

КОНТЕКСТ

РЫНКА

НЕДВИЖИМОСТИ

СЕГОДНЯ

НЕ ДЛЯ ВСЕХ

13

03

ИССЛЕДОВАНИЯ?

CJM?

JTBD?

AARRR?

ДИЗАЙН
ДИГ
МЕТ
СОСНОВАТЕЛЬ

ТОР
ЛОГ



МАКС
ПИЧУГИН

СКОРОСТЬ И УРОВЕНЬ ИЗМЕНЕНИЯ КОНТЕКСТОВ РЫНКА

Что происходит
с рынком



01. СКОРОСТЬ



Экономический рост

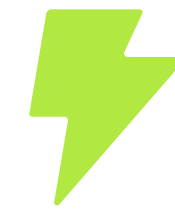
Правительство России прогнозирует, что **темпы экономического роста в 2025 году замедлятся до 2,5%** с примерно 4% в 2024 году в результате мер по охлаждению перегретой экономики.



Прогнозы МВФ

Согласно прогнозам МВФ, **экономический рост в 2025 году составит всего 1,3%**. Это связано с высокой зависимостью России от государственных расходов.

02. ТЕНДЕНЦИИ



Продажи новостроек

По оценкам, продажи новостроек в России **могут снизиться на 19-35% в 2025 году**. В базовом сценарии это означает снижение продаж с 7,5 триллионов рублей до 4,9-6,1 триллионов рублей.



Рынок жилья

Рынок жилья в России охлаждается после завершения крупной государственной программы субсидированных ипотек, поскольку **высокие процентные ставки значительно снижают объемы кредитования**, ограничивая спрос и замедляя рост цен на продажи.

03. ИЗМЕНЕНИЯ



Строительство жилья

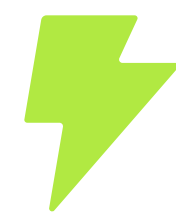
Ожидается, что **объёмы строительства жилья в России снизятся на 30% в 2025 году**. Это связано с параллелями между текущим кризисом и предыдущими экономическими спадами.



Цены на жилье

После завершения программы субсидированных ипотек, **цены на новое жильё могут снизиться на 20–30% при благоприятных экономических условиях**, в то время как цены на почти готовые квартиры и вторичное жильё могут увеличиться.

04. ДИНАМИКА



Темпы роста

Ожидается, что строительная отрасль России за прогнозируемый период зарегистрирует **среднегодовой темп роста в 3,2% с 2025 по 2028 год.**



Цены на жилье

После завершения программы субсидированных ипотек, **цены на новое жильё могут снизиться на 20–30% при благоприятных экономических условиях,** в то время как цены на почти готовые квартиры и вторичное жильё могут увеличиться.

ПЕЧАЛЬКА

ГРУСТЬ

ТЛЕН



Ну всё!

свои дела

лавозчику

ИССЛЕДОВАНИЯ



ЧТО ДЕЛАТЬ ЕСЛИ НУЖНО...

опросы

scira.ai

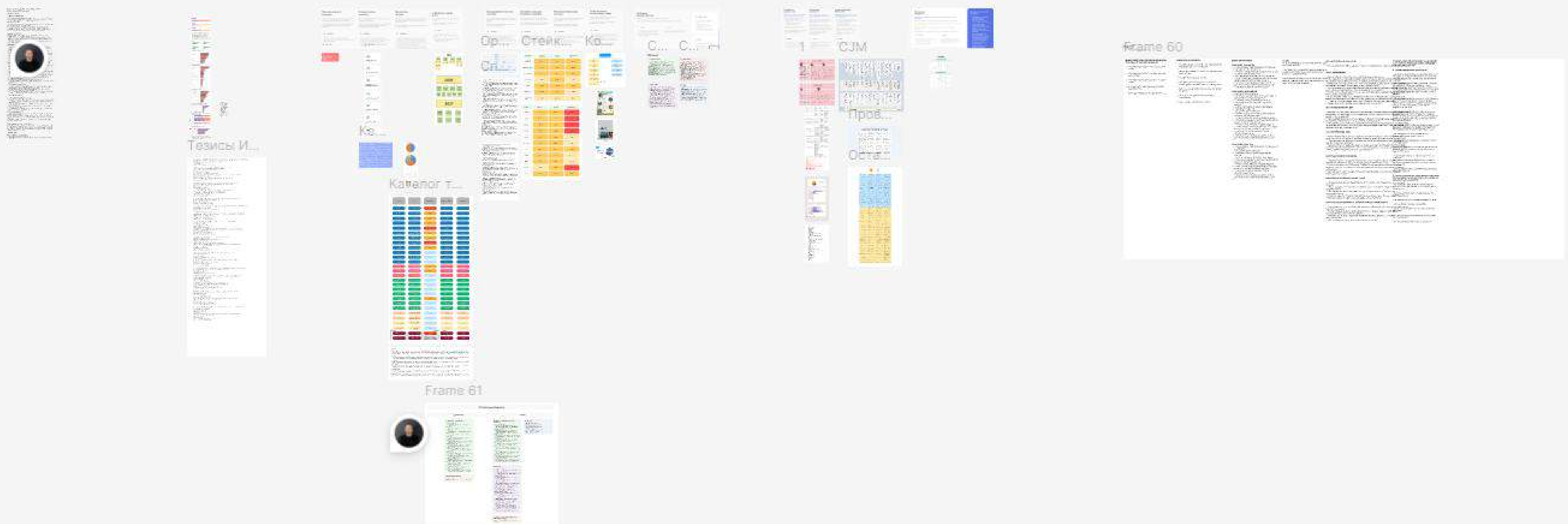
БЫСТРО ДЕШЕВО ВЧЕРА



НЕ ТОЛЬКО
СТАТИСТИКА
И МЕТРИКИ

ЧТО СМОТРИМ МЫ?

1. Исследование продукта/услуги
2. Исследование потребителей
3. Контекст потребления (JTBD + CJM)
4. Исследование рынка и трендов
5. Исследование конкурентов



A vibrant, stylized sculpture of a child's head and torso. The body is yellow with green polka dots. The face is pink with large, expressive blue eyes, red lips, and a pink ring around the neck. The head is decorated with a black and white checkered pattern and a blue star-shaped hat. The sculpture is signed 'KAWAII' on the side.

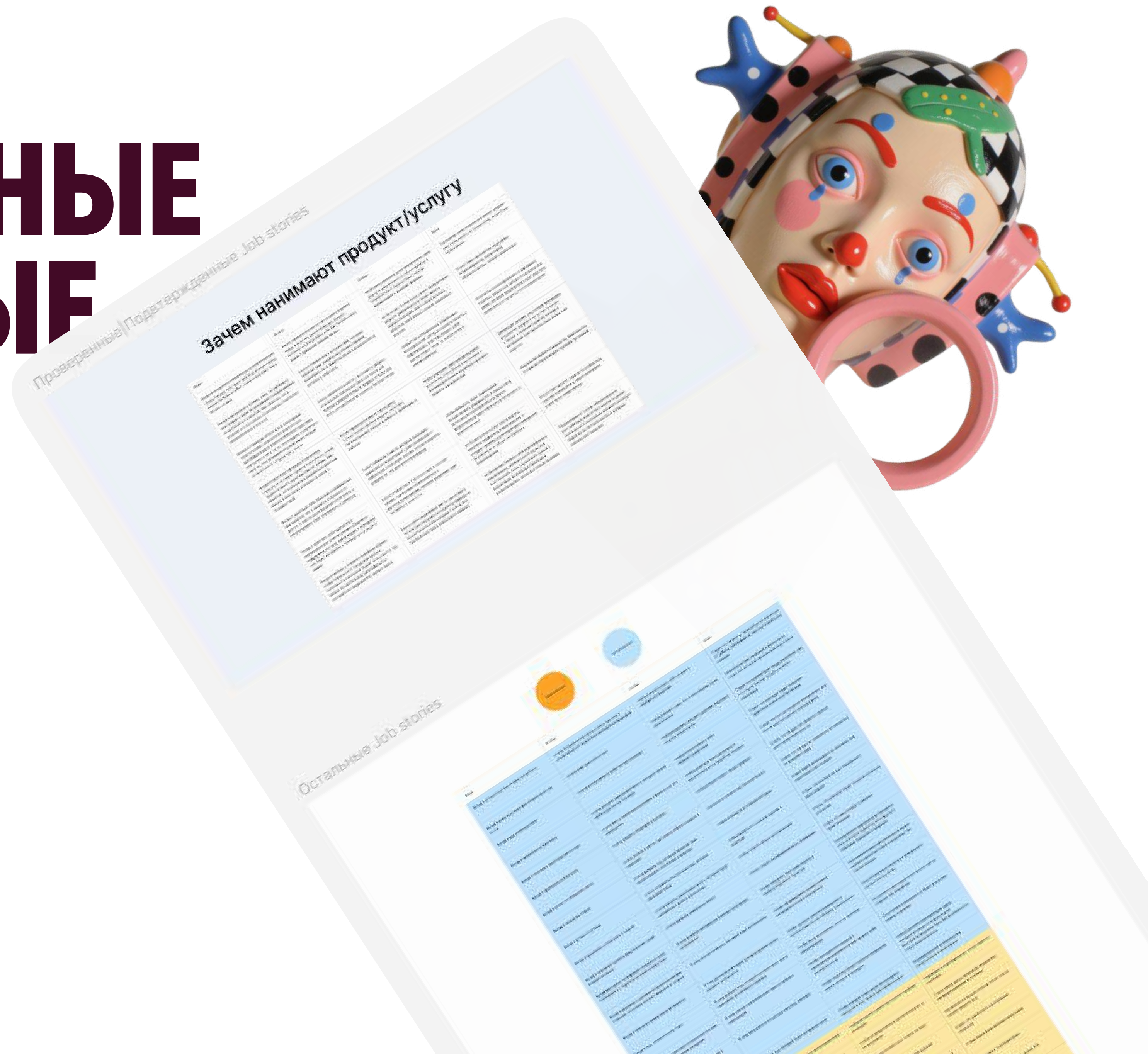
Книга 2

[illegible]

JTBD ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ РАЦИОНАЛЬНЫЕ

Книга 1

Книга 2



ААРРР



Статья

Статья 2

Статья 3

1. Acquisition — привлечение;
2. Activation — активация;
3. Retention — удержание;
4. Revenue — доход;
5. Referral — рекомендации.

МЕТОД АДАПТАЦИИ

ИЗУЧИЛИ
ЧТО ДЕЛАТЬ?



СПОСОБЫ ПРЕВРАЩЕНИЯ ИДЕИ В РАБОЧИЙ ПРОЕКТ



СПОСОБЫ ПРЕВРАЩЕНИЯ ИДЕИ В РАБОЧИЙ ПРОЕКТ



01. МЕТОД МЕТАФОР

Суть:

выражается через образы или явления, которые ассоциируются с его ценностями

Когда применять:

для эмоциональных брендов, чтобы создать ассоциативный образ

Пример:

«Red Bull — это крылья». метафора, выражающая энергию и свободу

02. МЕТОД ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ

Суть:

подбор ключевых прилагательных, которые описывают личность и тон бренда.

Когда применять:

для разработки брендов с ярко выраженной вербальной идентичностью и уникальным голосом

Пример:

СБЕР — «честный», «консервативный», «дружелюбный»



03. МЕТОД СЛОМА СТЕРЕОТИПОВ

Суть:

бренд строится на принципе противопоставления стереотипам и общепринятым нормам в индустрии

Когда применять:

если бренд хочет выделиться и идти против трендов

Пример:

Dove ломает стереотипы о красоте, продвигая идею естественности



04. МЕТОД ПОДМЕНИ ПОНЯТИИ



Суть:

бренд создаёт новый смысл для привычных понятий или категорий

Когда применять:

для брендов, которые хотят изменить восприятие категории и предложить новый взгляд

Пример:

изменение восприятия категории фастфуда, как это сделал McDonald's, продвигая идеи здорового питания

КЕЙСЫ





Квартир
много*

Такого дома
Тула не видела
25-этажный дом
в парке

*осталось 233 из 288

НОМЕР ОДИН

подробнее о доме
nomerodin.ru

статьи, комментарии, статьи

+7 4812 54-50-47

бюро, средняя, первая

подробнее о доме
nomerodin.ru

статьи, комментарии, статьи

подробнее о доме
nomerodin.ru

статьи, комментарии, статьи

подробнее о доме
+7 4812 54-50-47

бюро, средняя, первая

Квартир
мало*

Такого дома
Тула не видела
25-этажный дом
в парке

*осталось 37 из 288

НОМЕР ОДИН

+7 4812 54-50-47

nomerodin.ru

+7 4812 54-50-47

nomerodin.ru

+7 4812 54-50-47

nomerodin.ru

+7 4812 54-50-47

nomerodin.ru

+7 4812 54-50-47

nomerodin.ru

+7 4812 54-50-47

nomerodin.ru

Просто
будь

nomerodin.ru

НОМЕР.ОДИН®

Будь
номером
один

Свой парк
во дворе

nomerodin.ru

НОМЕР.ОДИН

Г КОНСОЛЬ



НОМЕР.ОДИН

nomerodin.ru

Будь
выше
всех

Первый 25-этажный
дом в городе

Г КОНСОЛЬ



+7 812 000 00 00

ВсеВгород

VSEVGOROD.RU

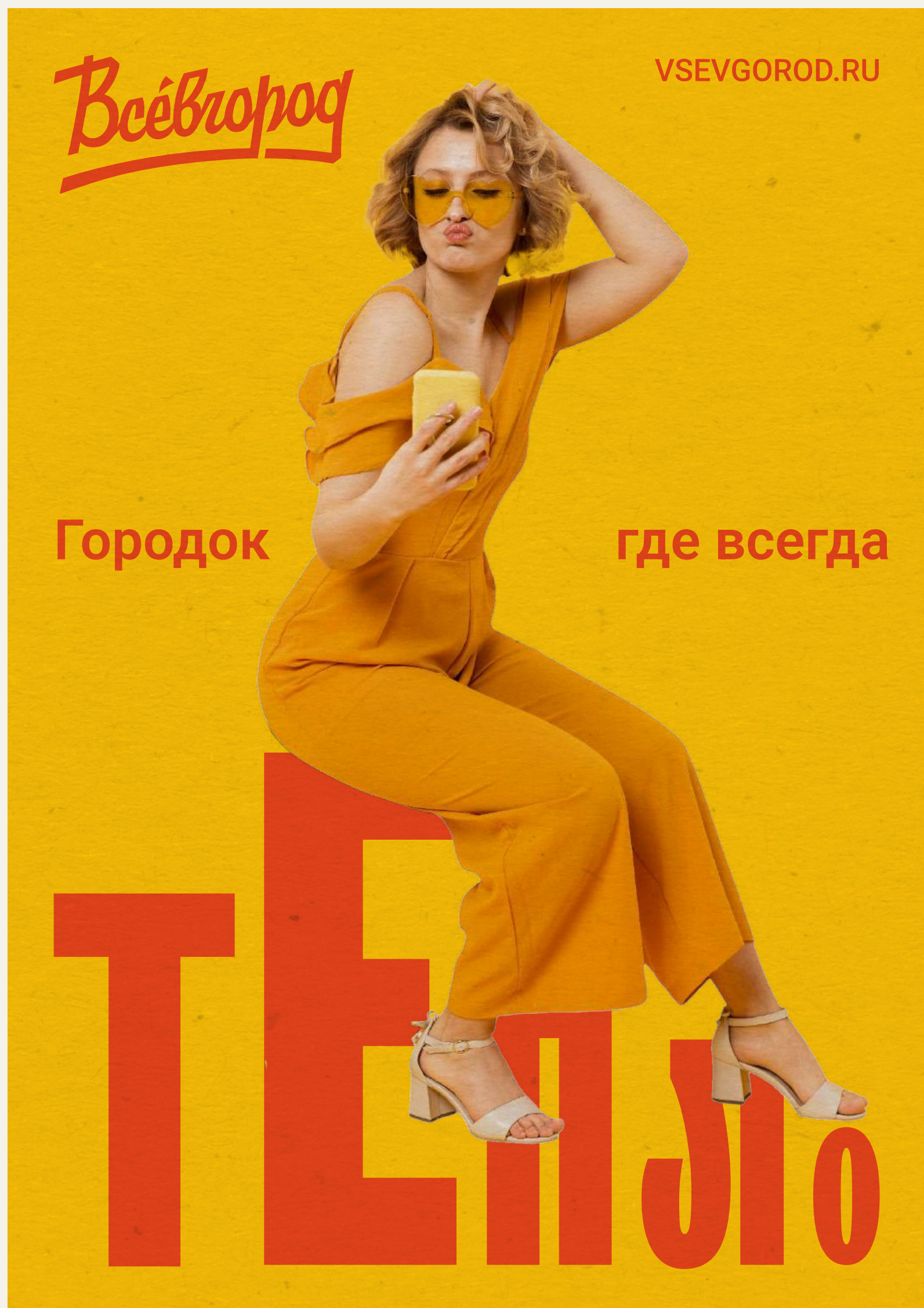
ГОРОДОК
ГДЕ ВСЕГДА
УЮТНО

350 000
квадратных
метров

Не просто
ЖК, а целый
город

ГОРОДОК
ГДЕ ВСЕГДА
ТЕПЛО

350 000
квадратных
метров





Всёгород

VSEVGOROD.RU

ГОРОДОК
ГДЕ ВСЕГДА
УЮТНО



ГОРОДОК
ГДЕ МНОГО
ЗЕЛЕНИ



С О
МНОЙ КАК
ЗА КАМЕННОЙ
СТЕНОЙ



Корона
Бел
Алма





МАМ САМЫЙ СИНИЙ ЭАБОР
ЧН НЕНАРОДНО



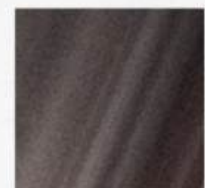
К О М П Л Е К С

02

КВАРТАЛ
ОТВЕЧАЕТ

АРХИТЕКТУРА

КВАРТАЛ ОТВЕЧАЕТ



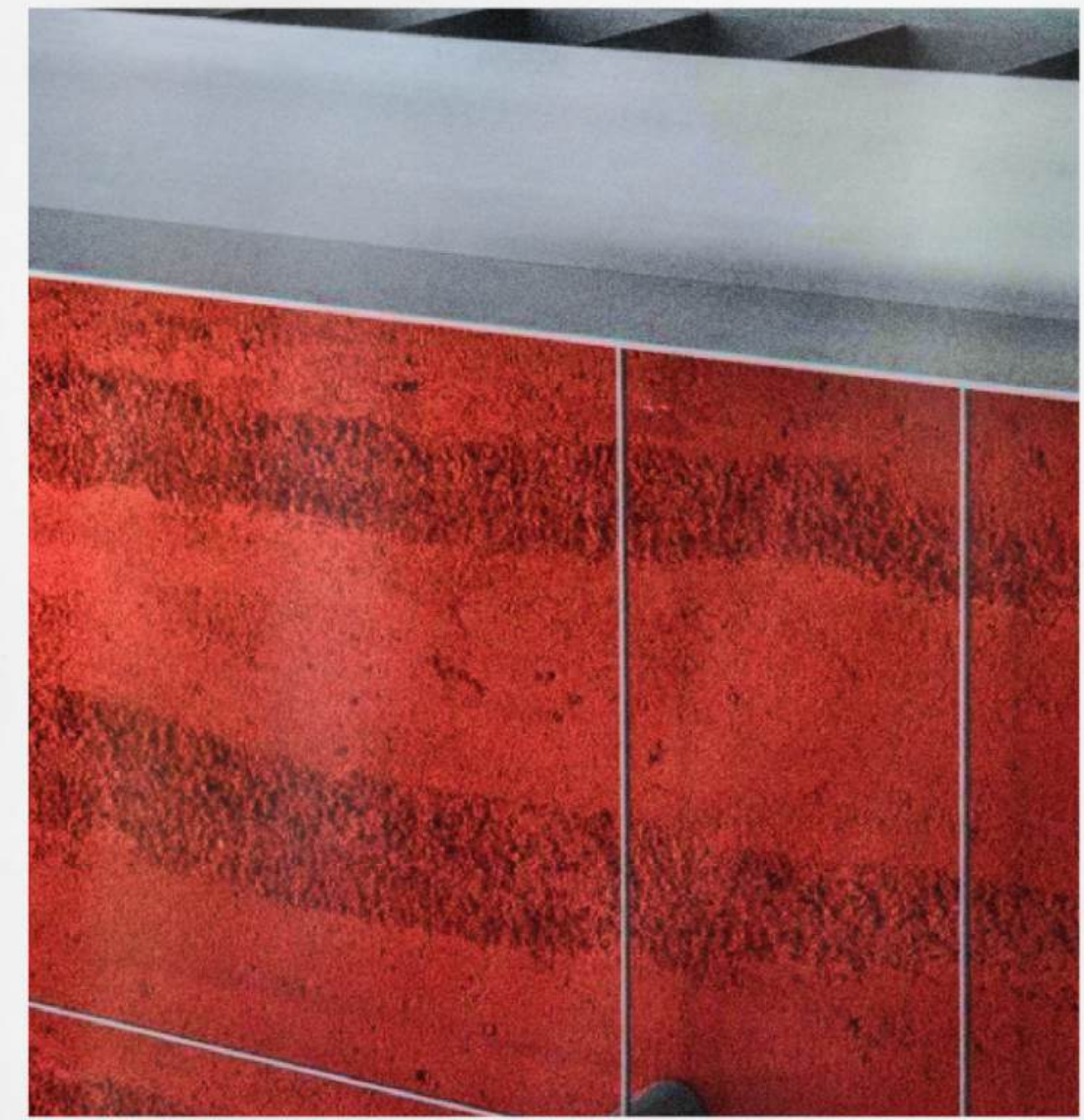
01.

АРХИТЕКТУРА КОМПЛЕКСА А22 – ЭТО ЯРКОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ
СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДОВ И ЧИСТЫХ ИДЕЙ. ДВЕ СТЕКЛЯННЫЕ БАШНИ,
ПЕРВАЯ ИЗ КОТОРЫХ 43 ЭТАЖА, А ВТОРАЯ – 35.

СКОРОСТЬ

03

04



ИНТЕРЬЕР
В УОДЖЕ

А22 КАК ФЕНОМЕН

02.

ЭЛЕГАНТНОСТЬ



МИР
УЖЕ
ОСВОЕН
ТЕПЕРЬ
ДАЛЬШЕ



Р
Е
С
Т
О
Р
А
Н





КВАРТАЛ
СООТВЕТСТВУЕТ

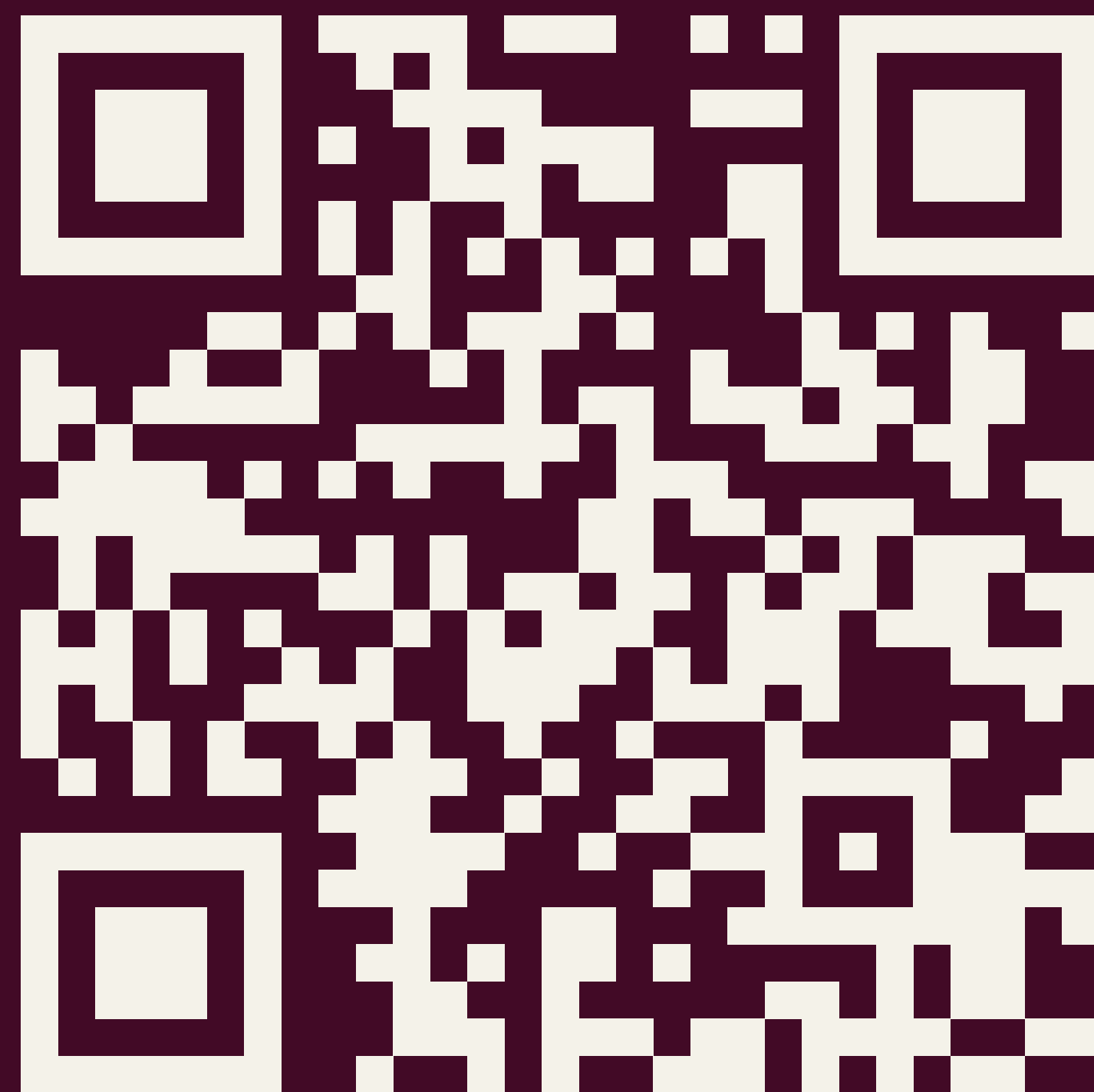


®



KONSOL . RU

ПИНКИ



ПАНКИ