

# ЭТАЛОН



**Продуктовая триада покупателя:  
важно-хочу-заплатчу**

**Никита Мурин**

Директор департамента  
стратегического маркетинга

# О Группе «Эталон»

## Общие сведения

Благодаря 35-летнему опыту успешной работы Компания является одним из старейших и наиболее успешных игроков на российском рынке недвижимости. С момента создания Группа «Эталон» ввела в эксплуатацию 7,9 млн кв. м.

Благодаря интегрированной бизнес-модели Группа «Эталон» может создавать добавленную стоимость для клиентов и акционеров на каждом этапе девелопмента, от анализа и приобретения земельного участка до эксплуатации и сервисного обслуживания уже построенных объектов недвижимости. Коллектив Группы «Эталон» насчитывает 4,6 тысячи сотрудников, а общенациональная сеть продаж Компании охватывает 59 городов России.

## Активы Группы

Активы Группы «Эталон» включают 20 проектов в стадии проектирования и строительства, непроданную недвижимость в завершенных комплексах и коммерческую недвижимость с чистой реализуемой площадью 2,8 млн кв. м, а также производственный блок. Согласно оценке Colliers International, стоимость активов Группы «Эталон» на 31 декабря 2020 года составляет 204 млрд рублей.



**7.9** МЛН М<sup>2</sup>

С момента создания Группа «Эталон» ввела в эксплуатацию 7,9 млн м<sup>2</sup> недвижимости.

**ЭТАЛОН**

# Группа «Эталон» 35 лет в девелопменте



Порядка 350 тысяч человек проживает в домах Группы «Эталон»



Строительство ведется в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге



59 городов России



Сдано 7,9 млн м<sup>2</sup> недвижимости



**ЭТАЛОН**

# Новаторский подход



Первой стала возводить дома по кирпично-монолитной технологии



Одной из первых стала реализовывать проекты редевелопмента территорий



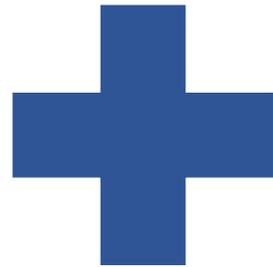
Первой стала реализовывать проекты комплексного освоения территорий



Эксперт по применению технологий информационного моделирования (ТИМ) в проектировании и строительстве

# Пути принятия решений деvelopepером

## А. Путь экспериментатора – метод проб и ошибок



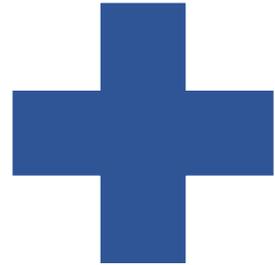
1. Конкретность
2. Возможность использовать чужой опыт  
(не всегда!)



1. Зависимость от конкретной локации / немасштабируемость
2. Длительность «проверки» гипотез
3. Дороговизна
4. Затраты на продвижение

# Пути принятия решений девелопером

## В. Путь исследователя – метод успеха



1. Скорость
2. Географическая универсальность
3. Низкая цена



1. Субъективность перевода в реальный спрос – зависимость от выборки и сформированных локальных предпочтений

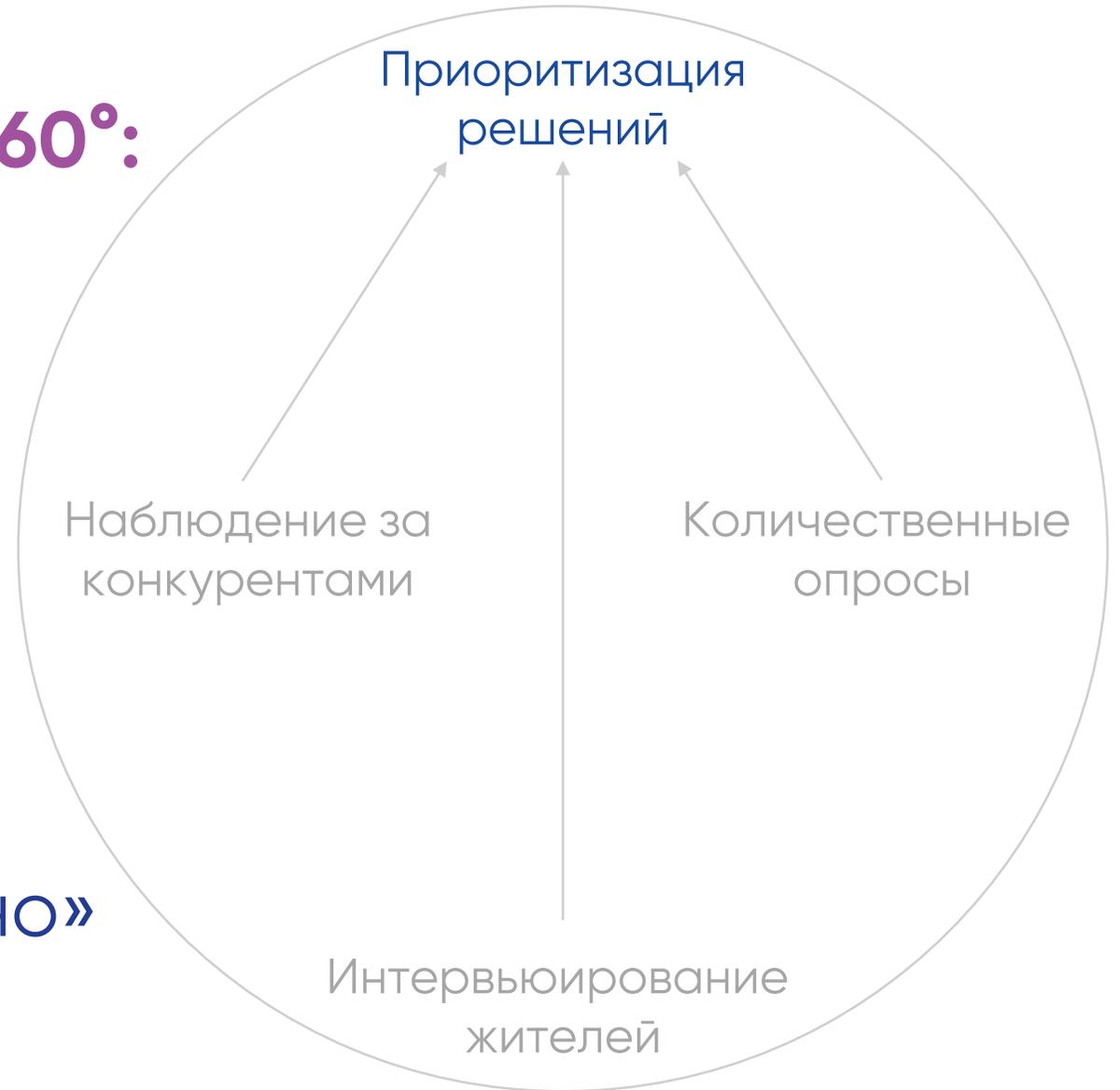
Как снизить неопределенность?



# Рецепт «Группы «Эталон». Шаг 1.

## 1 Комплексный анализ 360°:

- а. снижение погрешности оценок
- б. формирование пула гипотез
- с. Предварительные «важно» и «хочу»



# Рецепт «Группы «Эталон». Шаг 2.

## 2 Перевод в «деньги»

Задача этапа – поиск инструментов для определения гарантированного спроса на «важно» и «хочу»

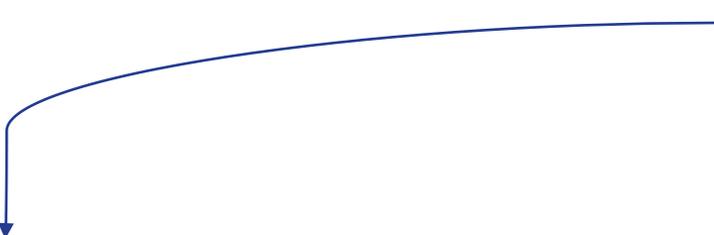
Классический опрос

Инновации

Нет!

Да!

Кейс «Эталон» + «Celebrium X»



# Рецепт «Группы «Эталон». Шаг 3.

## 3 Формирование концепции проекта на доказанных данных

Сопряженная идеомоторика (Adjoint ideomotion) – запатентованная технология, обладающая статусом "мировой новизны".

Технология позволяет регистрировать и анализировать непроизвольную микромоторику рук, используя обычный смартфон. Полученные данные отражают корреляцию с электрической активностью головного мозга и дают объективную информацию о сознательных и подсознательных реакциях человека.

Индекс уверенности при ответах позволяет с вероятностью до 87% прогнозировать, что реакция и поведение респондента (например, покупка или интерес к бренду) в реальности будет совпадать с его реакцией на вопросы исследования.

## Рецепт «Группы «Эталон». Результат.

1. Сбалансированный продукт
2. Гарантированный спрос
3. Существенная экономия на проверке гипотез в «монолите»
4. Сформированная рекламная стратегия / экономия на продвижении
5. Опция стандартизации и масштабирования