

Не справились с управлением: маленькие агентства недвижимости начали массово распродавать

Тематика: Недвижимость
Статьи и исследования

Дата публикации: 4.07.2022

Дата мероприятия / события: 4.07.2022

г. Москва

В компании Жилфонд проанализировали всплеск предложений о продаже агентств недвижимости на досках объявлений.

За последние несколько месяцев в Жилфонде заметили значительный прирост новых объявлений о продаже готовых агентств недвижимости, в том числе такие лоты стали чаще появляться на Авито в разделе готовых бизнесов. Число компаний, выставленных на продажу, которое можно увидеть на текущий момент, нетипично для рынка. По данным «Авито», сейчас размещено 400 объявлений о продаже таких компаний по всей России — это в 2,4 раза больше, чем год назад. Средняя стоимость готового бизнеса составляет 540 тыс. руб. Основную долю составляют небольшие региональные агентства с численностью 10-20 агентов. Аналитики Жилфонда связывают это явление с тем, что ведение бизнеса в сфере недвижимости в последние месяцы существенно усложнилось. С весны этого года рынок разбалансирован, предложение превышает спрос, так что небольшим агентствам стало труднее выполнять прежние объемы работ. Кроме того, сыграли проблемы с блокировкой соцсетей: многие из таких компаний находили своих клиентов в Instagram (входит в Meta, ныне запрещенную в России организацию), а с блокировкой этой соцсети в России им пришлось искать новые пути привлечения клиентов.

«В обычное время агентство недвижимости в России — это бизнес с высокой рентабельностью, который приносит 20-25% доходности. — говорит Александр Чернокульский, директор компании Жилфонд. — Даже самые маленькие агентства без отточенных бизнес-моделей с базой объектов в мессенджерах и отчетностью в Excel обычно легко выходят в ноль и начинают зарабатывать. Сейчас ситуация изменилась, и для того чтобы оставаться “на плаву” нужно больше. В том числе, например, собственные аналитики и грамотный маркетинг в текущих условиях — необходимость. Эксперты отслеживают ситуацию на рынке и быстро реагируют на малейшие изменения — помогают корректировать цены, предлагают новые услуги, форматы взаимодействия, новые возможности для продавцов и покупателей жилья. Маленькие агентства обычно не имеют на это ресурсов — они ограничиваются обработкой входящих заявок и чаще всего не имеют далеко идущих стратегий управления. Так, когда весной ипотечные ставки выросли до 20%, а рынок вторичной недвижимости встал на паузу, такие агентства остались без клиентов и понимания, когда эта ситуация может разрешиться. Предположу, что именно поэтому многие решили продать их как готовый бизнес, с чем и связан приток предложений. Для тех, кто давно планировал развитие в риэлторском бизнесе, это хорошая возможность: как правило, вместе с покупкой небольшого агентства недвижимости собственнику достается не только инфраструктура в виде офиса и компьютеров, но и возможность сохранить команду — один из самых ценных ресурсов любого АН. Если добавить к этому вывеску крупного известного агентства, купив франшизу, можно построить хорошо функционирующий бизнес в достаточно коротком сроке, поскольку на рынке недвижимости сейчас после весеннего затишья снова наметилась активность».

Справка о компании

ООО “Жилфонд” — головная компания сети агентств недвижимости, которая работает сегодня в 45 городах России, в том числе в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге. Всего по России у Жилфонда сегодня насчитывается 148 представительств, работают филиалы в Казахстане и Турции (Аланья). Головной офис компании находится в Новосибирске, именно отсюда началась деятельность АН Жилфонд в 1997 году.

Постоянная ссылка на материал: <http://www.smi2go.ru/publications/145028/>