

АРТЁМ ЧЕСОКОВ
ПРОДАЁТСЯ

Артём Чесноков

ПРОДАЁТСЯ

2025

УДК 616-089.844

ББК 54.54

Ч-51



Артём Чесноков

Ч-51 ПРОДАЁТСЯ. – М.: Издательство «Перо»,
2025. – 78 с.

ISBN 978-5-00258-350-8

Недвижимость – одна из самых обсуждаемых тем. Объекты недвижимости строят, покупают, продают, сдают в аренду. Одним из главных участников рынка является девелопер. Именно он может менять внешний облик населённых пунктов, создавать помещения, отвечающие потребностям любого бизнеса, строить для людей, которые ценят свой комфорт. Но почему не всегда интересы всех участников рынка удовлетворены и как сделать мир недвижимости идеальным? Узнаете в книге Артёма Чеснокова «Продаётся»!

УДК 616-089.844

ББК 54.54

ISBN 978-5-00258-350-8

© А. Чесноков, 2025

ГЛАВА 1 ЗАСТРОЙКА СЕМИМИЛЬНЫМИ ШАГАМИ	7
ГЛАВА 2 КАК ВЫБРАТЬ ДОМ МЕЧТЫ И ЧЕГО ЖДАТЬ ОТ ЗАСТРОЙЩИКА	20
ГЛАВА 3 КАК ПОСТРОИТЬ КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЁЛОК	31
ГЛАВА 4 ПРОСТЫЕ ИСТИНЫ	42
ГЛАВА 5 МОЖНО СДЕЛАТЬ ВСЁ, ЕСЛИ ДЕЛАТЬ ПРАВИЛЬНО	49
ГЛАВА 6 ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КРЕДИТНЫХ ПРОГРАММ	57
ГЛАВА 7 ПРОМЫШЛЕННЫЕ КОМПЛЕКСЫ И ТЕХНОПАРКИ: КАК ВЫБРАТЬ СЕГМЕНТ, КОТОРЫЙ ПРИНЕСЁТ ДОХОД	63
ГЛАВА 8 ИСКУССТВО ПРОДАЖ	68
ГЛАВА 9 ПАРТНЁРСТВО	75



ОБ АВТОРЕ

Артём Анатольевич Чесноков – директор крупных девелоперских проектов. Областью его профессиональных знаний являются маркетинг, антикризисное управление, реализация и управление проектами, разработка стратегий, продажи.

Его имя чаще всего звучит при упоминании загородного девелопмента, экспертизы в области реализации проектов и различных инициатив и стратегий, оценкой которых он занимается долгое время.

Написание книги стало для Артёма Анатольевича возможностью поделиться опытом и представить, по крайней мере – попытаться, полную картину о рынке загородной, промышленной и коммерческой недвижимости.



ОТ АВТОРА

Посвящаю эту книгу своему отцу. Папа, ты был лучшим!

Девелопмент остаётся одним из самых сложных, а вместе с тем интересных видов предпринимательской деятельности. Неважно, какой именно проект вы собираетесь реализовать, вам придётся столкнуться разными непростыми ситуациями, для решения которых вам потребуются знания и ряд профессиональных качеств.

Для меня девелопмент – это квест. С каждым шагом вам предстоит играть по новым правилам, с каждым новым кругом – новые обстоятельства и принятие решений.

И самое главное, что девелопер может менять жизни людей и их уклад в сторону комфорта и гармонии. Продуманных объектов недвижимости или промышленных комплексов на сегодняшний день крайне мало. И изменить данную ситуацию может девелопер.

Он может построить торговый центр или технопарк, посёлок мечты недалеко от береговой линии, конгломерацию рыбаков в Карелии, дачи, куда хочется сбежать от трудовых будней и тысячи звонков. Была бы идея. И об этом мы тоже непременно с вами поговорим.

Но не одними идеями насыщается рынок недвижимости. У него есть много игроков. Каждый из них имеет свои интересы. И в идеальной модели работы рынка все они будут удовлетворены. В своей книге я расскажу, почему это не всегда происходит и как исправить ситуацию.

Давайте знакомиться: Артём Чесноков, генеральный директор проекта по строительству клубного коттеджного посёлка, расположенного на берегу одного из самых больших озёр в Ленинградской

области. В ноябре 2024 года – за семь лет – в посёлке площадью 70 га был продан последний участок из 360, и на сегодняшний день он полностью заселён. Проект – посёлок для жизни и отдыха, где есть все необходимые коммуникации, внутренняя и внешняя инфраструктура. Живописный пейзаж, растянувшийся по всей территории посёлка, современные строительные решения, зоны отдыха, пляж и лодочная станция – то, чем наслаждаются жители. Полностью концептуально продуманный посёлок в Ленинградской области внёс вклад в развитие северо-западных территорий нашей страны.

Сегодня в рамках нового проекта мы создаём сеть промышленных коворкингов в Санкт-Петербурге на базе бывшего мебельного производства. Концепция производственного формата предполагает оборудование отдельных юнитов единого комплекса с учётом потребностей производственных компаний. Подобные площадки в Санкт-Петербурге – редкость, а спрос на них высок. В дальнейшем проект будет масштабирован.

Для кого эта книга? Для всех участников рынка. В ней найдут полезные советы девелоперы, ответы на интересующие вопросы покупатели, агенты по недвижимости и все, кто хочет узнать о том, как устроен рынок недвижимости и как работает девелопмент.

«Придя на курс «Как заработать пять миллионов», вы заплатите в кассу миллион. С вами на курс придёт ещё четыре человека» – слышали такую шутку? К сожалению, сегодня много таких предпринимателей, которые за деньги делятся информацией о том, как стать успешным, разбогатеть за 30 дней. Я не ставлю своей целью научить вас быть успешными и богатыми. Но могу дать удочку для ловли рыбы в виде повествования о своём собственном опыте и передачи знаний. Если вы сможете воспользоваться моими советами, то сделаете вывод о полученной информации. Надеюсь, вы сочтёте её полезной.

Приятного чтения!

ГЛАВА 1.

ЗАСТРОЙКА СЕМИМИЛЬНЫМИ ШАГАМИ

Историческая справка

Возникновение и развитие девелопмента в России во многом определили всего два, но очень важных фактора: необходимость пересмотра подхода к методам строительства и увеличение объёмов жилого фонда. Впрочем, в наши дни ничего в этом отношении не изменилось.

Современному человеку уже достаточно сложно представить, что девелопмент – очень молодая сфера экономики. Более ранний формат рыночных отношений по-простому называли «купи-продай» «из рук в руки». Во времена СССР активно реализовывалась программа «Жильё-2000», а определённым категориям граждан и сотрудникам предприятий выдавали участок земли. Позже гражданам нашей страны поняли, что такие объекты можно продавать, так и родился спекулятивный рынок. Базировался он на самой идее продажи – без понимания, сколько каждый объект может стоить и кому это надо.

Развал СССР принёс радикальные изменения в жизнь каждого советского человека. Одним из таких изменений стали процедура приватизации и, к сожалению, худшие сценарии в виде рейдерства. При этом многие объекты до сих пор находятся в руках «захватчиков».

Реорганизацию закона и первые кооперативные дома можно считать началом девелопмента. Именно тогда появились рыночные отношения между застройщиком и покупателем, первые и кусающиеся кредиты – на тот момент – в валюте под 30%.

И только к 2008-2010 годам мы начали смотреть на загородные объекты как на предмет развития территорий. В те времена появилась уже привычная нам ипотека со сниженной ключевой ставкой, стали понятны масштаб и глобализм городских девелоперов. И с 2018-2019 годов девелопмент стал таким, каким мы его знаем сейчас: многоликим, сложным и от того не менее интересным направлением.

Наши дни

Современный девелопмент имеет несколько форматов. На страницах этой главы мы рассмотрим следующие: перепродажа земельных участков агентствами, частными брокерами либо перекупщиками и застройка частного характера для частных девелоперов.

Частный девелопер может приобрести землю на первоначальном этапе у собственника земельного банка и, застроив её домами, в дальнейшем продать с большей маржинальностью. При таком варианте развития событий может быть несколько этапов взаимодействия по реализации:

- агентские договоры в сторону девелопера;
- выкуп земли и стройка;
- дальнейшая продажа концептуального решения с подведёнными коммуникациями.

Если агентский договор заключается между застройщиком и девелопером, то он подразумевает под собой комиссионные (от 2% до 6%), которые закладываются в сумму строительства дома для конечного клиента.

Застройки коттеджных посёлков также могут делиться на застройку с **обязательным подрядом** и с **необязательным подрядом**, то есть с обычными рекомендациями.

В ситуации с *обязательным* подрядом клиент сразу подписывает договор строительства на дом. И в этом есть определённый плюс, потому что посёлок оживает и больше не напоминает одно большое поле или лесной массив, начинает вестись большая стройка. Однако в обязательном подряде есть и свой минус: клиент оказывается «зажатым» в выборе застройщика, не говоря уже про дизайн, стиль и многое другое.

Застройщик не будет отдавать свою прибыль девелоперу, он закладывает свою комиссию для девелопера в стоимость дома, и за всё платит сам клиент, иллюзий тут, конечно, строить не нужно. Поэтому дом по обязательному подряду может обойтись значительно дороже. В денежном выражении переплата может составлять от 2-3 миллионов рублей и больше.

Небольшое, но очень важное отступление. Проблемы девелопмента обширные и касаются всех участников рынка. Для предпри-



нимателя это инвестиции и правильное понимание желаемого результата. Ему необходимо верно выбрать концепцию и направление.

Многие начинающие микродевелоперы не совсем понимают все имеющиеся проблемы и их глубину. Красивая мечта о строительстве коттеджного посёлка, столь сильно греющая душу, в реальности не так проста в исполнении, как может показаться. Для её исполнения недостаточно купить землю, разрезать её на кусочки и начать продавать. Необходимо продумать и воплотить концептуальное решение самого посёлка и планировку. К сожалению, чаще всего на «нарезке» всё и заканчивается, а несуразные застройки в виде «шанхаев» продолжают появляться и омрачать окрестности.

Если в коттеджном посёлке размер участков составляет 10-15 соток, то обязательный подряд является весьма выгодным ре-



шением. А вот в случае с участками от 20 соток до нескольких гектаров такое решение едва ли можно назвать эффективным. Когда клиенты выбирают большие участки, они точно знают, что и как хотят построить. Навязывать застройщика и дизайн в данной ситуации не имеет никакого смысла.

Большие участки позволяют построить дом на любой их точке. И чаще всего проходящему мимо по улице человеку дом будет не видно. Поэтому выгодное концептуальное решение не будет касаться самого дома, но может быть успешно прописано для заборов, въездных групп и фасадов. Ведь улицы в посёлке будут одинаковыми.

Есть поверье, что заборы в коттеджных посёлках не нужны; дескать, жить без заборов интереснее, поскольку появляется больше пространства и «воздуха». Но тут не учитываются наш менталитет и разница быта. Русский человек хочет из своего дома выйти, допустим, в трусах и при этом никого не смущать. Поэтому я считаю, что заборы в полтора-два метра всё-таки должны быть. И тут важно красивое концептуальное решение.

Хорошо, если застройщик сам строит такие заборы, а клиент покупает уже огороженную землю. Это самое лучшее решение в ситуации, когда нам нужно обеспечить единство уличной инфраструктуры и визуализации общего пространства в посёлке.

Следующий формат застройки – от самого девелопера. В таком случае строятся и инфраструктура, и дома, а также подводятся коммуникации. Комплексный подход – это гарантия соблюдения всех решений и сроков реализации проекта. Такой вариант приятнее для клиентов, но дорог и долгов в реализации.

Ещё один формат – *малоэтажное строительство*. К нему относятся дуплексы, таунхаусы, квадрохаусы. Данное направление активно развивается в наши дни, хотя я наблюдал лишь два или даже три выхода такого формата на рынок. Такое решение обязательно найдёт своего клиента в массовом сегменте, если будет



представлено в населённых пунктах области, находящихся недалеко от города. Здесь находятся не дачи, а место основного жительства, некие конгломераты-спутники.

Традиционный таунхаус, как правило, располагается на земельном участке площадью от 5-6 соток, а объекты недвижимости принадлежат двум клиентам. Каждый из них получает половину таунхауса и половину земельного участка. Получается некий симбиоз квартиры и загородной жизни.

Также существуют *промышленный девелопмент* и *дewelопмент многоквартирных домов*. В свою очередь, промышленный девелопмент делится на *городской* и *загородный*. Любой девелопмент и любую застройку принято разделять на арендный бизнес и на продажу. В загородном бизнесе под аренду также застраиваются и сдаются базы отдыха.

ОКУПАЕМОСТЬ

Если у нас есть 10 гектаров земли, которые разделятся на 50 участков площадью 10-15 соток, с подведёнными коммуникациями, инженерными решениями, но без застройки, то реализация проекта займёт примерно два года. С застройкой срок реализации увеличится до 3-4 лет. Такие показатели считаются очень хорошими, а арендный бизнес даже после постройки будет продолжаться дальше.

Арендная ставка растёт и будет расти в дальнейшем. Это связано с повышением стоимости самой недвижимости и сокращением банка земли. Как говорил Марк Твен: «Покупайте землю, её больше не производят». Инфляция, подорожание строительных материалов, невыгодная процентная ставка по ипотеке – все эти факторы значительно влияют на повышение арендной ставки.

В промышленном девелопменте срок окупаемости объекта составляет от семи лет, и этот показатель можно назвать очень хорошим. В загородном бизнесе хорошие сроки окупаемости составляют примерно 4-5 лет. У ресторанный и гостиничный комплекс сроки окупаемости могут составлять и два года, и пять лет. Во многом срок зависит от индивидуальных особенностей самого объекта: инженерное оснащение, коммуникации, объём застройки (100 или 10 номеров, небольшое кафе или два банкетных зала).

Успешный девелопер всегда знает, чего он хочет и к какому результату он идёт. Для этого необходимо использовать проекцию своего участка или загородной резиденции на посёлок. Зачем? Если вы изначально вложили душу в выбор участка, то вы поняли, что именно хотите строить для людей. Что это будет? Посёлок, в котором люди будут жить постоянно или приезжать сюда на дачу? А может, это будет отдалённая дача, куда

приезжают несколько раз в год отдохнуть от суеты напряжённых будней? Или, возможно, вы захотите построить конгломерацию охотников и рыбаков в отдалении от Санкт-Петербурга на 150 километров в заброшенном месте, окружённом бескрайними лесами и дикими озёрами? Ответив на этот вопрос, мы поймём, что это будут абсолютно разные концепции, разный подход, разное наполнение, разный смысл.

Понимание загородного дома как массового продукта – это одна концепция. Загородный дом, имеющий премиум-статус, – совсем другая. Почему это так важно? Потому что посёлок класса «премиум» не может быть рассчитан на 300-500 участков. Такое количество участков идеально подойдёт для категории бизнес-класса, где люди будут жить на постоянной основе. Площадь каждого участка в таком случае составит 12-18 соток. Сами же дома будут рассчитаны на 180-250 квадратных метров.

Если мы говорим про дачу или загородную резиденцию, то потребуется больше пространства, поскольку сама концепция подразумевает большое количество гостей. Тогда площадь участков может быть равна 50 соткам, а площадь дома – 400-500, а то и 1000 квадратных метров.

Домик охотников и рыбаков предполагает использование земли и дома строго по назначению. И участок, и дом имеют небольшие размеры. Компактность и материалы будут говорить сами за себя: здесь согреваются после активностей и ночуют.

К сожалению, у нас в стране можно увидеть очень много проектов в хороших местах, но со сломанной концепцией. Именно поэтому они и не продаются. А бывают проекты очень успешные: концепция построена и выверена аккуратно, она чётко подходит к местоположению и расположению земельного участка. Когда всё правильно концептуально спроектировано, в том числе дороги и подъездные пути, то хорошие продажи обеспечены.

ПРОБЛЕМЫ

Первой и основной проблемой в девелопменте является **правильное концептуальное решение**. Когда в проектирование посёлка девелопер вкладывает душу, он понимает, что любой участок можно спланировать так, что у каждого будет по два, три, максимум четыре соседа. Один участок не должен граничить с шестью-семью участками.

Вторая проблема касается существенных изменений в **ипотеке и процентах по ней**. Конечно же, девелоперы и раньше строили за свои деньги, но также привлекали средства, идущие с продаж. Например, можно организовать пресейл-продажу уже на старте, на нулевой стадии. Достаточно сделать хорошую планировку, продуманную концепцию, сделать маркетинговую подготовку – и можно начинать продавать. Клиентам можно дать гарантии на примере других проектов, что здесь уже через 3-5 лет будет находиться целый посёлок. И если покупать объект сейчас, то участок будет стоить два миллиона рублей, а через 3-5 лет цена повысится в несколько раз. Необходимо показать клиенту выгоду. Можно предлагать разные условия приобретения: рассрочки с гибкими графиками платежей, без первого взноса, индивидуальные условия и так далее.

Есть и третья проблема – **отсутствие поддержки муниципальных образований**. Девелоперу необходимо не просто выйти с концепцией, но и реализовать её. Для этого нужно строить дороги, подъездные пути, протягивать электричество, подводить газовые сети и воду. Есть и административные сложности: межевание земли, присваивание названия улицам, адресов и многие другие нюансы. Муниципальные и сельские образования не всегда содействуют девелоперам. Скорее наоборот: бюрократические вопросы ставят ситуацию в тупик.

СИТУАЦИЯ 1

Подъезд к посёлку находится в аварийном состоянии. Девелопер хочет исправить ситуацию и иметь качественный подъезд к посёлку. По плану муниципалитета ремонт дороги назначен через пять лет. Девелопера этот срок не устраивает, потому что к тому времени здесь уже будет находиться целый посёлок. Он хочет выполнить ремонтные работы самостоятельно, но также не может это сделать, поскольку дорога является государственной собственностью, и на проведение подобных работ нужно получить разрешение или иной другой разрешающий документ.

Для того чтобы девелопер смог построить, изменить назначение покрытия данной дороги, ему нужно пройти долгую бумажную волокиту. Даже если ввязаться в такую «авантюру», на результат приходится рассчитывать далеко не всегда. А ведь дорога может иметь значение не только для жителей посёлка, но и для жителей других деревень, чей путь домой пролегает как раз через данный участок дороги.

Чтобы согласовать такие работы на муниципальной земле, нужно выйти на областной или городской бюджет, понести много лишних затрат, которые ему нужны. Девелоперам гораздо проще было бы получить разрешения на ремонт дороги и предоставить техническую документацию за проделанную работу и данные об аккредитованных поставщиках, провести лабораторные исследования.

Хочется, чтобы подобные процессы не усложнялись, а, наоборот, упрощались. И всем счастье. Девелоперы, жители, администрации – все довольны. Неиспользованные деньги на тот же ремонт дороги можно было бы использовать для строительства или ремонта больницы, школы, детского сада.

СИТУАЦИЯ 2

Посёлок примыкает к водной глади – например, к озеру. И, решив облагородить береговую линию, построить красивый пляж с кабинками для переодевания, туалетами и лежаками, поставить мусорные баки, убрать лесоповал и сухостой, девелопер снова обращается в администрацию. А ему ответят, что эти 50 квадратных метров по закону являются достоянием всех жителей Российской Федерации. Поэтому необходимо согласовать проект со всеми инстанциями. И даже если это сделать, то пляж де-юре будет нести проблемы для самой администрации. Отсутствие финансового ресурса, чтобы создавать отчёты по водной глади, делать лабораторные исследования воды, и многие другие нюансы по отчётности станут для администрации камнем преткновения.

У каждого девелопера в подобной ситуации опускаются руки, и не хочется ничего делать. Ведь самим чиновникам это не нужно. Для них это лишние проблемы и траты. Областные главы администраций заняты множеством других проблем. Есть противоречия и в самих законах, где каждая инстанция, опираясь на один и тот же закон, может штрафовать вразрез другой инстанции.

К этой же категории проблем можно отнести сложности с ресурсными организациями, отвечающими за свет, газ и электричество. Когда встаёт вопрос о подведении коммуникаций, то девелоперы нередко сталкиваются с ситуацией, когда эти самые коммуникации нужно вообще довести до посёлка, потому что их нет. А уже потом необходимо развести по участкам. Необходимо оформить заявку в Ленэнерго. В ответе мы видим, что решение положительное, однако провести свет нам смогут через три года.

Если мы делаем девелоперский проект, то три года на включение электричества – это очень долгий срок. Девелопер за свой счёт начинает делать разводку по посёлку. Тогда встаёт вопрос: а можно ли протянуть провода не через столбы, а под землю? Ведь

такое решение выглядит гораздо аккуратнее. Только если мы закопаем провода под землю, то энергия окажется не на балансе сети. И в дальнейшем обслуживание коммуникации придётся осуществлять за свой счёт.

В случае с газом происходит то же самое. Девелопер сам строит газовую сеть, и потом используются разные методы воздействия для скорейшего подключения.

С другой стороны, девелопер, строя коттеджный посёлок или базу отдыха, берёт на себя распределение налоговой нагрузки. Каким образом? Он покупает землю и платит за неё налог. Его будущие покупатели, будущие собственники, также будут платить этот налог. Затем они построят на этой земле дом, поставят его на кадастровый учёт и будут платить налог не только за землю, но и за дом. А дальше собственник подключится к электричеству, будет платить за электричество тому же Ленэнерго и ПСК. Аналогично произойдёт и с газом.

Только задумайтесь, сколько людей участвует в этой экономической истории: домостроительные компании платят налоги и обеспечивают людей работой, девелопер продаёт землю, платит налоги из прибыли, обеспечивает рабочую силу. Рабочие также зарабатывают деньги и тратят их внутри страны.

Целый класс людей занимается геодезическими работами, газо- и электроснабжением и многим другим. И работают они на постоянной основе. Почему бы не задуматься над тем, чтобы перестать чинить препятствия для выполнения работы сферы домостроения?

В промышленном девелопменте существуют те же самые проблемы: строительный план, разрешение использования земельного участка, фасадное законодательство, согласование, организация застройки, требования по 15% озеленения и так далее.

Подготовка девелопером такого количества документации и проектов занимает длительное время. Например, подготовка

проекта в маркетинговом отношении занимает один-два месяца. За это время готовятся и структура продаж, и маркетинговая поддержка, и пиар, и сайт, и социальные сети, и концепция, и планировка, и даже смета на постройку. А для получения всей разрешительной документации нужен год. Тогда девелопер понимает, что целый год будет бесплатно кормить своих работников, чтобы только потом начать реализовывать данный проект.

Поэтому гораздо легче начать продавать с нуля, формировать пул покупателей, предоставлять им дополнительные рассрочки, создавать комфортные условия продаж, нежели сначала войти в рынок с готовым продуктом. Если девелопер заходит на рынок с готовым продуктом, то нет гарантии, что через пять лет он будет востребован. А ведь именно столько времени уходит на реализацию. За пять лет мы в текущей ситуации, можно просто прийти в никуда.

ГЛАВА 2.

КАК ВЫБРАТЬ ДОМ МЕЧТЫ И ЧЕГО ЖДАТЬ ОТ ЗАСТРОЙЩИКА

Дом мечты, как и землю, не выбирают. Это скорее собирательный образ, состоящий из разных визуализаций. Можно сказать, что он напоминает пазл, где каждая деталь – это отдельное желание, сформированное под влиянием тех или иных причин. Это не моё мнение, а практика общения с клиентами.



Дом мечты проходит важную трансформацию, прежде чем закрепиться в нашем сознании. Сначала мы себе представляем красивую картинку из интернета: уединённое место на берегу озера, раскидистые деревья, тишина и спокойствие. Под воздействием критического мышления мы достаточно быстро приходим к выводу, что не хотим жить в домике рыбака. Для комфортной жизни нам нужен социум. Тогда мы переходим к поиску коттеджных посёлков, уделяя особое внимание местоположению. Нам необходима развитая инфраструктура: аптеки, магазины, поликлиники и другие социальные объекты. Постепенно наше поле зрения начинает сужаться и фокусироваться на близости к городу либо к населённому пункту.

Представляя непосредственно сам дом, мы также опираемся на фрагментарные образы: модный, красивый, с большим камином на первом этаже, с определёнными элементами отделки и сочетанием гаммы цветов. Всё это мы уже когда-то видели: по телевизору, проезжали мимо по улицам, приезжали к кому-то в гости. Такие мелочи включаются в наши насмотренность и представления.

Позже подключается человеческий рационализм, и мы понимаем, что дом в английском стиле не будет смотреться на местности с высокими соснами, а HI-TECH не вписывается в местность елового леса. Для домов таких стилей идеально подойдёт открытое пространство, где либо вообще не растут деревья, либо растут дуб или клён. А в нашем прекрасном лесу гармонично будет смотреться дом из газобетона с отделкой из планкена, плоской или двухскатной крышей. Самое главное, чтобы не острая, а в стиле Райта.

Выбор типа и строительных материалов напрямую зависит от наших пожеланий. Если мы хотим развернуть капитальное строительство, а оно чаще всего ассоциируется с камнем, то будем смотреть в сторону газобетона, кирпича и монолита. Если же мы хотим деревянный дом, то будем думать про бревно: клеёный брус и каркас.



Очень многие люди сильно заблуждаются, полагая, что каркасный дом хуже газобетонного. Два настолько разных дома вообще нельзя сравнивать. Поверьте, каркасный дом не простоит менее 50 лет. Отличие будет только в технологии и ауре.

Газобетонный будет выглядеть более строгим и солидным, в то время как каркасный или монолитный дом позволит воплотить любую архитектуру, какую мы только пожелаем. Кирпич, газобетон и брус нас зажимают, потому что есть перерубы и стандарты строительства.

На наш выбор влияют и внешние факторы. Например, если мы купили участок земли осенью и хотим построить дом, чтобы въехать в него летом, то выберем дерево, а не камень. Деревянные изделия любят сухую морозную погоду. Поэтому зимой пиломатериалы не накапливают влагу.

Что же касается теплоэффективности, то давно доказано, что самым тёплым домом является каркасный. Каменные дома (моно-

лит, кирпич, газобетон) не хранят своё тепло. Они не накапливают его и передают окружающей среде. А это значит, что топить придётся уже в прохладную погоду, начиная с дождливых августовских ночей или ранней осени.

Самые интересные изменения образа дома мечты начинаются на этапе планировки. Именно сейчас он может измениться до неузнаваемости по сравнению с первоначальными представлениями и вариантами.

Разберём самый популярный запрос среди будущих владельцев частных домов. *«Хочу современный одноэтажный дом в стиле HI-TECH с эксплуатируемой плоской крышей»*, – думает будущий хозяин дома. По ходу проектирования он понимает, что хочет завести собаку. И решает поставить мойку для лап любимца при входе, в гостевом туалете.

Потом он вспоминает, что семья часто принимает гостей. Большая кухня-гостиная есть почти в каждом частном доме. По со-





временным меркам это Must Have¹. Её размеры могут достигать 30-80 метров. Она может быть одним большим пространством на первом этаже или быть зонированной на кухню и зал с большим столом, диваном и телевизором (зоной отдыха). Как бы мы её ни распланировали, суть останется неизменной – это одна большая комната, которая позволяет принимать своих гостей. Однако спящие в такой кухне-гостиной люди доставляют определённые неудобства владельцам дома. Да и покой самих гостей нарушается перемещением хозяев. Хочется, чтобы у всех было место для сна и отдыха, но и большая гостиная никуда не девается. Тогда мы начинаем задумываться о том, что нам нужно несколько спален: хозяйская и гостевая. И обе с изолированным выходом в собственный санузел. Начинается перепроектировка дома, что приводит к значительному увеличению метража в длину, либо в ширину, либо в обе стороны.

¹ Must Have – то, что обязательно должно быть.

При попытке «посадить» новый проект дома мы видим, что он не помещается на имеющийся земельный участок. Все манёвренные развороты конструкции также не приносят желаемого результата. Таким образом, мы приходим к выводу, что дом должен быть двухэтажным.

Второй этаж также добавляет хлопот своим хозяевам. Если проект подразумевает второй свет (отсутствие перекрытий между этажами), то становится весьма проблематично мыть окна на втором этаже и обслуживать системы освещения ввиду их высокого расположения. Вопрос состоит лишь в готовности хозяев справиться со сложностями.

И когда мы сделали свой выбор, определились и поняли, чего мы хотим, есть риск совершить ошибку. Многие начинают рисовать дом с архитектором, фасады с дизайнером, а потом пытаются их совместить. Получается, что архитектор прорисовал нам желаемую планировку, а дизайнер наложил на проект цветовые решения и сделал 3D-моделирование. Мы получаем проект дома в стадии АР (архитектурные решения) и идём в строительную компанию нашу смету рассчитывать.



Вдруг выясняется, что наш дом мечты стоит 100 млн руб. Закономерно мы задаёмся вопросом: откуда же эта сумма набралась? Строительная компания отвечает, что наш дом имеет метраж 500 квадратных метров, есть подвал, тёплый гараж, в проекте используются дорогостоящие строительные материалы. Многие начинают обвинять архитектора или дизайнера в создании плохого проекта. Однако ни архитектор, ни дизайнер – не сметчики и не считают стоимость этого дома. В их задачу входят воплощение вашей мечты в чертёж, а также проверка на прочность. Архитектор проверяет нагрузки, перекрытия и другие параметры, чтобы дом можно было построить с перспективой на длительное проживание в нём. Архитектор не спрашивает, есть ли у вас деньги на этот дом, есть ли у вас возможность строить его пять лет, потому что быстро построить не получится.

Когда вы пришли в строительную компанию и осознали, что у вас не хватает средств даже на этот же дом в тёплом контуре (фундамент, стены и крыша в тёплом исполнении), встаёт вопрос



об изменениях, которые смогут снизить затраты. Изменить дом совсем немного – конечно же, можно. А вот если мы начинаем его уменьшать, то сталкиваемся с проблемами «сползания» несущих конструкций, балок, перекрытий. Всё это может привести к тому, что «поползёт» весь дом, его придётся проектировать заново. Потеря для клиента весьма ощутима: дом уже спроектирован, услуги архитектора и дизайнера оплачены (не секрет, что эта сумма может достигать 400-500 тыс. руб.).

И всё это было сделано зря! Также мы часто забываем, что у нас есть участок, на котором построить дом, даже с подведением коммуникаций, – это вовсе не конец трат. Необходимо воплотить в жизнь малые архитектурные формы (навесы, гаражи, кладовки), проложить дорожки, цоколь, сделать отделку и поставить забор. Казалось бы, такие незначительные вещи по сравнению со строительством целого дома... но, к сожалению, и здесь можно попасть в яму долгостроя.

Я всегда говорил и буду говорить, что не нужно обманывать застройщика: завышать свои требования или занижать собственные финансовые возможности, чтобы сторговаться. Не бывает хорошего дома по заниженной цене. Нужно всегда говорить правду. Прийти к застройщику и прямо озвучить: «Нужен дом площадью 200-300 квадратных метров. У нас есть сумма X. В доме будут проживать двое взрослых, трое детей и две собаки». Поставьте чёткую задачу исполнителю – и вы получите её исполнение. Если вы начинаете кого-то обманывать, то в конечном счёте обманываете себя.

Вернёмся к теме выбора строительных материалов. Все они разные и имеют право на существование; технологий тоже много: клеёный брус, стандартный каркас, каркас из двутавровых балок, СИП-панели, газобетон, монолит. Данные материалы рассчитаны на разную архитектуру и разное окружение. То же самое касается отделочных материалов. Самое большое опасение в выборе вызывают как раз сами люди, которые стремятся быть современными.



Нужно понимать, что если модных решений слишком много и они касаются и дома, и малых архитектурных форм, и всего остального, то объект может выглядеть слишком вычурно на фоне окружающих домов и местности. Выбирая себе дом, мы выбираем и соседей, и окружение, а нашему взгляду очень важно удерживать общую картину. Помимо этого, мода постоянно меняется. Сегодня ваш дом модный, а через пять лет перестал быть таковым. Вы можете захотеть продать свою недвижимость, а аргумент высокой цены по причине моды не будет являться аргументом для покупателя.

Выбирать строительную компанию тоже нужно здраво, а не из позиции экономии. Например, если нам обещают построить дом 200 квадратных метров из каркаса за 5 млн рублей, то, скорее всего, что-то не так. Потому что цена дома ниже цены материалов и работы по рынку. И самое главное – нужно сравнивать вещи, которые можно сравнить: сметную стоимость, материалы,

комплектации. Нельзя сравнивать тёплый контур клеёного бруса «под ключ» с каркасным домом из двутавровых балок. На первый взгляд, сравнив их, можно подумать, что компания, которая обещает построить дом из двутавровых балок, завышает цену. Но на самом деле, скорее всего, получится наоборот. Первая компания, обещая построить дом на 200 квадратных метров из клеёного бруса за 7 млн рублей, зальёт на участке фундамент, сделает стены, поставит крышу и на этом завершит работы. Далее вам самим придётся всё это утеплять, красить, заводить инженерку, делать подводку коммуникаций и многое другое.

Есть много неучтённых моментов на этапе выбора строительной компании. Например, не учитываются нюансы по утеплению. Человеку кажется, что он может всё это сделать сам. На деле – это неудобно и долго. Нам может казаться, что со стороны строительной компании абсолютно нормально просить самим приобрести бытовку для строителей и поставить биотуалет. На мой взгляд, это низкий уровень сервиса.

Разве компания, которая строит дома, не может обеспечить своих сотрудников бытовкой и биотуалетом? А если хозяин решит сэкономить и купит подержанную бытовку с клопами? Получается, что строители должны будут терпеть ужасные неудобства? А если собственник не собирается откачивать биотуалет за весь период стройки, а она будет длиться больше года? Так себе решение.

Лучше искать компании, которые осуществляют полный комплекс работ. Не те, которые строят 500 домов якобы «под ключ», а на деле в тёплом контуре. А те, которые в лучшем случае строят за год 30 домов, но при этом они приезжают на поле, а вы в конце стройки приходите со своими тапочками. И тогда вы видите, что у вас есть всё: и дом, и отделка, и меблировка, и дизайн-проект, и ландшафт, и забор. Или с одной компанией вы будете строить дом в тёплом контуре, со второй – утеплять, вести инженерные сети, коммуникации и так далее.

На самом деле все строительные компании можно поделить на два вида: работающие на количество объектов и работающие на качество объектов.

Если компания ориентируется в своих показателях на количество построенных домов, то вам построят дом в тёплом контуре. Опять же: нельзя сказать, насколько это будет соответствовать реальности. Потому что если не утеплять крышу и вместо полноценной входной двери поставить временную, то и тёплым такой контур не назовёшь. А если договориться с этой же компанией о подведении инженерных сетей, то она озвучит очень крупную сумму, допустим – 7 млн рублей. Почему же так дорого? Потому что у такой компании маржинальность составляет около 40%, и браться за инженерку им совершенно невыгодно. На строительстве в тёплом контуре зарабатывают много, но один раз. А если работают на объём, то нужно сделать абсолютно всё. Это уже интересная и долгоиграющая история.

Если вы выбираете вариант строительства «под ключ», тогда с этой компанией лучше начинать работать с самого начала – с проектирования. Начиная сотрудничество именно с дизайн-проекта, вы будете понимать, легко или сложно вам общаться, а также сможете заменить дизайнера или архитектора, если его работа вас не устроит.

Это основные критерии к выбору и строительству своего дома мечты, в котором вы будете жить, чувствовать себя настоящим хозяином и гордиться тем, что вы сделали в этой жизни.

ГЛАВА 3.

КАК ПОСТРОИТЬ КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЁЛОК

Многие эксперты сходятся во мнении, что строительство коттеджного посёлка необходимо начать с анализа рынка: актуален ли проект на текущий момент времени, есть ли на него спрос, а если есть, то каков он? Важность анализа нельзя приуменьшать, но я не согласен с таким мнением. В первую очередь девелоперу необходимо понять, что он сам хочет от своего продукта. Перед началом строительства нужно задать себе вопросы:

- «В каком сегменте мы будем продавать?»;
- «Как и кому мы будем продавать?»;
- «Каков портрет нашего потребителя?».

Данные вопросы входят в сферу анализа рынка, но, на мой взгляд, это душевное состояние! Если это ваш первый проект, то следует начать с коттеджного посёлка бизнес-класса. Предприниматели – это целый слой населения. Класс бизнесменов очень большой и разрозненный, а правильных посёлков бизнес-класса на сегодняшний день практически нет.

После определения нашего продукта и потребителя следует определиться с местоположением. От выбора места будут зависеть ваша концепция, инфраструктура и жизнеспособность проекта. Стоит выбрать локацию, которая будет в первую очередь нравиться именно вам. Как клиент выбирает землю, так и девелопер – локацию.

Покупатель ставит в своём выборе местоположение на первое место. Он приезжает на объект, и ему нравятся подъезд к посёлку, природа, а может быть, лес и протекающий рядом ручей. В любом случае это эмоциональная покупка. Конечно же, в дальнейшем он может попросить скидку, столкнуться с сомнениями, но в первую очередь он влюбляется в окружающую территорию. Ему нравится это место, и он его покупает. К покупке клиента подстёгивают собственные триггеры. Например, отдых на участке или прилегающей территории: возможность собирать грибы в лесу, активно проводить время в поездках на квадроцикле, эндуро, снегоходе; а может быть, ему важно поиграть на теннисном корте, что располагается внутри посёлка.

Во многом это вопрос, связанный с самой инфраструктурой посёлка. Если рядом нет озера, где можно половить рыбу или хорошего лесного массива, то нужно создать такую инфраструктуру, которая зацепит нашего клиента. Решение с теннисным кортом как раз является таковым. Можно построить спортивную площадку, оборудовать футбольное, баскетбольное поле, продумать интересный воркаут. Если рядом нет развитой инфраструктуры, значит, стоит построить магазин. Если местность сильно удалена от городов и других населённых пунктов, можно построить кабинет врача.

Зарождение концепции посёлка, инфраструктуры и других факторов в первую очередь связано с нашим клиентом. Кто он? Какого размера участок ему нужен? Какие дороги ведут к посёлку? Каким должен быть забор? Ответив на эти вопросы, мы сможем продумать наполнение самого посёлка: что в нём уже должно быть и что мы можем предложить, чего ещё нет на рынке.

Теперь можно начинать рисовать свою концепцию и создавать бизнес-план. Как бы мы ни выбирали сердцем, душой и собственными пожеланиями, посёлок – это бизнес. Когда выбор типа строительства уже сделан, начинаются работы по межеванию.

Представим, что вы нашли то самое идеальное место: есть грунтовая дорога до посёлка, рядом находятся большое чистое озеро и лес. Если мы строим для массового сегмента, то разметим участки на 6-10 соток. Если мы строим посёлок для среднего сегмента, то разметим землю на 12-18 соток. Категория «премиум» – от 15 до 30 соток. При этом посёлок может быть многоформатным и иметь несколько конгломераций внутри основного массива: участки около озера будут больше, чем те, что находятся дальше от береговой линии. В этом будет проявляться и диссонанс самой аудитории. Таким посёлком будет сложно управлять: улучшения и нововведения, которые хотят собственники больших участков и более дорогих домов, могут быть не поддержаны владельцами маленьких и более дешёвых объектов. Я бы не рекомендовал строить посёлки-многоформатники. Всё же аудитория должна быть единой. Но, даже несмотря на единую аудиторию, от любого количества собственников найдётся 20% либерально настроенных граждан, которым «ничего не надо».

Строительство коттеджного посёлка сопряжено с будущими продажами. А нам необходимо определиться, как мы будем продавать участки. Есть два пути развития: создание общественной организации (ТСН) и строительство управляющей компании (ООО).

ТСН – это общественная некоммерческая организация, которая создаётся для управления посёлком. Все взносы имеют целевой характер и тратятся исключительно на посёлок. Правление ТСН не является бенефициаром и не получает никакой персональной зарплаты или прибыли. Плюс такой формы правления заключается в том, что жители посёлка могут сами выбирать путь развития территории с помощью открытого голосования в соответствии с № 217-ФЗ. К сожалению, этот же плюс превращается в один большой минус по причине, что мы обсуждали ранее: есть категория граждан, которым ничего не нужно.

С течением времени и функционирования посёлка мы столкнёмся с ситуацией, когда будем вынуждены повысить целевые взносы в связи с инфляцией. Допустим, все собственники на протяжении двух лет ежемесячно платили 5000 рублей на обслуживание посёлка. Теперь же необходимо повысить плату до 7000 рублей. Обязательно найдутся те, кто не захочет платить больше и начнёт саботировать работу ТСН. Объяснения, что необходимо платить зарплату сторожу, вывозить мусор, чистить зимой дороги, а летом косить траву на землях общего пользования, обслуживать инженерные сети, могут восприниматься крайне негативно. Люди будут говорить, что они здесь не проживают круглогодично, мусор не выкидывают, не строятся, инженерными сетями не пользуются. Поэтому и платить больше они не собираются, несмотря на то, что в посёлке есть те, кто проживает круглогодично и нуждается в таких услугах. Ни одно решение в ТСН не может приниматься без голосования. А это значит, что такие собственники не будут ни голосовать, ни платить.

Вторая форма правления посёлков осуществляется через управляющую компанию (ООО). УК, в отличие от ТСН, имеет право вести коммерческую деятельность и принимать решения о том же повышении тарифов без голосования собственников земельных участков.

Продавать земли в коттеджном посёлке мы можем от лица общества с ограниченной ответственностью, предварительно создав управляющую компанию, либо от ТСН. Во втором случае понадобится определить членов правления и возложить на них соответствующие функции.

Вернёмся к нашему бизнес-плану. Мы выбрали форму правления, создали внутреннюю структуру и теперь начинаем считать. На данном этапе необходимо объективно смотреть на реальность и не строить ложных иллюзий о том, что к вам слетятся поставщики или подрядчики с лучшими ценами в области и предложат

выгодное сотрудничество. Бизнес-план должен содержать в себе самые большие расценки и самую маленькую выгоду. Почему? Потому что если мы будем всё планировать в розовых очках, то будем очень сильно расстраиваться в будущем.

Сначала нужно вызвать кадастрового инженера и геодезиста, чтобы провести межевание и сделать межевой план. Мы должны учесть участки, подъезды к ним, выделить ширину дорог не менее 4,5 метров, выделить место для коммуникаций, которые должны идти по обочинам (отступить от дороги ещё 2,5-3 метра). Это обеспечит удобный широкий проезд и технический коридор для подведения и обслуживания инженерных сетей.

Далее мы создаём проекты газификации и водоснабжения. Трубы закапываются под землю одновременно. Если же мы будем подводить газ и воду до участков поступательными движениями, а не сразу, то придётся дважды рыть рвы и платить за земляные работы.

Если у нас нет центрального водоснабжения, к которому мы сразу можем подключиться, то мы должны вызвать специалистов и установить, есть ли у нас вода и где она находится, техническая она или питьевая, какой дебит будет у скважины. Более того, при расчёте необходимо заложить позицию пожарных гидрантов. Если в посёлке случится пожар, а рядом не будет воды, то последствия ЧП могут быть глобальными.

По аналогичной схеме мы просчитываем газификацию и делаем врезки на участки, равно как и врезки с водой. На сегодняшний день это считается стандартом. Раньше было принято проводить коммуникации по границе участка, а работы за их подведение собственники оплачивали отдельно. Существовавшие долгое время стандарты показали свою неэффективность. Поэтому вы можете собрать разовый инфраструктурный платёж 300 000 – 500 000 рублей с участка за подключение коммуникаций: электричества, воды и газа. Можно в этот же платёж включить пози-

цию подведения оптоволоконной связи (интернет, телевидение, телефон). Если мы не будем делать это сразу, то опять столкнёмся с земляными работами, которые будут происходить перманентно, потому что нельзя заставить всех людей строиться в одно и то же время.

Конечно же, мы можем выбрать путь обязательного подряда. Но я считаю, что это не совсем правильная история. Свою позицию я объясню позже.

Электричество мы можем провести двумя способами: по столбам или под землёй. Второй вариант добавляет практичности и эстетики. Однако если мы решим закапывать электрические провода, то они не будут значиться на балансе Ленэнерго, а нам всегда придётся их обслуживать самостоятельно – выкупать все лимиты на ООО или ТСН и раздавать электроэнергию на участки. Нам понадобится 15 кВт на участок, а значит, нам необходимо приобрести подстанцию минимум на 650 кВт. Нельзя забывать о том, что у нас есть КПП и освещение самого посёлка, где также необходимо электричество.

Если же мы передадим электросеть на баланс Ленэнерго, то, к сожалению, должны будем поставить столбы. Многие девелоперы пытаются сэкономить на сетях и подают заявку на подключение. Целью такой заявки является попытка переложить проведение работ по протяжке коммуникаций до участков на тот же Газпром, Ленэнерго и другие сетевые компании. Это времязатратный процесс. А есть ли у вас столько времени? Никто в той же энергоресурсной компании не будет думать о том, что у вас есть бизнес и вам нужно провести работы как можно быстрее. У них есть свой регламент, свои графики выполнения работ. Да и само подключение всё равно не будет бесплатным. За то, чтобы подтянуть 150 кВт от подстанции, которая находится в 200 метрах от вас, Ленэнерго условно попросит около 500 000 рублей. Выполнение работ займёт примерно год. Поэтому следует тщательно взвесить,

есть ли у вас возможность жить этот год с землёй и ничего на ней не делать. Начать продавать участки за это время вы тоже, скорее всего, не сможете. Нынешние покупатели крайне разборчивы. Если в то, что вы построите на этом поле посёлок за год, клиент ещё поверит, то покупать участок без коммуникаций, соответствующих договоров с ресурсными компаниями он не будет. То же самое не получится сделать без межевания. Никому не хочется покупать участок по предварительному договору и с примерной площадью 30 соток.

Отдельного внимания заслуживает водопровод. Нам необходимо пробурить одну общую скважину на весь посёлок, развести водоснабжение по участкам и поставить счётчики. Затем мы делаем лицензию. Это занимает примерно полтора года. Без лицензии вы сильно рискуете столкнуться с проверкой, в ходе которой получите штраф на 800 000 рублей за использование и раздачу недр земли без согласования и разрешения. Сама скважина будет перекрыта.

После того как мы разобрались со всеми коммуникациями, мы приступаем к строительству самого посёлка. Необходимо построить дороги из щебня или асфальтовой крошки. Строить сразу в асфальте не имеет никакого смысла. Параллельно с этими работами мы делаем маркетинговую стратегию: сайт, генплан; подробно расписываем, кто мы, что продаём и почему наше предложение – одно из самых выгодных на рынке.

Теперь настало то время, когда можно запускать продажи. Этим могут заняться собственный отдел продаж, агенты или наёмный сотрудник. Лучший вариант – это наличие собственного сотрудника, который постоянно находится в самом посёлке и занимается продажами. Поскольку он находится на месте, то прекрасно знает продукт, показывает посёлок и участки в любое удобное для клиента время. Плюсом будет опыт работы на уровне директора отдела, а это значит владение маркетинговыми навыками, умение строить стратегию и анализировать конкурентов.

Когда мы выбрали место, стратегию, управляющую компанию, расписали бизнес-план, то до старта продаж должны размежевать землю, построить дороги, коммуникации, поставить забор и КПП, создать отдел продаж.

Можно сделать пресейл (продажу с нуля). Вам придётся тратить деньги на строительство посёлка, и как раз пресейл может помочь на этих этапах. С уровнем застроенности посёлка цена на участки будет только расти. Важна маркетинговая поддержка: отчёты о том, что мы сделали, что мы делаем, какие виды работ мы выполнили, насколько активно ведётся строительство посёлка и его внутренней инфраструктуры. Однако у нас есть открытый вопрос по концепции посёлка, потому что она включает в себя не только позиции того, что в нём будет построено, но и правила. Не каждый собственник знает, что нельзя шуметь после 22:00, потому что в посёлке есть люди с маленькими детьми, нельзя привозить строительные блоки и проезжать на крупной технике в выходные дни. Должны быть правила и по застройке. Сейчас мы как раз вернёмся к вопросу обязательного подряда.

На рынке есть множество хороших компаний, которые выполняют строительные работы. А залезать в стезю обязательного подряда означает навязывание концепции при условии разного ландшафта участков. Тем более что строить несколько проектов одновременно – весьма нереалистичная идея, потому что никто никого не заставит что-то делать. Клиент может подписать договор с обязательным подрядом, но это не значит, что вы заставите его начать стройку именно по вашей концепции. Возможно, у клиента изменились планы или финансовая возможность. Такой подход не привлекает, а избавляет вас от части клиентов. Лучше дать человеку право выбора. Чтобы совсем не уходить от концепции, можно прописать, что дома должны быть построены из клеёного бруса или газобетона. Можно ограничить выбор фасада, забора и цвета крыши. Сделайте приятные тона заданных позиций, и никаких проблем

не будет ни у вас, ни у ваших клиентов. Мы сами не любим, когда нам указывают, что и как надо делать, и принципиально будем отказываться выполнять такие решения, даже если сами хотим того же. В любой ситуации ставьте себя на место клиента, и вы поймёте, что будет для всех хорошо, а что – плохо.

Лично я считаю, что загонять людей в рамки – это неправильно! Поэтому история с обязательным подрядом весьма спорная. Лучше предложить выбор, чем сказать «нет».

Самую большую часть работ – при условии выполнения предыдущих шагов – для девелопера можно считать выполненной. Дальше на поле выходят тракторы и начинают строить, а отдел продаж начинает продавать. По факту завершения строительства основную функцию на себя берёт управляющая компания. Вам необходимо лишь удостовериться в её ответственности: чтобы снег зимой был почищен, трава летом была скошена, мусор из баков вывезен, сломанные качели были отремонтированы и т. д. На все проведённые работы должна быть предоставлена соответствующая документация.

Когда управляющая компания работает грамотно и правильно, то все остаются лишь в выигрыше.

Ещё один очень важный момент касается выбора стратегии. Если происходит провал, мы не должны бегать по рынку и думать о том, что с нами или нашей концепцией что-то не так.

Нужно чётко понимать, что для каждого товара есть свой клиент, но у каждого товара есть свой временной лад. Например, с 2017 по 2024 год можно стандартно рассчитывать на 40 сделок в год в одном коттеджном посёлке. Все они будут происходить хаотично. Бытует мнение, что зима – неудачное время для продажи участков. Но это не так. Истории известны случаи, когда именно зимой выстреливали целые посёлки. Как это вообще могло произойти? Массировалась идея о том, что зимой покупатель может приобрести участок по более низкой цене. И на этом фоне девел-

лоперы поймали хайп, накрутив цену выше рыночной. А по факту они продавали снег.

В пандемию все участки продавались с космической скоростью. В прошлом году с января по май вообще не было продаж, а с мая по декабрь количество сделок вышло на годовой показатель. Экономика – цикличная сфера. Вместе с ней цикличны и продажи. Как принцип кардиограммы: взлёты и падения. И это абсолютно нормально.

Собственники нередко гонят вперёд отдел продаж и воспринимают ситуацию как критическую. При анализе показателей продаж важно уметь и правильно сравнивать. Например, у вас один посёлок, а у вашего конкурента таких посёлков 20. Если у него упали продажи на 50%, то будьте готовы к тому, что у вас они упадут на все 80%. И не нужно этого бояться, впасть в панику, снижать цену.

То же самое происходит и сейчас. Как известно, появились огромные сложности с ипотекой из-за повышения процентной ставки. Такая ситуация была тяжело воспринята на всём рынке недвижимости, в том числе девелопмента. Но в этом нет ничего ужасного. Все проблемы живут только в нашей голове.

Продажи не бывают стабильными. А если так и происходит, то это первый звоночек, чтобы задуматься над тем, что ситуация выходит из-под контроля. Увеличение или уменьшение продаж сопряжено с поведением и самого рынка, и клиента. Всегда помните: дача – это дача, а загородный дом не является покупкой первой необходимости. В нынешних реалиях многим людям не удастся накопить и на квартиру, не говоря уже о загородной недвижимости.

Чтобы правильно выстроить бизнес-план, необходимо общаться с теми, кто действительно продаёт. В срезе нужно учитывать продажи за последние пять лет. После этого можно строить план продаж и учитывать дополнительные инструменты: это рассроч-

ка и беспроцентная рассрочка платежа, этапная рассрочка, квартальная рассрочка, продажа с первоначальным взносом и без него, скидка за единовременную оплату и т. д. Стоит задуматься, можно ли продать землю в ипотеку, есть ли у нас ипотечный брокер, менеджер, который работает с банками. Нагнетать, особенно в первый год работы, не нужно. Этот год будет прицельным, пилотным.

Важно понимать и то, с какой целью наш покупатель приобретает землю. Нередки случаи, когда в коттеджных посёлках появляется вторичка, и этого стоит бояться. Любой коммерсант купит землю на первоначальном этапе, а затем продаст её дороже. Если такая ситуация более чем реальна, то предложите ему продать участок в дальнейшем через вас либо продавать на пике, о котором вы обязательно сообщите.

Подводя итог, хочется напомнить, что у вашего коттеджного посёлка должны быть выверенная стратегия и бизнес-план, а также правильный расчёт собственных сил. Ведь только протяжка и подключение коммуникаций займут минимум год, два года – стройка, и три года после этого вы будете продавать свой коттеджный посёлок на 50 участков.

ГЛАВА 4.

ПРОСТЫЕ ИСТИНЫ

Покупка участка в коттеджном посёлке – важный и ответственный шаг для будущего владельца. Мы советуемся со своими родными и близкими, друзьями и знакомыми, консультируемся у юристов перед выходом на сделку. Почему мы придаём этому столь большое значение? Да потому, что слышим от тех же друзей и знакомых, коллег по работе истории, связанные с ошибками при покупке, которые оборачиваются для новоиспечённого владельца как минимум головной болью.

Законодательство в отношении земельных отношений, увы, несовершенно. Прорехи в законах и отсутствие знаний у покупателя становятся триггерами для обмана и недосказанностей. Мы проверяем выписки и документы на право собственности. И действительно: а что же ещё можно и нужно проверить? **ДОКУМЕНТЫ, ПОДТВЕРЖДАЮЩИЕ ПРАВО ПЕРЕХОДА СОБСТВЕННОСТИ.** Иными словами, мы не проверяем договор, по которому это физическое или юридическое лицо купило данный участок, а также не проверяем платёж, подтверждающий покупку.

Риск заключается в том, что если данный участок был куплен по неправильной схеме или не оплачен, то либо он может находиться в конкурсной массе, либо сделка в дальнейшем может быть признана недействительной.

Если мы покупаем участок у юридического лица, то обязательно должны затребовать от него справку о некрупности сделки. Мы

не знаем положения устава, на основании которого юридическое лицо осуществляет свою деятельность. И также не можем знать, является ли сделка, допустим, на 15 млн рублей для него крупной.

Многие покупатели заблуждаются, считая, что подписывать договор с доверенным лицом по генеральной доверенности от собственника опасно. Основанием такого заблуждения становятся в том числе юристы, остерегающие от такого шага. На самом деле ничего страшного в этом нет. Например, доверенность на подписание договора купли-продажи выписана генеральным директором на управляющего. Он является полноправным лицом, который может подписать с вами договор. Сложно поспорить с тем, что в дальнейшем подобная сделка будет признана незаконной.

Когда мы заключаем сделку купли-продажи земельного участка, то подписываем документы на землю. И практически никто из нас не задумывается о договоре на инфраструктуру. Вам могли пообещать асфальтированную дорогу, теннисный корт, газ, воду, интернет, но это вовсе не означает, что так и будет. Это просто слова. При устной договорённости обязанности у девелопера перед покупателем не существует. Мы не проверяем документы на данные позиции. Напомню, что на то же водоснабжение должен быть не просто договор, но и лицензия.

Независимо от того, кто отвечает за коммунальное хозяйство – управляющая компания или ТСН, – у вас также должен быть заключён либо договор оферты, либо договор, который выдаётся на руки во время сделки и в котором прописаны все условия.

Таким образом, у покупателя на руках должны быть следующие договоры:

- договор купли-продажи, по которому происходит переход права собственности;
- договор с управляющей компанией;
- договор на инфраструктуру, в котором все обещанные позиции прописаны по объёмам и срокам.

Несмотря на плачевное состояние большого количества объектов в стране, огромное число недостроя и невыполненных обязательств, покупатели почему-то продолжают верить в лучшее и пренебрегать простыми правилами.

Отсутствие документов чинит большие препятствия собственникам в вопросах использования земельного участка и коммуникаций. В позиции водоснабжения обязательно должен быть прописан объём разрешённого использования. Если вы захотите поливать огород, у посёлка может не хватить ресурса для обеспечения ваших нужд. Установка накопительного бака также не решит проблему.

Водоснабжение – не единственная позиция, которую стоит детально прописывать в договоре. То же самое касается газа: лимит, условия подключения.

Самый распространённый вариант покупки земельного участка – с коммуникациями по его границе. Многие недооценивают важность данной формулировки. То есть теоретически вы можете запросить подключение того же электричества на участок напрямую через Ленэнерго. Только вы не знаете, откуда это подключение будет осуществляться, есть в коттеджном посёлке подстанция, с которой подключение должно вестись. Подведено ли подземным способом электричество или идёт по столбам до границы участка? Какая у него мощность? Какова выделенная мощность, от которой питается посёлок?

Газовые сети и план должны быть сданы, ТО должно быть подписано. На всё должны быть подписаны акты. Документы должны быть вам предоставлены или иметься в открытом доступе на сайте.

Положения по воде также нужно прописать: какой у неё напор, данные анализа, какая скважина и место её расположения, глубина и многое другое. Не стоит ждать дня подписания договора купли-продажи. Необходимо узнавать всё заранее.

Если в договоре все позиции не прописаны, то высока вероятность, что далее они канут в Лету. К сожалению, ситуации, когда де-

велопер вдруг осознал, что продал землю, получил деньги, а строительство инфраструктуры ему больше не интересно, случаются достаточно часто. Самое главное, что при таких обстоятельствах он не несёт никакой ответственности, ведь нет управляющей компании.

Важным является и уточнение границ участка. Геологию и геодезию лучше всего сделать до покупки. Многие также пренебрегают этим правилом, ведь чаще всего выбор идёт между несколькими участками. И проводить работы на всех дорого. И всё же я настоятельно рекомендую это делать хотя бы на 1-2 выбранных лотах. Имеет смысл и немного пробурить землю, чтобы на неё посмотреть. По документам земля может предназначаться для садоводства или иметь статус ИЖС, а на деле это окажется промзона, где о строительстве не может быть и речи.

Необходимо проверять все ограничения и обременения. Это касается не только самого участка, но и коммуникаций. Если есть возможность, то стоит пообщаться с другими жильцами посёлка, расспросить их о проблемах.

Можно сколько угодно сетовать на несовершенство рынка земельных участков, особенно когда вы «продешевили» при покупке или получили проблемы после подписания договора. Но эти проблемы уже станут вашими. Бороться с ними подчас недешёвое удовольствие, если вообще так можно сказать. Это огромные нервы. И как бы странно это ни звучало, но изменение существующего рынка во многом зависит именно от покупателя. Если каждый покупатель будет сам ответственно подходить к сделке, то рынок неизбежно изменится в лучшую сторону.

УК, ТСН, СНТ... и многое другое

Есть несколько форм собственности управления земельными участками. ТСН – это товарищество собственников недвижимости. Есть и СНТ – садовое некоммерческое товарищество. А до

2019 года форм собственности было больше: ДНП и ДПК, но их упразднили. На сегодняшний день все должны перейти на ТСН или СНТ. Для девелопера такие формы управления условно являются преимуществом. С ними ему гораздо проще продавать участки, потому что при ТСН повышение коммунальных платежей и добавление новых позиций происходят исключительно после голосования всех членов товарищества. Единолично девелопер не может принять ни одного решения.

Конечно же, члены правления ТСН в обязательном порядке должны иметь участки в товариществе. Однако они ничего не решают, а лишь осуществляют работы по заказу. Заказчиками же являются собственники других земельных участков ТСН или СНТ.

На этом плюсы для девелопера закончились. После продажи земельных участков он начнёт сталкиваться с минусами. И они будут касаться тех же самых решений, о которых мы уже говорили ранее. Если услуги охраны посёлка подорожали, то единолично поднять взносы он не сможет. Как мы помним, всегда найдутся те, кто будет саботировать результаты собрания, голосуя против увеличения суммы платежей. Вы не сможете контролировать жизнь и комфорт проживания в посёлке. Скорее всего, всё будет наоборот: жители будут контролировать вас и диктовать вам условия и правила жизни. Те, кто вчера вам улыбался при покупке участка и соглашался с тем, что посёлок надо обслуживать, уже завтра на собрании будут чем-то недовольны и голосовать «против». Всё это приведёт к неспособности ТСН обслуживать территорию.

Если у вас есть управляющая компания (ООО), обслуживание посёлка будет происходить гораздо проще. Руководствуясь законодательством, УК назначает коэффициенты и выставляет счета.

А теперь вспомним платежи ЖКХ в многоквартирных домах. В них прописаны позиции, за которые платят собственники квартир, а также есть графа «капремонт». Посёлок в этом отношении мало чем отличается: у него также есть общие дороги, общий за-

бор, общие инфраструктурные сети, которые идут от общей скважины, подстанции и так далее. Денег за коммунальные платежи не хватит для того, чтобы обслуживать общие нужды. Когда мы говорим «обслуживание», то подразумеваем замену верёвки для тарзанки на детской площадке. А если порвалась не верёвка, не отвалилось сидение с качелей, а прохудилась вся детская площадка и её нужно менять? Девелоперу предстоит понести большие затраты: купить новую детскую площадку, демонтировать старую, построить новую. Где взять средства? Этот вопрос необходимо тщательно продумать заранее. Например, ввести ежегодный взнос на капитальный ремонт. К этому платежу, равно как и к другим, должна быть смета.

Самое главное, чтобы отношения между девелопером, управляющей компанией и жителями посёлка были честными. Чем шире и популярнее вы объясняете необходимость тех или иных затрат, тем меньше к вам будет вопросов. Если вы планируете построить ещё посёлок или несколько, наличие хорошей репутации станет для вас очень хорошим подспорьем.

По соткам или по участкам? Извечный вопрос ЖКХ

Как же правильно считать коммунальные платежи? По соткам или по участкам? Моё твёрдое убеждение – по участкам. Почему? У девелопера и управляющей компании есть общественные территории. Их наличие никак не зависит от размера участка, будь то 10 или 30 соток. И ответственность за метраж земли, сада, газона – исключительно на собственнике участка. А у девелопера есть 5 км дорог, три детские площадки, пляж, пирс, волейбольное поле, кафе или ресторан. Для него эти объекты являются стагнацией. И ему необходимо все эти объекты инфраструктуры исправно обслуживать.

Многие захотят поспорить, что в посёлке есть некий гражданин Петров и тратит он воды больше, чем гражданин Иванов. У Петрова 30, у Иванова – 10 соток. Где же справедливость?

А она есть. Собственнику Петрову нужно 20 кубов воды на полив участка, Иванову – пять кубов, то же самое по позиции света. Однако у каждого из них есть собственные счётчики, по которым они платят за потребление. А вот дороге общего пользования абсолютно нет разницы, кто по ней будет чаще ездить – Петров или Иванов. Она неизбежно будет изнашиваться, трескаться и биться (рано или поздно). И единственный вариант снизить (не исключить) на неё нагрузку – это вовсе её перекрыть.

Если мы в текущем году построили ещё одну детскую площадку, то задачей именно девелопера и управляющей компании является оповещение граждан о том, что у нас появилась дополнительная строка расходов. И желательно это сделать заранее, заблаговременно. Любое улучшение влечёт за собой обслуживание и затраты в дальнейшем.

ГЛАВА 5.

МОЖНО СДЕЛАТЬ ВСЁ, ЕСЛИ ДЕЛАТЬ ПРАВИЛЬНО

Когда мы ставим перед собой глобальные профессиональные задачи, то часто руководствуемся убеждением: «Делай с любовью к своему делу – и всё получится». Но на деле всё может оказаться не так просто. Постулаты позитивного мышления нередко приводят нас к абсолютно противоположным результатам.

Девелоперский рынок крайне многогранен и полностью состоит из нюансов и мелочей, которые девелопер должен учитывать и планировать. В этом и заключается основная сложность: построить посёлок, руководствуясь только любовью к собственному делу, не получится. Хотя пылать самоотдачей к своему проекту действительно важно. И всё же это лишь часть успеха, второй составляющей которого являются правила.

Мы даже не задумываемся, насколько часто в течение жизни говорим: «Делать правильно». А ведь в разных контекстах данное действие предполагает абсолютно разные значения. Где правильно для одного – неправильно для чего-то другого. Не будем углубляться в философию и сразу перейдём к делу. Что значит «делать правильно» в девелопменте?

В первую очередь под фразой «делать правильно» я подразумеваю выполненные обещания. Не нужно изначально заклады-

вать в проект, будь то строительство дома, склада, коттеджного посёлка или конгломерации, отложенные позиции. Например, девелопер решил построить посёлок, а вопрос о внутренней инфраструктуре буквально повис в воздухе. И он принимает решение действовать по обстоятельствам. «Начну делать, а дальше – как получится», – думает он. К сожалению, может получиться плохо.

Если мы что-то не доделываем, имея на руках договор купли-продажи, на коммуникацию и инфраструктуру, то последствия для девелопера могут быть самыми плачевными. Потеря бизнеса, управляющей компании, визитной карточки, проекта, негативный отзыв в интернете – вполне реальная и обозримая перспектива.

Негативные отзывы в интернете – весьма серьёзная угроза для репутации, создания кредита доверия и индекса лояльности клиента. Гневные комментарии гораздо проще получить, чем убрать из виртуального пространства. Интернет вообще ничего и никому не прощает, в отличие от людей. Можно в противовес написать множество положительных отзывов, но и негативные никуда не исчезнут. Помните хорошую поговорку: «Ложка дёгтя в бочке мёда»?

Чтобы избежать проблем в будущем, девелопер должен сдерживать свои обещания, постоянно давать своей работе объективную оценку и во всём идти до конца. Представим ситуацию. Идёт активное строительство коттеджного посёлка, все работы проходят по графику, никаких форс-мажоров и сбоев. Прокладка электросетей запланирована на следующий год, но мы понимаем, что продажи идут хорошо и можно выполнить эти работы уже сейчас. Не стоит откладывать строительство электросетей на потом, сделайте его в ближайшее время. Я учитываю тот факт, что каждый бизнесмен хочет вытащить из бизнеса деньги, но подобные неправильные решения не приумножат выручку, скорее наоборот: прохудят её.

Если вы в подобной ситуации всё сделаете правильно, дополнительным бонусом для вас станет тот же положительный настрой покупателей. Выложите пост в социальных сетях, что вы опере-

жаете график строительства и почти на год раньше приступили к укладке электросетей. Вот увидите, продажи начнут расти ещё сильнее. И как следствие – вы сможете на таком хайпе увеличить стоимость продукта.

Мы должны отождествлять себя с бизнесом-гарантом для рынка. Я верю: если так начнёт поступать каждый девелопер, то рынок придёт в правильное состояние честности. К сожалению, на данном этапе существования он находится в полусером состоянии: занижения, несдержанные обещания, нерегулируемые и неконтролируемые процессы, разные подходы и договоры.

Однажды мне довелось увидеть договор купли-продажи земельного участка, в который были включены обязательства продавца по строительству инфраструктуры и въездной группы, а обязанность покупателя – оплата счетов ЖКХ продавцу. Но вопрос: зачем вообще всё это нужно? Чем сложнее договор на переход права собственности, тем более пристальное внимание к нему проявят сотрудники регистрирующих органов.

Есть несколько разграниченных понятий при оформлении договора:

1. Договор купли-продажи земельного участка, объекта или земельного участка и объекта на нём. Здесь прописаны права и обязанности продавца и покупателя.

2. Договор на строительство инфраструктуры. Это отдельный договор, который не должен являться позицией в договоре купли-продажи.

3. Договор коммунальных услуг, который не относится к первым двум позициям.

Все эти договоры зависимы друг от друга, но должны разделяться. Таким образом, делегируются ответственность, полномочия и риски. Если одна из сторон не выполняет свои обязательства, а на все позиции есть один договор, то он может быть разорван полностью. Денежные средства могут взыскиваться вместе с пенями.

Если все три договора были заключены отдельно друг от друга, то, например, земельный участок останется с суммой, которая не подлежит рискам. Земельный участок в таком случае будет очень сложно изъять.

СОГЛАСОВАНИЕ СДЕЛКИ И КОНТРАКТА

Стоит спокойно относиться к тому, что люди ввиду множества опасений обращаются за консультацией к разным специалистам. И нужно быть готовым к тому, что согласовывать договор купли-продажи земельного участка будет юрист, специализирующийся на гражданском праве. Он может не понимать, что такое кадастровый номер, запрашивать у вас документы, которые вам будут казаться непонятными или абсурдными: трёхлетнюю историю земельного участка и другие. Такое требование может произойти, если вы покупаете массив на имя ИП или ООО, далее делите этот массив на 40 участков и переводите в ТСН. Получается, что изначально был один кадастровый номер, а стало 50 кадастровых номеров (40 участков + дорога и земли общего пользования).

Юристу, специализирующемуся на земельном праве, достаточно посмотреть на межевой план или на публичную кадастровую карту, сравнив её с документами. Юрист по гражданским делам, скорее всего, будет отговаривать покупателя от сделки, доказывая, что это мошенническая схема. Более того, найдутся такие юристы и нотариусы, которые будут настаивать на нотариальной сделке по земельному участку, хотя она требуется только в случае покупки земли в долевой собственности.

Могут быть юристы, специализирующиеся на уголовном праве. Где земельные отношения, а где уголовное право? Между этими отраслями огромная пропасть. Знание законов и мер наказания не обеспечивает понимания заключения сделки и траектории её движения.

НЕДОСТРОЙ

Бывают ситуации, когда девелопер «не доделал». Например, пообещал электричество или водоснабжение. На деле он бурит скважину или проводит комплектную трансформаторную подстанцию наружной установки на 150 кВт для 50 участков. По итогу, когда все заселяются, у собственников не хватает воды не просто на полив огорода, а даже на бытовые нужды. Помимо того, воды не хватает уже 10 из 50 участков. То есть при заселении посёлка воды также не будет хватать.

Тогда собственники пытаются разобраться и начинают выяснять причины сложившейся ситуации. В ходе разбирательств становится понятно, что расчёты изначально были выполнены неверно, а потому вода вроде как номинально есть, а по факту её нет. Дебит скважины также никто не узнавал. Дополнительные земли общего пользования, где можно было бы установить накопительные баки, отсутствуют, а по краям дороги отсутствуют технические коридоры, которые можно было бы использовать для прокладки дополнительных труб или магистралей. Чья проблема? Собственников.

То же самое может произойти и с газом. Вам могут рассказывать о том, что сейчас ваш посёлок быстро подключат к газу и согласуют через Газпром подачу 12 кубометров на посёлок из 50 участков по программе догазификации. Ведь новые абоненты будут подключаться, и всё у вас будет хорошо. Однако наступает время подключения собственников, и вы узнаете, что просто так никто вам кубы не даст, потому что их просто нет. Про 12 кубов вам пообещали, чтобы уместиться в минимальный порог согласования свободных кубов на данной магистрали.

Для жителей посёлка останется виноватым девелопер. И никого не будет интересовать, что вы хотели сделать подешевле и

не разобрались в материале. Люди, которые вам всё сделали дешевле, прекрасно знали о последствиях, но ничего не прописали в договоре.

Делать всё правильно нужно абсолютно во всём. Помимо этого, не нужно искать выгоду и пытаться экономить. То же самое касается и заработка. Девелопер может считать, что есть его 30%, и выводит деньги. Но такого быть не должно. Прибыль получается им по факту завершения проекта.

Если вы хотите как можно раньше получить прибыль, единственное, что можете сделать – закончить проект раньше графика. Для этого нужно вкладывать деньги на последующие этапы работ как можно раньше.

Когда вы сдали проект раньше срока, перед вами открываются новые горизонты: вы можете заключать любые договоры, брать на себя любые обязательства, поднимать цену. Даже если рядом с вами строится ещё один коттеджный посёлок с таким же крутым девелопером, как вы, но он ещё не построился, то мячик оказывается на вашей стороне поля и позволяет именно вам диктовать условия.

ИДЕЙНОСТЬ – ВСЕМУ ГОЛОВА

И вот, наконец, настало то время, когда ваш коттеджный посёлок сдан. Все муки творчества и технические изыскания остались в прошлом. Посёлок начинает жить своей жизнью, дорога к посёлку оживилась, слышны раскат музыки, возгласы детей, стук молотка, а на второй линии разгружают вещи из «Газели». Жизнь здесь активно бурлит. Казалось бы, что ещё для счастья нужно? А ведь нужно!

Вам нужна идейная управляющая компания, которая заточена не только под обслуживание инфраструктуры. У неё должен быть прайс, позиции которого будут отвечать нуждам людей. Сра-

зу продумайте, какие услуги могут быть востребованы среди жителей посёлка. Может им будут нужны покос травы или уборка снега, полив огорода в период отсутствия в посёлке, уборка дома по выходным, услуги садовника. Кстати, идейность управляющей компании очень тесно связана с вопросами подряда, которые мы ранее уже с вами обсуждали. Не нужно «давить» людей обязательным подрядом, навязывая им услуги. Людям нужно **ПРЕДЛОЖИТЬ КОМФОРТ**.

Возможно, некоторые собственники решили строить дом своими силами или нанять подрядчика со стороны. Тогда нам нужно закупить 10 бытовок и биотуалеты. Содержать их в чистоте и спокойно предоставлять в аренду тем же подрядчикам (это мы тоже ранее обсуждали). Вообще, при строительстве могут происходить самые разные ситуации. Например, может понадобится трактор. Так пусть он будет в посёлке, и вы на правах управляющей компании сможете его предоставить.

Стоит заранее продумать свой прайс. После сдачи посёлка понадобится ещё минимум 2-3 года для полной застройки. А это значит, что у вас есть время для комфортной работы с собственниками не только на этапе продажи участков, но и на всём периоде строительства.

Когда люди живут в квартире, они считают, что самая комфортная жизнь возможна только в загородном доме. Но, купив участок, затеяв стройку, они жалуются на то, как устали от загородной жизни. И знаете – почему? Потому что бытовые проблемы есть всегда и везде, а в случае с загородным домом эти проблемы сыплются как из рога изобилия. Не имея возможности заранее спрогнозировать сложности и в кратчайшие сроки решить такие простые проблемы, как та же аренда трактора или бытовки, собственники постепенно становятся на тропу долгостроя. А между собой шепчутся: «Головная боль» – или кое-что похуже. Не позволяйте им даже единожды ступить на эту скользкую дорожку. Ведь вы стро-

или посёлок для людей, для их комфортной загородной жизни. Предоставьте им возможность получить огромное удовольствие от этого. Да, за копеечку мы покосим вам траву, за копеечку уберём снег, вызовем садовника, который обработает кустарники от короеда, и этот список можно продолжать.

Идейность должна начинаться с самых первых мыслей о строительстве посёлка и заканчиваться обеспечением комфорта жильцов на протяжении всего времени. В этой главе мы говорим о правильности, так пусть ваша правильная история имеет такое же правильное продолжение!

ГЛАВА 6.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КРЕДИТНЫХ ПРОГРАММ

Первые кредиты в нашей стране появились ещё в середине XVIII века после открытия дворянских заёмных банков по указу Елизаветы Петровны. И всё же нельзя сказать, что именно тогда реализовалась самая первая практика одалживать людям деньги под проценты. До заёмных банков было распространено ростовщичество. Иными словами, в долг под проценты давали всегда. Эпоха сменяла эпоху, правитель сменял правителя, менялась форма торговли, но схема получения денег в долг оставалась одной: те, у кого были условно лишние деньги, давали их тем, кому не хватало, так же, как и сегодня, под проценты.

Началом современной кредитной истории принято считать 90-е годы. Именно тогда появилась частная банковская система, а кредиты плотно вошли в нашу жизнь. Массовый характер кредитование приобрело в начале нашего века – в нулевые. Этому способствовало значительное снижение инфляции. Своё развитие получила ипотека. Позднее она пришла из сектора городской недвижимости в загородную. И стала скорее формой поддержки бизнеса.

Загородный сектор и без этого активно развивался, но его хотелось ещё больше поддержать и привлечь дополнительные инвестиции. На сегодняшний день ипотечная программа значительно сузилась. К этому привели лимитные ограничения, повы-

шение ключевой ставки, повышение ставки рефинансирования. Ситуация напугала всех участников рынка. Многим людям начало казаться, что теперь всё резко стало плохо и выхода из данной ситуации нет.

И всё же не стоит забывать, что ипотечная программа в секторе загородной недвижимости была лишь мерой поддержки.

Конечно же, приятно, когда она вообще есть, и очень обидно, когда её отнимают. Существование ипотеки в целом изменило рынок, в особенности для агентов. Они разучились продавать сам продукт, продавая исключительно ипотеку. Параллельно с агентами расслабился и отдел продаж, у которых исчезла необходимость продавать дом и земельный участок. Сейчас ситуация вернулась на круги своя, и мы снова учимся продавать продукты загородной недвижимости. Именно в этом я не вижу большой проблемы.

Однако стоимость самой недвижимости увеличилась в два, а то и в три раза. А вот как раз это большая проблема. Всем хочется, чтобы цены на объекты начали падать, но этого не произойдёт как минимум по причине факта подорожания ресурсов. И всё же привести рынок в устойчивое положение возможно.

В связи со сложной ипотечной историей расширились и популяризовались продукты по рассрочке. Под влиянием экономических факторов их условия стали весьма интересными для девелоперов и привлекательными для покупателей. Если девелопер будет реализовывать проект 5-7 лет, то он с лёгкостью может давать рассрочку на данный период времени. Таким образом, реально ввести минимальный первоначальный взнос, а далее работать по той системе финансирования проекта, которая у него заложена. Приведу пример.

Проект длится семь лет. Первый год из этого срока будет заложен на планировку и бумажную работу. Поэтому можно затягивать клиентов на этапе «поля» по 5% от стоимости сделки, когда речь о фундаменте ещё не идёт. Такими действиями девелопер

обеспечивает себе работу и затраты на межевание, планировку, концепцию и т. д. Далее стоит посмотреть, какой именно расчёт нужно производить: ежемесячные, квартальные или годовые платежи. Самым лучшим вариантом станет ежемесячный платёж, но возможны и другие варианты. С накоплением пула рассрочек девелопер сможет обеспечить жизнедеятельность компании независимо от условных сезонных продаж.

Ранее мы уже говорили о том, что продажа загородной недвижимости абсолютно не зависит от сезонности. Истории известны случаи продажи целых посёлков в зимний период. И всё же декабрь, январь и середина февраля характеризуются снижением продаж. Хотя такую тенденцию нельзя назвать устойчивой, но она довольно часто встречается. Поэтому сезонные продажи мы называем условными.

Имея стабильный ежемесячный доход в виде рассрочек, девелопер наполняет кровью свой организм бизнеса. Теперь компания спокойно может вести свою работу без перебоев.

ИПОТЕКА И КРЕДИТ

Раньше ставка по ипотеке составляла 6-8%, а сельскую ипотеку можно было взять под 8%, продукт рассрочки был бесплатным. На сегодняшний день мы можем говорить, что есть рассрочка на 2, 3, 5, 7 лет, но процент по ним может быть разным. Можно повышать цену на те же 10%, и это предложение будет лучше, чем ипотека.

Обратимся к последним расчётам. Если мы возьмём ипотеку с первоначальным взносом 30% от общей суммы, на 15 лет и под 25% годовых, то это менее выгодно, чем рассрочка на семь лет под 10%.

В нынешних реалиях кредит также нельзя назвать хорошей стратегией, поскольку он имеет более короткий срок и меньшую

сумму одобрения (смотря о какой сделке мы говорим). При такой высокой ставке рефинансирования, как сейчас, в условиях высокого уровня закредитованности населения и других невыгодных условиях люди стали чаще принимать решение о переходе на депозиты. И это тоже не самая лучшая история.

Пусть найдутся те, кто со мной не согласится, и будут утверждать, что есть множество других инструментов. Я твёрдо убеждён в том, что недвижимость в России остаётся и всегда оставалась самым нерискованным вариантом вложений, нежели другие инструменты инвестирования. Инвестиция в недвижимость – лучшая инвестиция!

Давайте вспомним времена, когда люди брали ипотеку под 6-8% и получали свои квартиры. При повышении ставки рефинансирования – при текущих ставке ипотеки и условиях её получения – можно дать смелый прогноз на повышение стоимости аренды. И она уже растёт. То есть человек с ипотечной квартирой получает от арендатора не только деньги на погашение ежемесячного платежа, но и прибыль. Получается, что недвижимость становится незаменимым инструментом финансового приумножения.

Рассмотрим другие инструменты инвестирования. Если вы вложили в депозит на три года, вы теряете проценты. Если вы инвестируете в криптовалюту и акции, то абсолютно непонятно, как развернётся ситуация и успеете ли вы поймать момент, чтобы выйти в плюс, а не в минус. Вывод денег также сопряжён с налогом. Недвижимость же позволяет не терять дивидендную часть в виде роста рынка недвижимости (а он будет расти) и выходить «в деньги» с учётом этих факторов. Недвижимость обеспечивает стабильность независимо от курса доллара, инфляции или путча. И выступает в качестве долгосрочной и краткосрочной инвестиции.

Приведу пример. Десять лет назад мы выбрали недорогой объект недвижимости в Агалатово (Ленинградская область).

Сейчас Агалатово – это уже город, а не область. Поэтому стоимость недвижимости за пять леткратно изменилась. И так происходит на постоянной основе. Растут города, а значит, и дальний пригород становится ближним; соответственно, повышается стоимость объектов ввиду особой привлекательности горожан.

Вернёмся к ипотеке. Она бывает разной. И даже в условиях сегодняшней экономической нестабильности можно получить ипотеку под 10% при ставке рефинансирования 20%. Это возможно благодаря субсидированной ставке. Что это такое? При субсидированной ставке подрядчик берёт на себя часть по ставке рефинансирования и оплачивает её банку. Конечно же, всё зависит от суммы. Клиент же в любом случае платит проценты. Нельзя просто так взять и из стоимости дома заплатить 15% банку за вас, и вам за это ничего не будет. У вас вырастет стоимость на эти же 15%, но бояться этого не нужно.

Самое частое заблуждение: у меня есть ставка рефинансирования, значит, я на 10% увеличиваю стоимость своего дома. Да, это действительно так. Но если мы говорим об ипотеке на 15 лет, то не надо забывать, что дом будет дорожать на 10% в год. То есть при ипотеке мы платим 23% не за 15 лет, а за один год. Получаем за 10 лет 230%, а за 15 лет – более 300%.

Чтобы взять ипотеку под 10% годовых, а переплата в конечном счёте составила 150% за 15 лет, легче сразу отдать эти же 10% со сметой на 10 млн рублей. То есть если дом стоит 10 млн рублей, то нам гораздо проще сразу отдать 1 млн рублей, чтобы ставка составила не 20%, а 10%.

Если правильно применять подобного рода знания, вы всегда останетесь в выигрыше. По факту мы получим средний вариант между рассрочкой на семь лет под 8% и ипотекой. Ко всем инструментам инвестиций нужно относиться внимательно, просчитывая риски и сильные стороны.

Несмотря на широкий ассортимент банковских продуктов, покупка за наличные продолжает оставаться очень популярной. Всем прекрасно известно, что сегодняшний рубль через три года даст вам пять рублей.

Государство максимально старается сдерживать инфляцию. По этой причине намеренно сдерживается спрос. Да и самого товара на этот спрос у нас, можно сказать, нет. Почему товары росли в цене? Потому что спрос превышал количество предложений. И сейчас мы сдерживаем спрос как минимум до уровня предложения. Со второго квартала 2025 года мы начнём снижаться по ставке рефинансирования, и продукты станут более интересными. Но ведь продукта не будет, а спрос опять появится. Поэтому сейчас риторика такова: кто сегодня купил за наличные (личные сбережения) недвижимость – через год получит на каждый потраченный рубль 3-5 рублей. И умные люди прекрасно это понимают.

Самым лакомым кусочком на рынке недвижимости для инвестиций является индустриальная, коммерческая и промышленная недвижимость. Она полна своих нюансов, поэтому подход к ней должен быть крайне аккуратным. Не всякая коммерческая недвижимость является хорошей. Если говорить о Ленинградской области, то здесь наблюдается дефицит хороших технопарков в черте города.

Итак, подводя итог, хочется добавить, что работа со всеми инструментами более чем возможна и реальна. В целом суть каждого из них понятна. И даже лизинг может быть применён к недвижимости. Но в текущей ситуации со ставкой под 23% он теряет смысл. Никому не хочется купить и прогадать. Даже если вы покупаете объект загородной недвижимости для себя и в личное пользование, то хотите, чтобы он капитализировался и приносил доходную часть. А если мы покупаем готовый бизнес под сдачу в аренду – хотим, чтобы наш объект не только приносил пассивный доход, но и сам по себе был пассивным доходом.

ГЛАВА 7.

ПРОМЫШЛЕННЫЕ КОМПЛЕКСЫ И ТЕХНОПАРКИ: КАК ВЫБРАТЬ СЕГМЕНТ, КОТОРЫЙ ПРИНЕСЁТ ДОХОД

Как я уже говорил ранее, коммерческая и промышленная недвижимость пользуется спросом и является самым интересным способом вложения средств. Есть два вида работы с коммерческим сектором:

1. *Девелопмент.* Мы покупаем землю, строим на ней коммерческую или промышленную недвижимость. Далее её можно будет сдавать в аренду, продавать совсем или продавать, но не уходить с объекта. В таком случае произойдёт аналогичная ситуация, как с посёлком. Вы сможете там оставить свою управляющую компанию.

2. *Покупка.* В данном случае вы приобретаете объект как клиент. Как и в первом варианте, вы сможете сдавать недвижимость в аренду или перепродать на более выгодных для себя условиях.

Коммерческая и промышленная недвижимость делится на технопарки и индустриальные парки. Они же, в свою очередь, подразделяются на лайт-индастриал и стрит-ретейл.

Технопарки и индустриальные парки делятся на несколько видов: торговые центры, автосалоны, крупные гипермаркеты, мегамаркеты, торговые центры районного и городского форматов.

Лайт-индастриал – это формат, в котором объединены производство, витринная и офисная части. Есть коммерческая часть, а есть офисная. *Стрит-ритейл* – коммерческие помещения, расположенные на первых этажах. Они могут быть отдельно построенными или располагаться в жилых комплексах. Во втором случае в сегмент стрит-ритейла часто попадают пекарни, прачечные, магазины шаговой доступности, которые необходимы для комфортного проживания жителей района или дома.

Индустриальные парки и технопарки крайне востребованы среди предпринимателей и инвесторов, но их предложение на рынке ограничено.

Образуются и расширяются города, а вместе с ними происходит переход в жилую застройку. Поэтому для владельцев коммерческих объектов важно знать, что земля под тем же технопарком не будет переведена в жилую застройку. Чтобы этого не случилось, необходимо рассчитать факторы, влияющие на перевод: например, близость к железной дороге. Если рядом с вами находятся железнодорожные пути, то они станут основанием для наложения обременения. Таким образом, у вас будет дополнительная гарантия, что землю не переведут в жилую застройку. Но вместе с тем на участке, прилегающем к ж/д путям, нельзя размещать пищевые производства.

Планируя запуск коммерческого кластера, нужно понимать, кто будет вашим резидентом. В зависимости от отрасли деятельности компаний должны соблюдаться определённые требования.

Для представителей тяжёлой промышленности (дерево и металлообработка) нужны высокие потолки, кран-балки, подъездные пути и многое другое.

Если ваши резиденты связаны с полиграфическими услугами или швейным производством, то они спокойно смогут расположиться на втором этаже, а их ресурсное обеспечение не будет масштабным.

Пищевые и медицинские производства нуждаются в абсолютно чистых помещениях. Если компания занимается отвёрточной сборкой чего-либо, будь то счётчики электропитания, пожарная сигнализация или VR-очки, им нужны небольшие помещения до 1000 квадратных метров и ограниченное количество ресурсов. Для майнинговых ферм и разработчиков ПО понадобится высокоскоростной интернет с выделенной линией.

Когда мы планируем запуск, должны заранее думать о том, кто к нам заедет и какие требования к помещениям могут быть, чтобы иметь возможность предоставить дополнительные условия и не потерять своих потенциальных резидентов.

Получение статуса технопарка или индустриального парка также сопряжено с нюансами. Нужно иметь подходящий тип строительства, выполнить требования соответствия, вступить в Ассоциацию кластеров и технопарков России и получить членство. Только после выполнения всех этих действий можно предлагать своим резидентам налоговые послабления.

Если мы хотим сдавать свои квадратные метры или продавать их крупным промышленникам, скорее всего, они будут располагаться не в черте города и представлять собой определённый хаб. Если мы хотим делать большое складское помещение, то расположение у объекта также будет за пределами города. Если же нашим промышленникам важно оставаться в черте города, мы будем ориентироваться на небольшие склады (4000-5000 квадратных метров). Тогда стоит строить предприятие сразу под компанию-резидента.

Подход к строительству технопарков и индустриальных парков тесно связан с концептуальными решениями. Их стоит придер-

живаться в период стройки, но важно учитывать, что резиденты могут смениться, что влечёт за собой корректировки. Иными словами, мы должны прописать такую концепцию, в которой будет место для изменений и рокировок с минимальной затратой сил и времени для нас самих.

Коммерческая недвижимость выгоднее загородной и городской ввиду большего процента прибыли. Если мы возьмём арендную ставку 120 000 рублей за квадратный метр, то через шесть лет, с учётом индексации 10-15% арендной ставки, уже окупим своё помещение. Помимо того, его стоимость будет расти на 10% в год. Доходность составит более 20%. Также мы можем покупать помещения с НДС и сдавать в упрощёнку, тем самым списывая ещё 20% и выигрывая в деньгах. Можно покупать коммерческую и промышленную недвижимость, а затем переводить её в стрит-ритейл, что принесёт нам более 35% годовых. Как это происходит. Коммерческая, складская и промышленная недвижимость условно стоит 140 000 рублей с учётом НДС за квадратный метр, а стрит-ритейл стоит от 260 000 рублей с НДС.

Девелопмент промышленной и коммерческой недвижимости сопряжён с более тонким подходом, маркетинговыми исследованиями и перезапуском. Планировка помещений, с учётом потребностей арендаторов, детальные исследования конечной стоимости готового продукта, развёртывание большой маркетинговой кампании по созданию сайта, брендбука, рекламы, логотипа – всё это про сегмент промышленности и коммерции.

Если участок земли, на котором в дальнейшем возводится объект, стоит полмиллиарда, стройка – миллиард, то выручка составит три миллиарда, а срок реализации – три года. Это очень серьёзные цифры, и отношение к проекту должно быть соответствующим. В отличие от работы с городской недвижимостью, здесь мы проверяем не только карту-план и коммуникации, но и то, что находится под нашим участком: какие трубы, водопровод, газопровод,

давление, обременения; нет ли трассировки изменения подъездных путей; не запланировано ли на этом участке строительство метро и т. д. Множество показателей требует тщательной проверки. Не стоит забывать и о том, что необходимо получить разрешение на строительство, соблюсти требования по озеленению (не менее 15%), требования по паркингу (количество машино-мест зависит от номинала здания, которое мы собираемся возводить). Если мы строим торговый центр, парковка будет большой; если строим фитнес-клуб, то гораздо меньше.

Подготовка к этапу строительства длится очень долгое время, не месяц и не два. Например, наша компания потратила два месяца только на маркетинг. И всё же если ответственно относиться ко всем проверкам и подготовке, то результат не заставит себя ждать и будет радовать.

ГЛАВА 8.

ИСКУССТВО ПРОДАЖ

Любой бизнес невозможен без продаж. Конечно же, каждый бизнесмен хочет, чтобы клиенты выстраивались в очередь за его продуктом, а спрос превышал любые ожидания. И все мы прекрасно знаем, что это невозможно. Сегмент недвижимости и земли не исключение.

Продажи влияют как на экономику в целом, так и на прибыль предпринимателей в частности. Это всем известный факт. На сегодняшний день есть множество курсов, обучений и мастер-классов по продажам. Коучи и эксперты соревнуются в преподавании учебных программ и методов продаж. И это, кстати, тоже является предпринимательской деятельностью.

«Как якорить клиентов?», «Как правильно отвечать на их вопросы?», «Как правильно отрабатывать возражения?» – основные вопросы, которые стоят перед каждым отделом продаж. И я не стану спорить с тем, что многие программы тех же коучей работают. Всё действительно так. Нас учат работать по скриптам. И в целом это стало определённой тенденцией – учить работать по листочкам, в которых расписаны ключевые фразы и диалоги. Таким образом, искусство продаж превращается в монотонную, однотипную и рутинную работу, от которой устают все менеджеры без исключения. Я также смог прочувствовать это на себе.

Из-за желания людей повысить конверсию вперёд шагнули и технологии. Сегодня нам звонят роботы, которые опять же работают по скриптам. Получается, что они могут заменить менеджера по продажам. Голоса роботов стали настолько похожи на человеческие, что иной раз мы уже не понимаем, с кем именно разговариваем.

Следствием мнимого усовершенствования процесса продаж становится потеря самого смысла. Будто находясь в амнезии, мы забываем о сути продаж – общении, простом человеческом общении живого человека с живым человеком. И это самое важное, что только может быть в продажах. Для менеджера, руководителя отдела, директора – да вообще неважно для какого уровня переговоров – самым важным остаются человечность и общение. Чем усерднее мы стандартизируем тот же процесс отработки возражений, тем хуже идут продажи. Почему же так получается? Потому что мы даём право и себе, и клиентам додумывать ответы.

Не нужно бояться живого общения, не стоит прятаться за скриптами и «отработанными схемами». Конечно же, живые продажи требуют больше сил, времени, в конце концов – определённых качеств и навыков. Но оно того стоит! Нам нужно научиться разговаривать с любым психотипом. Также стоит избавиться от убеждений. Например, если человек приехал на не очень дорогой машине, это вовсе не значит, что он не может себе позволить очень дорогой объект. К сожалению, до сих пор мы встречаем по одежке. А на самом деле это уже давно не так. Люди стремительно сходят с вершин и при большом достатке ведут себя скромнее, не демонстрируя окружающим своё состояние. Только этот факт мы не учитываем. Чаще всего мы просто об этом не задумываемся – как раз по причине собственных убеждений. Отсутствие живого общения также не позволяет нам быть более наблюдательными, перестраивать в первую очередь собственное мышление. Перейдём к сути искусства продаж.

У нас есть холодный звонок по заявке, а мы не успели на него ответить. Как правило, в такой ситуации менеджер перезванивает потенциальному клиенту через очень большое количество времени. Но даже если мы были заняты, потом забегались, нужно помнить об этом звонке. Он должен напомнить нам о себе посредством СМС, в виде заявки с сайта или специального оповещения о том, что до вас не дозвонились. В любом случае клиенту обязательно нужно перезвонить. И если мы по каким-то причинам не дозвонились, то нужно отправить сообщение, а самое главное – продублировать сообщение мессенджера в СМС. Даже в текущей ситуации остаются такие люди, которые не пользуются тем же WhatsApp. При этом у них не кнопочный телефон и высокий уровень достатка. Они могут не использовать мессенджеры по собственным убеждениям. А вполне возможно, что у человека два телефона: один – с мессенджерами, а второй – для связи, и звонили вам как раз со второго.

Уже в процессе общения вы поймёте, как клиенту удобно поддерживать с вами связь. Но изначально это неочевидно, а потому дублируем. И не нужно перезванивать через день после неотвеченного звонка, это нужно сделать при первой же возможности.

Многие тактики продаж подразумевают «дожим клиента». Мы начинаем донимать клиента звонками и сообщениями, звоним ему и начинаем наш диалог с фраз: «А вы к нам обращались...», «А вы подумали?», «А когда вы...», «А вы решили?». О чём вообще в данной ситуации клиент может подумать? Он относится к категории холодных клиентов, он оставил заявку, чтобы получить информацию. Он её в конечном счёте от вас получил. С чего вы взяли, что он обязательно должен что-то решить и перевестись в категорию тёплой базы?

«А вот у нас осталось всего три объекта. Скажите, когда вам удобно подъехать и посмотреть?» Да, эту тактику можно применить, но буквально один-два раза в месяц. Но если мы начинаем донимать

нашего бедного клиента каждые три дня с новыми предложениями, то, поверьте, он никакого удовольствия от этого не испытывает, зато раздражения – хоть отбавляй!

Забывать о холодном клиенте тоже категорически нельзя. Многие коучи учат: «Если вы позвонили клиенту три раза и все три раза он не ответил, то забудьте об этом клиенте». У меня возникает единственный вопрос: «А с чего вы взяли, что нужно совершить именно три звонка и они станут показательными?» Человек может быть просто занят. Да, все три раза так сложились обстоятельства: первый раз он ужинал со своей семьёй в ресторане, второй раз он был на совещании, а в третий раз – в спортзале. Вы просто не угадали с его ритмом жизни, хоть писали и звонили в разное время утром, днём и вечером.

Напоминание о себе должно сходить на нет, тогда рано или поздно между вами может сложиться тот самый диалог, а в дальнейшем – и самые обычные приятельские отношения. Напомните о своём существовании через неделю, потом – через две, затем через месяц напишите ему: «Привет! Как дела?» И вы сможете выйти с этим человеком на новый уровень.

В моей практике были случаи, когда клиенты возвращались через семь лет. Почему вообще человек мог вернуться через сколько-то лет именно к вам? Да потому, что вы не плюнули ему в лицо или спину, вы нормально с ним поговорили и не сказали ему, что он дурак, потому что занял у вас кучу времени. В первый раз вы показали ему сам объект, во второй раз скинули ему документы, которые он тщательно рассматривал и нашёл в них проблемы. От большого испуга он мог обратиться к нотариусу или юристу. Как мы уже говорили: специалисты могут быть разные. Где же гарантия, что наш покупатель не обратился к юристу со специализацией уголовных дел? Ему просто рекомендовали «толкового» юриста, а тот, в свою очередь, отговорил нашего клиента от покупки. Это вполне реальный вариант развития событий.

Может быть, он поговорил с вашим другим, уже существующим клиентом, с которым у вас не очень хорошо сложились взаимоотношения. Бывают и такие люди, и такие ситуации: они что-то у вас купили, им что-то не понравилось, и у них остался осадок. Вам они об этом, естественно, не сказали, зато пожаловались вашим потенциальным клиентам. И обо всём этом вы не знаете, да и в принципе знать не можете, вы же не экстрасенс.

Запомните: если вы плохо попрощались с человеком, то попрощались с ним навсегда. А если он к вам возвращается спустя семь лет, значит, вы сделали всё настолько правильно, настолько тонко, что вам можно поставить самую высокую оценку.

Клиент как дом. А мы с вами говорили, что дома разные, потому что люди разные. У каждого человека своё мировоззрение, собственный взгляд на те или иные вещи, собственная призма, через которую он смотрит. Мы не можем наверняка знать нашего клиента. Разве что можем классифицировать его по психотипу и дальше гадать о том, какой же он есть. Поэтому нельзя применять одну и ту же технику продаж и общения со всеми людьми подряд. Скрипт не работает на массу, он работает исключительно на процент, притом весьма низкий и условный. Вы даже с точностью не можете сказать, что он работает на тот процент людей, которые вам нужны. Вы просто не можете этого знать наверняка.

Компании упорно борются за клиентов, но обо всей экспертности, лидах и скриптах можно смело забыть. Любая стратегия на сегодняшний день хороша: СМС, email-рассылки, наружная реклама, контекст, таргетинг, ретаргетинг и многое другое. На рынке существует множество инструментов продаж – и все их надо пробовать. Искать и догонять клиента нужно агрессивно, а общаться – по-человечески.

Что я подразумеваю под словом «по-человечески»? Вы должны общаться не как продажник, который хочет «втюхать» клиенту что-то абсолютно ненужное, вы должны общаться с человеком

как такой же клиент и постепенно узнавать о потребностях, чтобы их закрыть. Со стороны это выглядит очень просто, на деле стратегия превращается в целое искусство. Приведу пример обычной продажи.

– Вам какой участок нужен?

– 8-10 соток.

– А где: на юге или на севере?

– На севере.

– У меня есть сейчас пять таких лотов. Давайте их посмотрим.

– Не хочу. Я уже смотрел все участки на севере, и мне ничего не понравилось.

– Если надумаете, позвоните. До свидания!

Всё, вы не просто завершили разговор, вы попрощались с клиентом навсегда. Да, может быть, вам кажется, что он весьма странный. Но почему бы не попробовать выявить, что же ему в этих участках могло не понравиться? Может, его участок мечты не сходится с реальностью, потому что он представляет себе деревья, а приезжает на грязное поле, по которому ездит бульдозер. Расскажите клиенту о минусах деревьев на участке, но ни в коем случае не переубеждайте его, потому что когда вы это делаете, то попадаете в категорию врагов. Получается, что вы доносите до клиента мысль, что он дурак, а вы умный. Поэтому вас нужно безоговорочно слушать, а все свои мечты засунуть куда подальше.

Выслушайте клиента. Если он действительно готов к торфу, деревьям, грунту, перепаду, если он хочет исключительно кирпичный дом – дайте ему то, что он хочет. Только дать это нужно качественно: с обратной связью и оглашением последствий такого выбора. Клиент скажет вам спасибо! А дальше сработает сарафанное радио. И поверьте: сколько бы инструментов продаж ни существовало на рынке, сарафанное радио – безотказный инструмент продаж во все времена. Наравне с этим прекрасно работают положительные отзывы о компании и о самом человеке.

Основная проблема на сегодняшний день заключается в том, что мы не умеем продавать. Точнее, мы хотим продавать и продаём, забывая, что общаемся с людьми. Эти люди ничем от нас не отличаются, но почему-то себя на их место мы не ставим. Уже неоднократно я повторяю, что нужно относиться к клиенту так, как вы бы хотели, чтобы относились к вам.

«А было бы мне комфортно, если бы со мной так общались?» – наверное, нет.

«А было бы мне комфортно, если бы мне писали четыре раза в день?» – нет.

«А было бы мне комфортно, если бы мне сказали, что я дурак?» – однозначно нет.

Тогда почему мы так себя ведём? Почему считаем, что если мы работаем в салоне «Мерседес», то имеем полное право оценивать человека по внешнему виду? Может, в салон пришёл всего лишь водитель, которому босс дал задание выбрать ему новую машину. Может, это вообще водитель гаража, которому было велено приобрести восемь новых автомобилей, а вы его выгнали из салона за неподобающий внешний вид.

Всегда нужно помнить, что мы общаемся с такими же людьми, как мы сами. А потому должны быть понятными в своём диалоге, не только слушать, но и слышать своего собеседника, не переубеждая его. Нужно продать клиенту то, что он хочет, предварительно убрав из такой покупки проблемы.

ГЛАВА 9.

ПАРТНЁРСТВО

Девелоперские проекты отличаются длительностью реализации и масштабностью. Требования рынка также ставят девелоперов на тропу изобретательности, ведь хороший проект требует не просто качественного исполнения, но и уникальности. Поэтому партнёрские девелоперские проекты всё чаще реализуются на территории нашей страны. Партнёрство имеет ряд преимуществ: делегирование финансовой нагрузки и экспертности, как следствие – ответственности. Каким же бывает партнёрство в сфере девелопмента?

Партнёрство может быть разным как по форме организации, так и по факту вступающих в него лиц:

- два физических лица;
- два юридических лица;
- одно лицо – владелец земли, второе – строительная компания.

Партнёрство можно рассматривать и в разрезе поиска инвестора или реализатора. Наличие капитала крайне важно при реализации любого девелоперского проекта. В текущей экономической ситуации кредитование далеко не всегда является лучшим вариантом приобретения капитала для реализации строительных и иных работ. Субсидирование также не является устойчивой позицией, поскольку сопряжено с облагораживанием территорий.

Иной раз, получив субсидию, девелопер получает и предписание построить не только жилой комплекс или посёлок, но и поликлинику, детский сад, школу. Привлечение дополнительных инвестиций для реализации проекта становится для девелопера очень важной задачей, с которой ему может помочь инвестор.

В случае промышленного девелопмента могут возникать другие требования: соблюдение определённых фасадов зданий и многих других неочевидных нюансов. Девелоперу не всегда хватает экспертизы для соблюдения требований. Тогда отличным партнёром становится компания, реализующая долю проекта или проект в целом.

Партнёрство бывает необходимо в ситуации, когда у юридического лица есть большой земельный участок в собственности, а экспертизы в строительстве нет. Тогда он обращается к компании, которая занимается разработкой концепции и строительством. Притом такая компания может быть не просто юридическим лицом, а группой компаний: юридическое лицо входит в другую компанию с землёй. Аналогично происходит в ситуации со строительной деятельностью, человек, владеющий агентством недвижимости, входит в ГК для реализации проекта.

Далее партнёрские взаимоотношения выстраиваются на основании распределения долей. Например, земля – это полмиллиарда рублей, а строительство на этой земле – ещё миллиард рублей; продажи и маркетинг составляют 100 миллиардов рублей. В этих пропорциях делится прибыль. Но при этом стоит учитывать, что человек, который владеет землёй, не вносит вклад в реализацию, он просто даёт землю, на которой идёт строительство. Человек, который строит, выходит из проекта по завершении работ. А вот человек, который продаёт, входит в проект с самого его начала и доходит до полной реализации проекта. Он может не входить в проект с большими деньгами изначально, но он живёт этим проектом «от и до», в отличие от того, кто владеет землёй.

Также есть партнёрство, которое подразумевает двух собственников-руководителей бизнеса операционных задач. Бывает, что партнёры остаются только собственниками бизнеса и принимают решение нанять человека, который будет управлять всеми операционными процессами и бизнесом в целом.

В разрезе загородной недвижимости формы партнёрства не меняются. Это могут быть и застройка, и агентские договоры. Ещё одной интересной формой партнёрства может являться продажа полностью упакованного проекта. То есть вы подготовили проект и продали его, кто-то его реализовал и продал, кто-то его купил и сдаёт в аренду.

Артём Чесноков

ПРОДАЁТСЯ



Издательство «Перо»

109052, Москва, Нижегородская ул., д. 29-33, стр. 15, ком. 536

Тел.: (495) 973-72-28, 665-34-36

Подписано в печать 24.01.2025. Формат 60×90/16.

Бумага офсетная. Усл. печ. 4,875 л. Тираж 100 экз. Заказ 065.