

Динамика пользовательского спроса на Недвижимость в РО

Екатерина Селезнева, руководитель группы регионального развития

Яндекс широко охватывают аудиторию, интересующуюся рынком недвижимости

Доля аудитории, интересовавшихся недвижимостью, в сервисах Яндекса



84%

Маркет



84%

Карты



63%

Недвижимость



53%

Видео



49%

Кинопоиск



48%

Путешествия



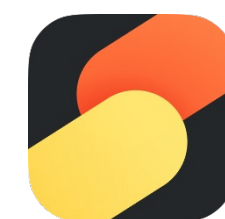
43%

Яндекс Go



42%

Auto.ru



42%

Услуги



35%

Кью



33%

Погода



31%

Навигатор



30%

Диск



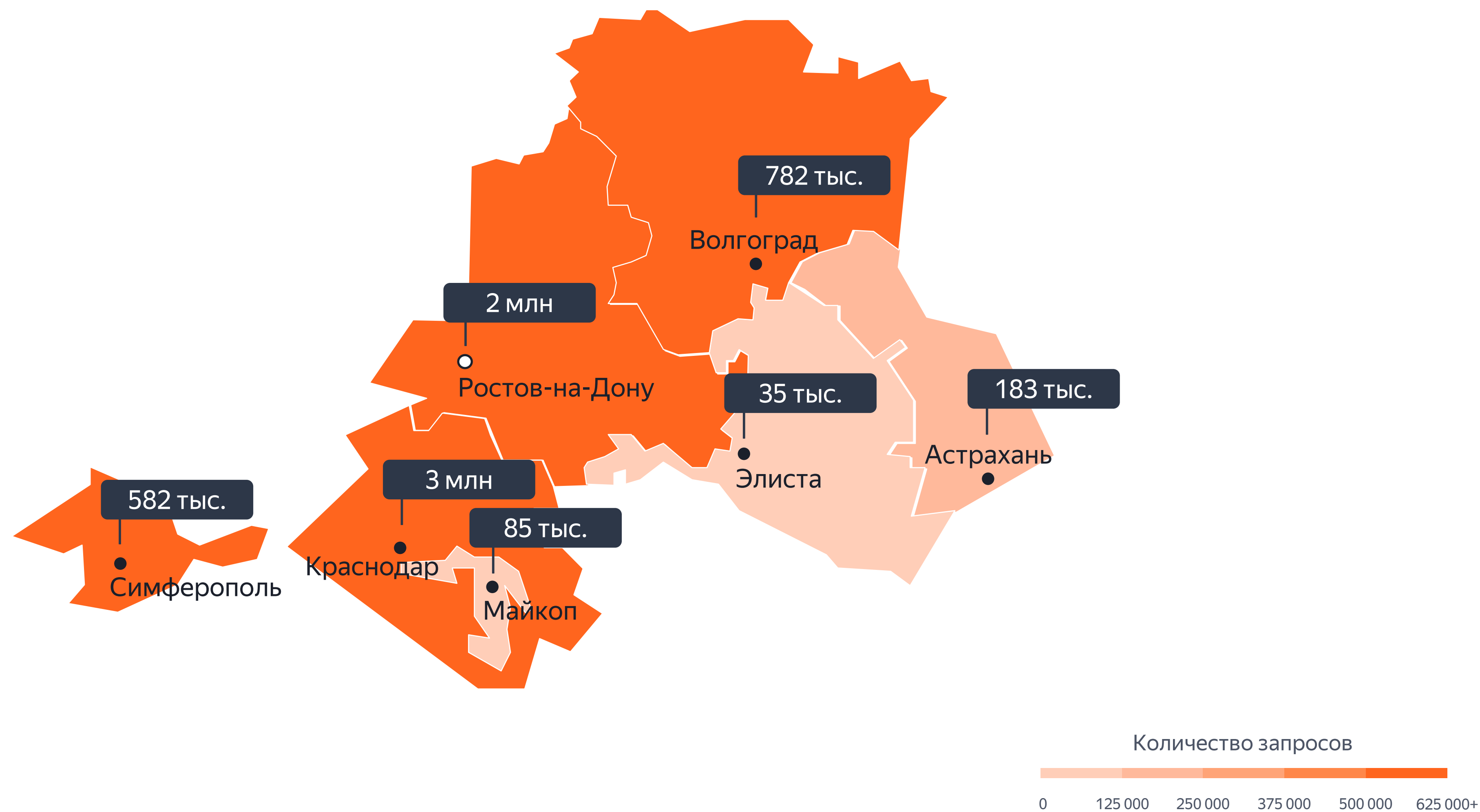
27%

Музыка

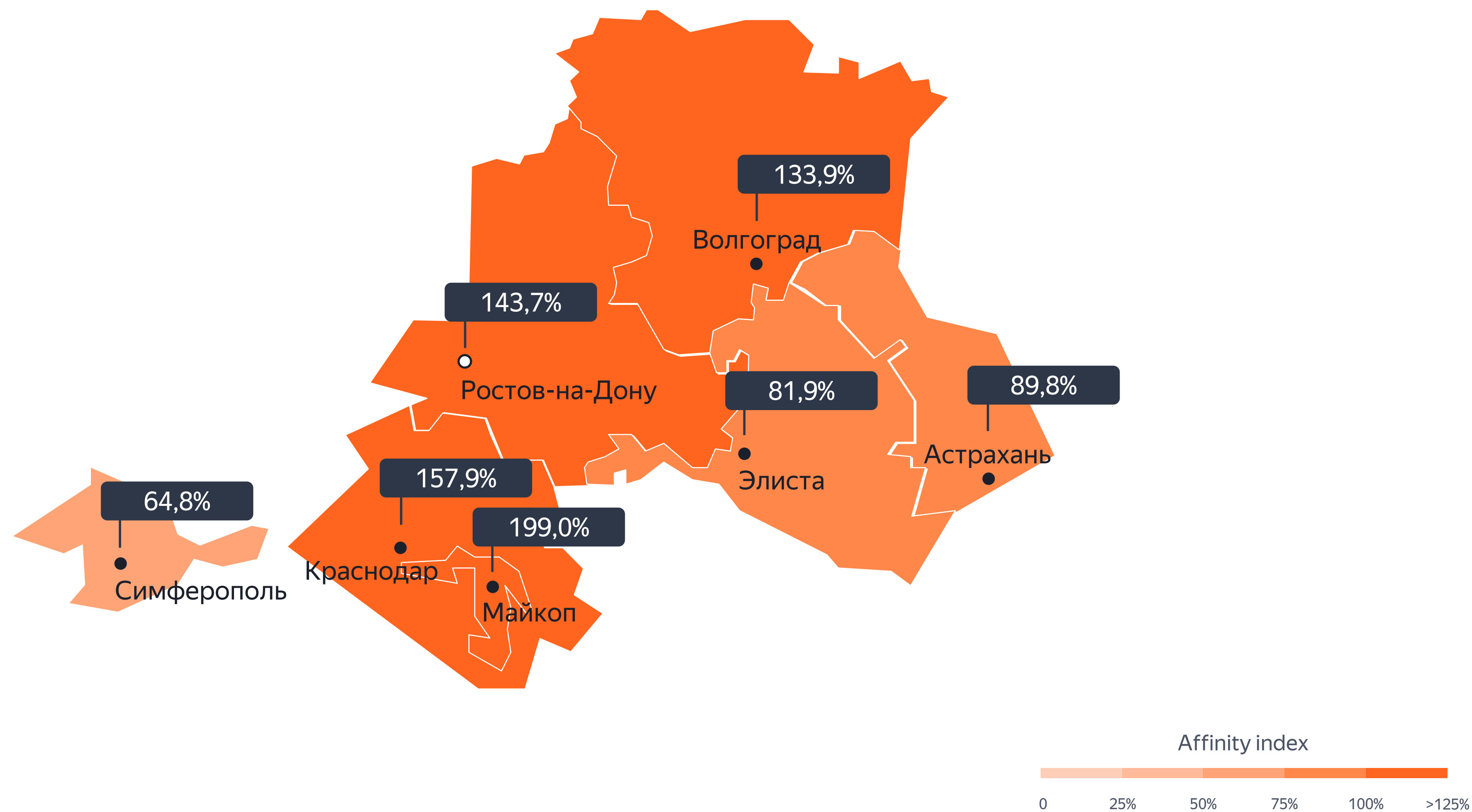
Интерес в регионах РФ. Новостройки



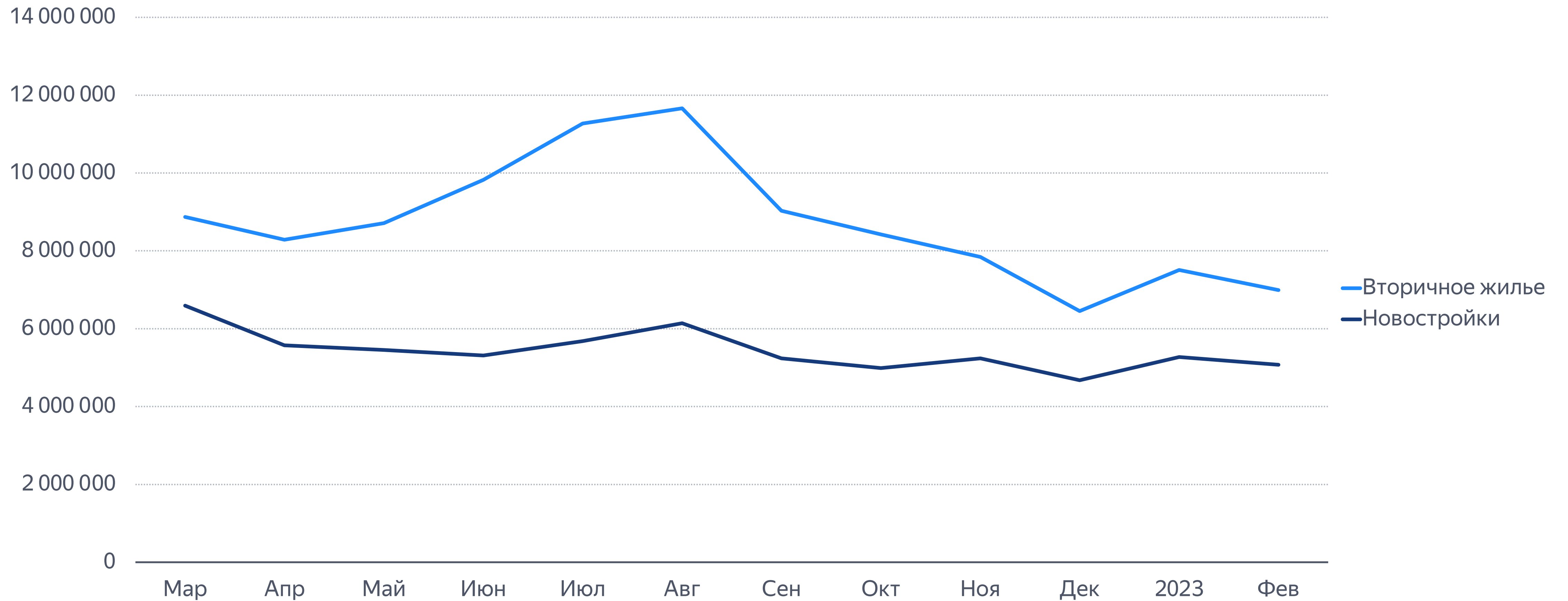
ЮФО: Интерес в регионах РФ. Новостройки



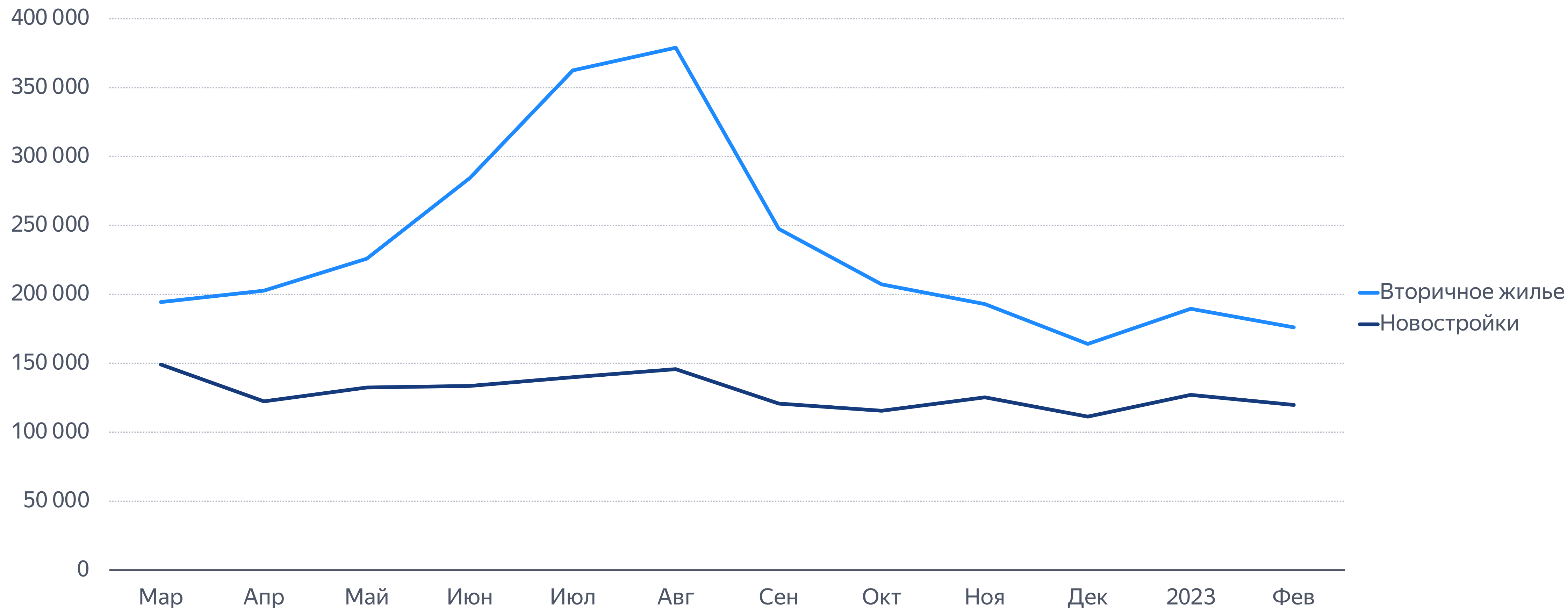
ЮФО: Региональная популярность. Новостройки



Динамика спроса в России



Динамика спроса в Ростовской области

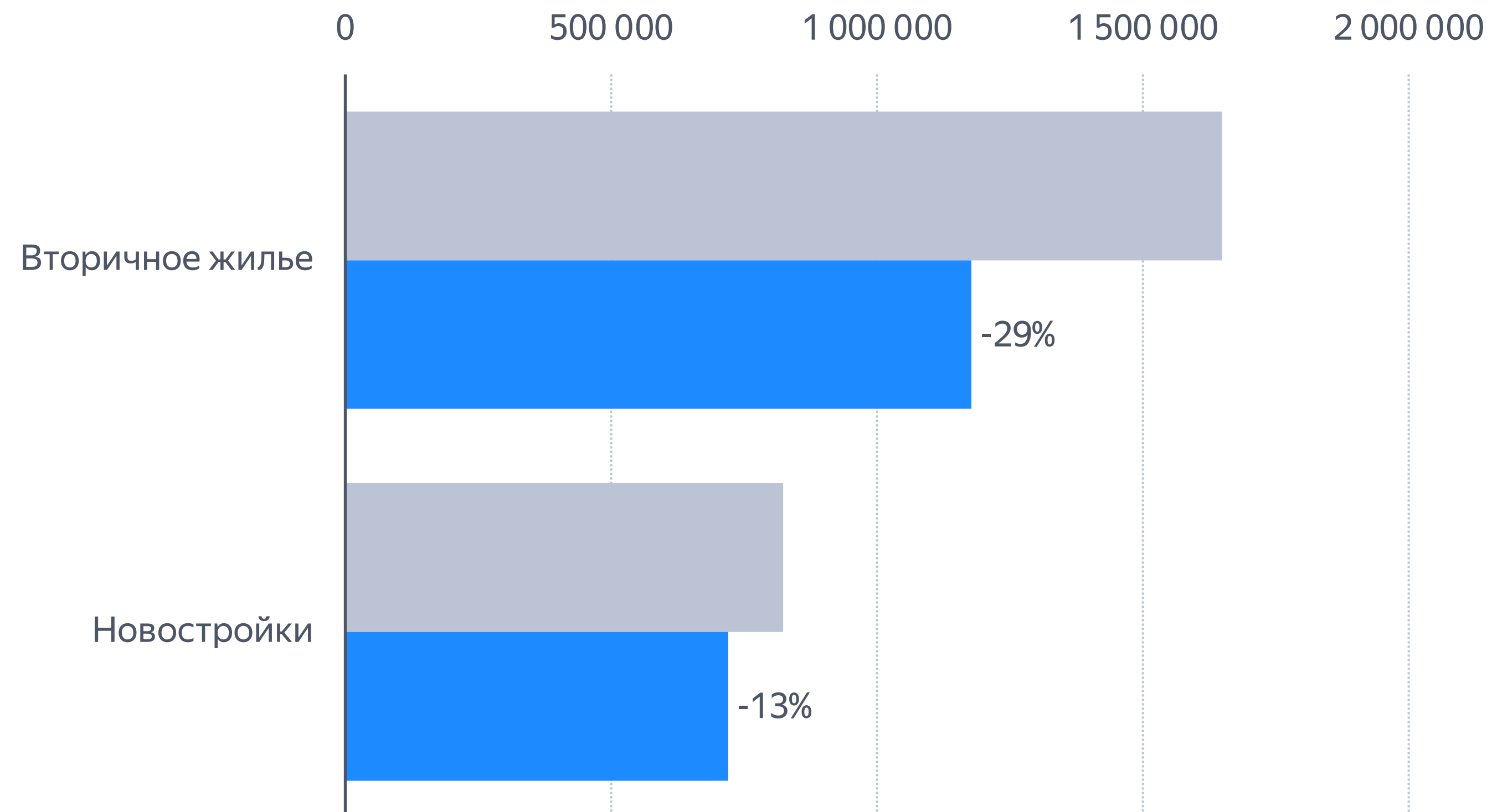


Динамика спроса в Ростовской области

Структура отрасли за март 2022 - февраль 2023

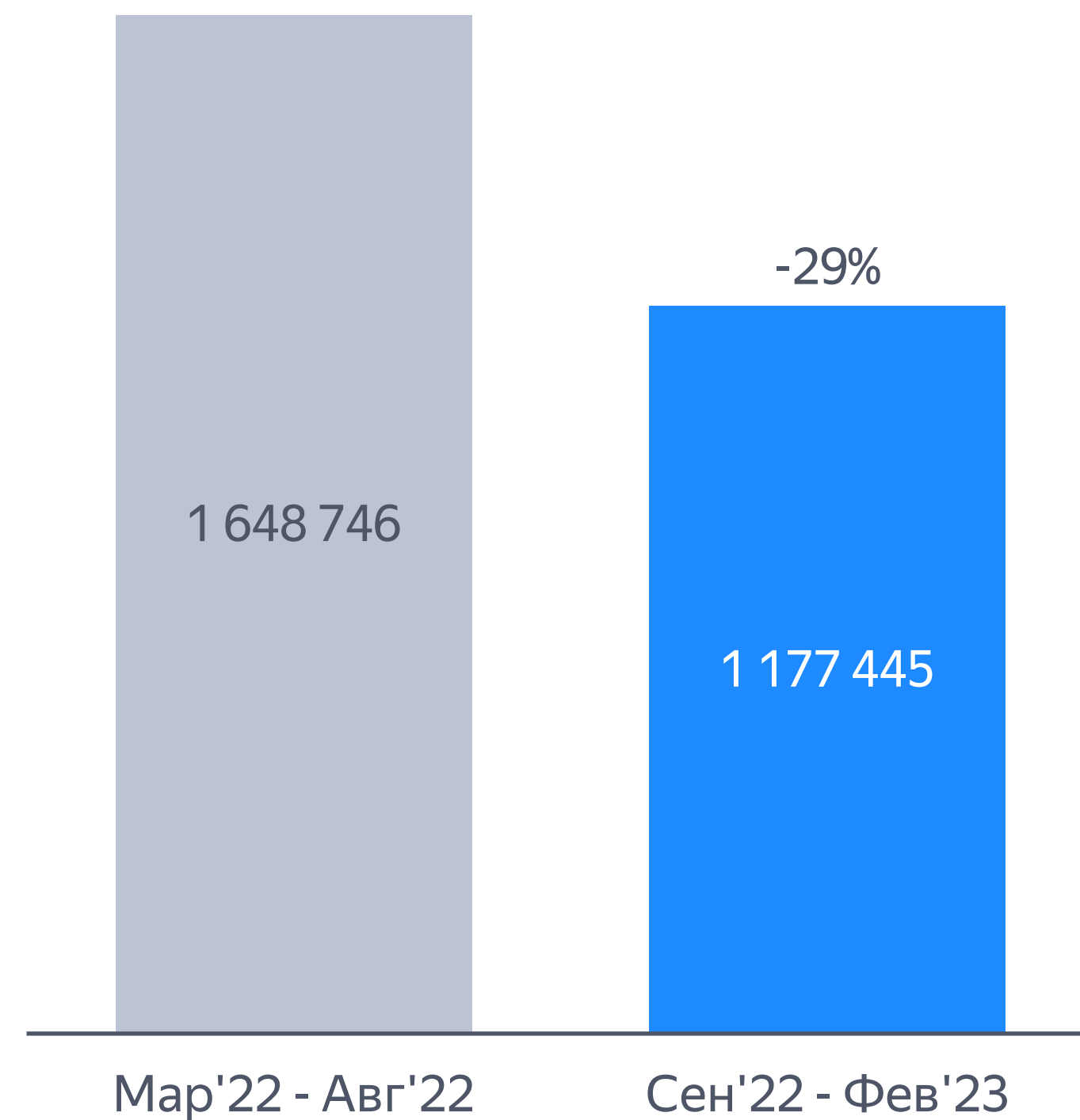


Сравнение периодов (март - август 2022/сентябрь 2022 - февраль 2023)

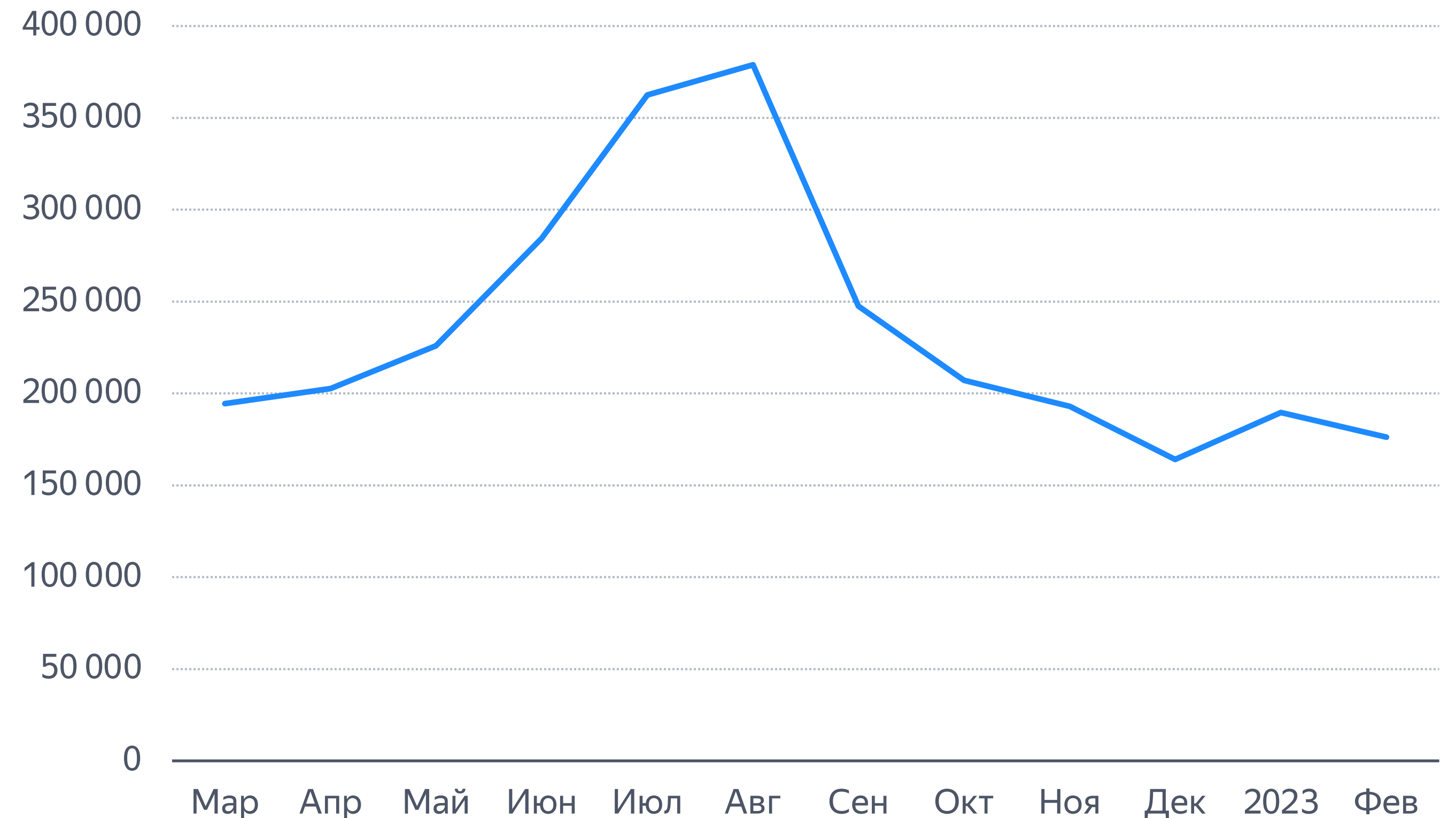


Спрос в категории «Вторичное жилье» в РО

Сравнение периодов

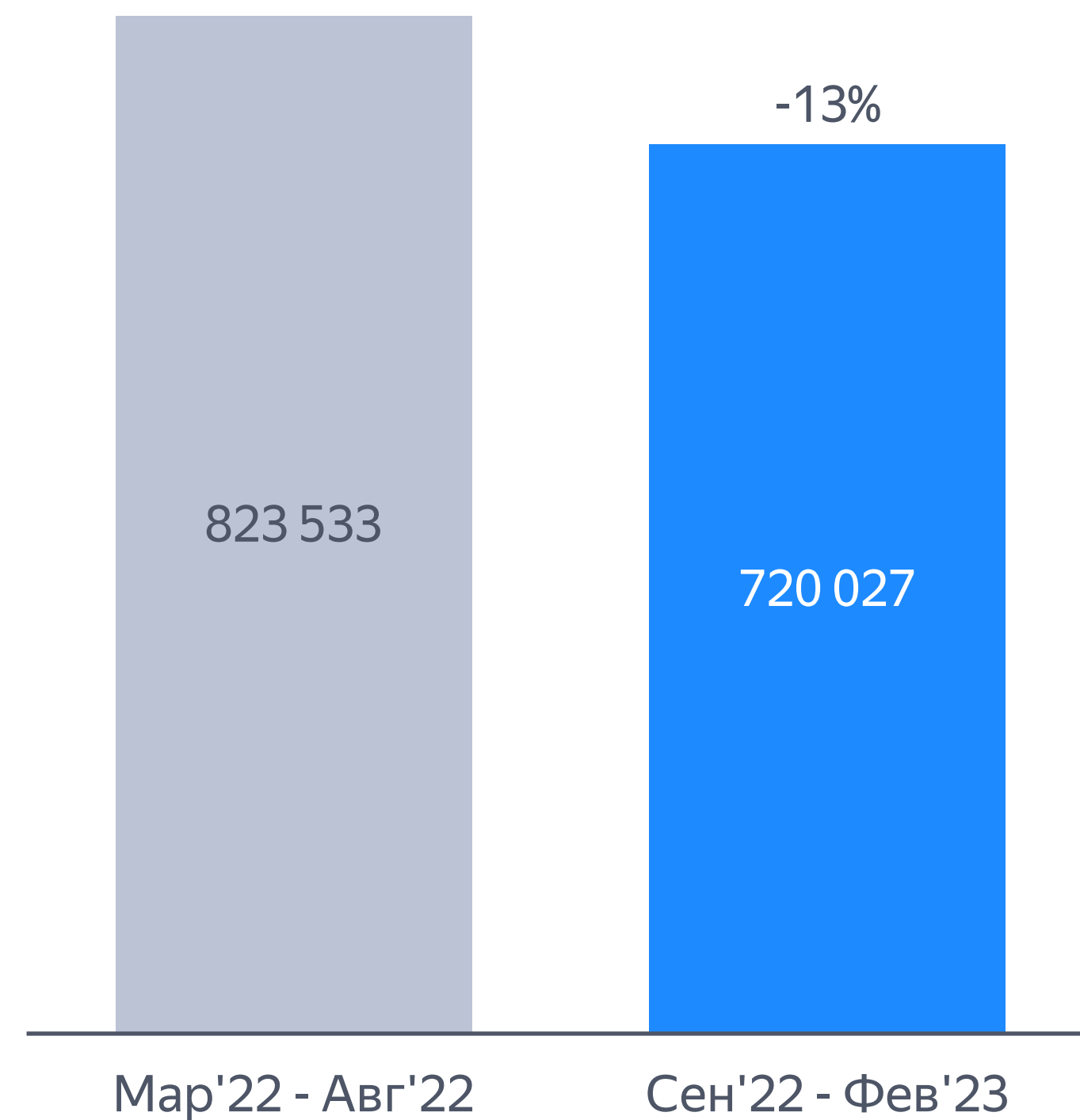


Динамика запросов

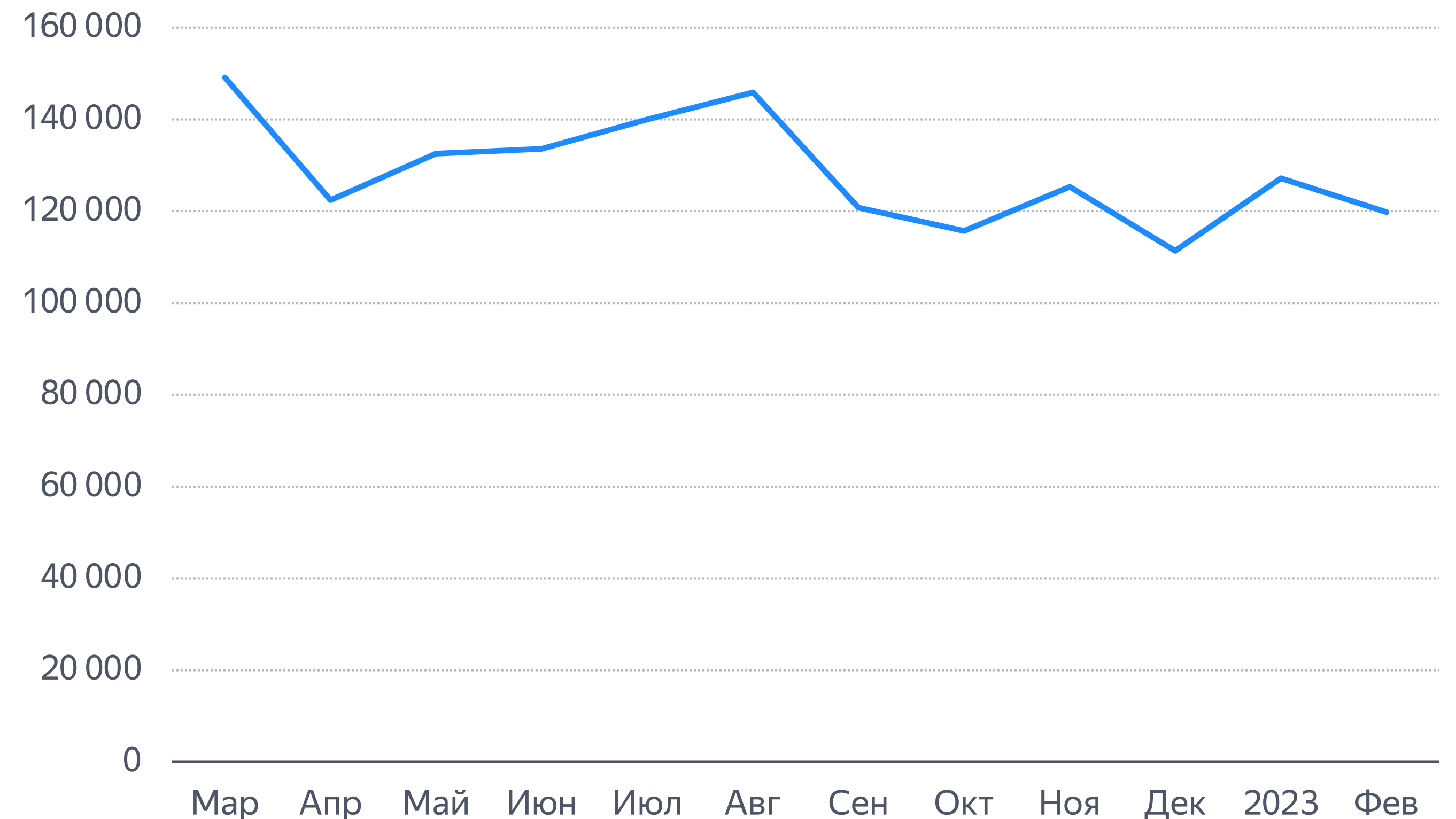


Спрос в категории «Новостройки» в РО

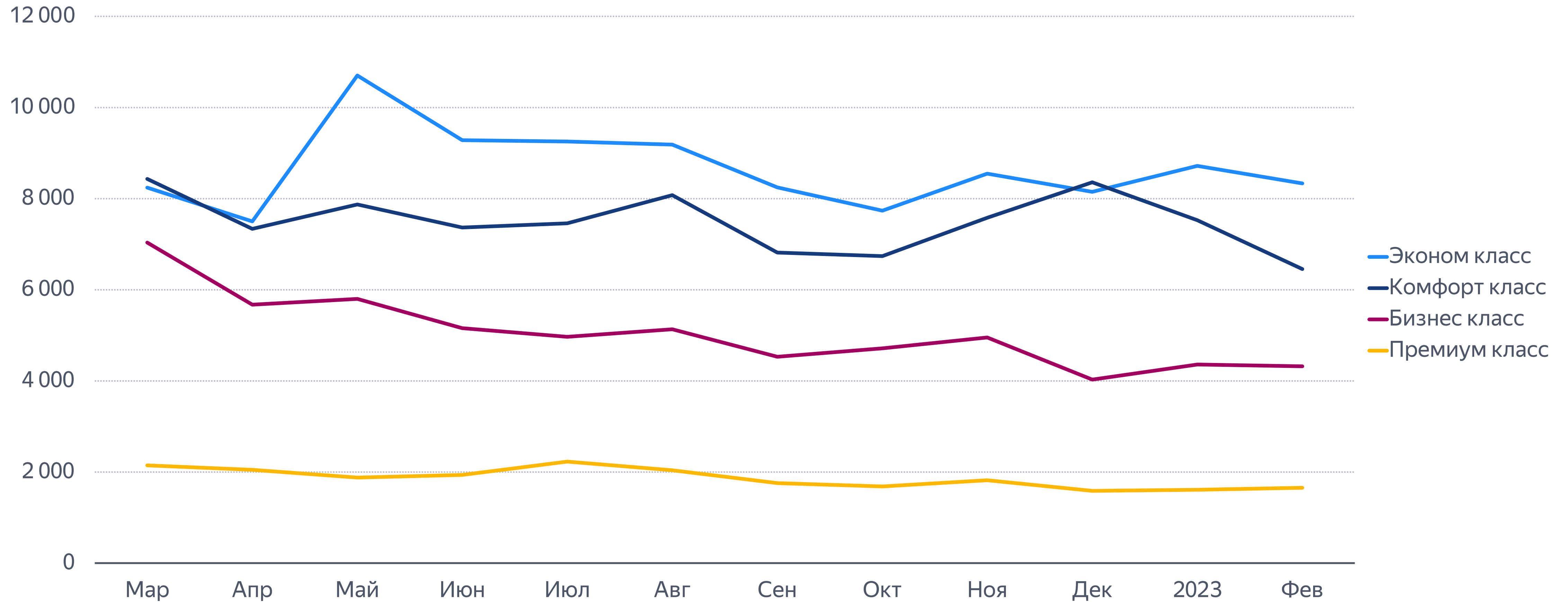
Сравнение периодов



Динамика запросов



Спрос по классам недвижимости в РО

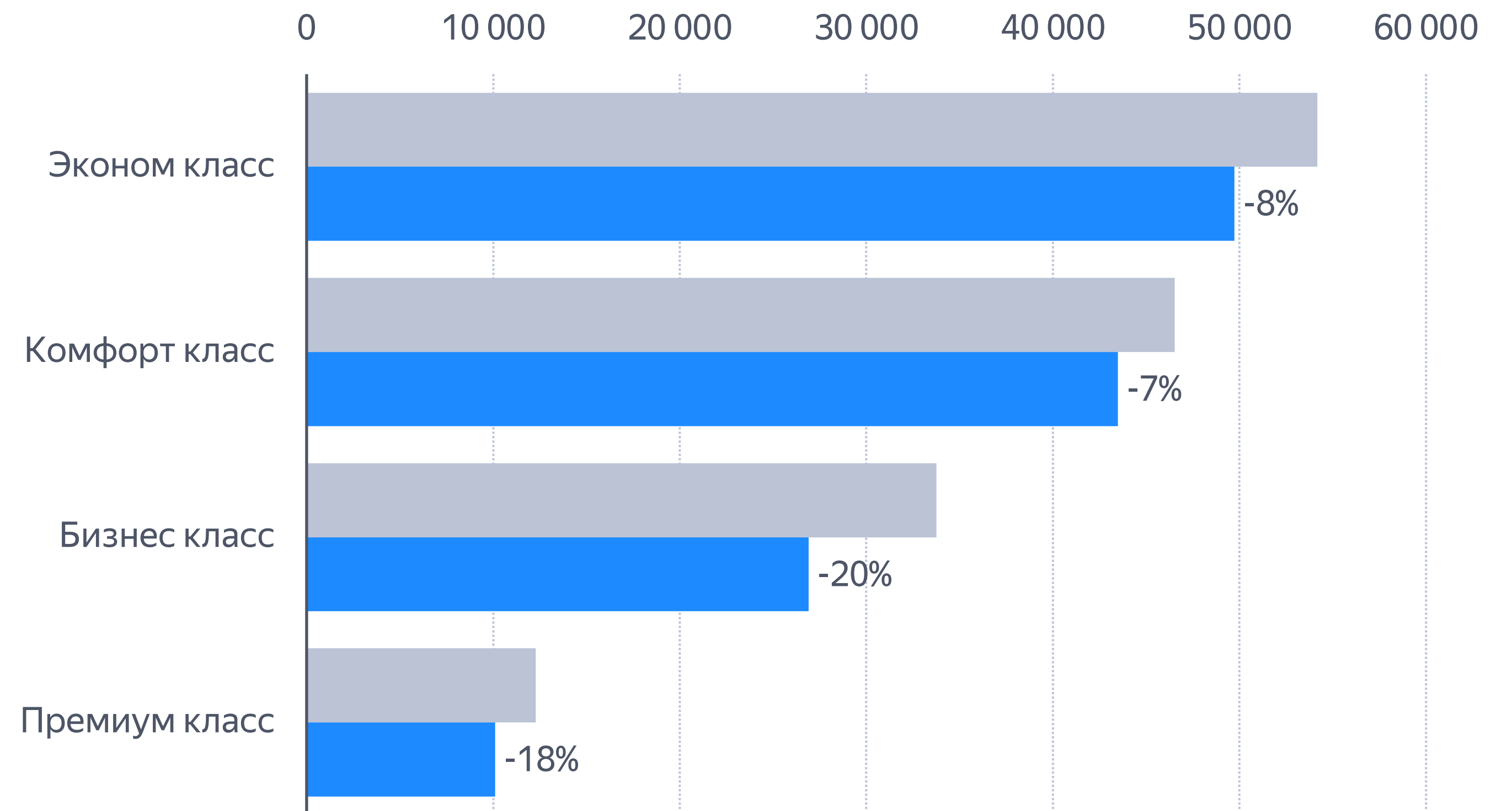


Спрос по классам недвижимости в РО

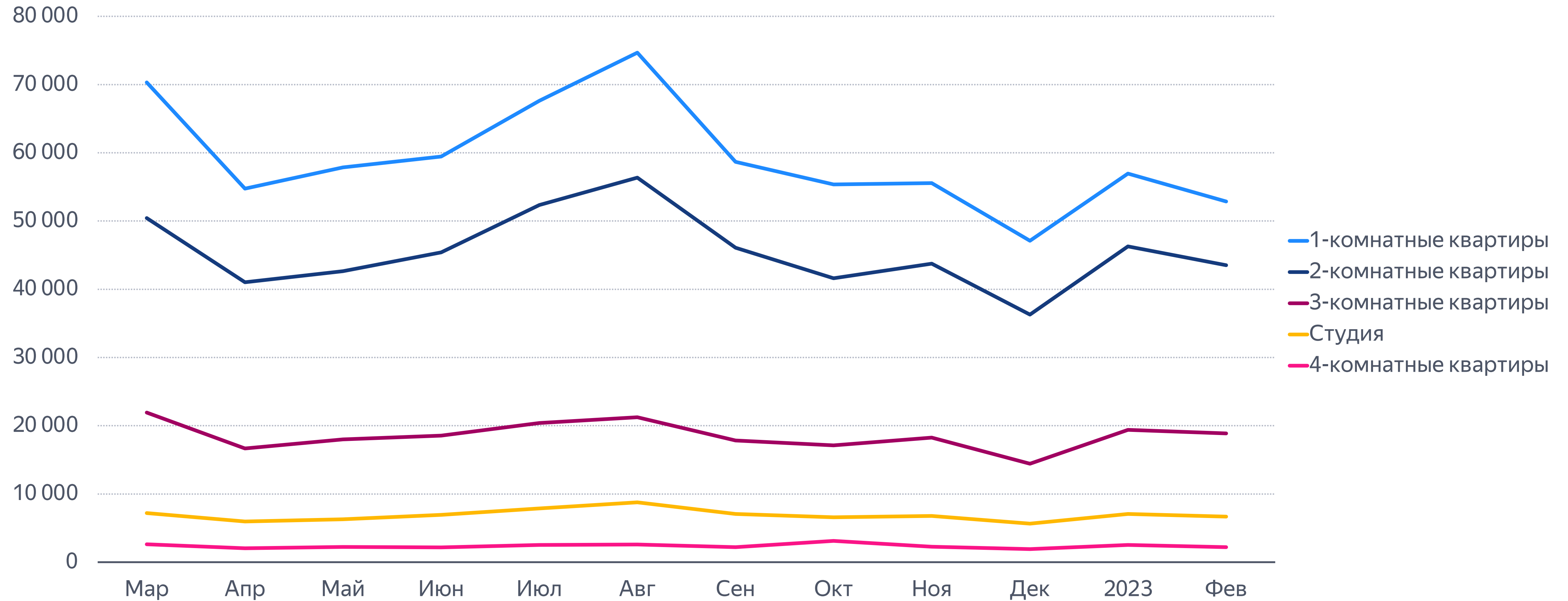
Структура отрасли за март 2022 - февраль 2023



Сравнение периодов (март - август 2022/сентябрь 2022 - февраль 2023)

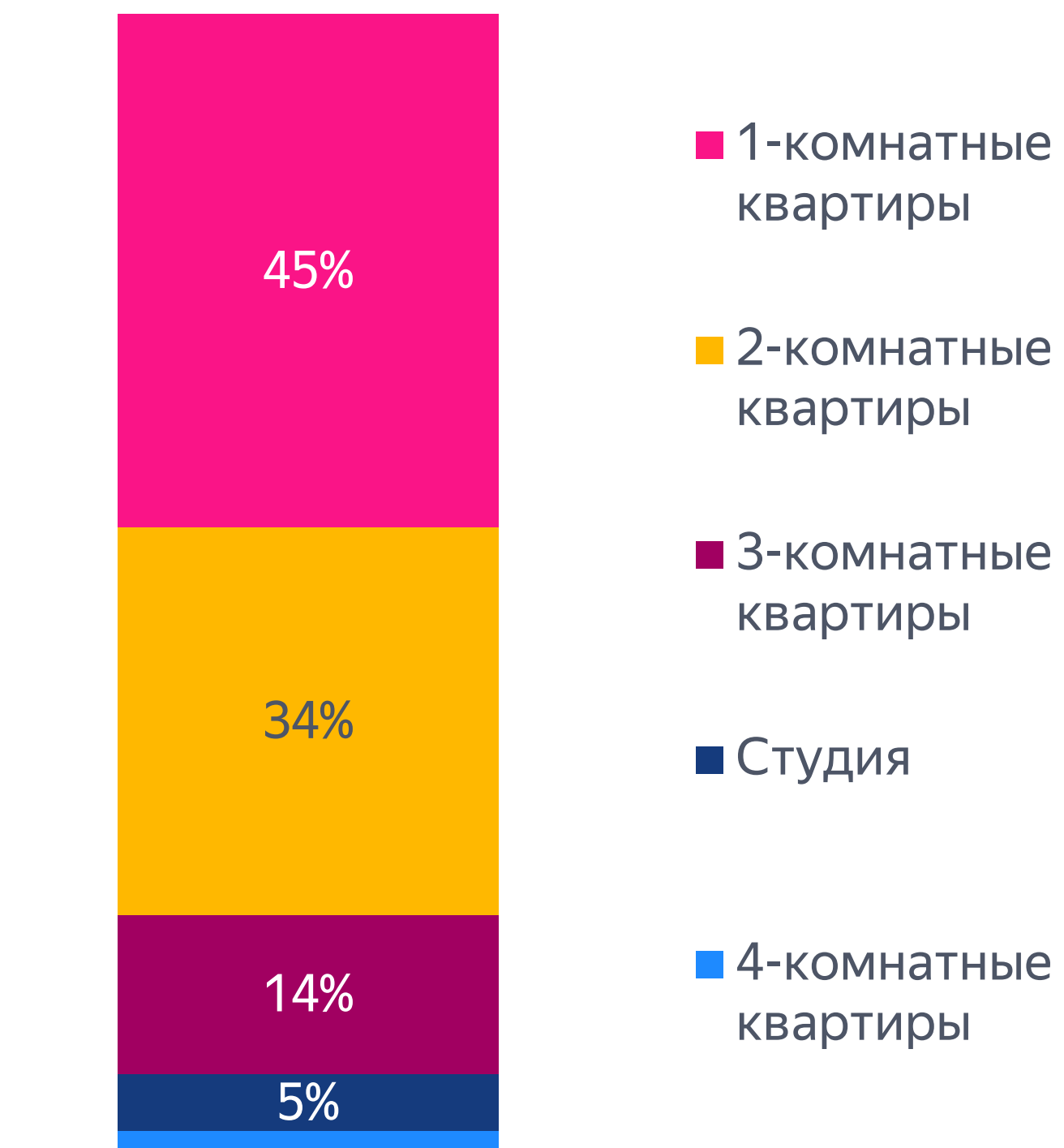


Спрос по комнатности в РО

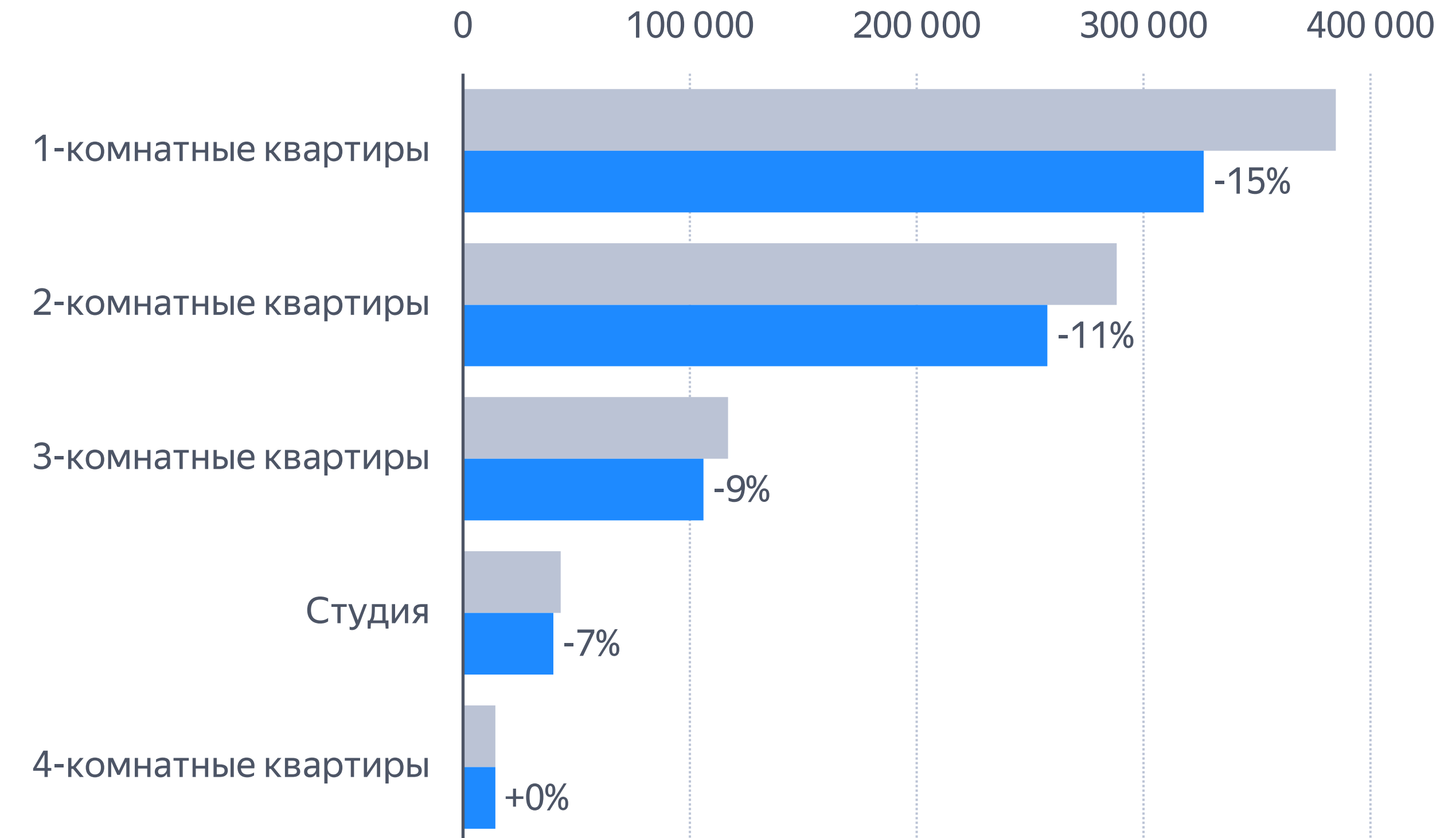


Спрос по комнатности в РО

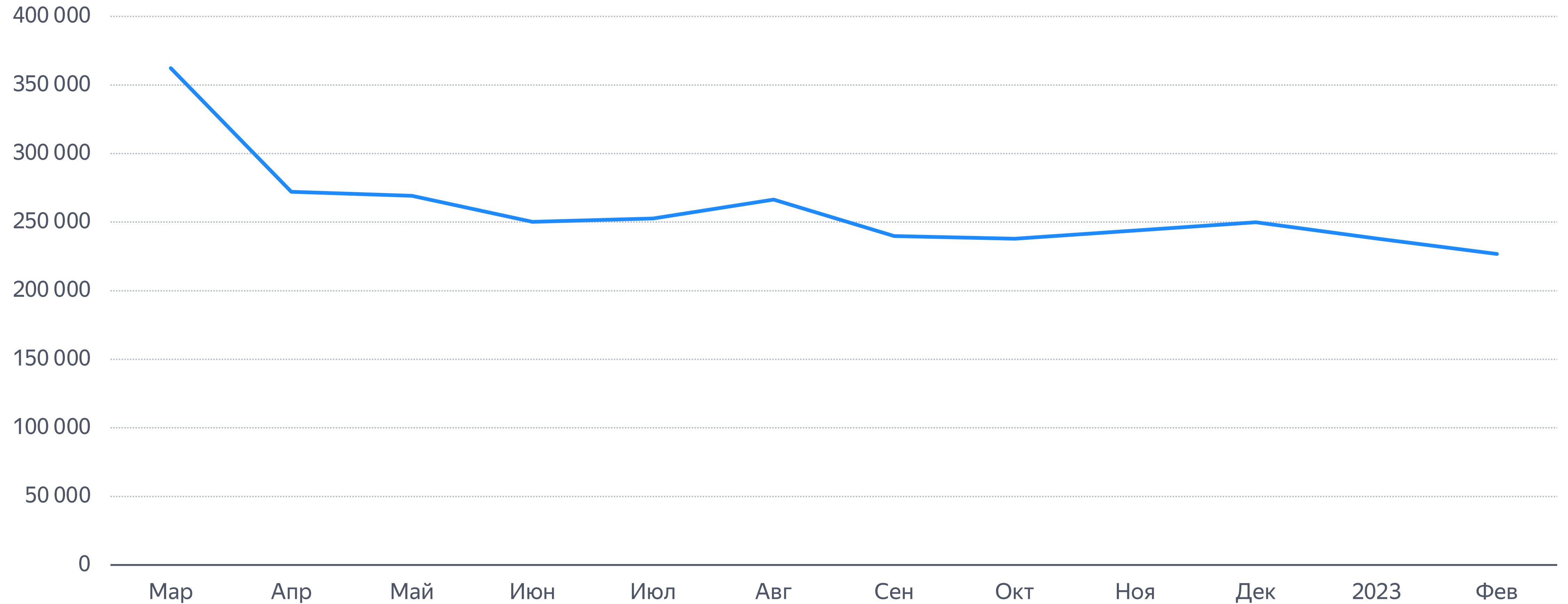
Структура отрасли за март 2022 - февраль 2023



Сравнение периодов (март - август 2022/сентябрь 2022 - февраль 2023)



Спрос на коммерческую недвижимость в РО



Спрос на загородную недвижимость в РО



Ожидания аудитории ухудшились: увеличилась доля потенциальных покупателей, которые ждут роста цен на жильё

Как вы считаете, как изменятся цены на жильё
в ближайшие 3 месяца? / *Вырастут*

56% / +5 п. п. vs Q3 2022

Среди тех, кто купил
недвижимость за последний год

49% / +7 п. п. vs Q3 2022

Среди тех, кто не покупал недвижимость



Тренды рынка и категории

Самодостаточность районов

Движение в сторону большей самостоятельности и самостоятельности жилых районов стало основой предвыборных кампаний целого ряда мэров европейских городов ¹

01

Перенасыщенность рынка

Ускорившаяся динамика появления новых объектов (+56% 20/21 гг) ставит перед застройщиками новый вызов — как сделать свой ЖК заметнее на фоне остальных ²

02

Строительные материалы: поиск альтернатив

- Прекращение/приостановка деятельности ряда иностранных компаний, проблемы с логистикой привели к росту цен на стройматериалы
- +26% составил рост цен на стройматериалы в 1кв'22 (vs 1кв'21)

03

¹ PWC, Mindsmith Сентябрь 2021

² EP3 2022

Пример подхода к работе с аудиторией



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

Векторы развития для индустрии недвижимости

Поддержка брендов в синергии

Укрепить бренд
Застройщика

01

Построить знание
о своих ЖК

02

Конверсии

Удержать
и конвертировать
на финальном этапе

03

Пользователи знают, каким должен быть застройщик их мечты

Основными критериями для выбора застройщика являются:

62% — его репутация

44% — сданные объекты

43% — лицензия

27% — «адекватные» цены застройщика

Зная основные критерии выбора, вы можете выстраивать свои **коммуникационные сообщения**, подсвечивая наиболее **сильные стороны** вашего бренда



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



Выделим основные «боли» и «мечты» пользователей, которые послужат вектором для выстраивания коммуникации

Согласно данным исследования, россияне выделяют несколько значимых причин для смены жилья:

75% — нужно больше пространства

12% — хочется жить в более престижном районе

О чём мечтают пользователи:

44% — более просторной кухне

32% — дополнительной детской

10% — личном кабинете

Важно помнить, что аудитория не однородная, поэтому рекомендуем сегментировать аудиторию и оптимизировать размещения, в зависимости от эффективности каждой кампании



Потенциальные покупатели интересуются альтернативными типами ипотек

Динамика поисковых запросов пользователей по ипотеке

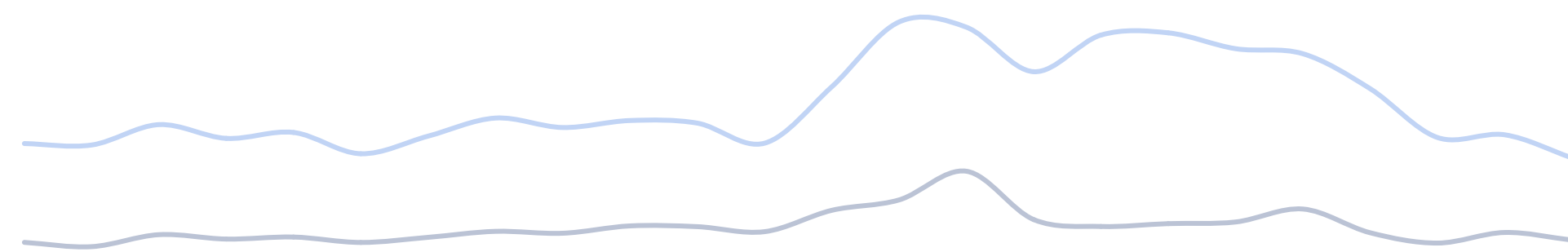
Q4'22 YoY

Ипотека
на вторичное
жильё

-8%

Ипотека
на новостройки

-12%

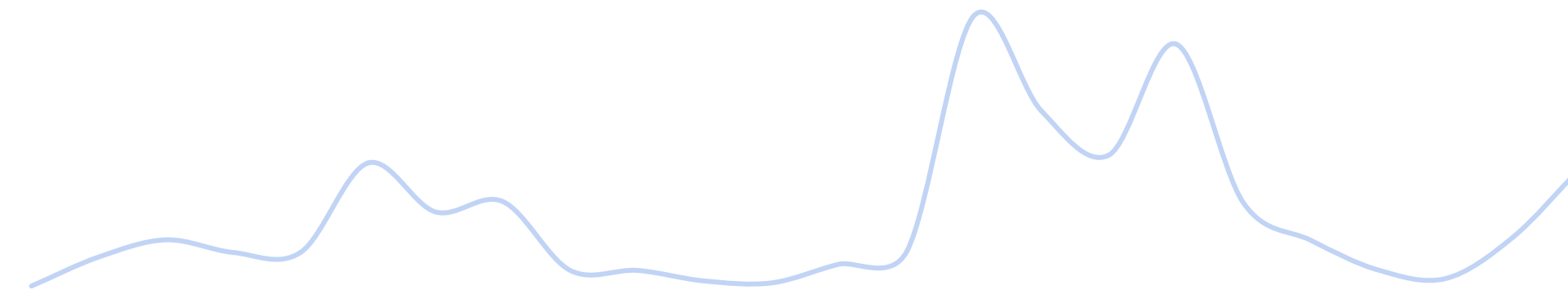


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4'22 YoY

Льготная
ипотека

+83%

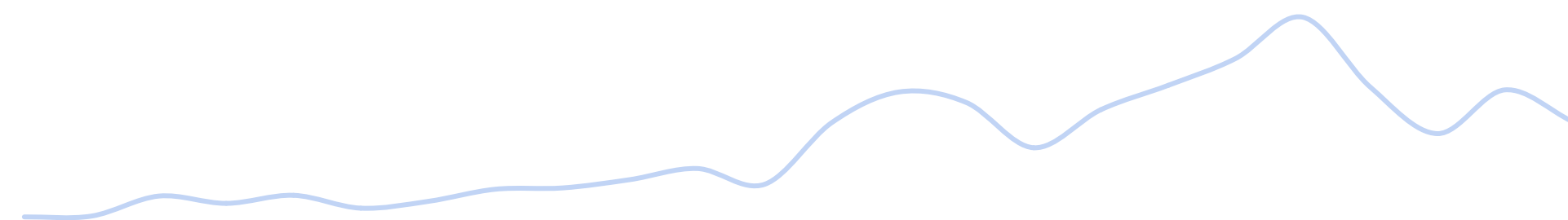


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4'22 YoY

Ипотека
от застройщиков

+39%

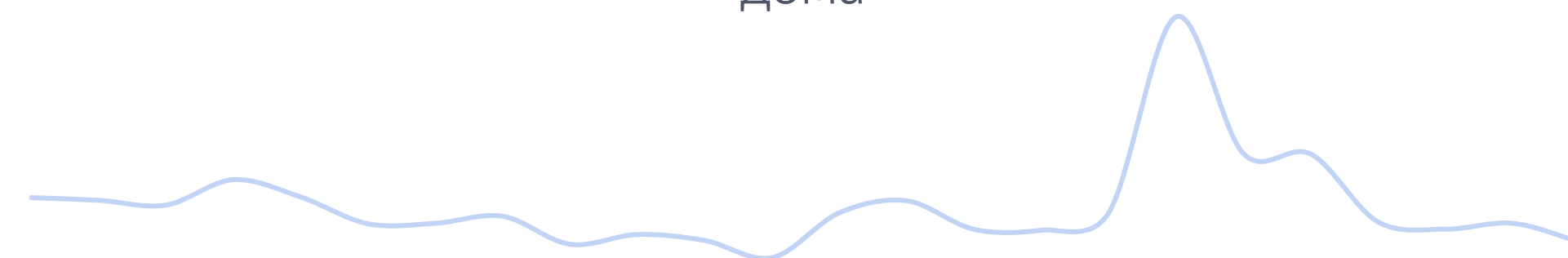


2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Q4' YoY

Ипотека
на строительство
дома

+13%



2021 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек 2022 фев мар апр май июн июл авг сен окт ноя дек

Покупка недвижимости — это один из самых популярных способов сохранить и приумножить деньги

Что бы вы купили с инвестиционными целями в текущей ситуации?

Множественный выбор, % от ответов

- опрос в октябре 2022
- опрос в феврале 2023



Какую недвижимость вы бы купили с инвестиционными целями в текущей ситуации?

Множественный выбор, % от ответов среди тех, кто рассматривает недвижимость как инвестицию

- опрос в октябре 2022
- опрос в феврале 2023



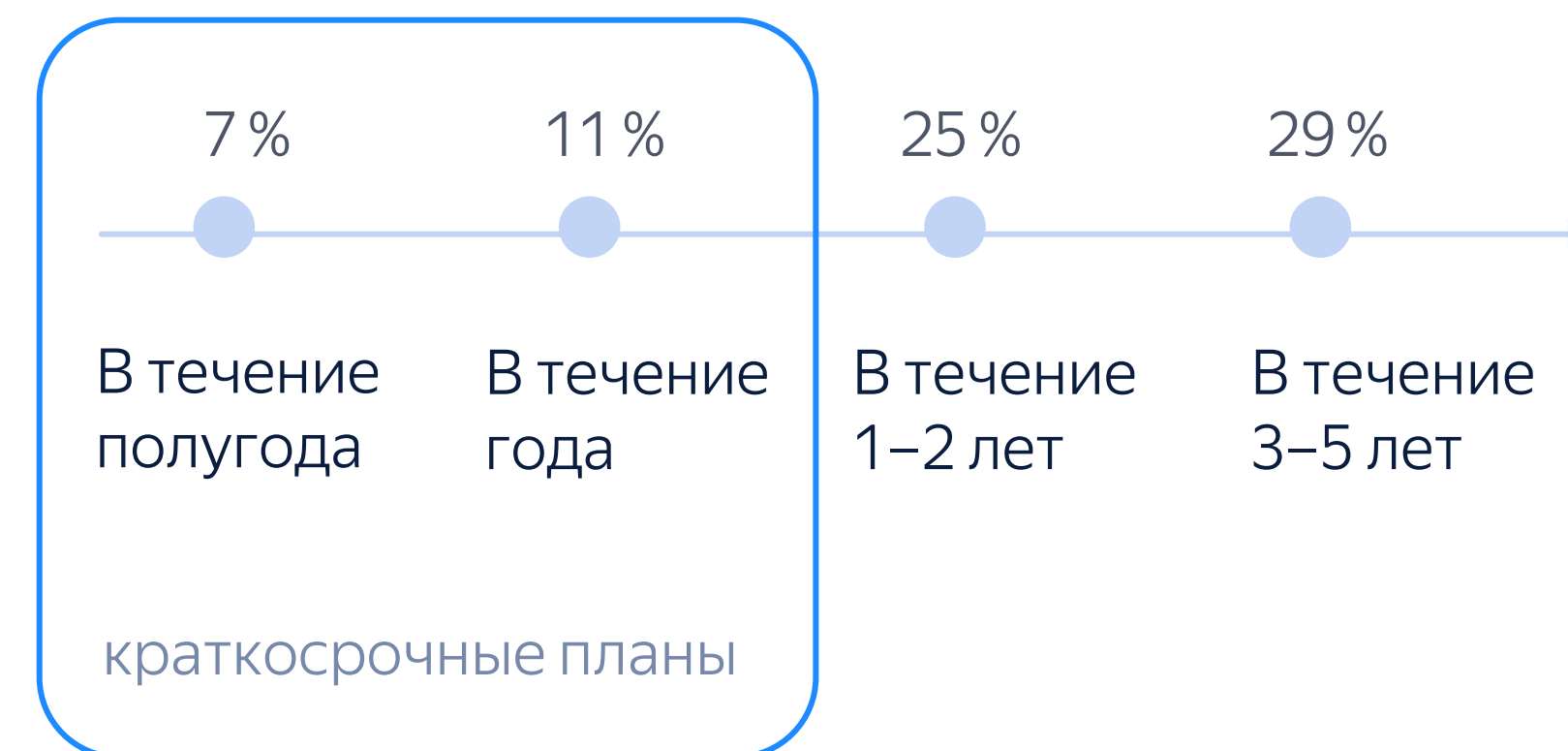
Каждый второй планирует купить недвижимость в ближайшие 5 лет. Среди тех, кто планирует покупку, каждый шестой хочет купить квартиру в течение полугода или года

51 % планирует приобрести квартиру в новостройке в течение ближайших *5 лет*

ещё

20 % в более долгосрочной перспективе (более 5 лет)

Сроки планируемого приобретения
% от тех, кто планирует



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

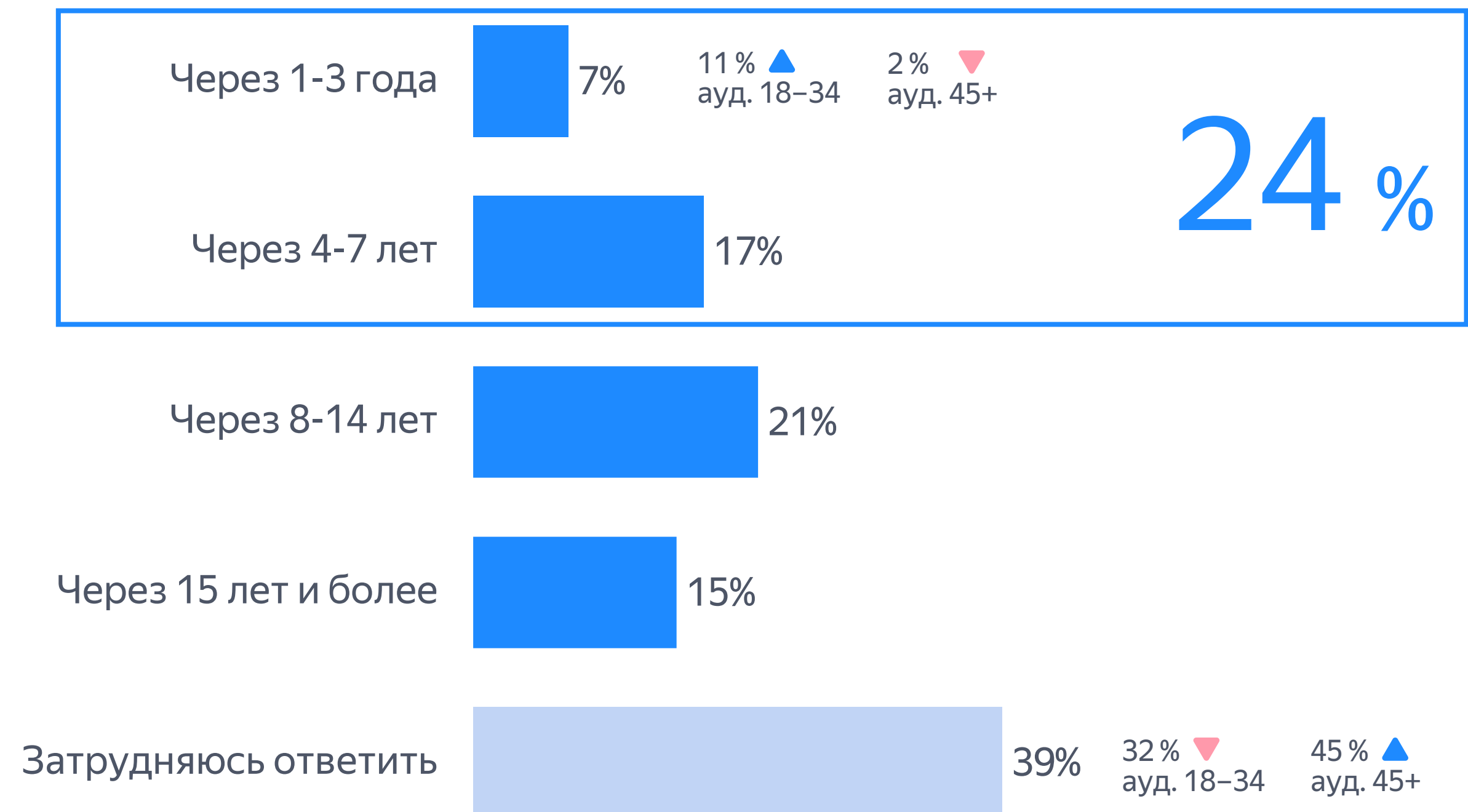
Q: Что послужило стимулом к покупке или планированию покупки квартиры?



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)

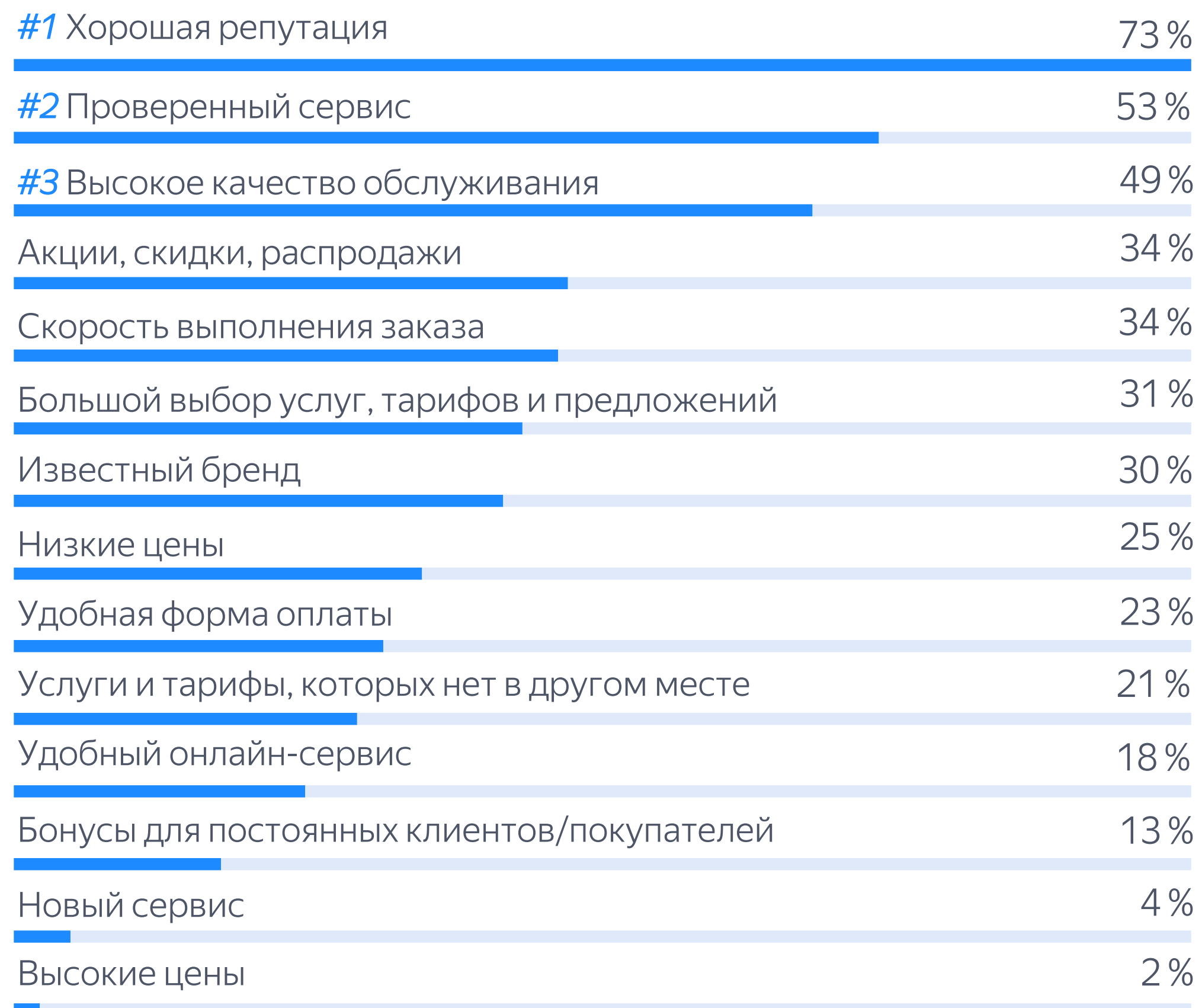
Q: Когда после покупки, на ваш взгляд, оптимально менять квартиру?



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

Факторы выбора застройщика

Q4'22 vs Q4'21



-4 п. п. ▼



В топе ожидаемых услуг от застройщика — смягчение ценовых условий сделки

Какие услуги вы бы хотели получить от застройщика?

% от ответов

Топ



56% ▲ ауд. 45+

11% ▲ муж

Вопросы

Екатерина Селезнева

Руководитель группы регионального развития

zhirnova@yandex-team.ru

+7 (938) 112-17-36