



Недвижимость: чем закончится пикирование?

Декабрь 2022



**United
Partners**





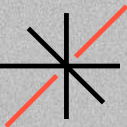
Ввод жилья в РФ уже в сентябре начал замедляться

9.4 млн кв. м

-8%

ниже сентября

2021



Продажи жилья в октябре 2022 г. в Москве



Октябрь 2022

-53.8%

Против **октября 2021**

Октябрь 2022

-41.1%

Против **сентября 2022**





Факторы, негативно повлиявшие на рынок:

.01

Снижение уровня **доходов** населения с **марта 2022 г.**

.02

Замедление выдачи ипотеки*.
Сокращение в **октябре 2022 г.:**

- на **2,4%** vs сентябрь 2022
- на **15,9%** vs октябрь 2021

.03

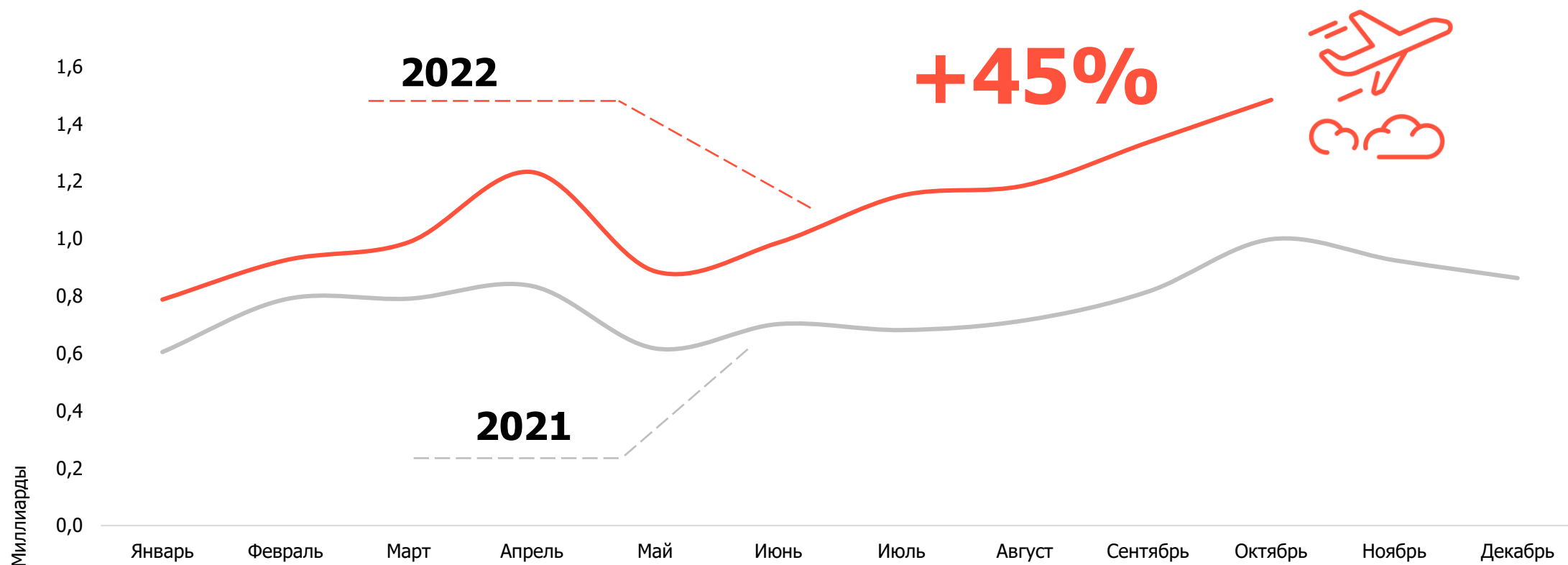
Интерес к категории в **2022 г. падает****

- на **2%** в октябре 2022 vs сентябрь 2022
- на **25%** в октябре 2022 vs октябрь 2021

*Источник: Домклик.

**Yandex.wordstat

Офлайн-инвестиции в категории «Недвижимость»



Рост количества рекламодателей в категории и их оффлайн- бюджетов

Март – сентябрь 2021

312

← +22%

382

Количество рекламодателей

Март – сентябрь 2022

Март – сентябрь 2021

2,5 млн руб.

← +28%

3,2 млн руб.

Средний бюджет в месяц

Март – сентябрь 2022



Активность рекламодателей в офлайне в октябре продолжила положительную динамику





Январь – октябрь 2021

69%

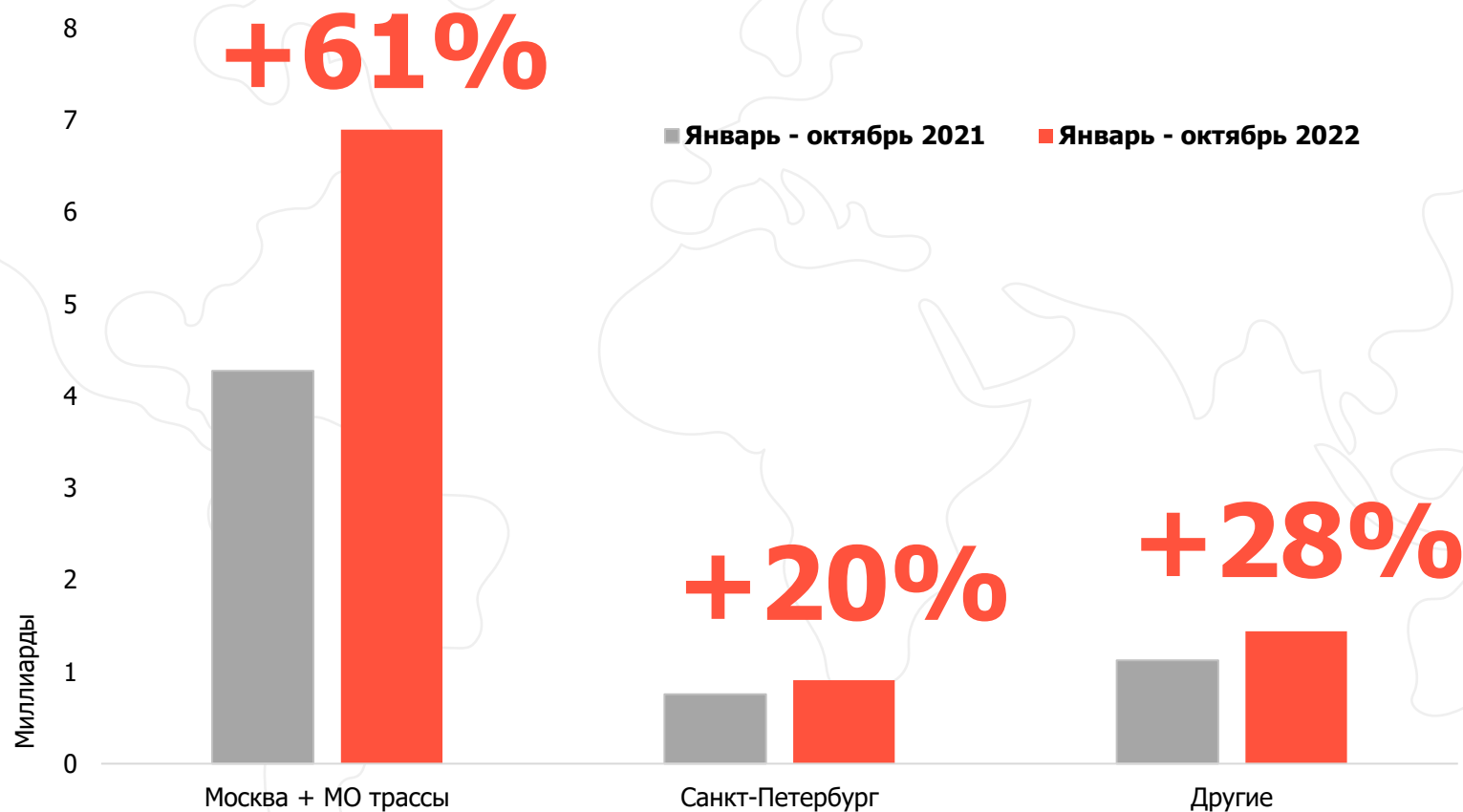
Инвестиций
Москва + МО трассы

Январь – октябрь 2022

75%

Инвестиций
Москва + МО трассы

Гео категории «Недвижимость»



Источник: Adex, Россия, 2021 – октябрь 2022, медиаинвестиции за исключением метро, интернета, кинотеатров, спонсорства.
Инвестиции и приведенная информация являются эстимацией

Рост количества рекламодателей в категории и их офлайн-бюджетов в Московском регионе

Март – сентябрь 2021

110

← +5%

116

Количество рекламодателей

Март – сентябрь 2022

Март – сентябрь 2021

5,6 млн руб.

← +66%

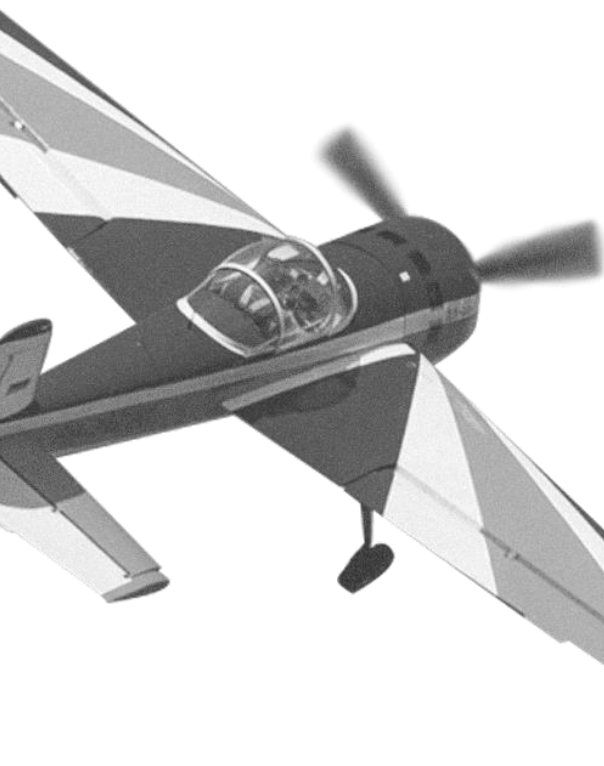
9,3 млн руб.

Средний бюджет в месяц

Март – сентябрь 2022



Активность рекламодателей в офлайне в октябре продолжила положительную динамику в Московском регионе



Сентябрь 2022

104

← -3%

101

Количество рекламодателей

Октябрь 2022

Сентябрь 2022

9,5 млн руб.

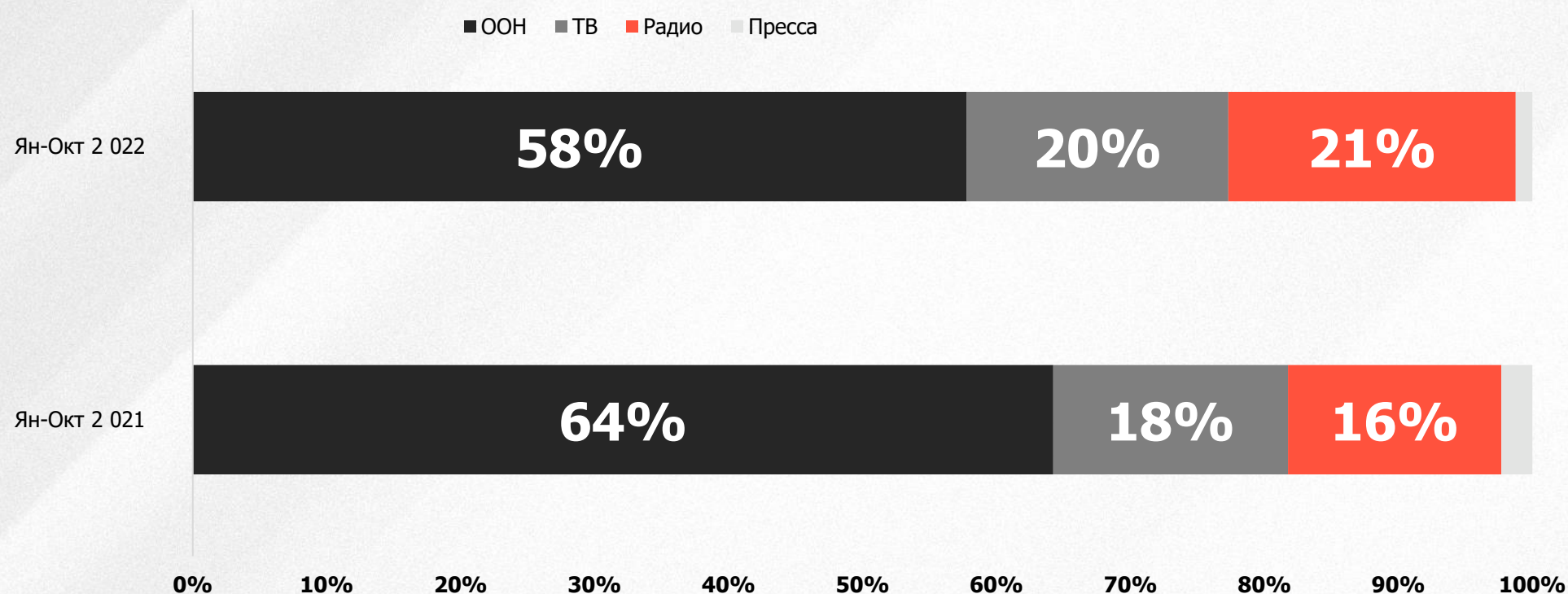
← +18%

11,2 млн руб.

Средний бюджет в месяц

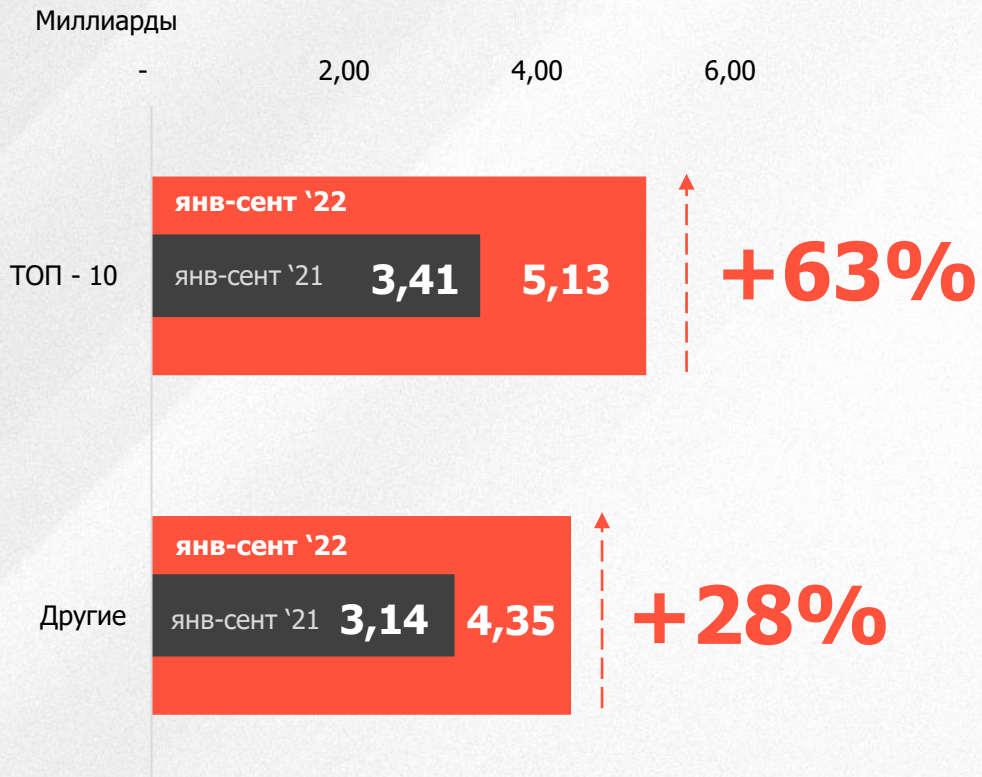
Октябрь 2022

Динамика офлайн-инвестиций в Московском регионе — заметное увеличение доли радио и ТВ в 2022

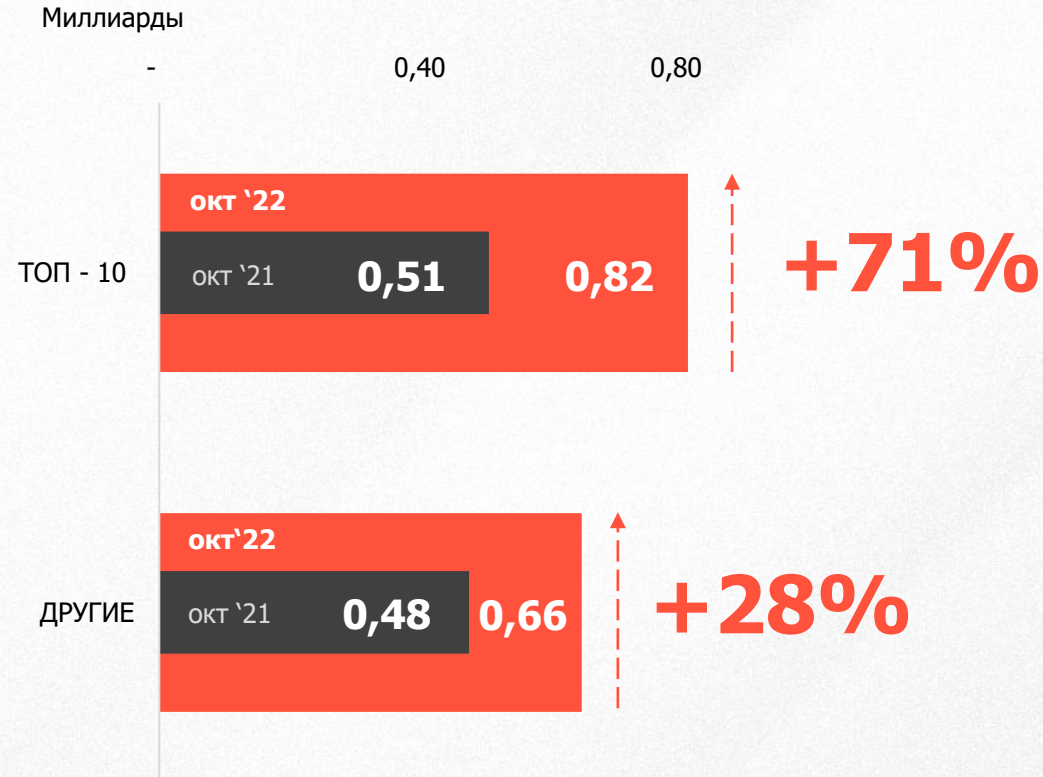


Топ-10 игроков Москвы активнее наращивают офлайн-инвестиции

2022 январь – сентябрь



2022 октябрь





Верно ли они делают? Ведь можно пустить рекламные бюджеты на скидки и так пережить сложные времена...

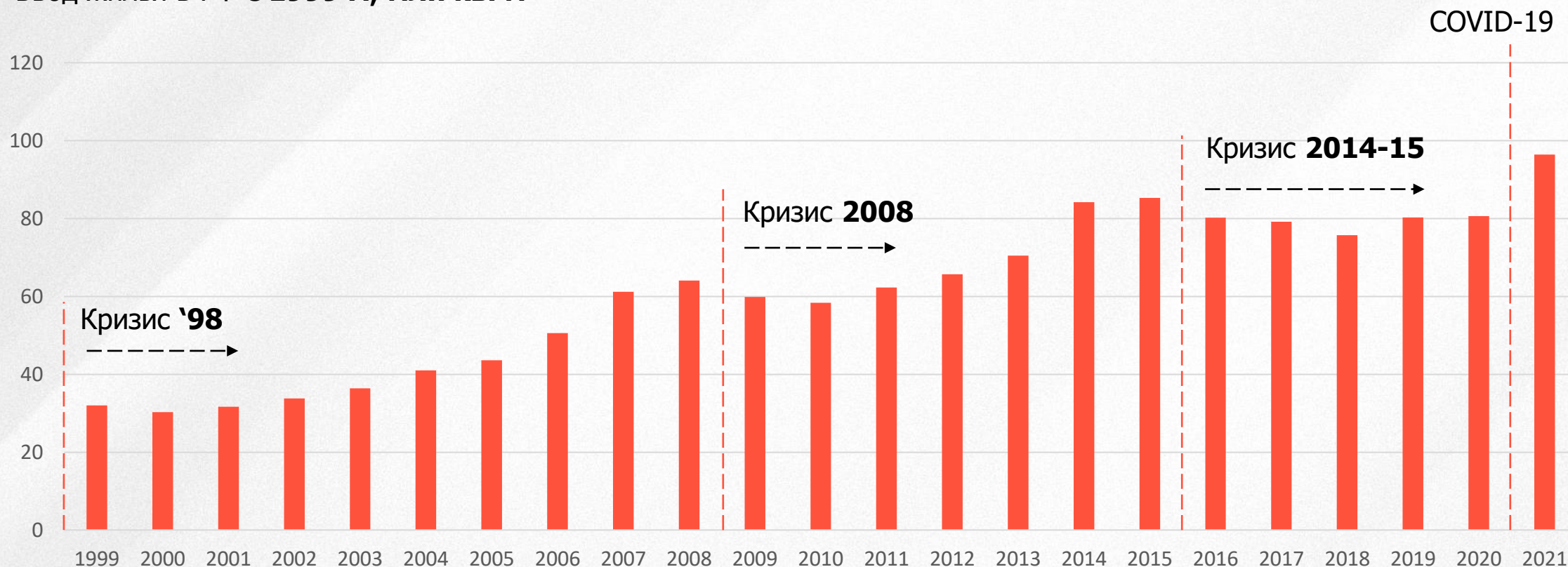
Отключить рекламу и пустить 2–6% ДРР* в скидки



* ДРР = Доля Рекламных Расходов, % высчитан на основе опроса московских девелоперов

При любых потрясениях рынок не обваливался в долгосрочной перспективе

Ввод жилья в РФ с 1999 г., млн кв. м



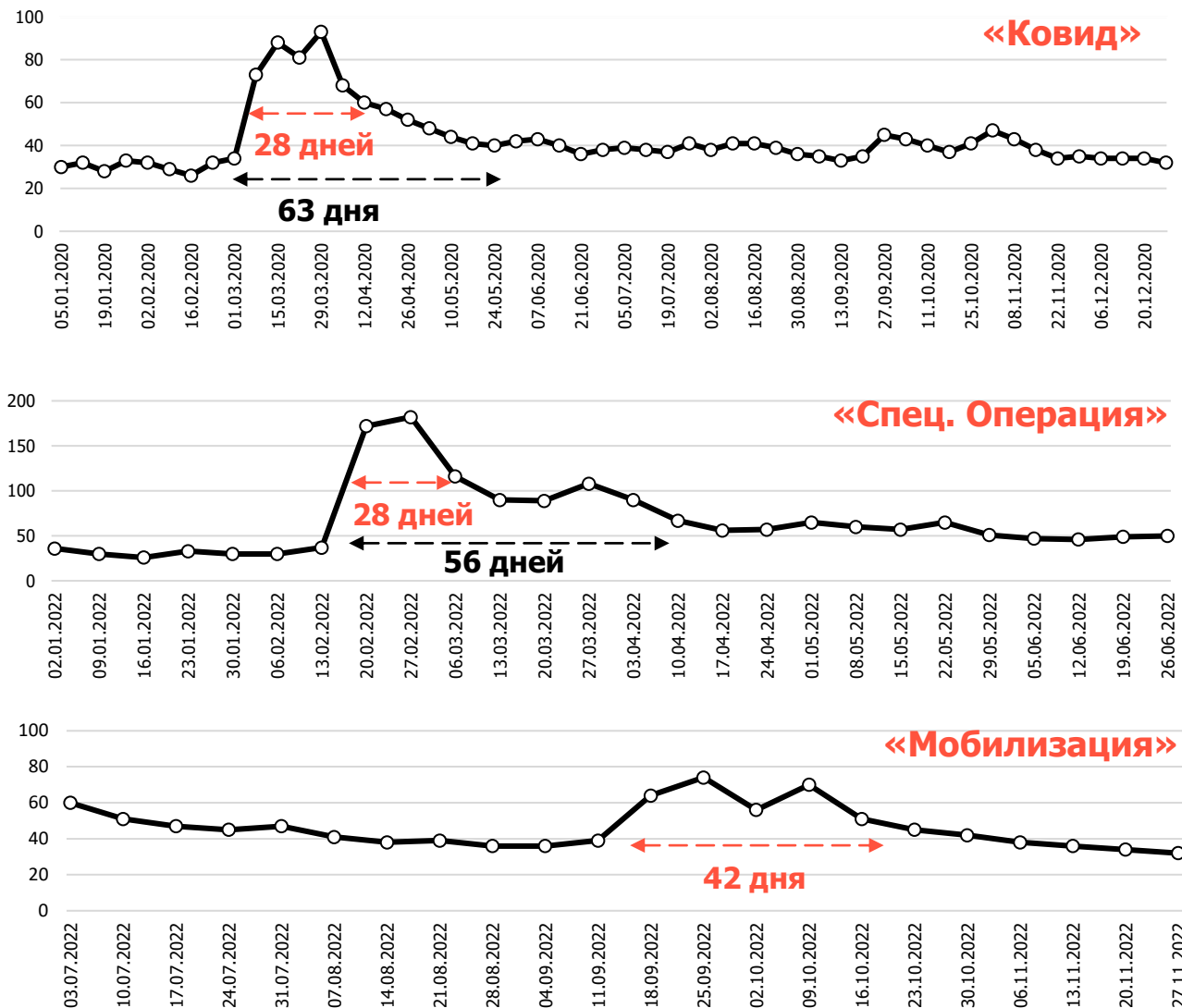


К любому шоку люди адаптируются за 30-60 дней

И если мы это знаем, то почему каждый кризис впадаем в оцепенение, как в первый раз?

Индекс спокойствия Media Instinct

Ключевые триггеры: новости, курс доллара



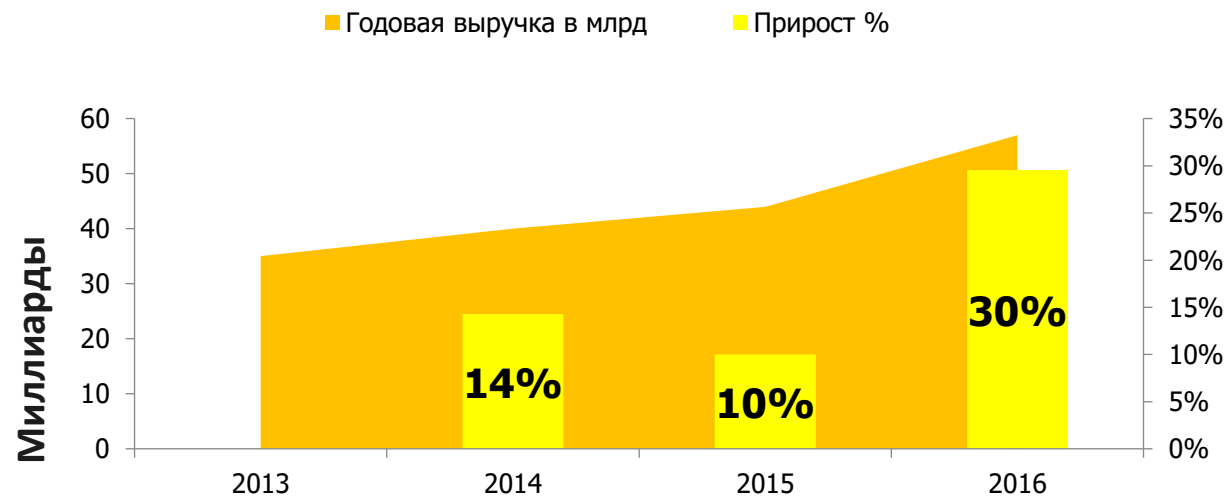
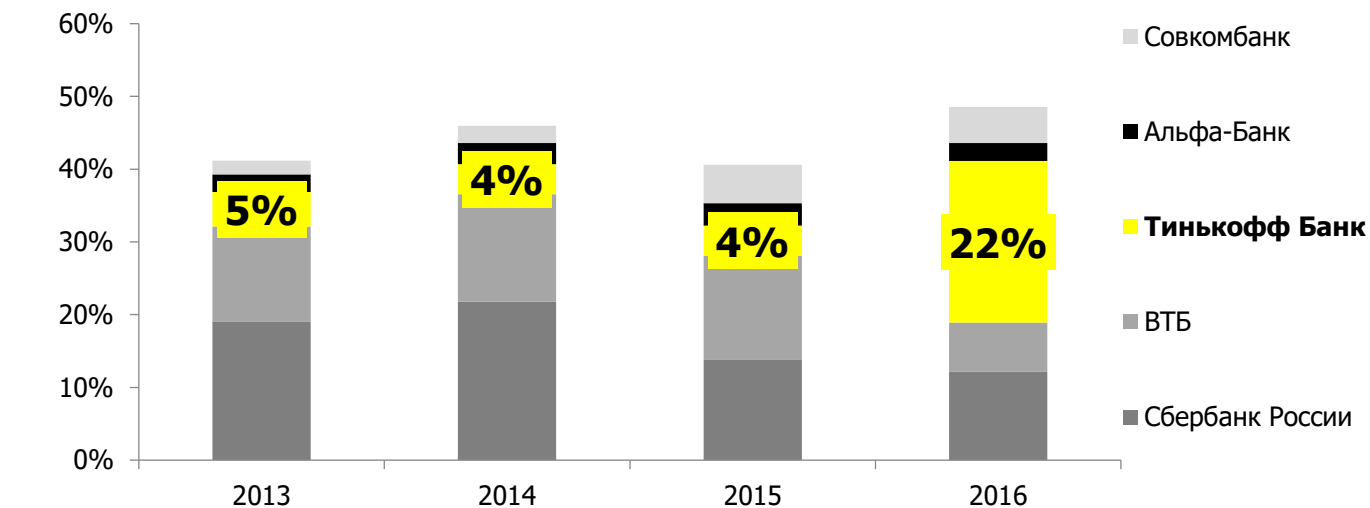


Что делать?

**Из пике
выходит тот,
кто вовремя
включает
форсаж**



ТИНЬКОФФ



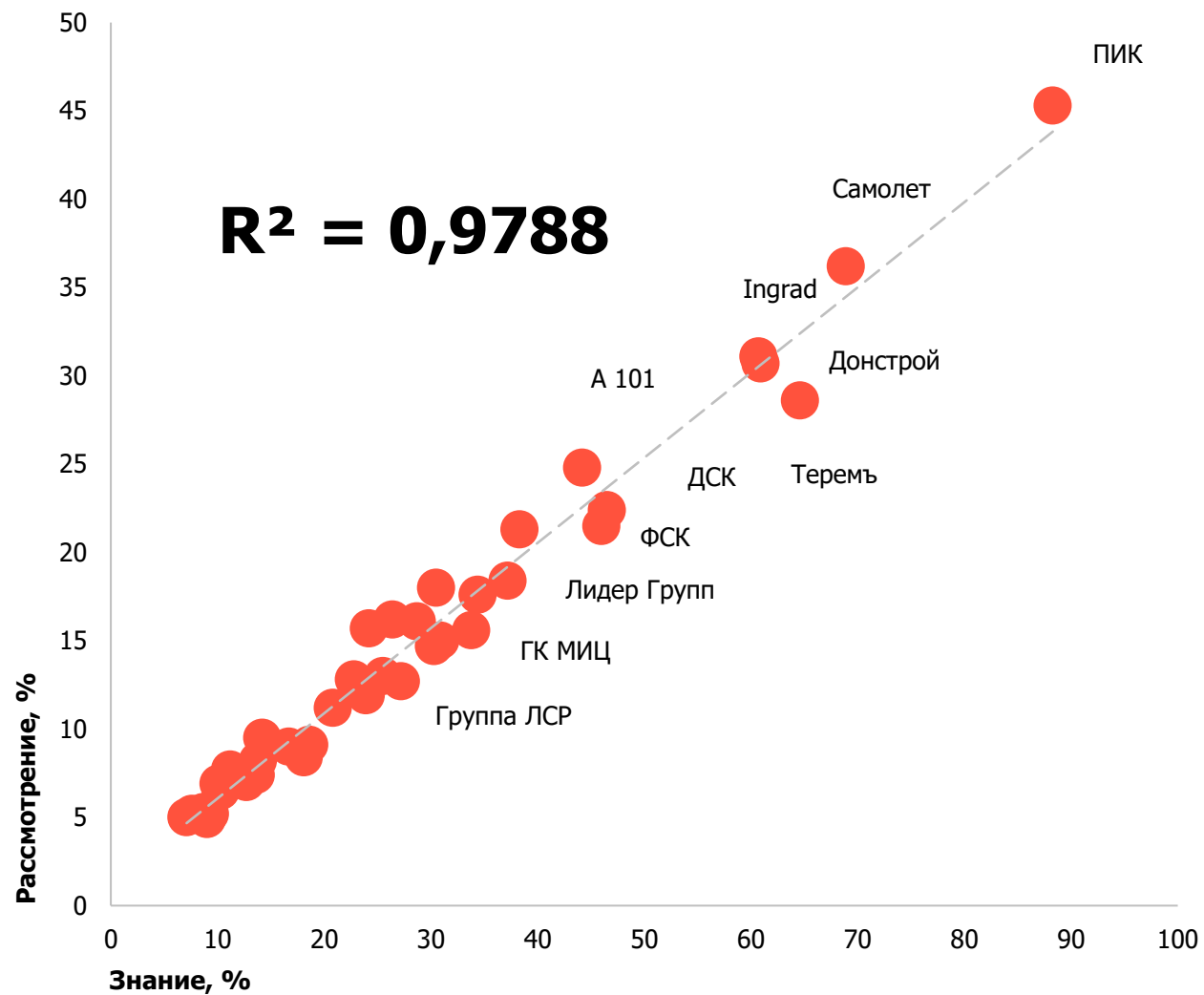


Верный путь: поддерживать и уровень давления, и SOV

**Рынок схлопнется не
равномерно, а за счет тех, у
кого низкое знание.**

**Поток трафика сократится и
не позволит понапе
застройщикам выжить**

Источник: Adex, Россия, 2021 – август 2022, медиаинвестиции за исключением метро, интернета, кинотеатров, спонсорства. Инвестиции и приведенная информация являются эстимацией





Что делать?

Для тех, кто не
планирует опускать
руки

.01

Выживут не все.

Именно они станут донорами
выживания сильных брендов

.02

Квартира — это не предмет первой
необходимости, **а мечта**. Люди
купят ее, если будут уверены, что
будут от нее счастливы

.03

Скидка VS Бренд.

Выиграют девелоперы с сильным
брендом, формирующим мечту.
Скидка на квартиру не долго будет
решающим фактором

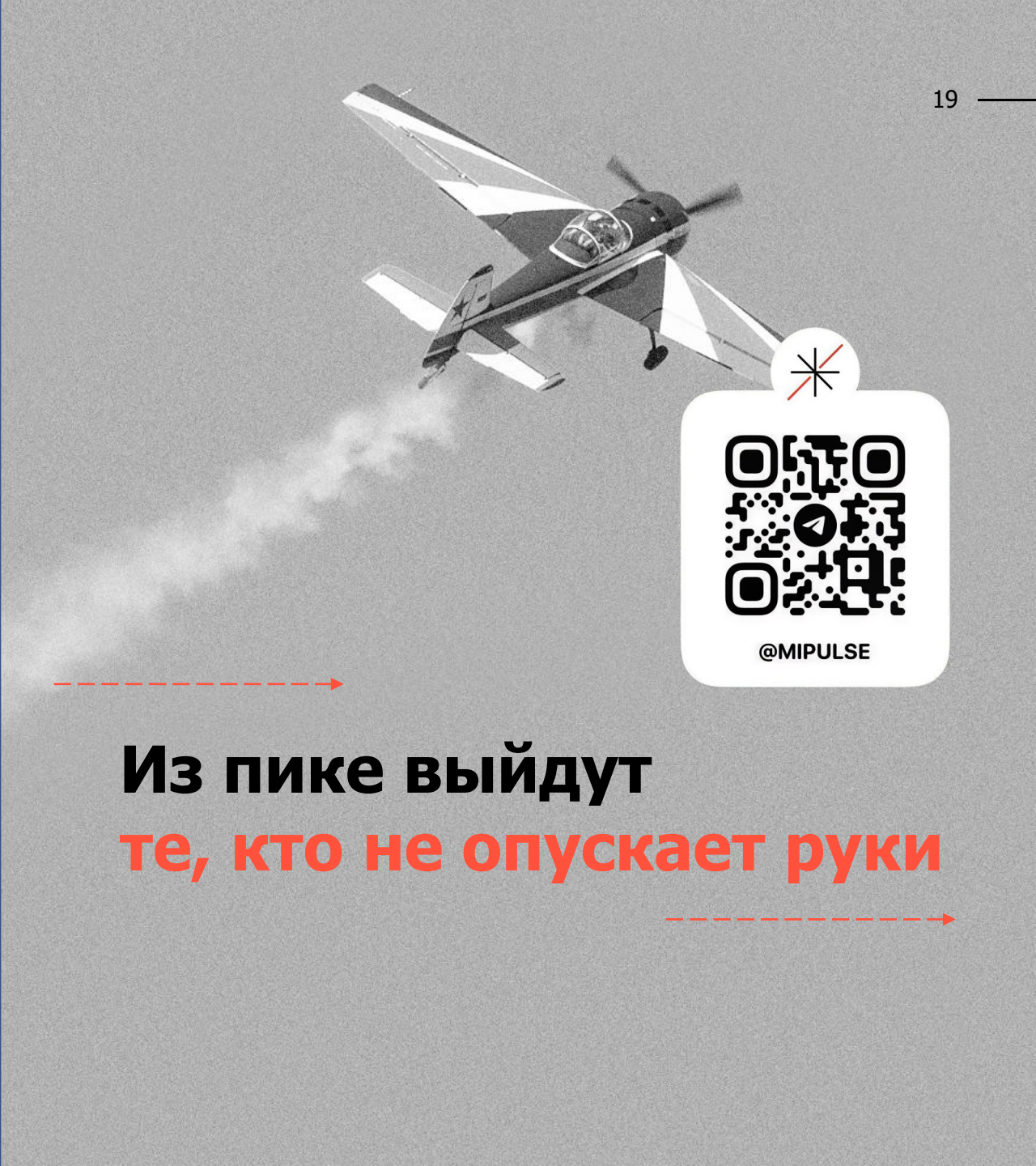


United Partners

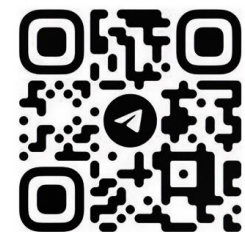
----->

**Те, кто сдались,
покинут рынок**

----->



19



@MIPULSE

----->

**Из пике выйдут
те, кто не опускает руки**

----->