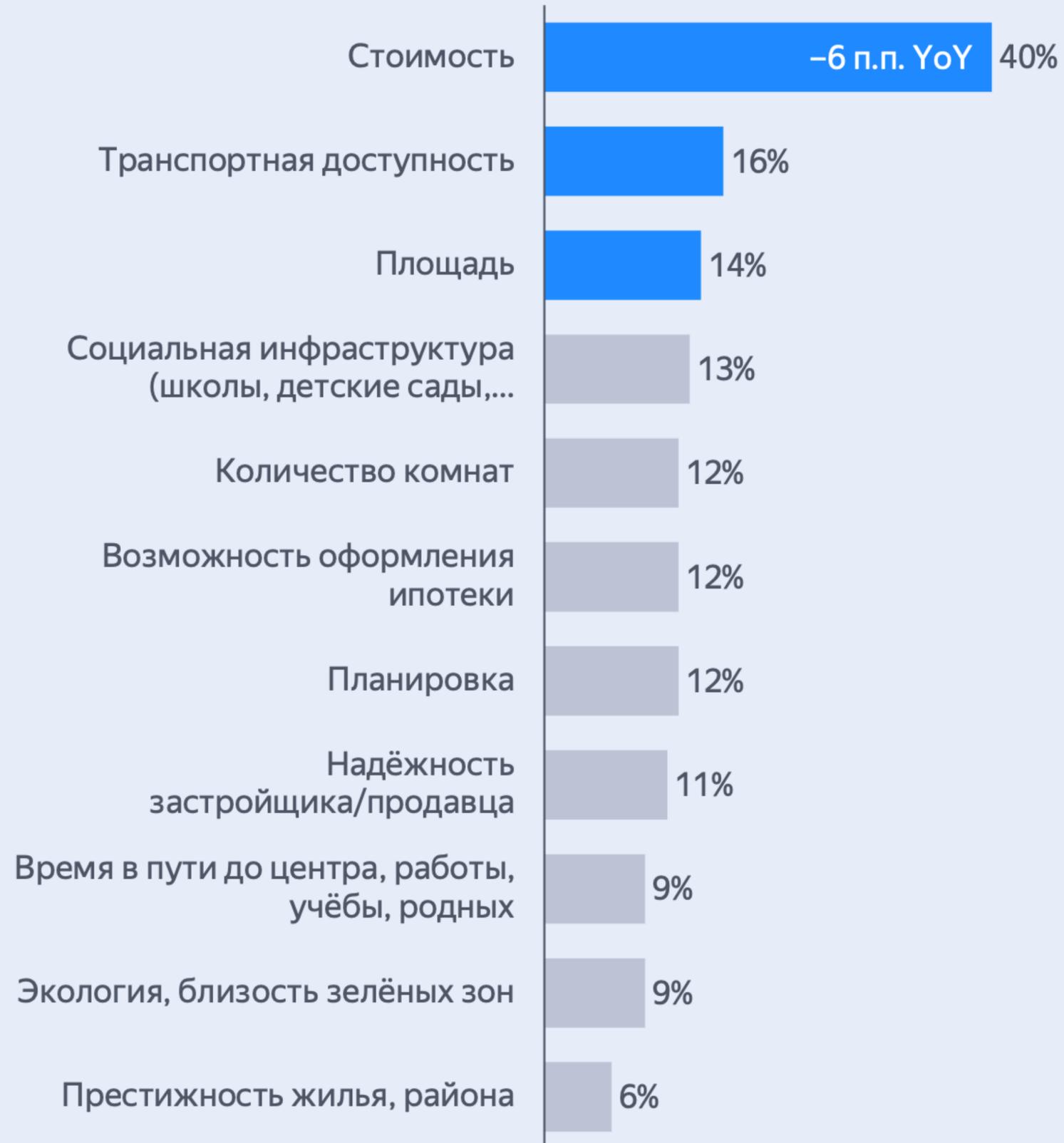
25–34

Наименьшее внимание уделяют стоимости — **33%**, компенсируя возможностью оформить ипотеку — **15%**



45–55

Важный фактор экология и зелёное пространство рядом с жильём — **13%**. Более критичен для жителей Москвы — **13%**



За что готовы доплатить

82% опрошенных готовы доплатить за некоторые особенности жилья

43%

Места для хранения
(гардеробная,
кладовая и пр.)

42%

Теплая лоджия

23%

Благоустроенная
территория
с ландшафтным
дизайном

22%

Панорамное
остекление
(окна в пол)

21%

Система
«умный дом»

19%

Двор без машин

18%

Двухуровневая
квартира

16%

Потолки
от 3 метров

12%

Эксплуатируемая
крыша, терраса

12%

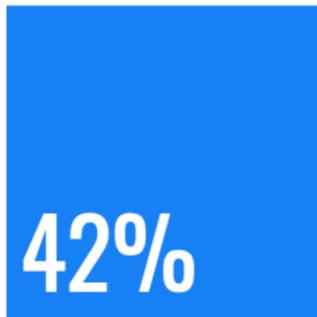
Мастер-спальня
(с ванной
и гардеробной)

Данные исследования Яндекса «Покупка недвижимости», проведенного на access-панели в феврале 2022 года, 1000 респондентов в возрасте 25-55 лет из городов России с населением >100 тыс. человек

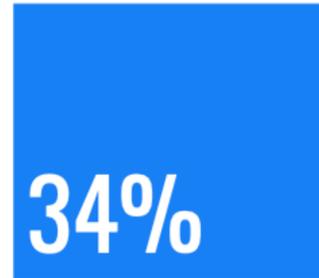
Какие-то опасения при выборе и покупке этого жилья

87%

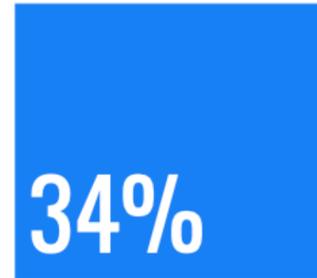
опрошенных испытывали опасения при покупке жилья



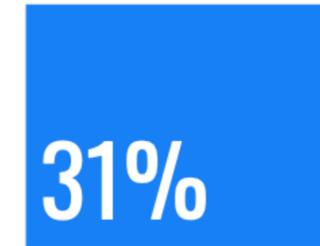
Обнаружить скрытые недостатки строительства



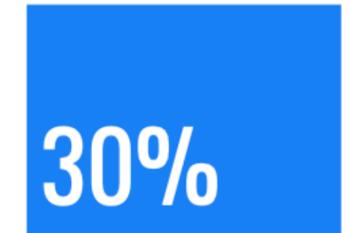
Соседи окажутся конфликтными / шумными



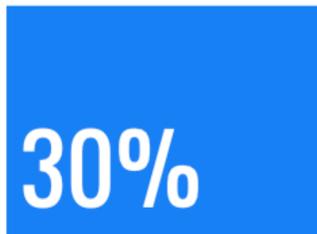
Упустить выгодное предложение



Упустить хороший вариант



Ухудшение финансового положения



Обнаружить скрытые недостатки отделки



Столкнуться с мошенниками



Застройщик не выполнит обязательства по благоустройству территории



Ремонт соседних квартир/домов растянется на несколько лет



Затянутся сроки строительства и сдачи дома

Данные исследования Яндекса «Покупка недвижимости», проведенного на access-панели в феврале 2022 года, 1000 респондентов в возрасте 25-55 лет из городов России с населением >100 тыс. человек

Вопросы

Анастасия Знаменщикова
Региональный представитель

a-znam@yandex-team.ru
[@aznamenshchikova](#)

