

Co chtějí klienti a na co sázejí developeři

Anketa:

1. Jaká jsou aktuálně hlavní kritéria zákazníků při výběru bytu?
2. Na čem stavíte značku své developerské společnosti?



Ján Horváth,
generální ředitel
Real Estate, CTR
group

1. Na prvním místě je jednoznačně lokalita. Všechny naše projekty najdete v atraktivních lokalitách v centrálních částech měst, tedy v lokalitách s plnou občanskou vybaveností a dobrou dostupností MHD. Dalším důležitým kritériem je úroveň standardního vybavení bytů. V našich projektech klienti už ve standardu najdou například podlahové vytápění, francouzská okna nebo předokenní žaluzie. V koupelnách standardně děláme přípravu pro instalaci whirlpool vany nebo sauny. To, že je důležitým kritériem výběru bytu také cena, asi netřeba zdůrazňovat, i když v případě našich zákazníků většinou není na prvním místě. Spíš jde o to, aby klient za danou cenu dostal adekvátní protihodnotu, tedy byt v kvalitní lokalitě a ve vysokém standardu vybavení, jehož hodnota se bude v čase zvyšovat.

2. Opět musím zmínit lokalitu. Ta je alfou a omegou všech projektů. Nechceme stavět na periferiích měst či dokonce za jejich hranicemi, ale pouze v kvalitních a tradičních rezidenčních lokalitách s veškerou občanskou vybaveností. Naším cílem je klientům nabídnout produkt s vysokou přidanou hodnotou, jež bude v čase růst, a kvalitní lokalita je proto nutným předpokladem. Nezaměřujeme se také jen na prodej, ale nabízíme i byty k pronájmu. V Praze provozujeme areál Albertov Rental Apartments. Firemní filozofií je pronajímat byty kompletně a nadstandardně zařízené, aby klient mohl přijít jen s kufrem a začít okamžitě bydlet.



Marcel Soral,
generální ředitel,
Trigema

1. V první fázi se klienti snaží vybírat bydlení podle svých snů a představ. Do výběru bytu se promítají atributy, jako je atraktivní lokalita, dispozice a příslušenství nabízené k bytu, kladné reference, důvěryhodnost nebo prestiž developera. Čím více se blíží termín závazného rozhodnutí, tím více se dominantním faktorem stává cena bytu a celkový rozpočet na bydlení. To se nakonec ve většině případů, vedle lokality, stává nejdůležitějším kritériem výběru.

2. Na stabilitě, historii, důvěryhodnosti, know-how a referencích. Vždy se snažíme být na předních pozicích v parametru bytu – poměr cena/výkon. To je pro nás nesmírně důležité. I kvůli tomu jsme vloni zahájili realizaci konceptu Chytrého bydlení, jehož standardy aplikujeme na každý náš projekt. Chceme tím zaručovat vysokou kvalitu našich nových bytů, ať již budou postavené v Letňanech nebo Nových Butovicích.



Dušan Kunovský,
předseda
představenstva,
Central Group

1. U kupujících sledujeme tři základní trendy. Prvním je správně nastavená cena, která v synergii s rekordně nízkými úroky hypoték způsobuje dostupnost bydlení pro široké spektrum zákazníků. Největší zájem je dlouhodobě

o cenově dostupné byty v lokalitách s dobrou dopravní dostupností a pak také o nadstandardní a dobře naceležené projekty v širším centru města. Druhým trendem je preference architektonicky kvalitních a komplexních lokalit včetně infrastruktury. Třetím je postupný odklon od papírových „vzdušných zámků“ a preference bytových areálů ve výstavbě, u nichž klienti mají jistotu včasného nastěhování.

2. Hlavně jsou to největší výběr lokalit v Praze a okolí, nejširší a nejvýhodnější podmínky financování nového bydlení včetně hypotéky s garantovaným úrokem 1,79 procenta ročně či možnosti odkladu platby až na rok po nastěhování a garance nejlepší ceny na všechny prodávané byty a domy. Dalším důležitým hlediskem je bezpečí a jistota klientů. Všechny projekty financujeme výhradně z vlastních zdrojů bez použití bankovních úvěrů, takže klienti mají jistotu, že své peníze svěřují kapitálově silné společnosti. Vysoká kvalita je navíc prověřená 21 lety Central Group na českém trhu a největším počtem realizovaných projektů.



Jan Řežáb,
majitel, JRD

1. Samozřejmě bych byl nejraději, kdyby to byla environmentální šetrnost a energetická úspornost. Ale to jsou bohužel zatím jen malá závažíčka na vahách rozhodování zájemců o byt. Stále je to zejména lokalita a cena. Takže musíme být v atraktivní lokalitě za konkurenceschopnou cenu s krásným domem a v souladu s naší filozo-

fií, tedy stavět úsporně a ekologicky.

2. Stavíme byty tak, aby byly na špičce v technické kvalitě, energetické úspornosti, zdravém prostředí pro klienta a environmentální šetrnosti. Jdeme hluboko do technické oblasti každé profese při návrhu a provádění stavby. JRD není jen developer „investor“, ale jsme především technici, stavaři a ekologové. A vysoká kvalita v těchto oblastech musí být podložena i dobrými ekonomickými výsledky.



Otto Koval,
obchodní ředitel,
KKCG Real
Estate

1. Záleží na tom, jaký byt nebo dům klient poptává. Zákazníci většinou hledají lokalitu, ve které už bydlí nebo bydleli, kde žijí jejich příbuzní nebo kde pracují. Nabídku pak porovnávají se svými finančními možnostmi. S ohledem na vyšší segment bydlení, ve kterém působíme, jsou podle průzkumů u našich zákazníků kromě lokality a ceny hlavními kritérii kvalita použitých materiálů, variabilita, funkčnost a úplnost dispozic, energetická náročnost domu nebo bytu a s tím související provozní náklady. Klienti také oceňují kompletní servis při zajištění klientských změn.

2. V souladu s vizí naší společnosti budujeme značku KKCG Real Estate na nadčasovém designu a inovacích s respektem k lokalitě a životnímu prostředí v duchu zásad udržitelného rozvoje. Výrazný podíl na hodnotě naší realitní značky má samozřejmě i finanční síla, stabilita a goodwill skupiny KKCG. →dna