# Nowe inwestycje – w jaki sposób deweloperzy powinni o nich komunikować?

**Dla deweloperów sukces nowych inwestycji nie zależy tylko od jakości projektu czy lokalizacji nieruchomości, ale także od skutecznej komunikacji, skierowanej do odpowiednich grup interesariuszy i potencjalnych kupujących. To, jak mówimy, co mówimy i gdzie mówimy, ma ogromne znaczenie. Oto kilka kluczowych porad dla deweloperów na temat planowania komunikacji o nowych inwestycjach.**

Rynek nieruchomości w Polsce powoli powstaje z kolan po czasie pandemii. I choć nadal koniunktura jest na minusie, to coraz więcej konsumentów rozważa zakup mieszkania czy domu. Analitycy i ekonomiści PKO BP przeanalizowali rynek, a badania pokazują, że ceny nieruchomości powoli zaczynają się odbijać po czasie stagnacji. Przewiduje się, że do I kw. 2024 roku odnotujemy wzrost cen mieszkań rzędu od 5 do nawet 10 proc. Czy rosnące koszty metra kwadratowego zniechęcą konsumentów do kupowania lokali? Nic na to nie wskazuje.

## Na co zwracają uwagę Polacy podczas poszukiwania wymarzonej nieruchomości?

Jednym z kluczowych czynników jest oczywiście cena, ale nie odgrywa ona najważniejszej roli. Liczą się funkcjonalność pomieszczeń, wygoda mieszkania i koszty energii – taką odpowiedź podało 87 proc. osób[[1]](#footnote-1). Dla 85 proc. z nich duże znaczenie ma jakość powietrza i atrakcyjność nieruchomości, a dla 84 proc. – ilość zieleni wokół i to, czy mieszkanie jest dobrze doświetlone. Mając na uwadze preferencje konsumentów, z pewnością warto dobrać odpowiednie narzędzia do komunikowania o nowych inwestycjach.

## Postaw na stronę internetową

Aktualizacja strony internetowej firmy z dedykowaną sekcją dotyczącą nowych inwestycji jest podstawą. Warto zamieścić informacje o projekcie, jego celach, korzyściach oraz postępach robót. Należy wykorzystać zdjęcia, grafiki i filmy, aby przedstawić mieszkania.

 - *Cyfrowa transformacja zmieniła oblicze branży nieruchomości. Dziś kluczowym krokiem ku sukcesowi jest obecność online. Strona internetowa to wizytówka, ale również najskuteczniejsze narzędzie dotarcia do szerokiego grona potencjalnych klientów. Dodatkowo, umożliwia dostarczanie klientom kompleksowych informacji o oferowanych nieruchomościach. Mogą oni przeglądać zdjęcia, opisy, dane techniczne i plany budynków w dogodnym dla siebie czasie, co ułatwia proces poszukiwania i porównywania ofert. Nowe technologie umożliwiają także organizowanie wirtualnych spacerów i dają możliwość lepszego zapoznania się z nieruchomością –* wyjaśnia Sebastian Kopiej, Prezes Zarządu agencji PR Commplace.

Strona internetowa to jedno z narzędzi do promocji inwestycji nieruchomościowych, niemniej ważnym kanałem są także social media.

## Zwiększ zainteresowanie nieruchomością

Social media to miejsce, gdzie wielu potencjalnych nabywców nieruchomości spędza znaczną część swojego czasu. Dzięki odpowiednio prowadzonym profilom społecznościowym, możemy dotrzeć z naszym przekazem do szerszej grupy docelowej, przyciągając uwagę potencjalnych klientów.

 - *Relacjonowanie procesu powstawania nieruchomości to doskonały sposób na budowanie zaufania i więzi z klientami. Filmy prezentujące postępy prac, a także opowieści o wyzwaniach i sukcesach - to wszystko sprawia, że klienci czują się bardziej zaangażowani i związani z projektem. To nie tylko promocja nieruchomości, ale też budowanie emocjonalnej więzi z przyszłymi nabywcami* – dodaje prezes Commplace.

W social mediach można także budować atmosferę oczekiwania – pokazywać poszczególne elementy budynków, zapowiadać nowe kroki, ukazywać funkcjonalność nieruchomości i ciekawostki o niej.

## *Drzwi otwarte* sposobem na przyciągnięcie klientów

Sprawdzonym sposobem na przyciągnięcie klientów jest organizowanie tzw. dni otwartych na budowie. Możesz zaprosić potencjalnych kupujących już na tym etapie, gdy budynki stoją, ale nie są jeszcze wykończone. W ten sposób pokażesz im, jak wygląda osiedle, jakie ma udogodnienia i dlaczego warto na nim zamieszkać. Kolejne spotkanie może odbyć się, gdy mieszkania będą gotowe i wkrótce trafią do sprzedaży.

Nie należy zapominać także o sprawdzonych sposobach sprzedaży online, takich jak Google Ads. W ten sposób możemy dotrzeć do osób z odpowiednim portfelem i zainteresowanych zakupem mieszkania.

Komunikowanie nowych inwestycji budowlanych powinno być kluczowym elementem planowania sprzedaży nieruchomości. Działania outdoorowe, w social mediach i w Internecie na pewno pomogą w skutecznym promowaniu inwestycji.

1. <https://poradnikbudowlany.eu/na-co-polacy-zwracaja-uwage-przy-zakupie-nieruchomosci/> [↑](#footnote-ref-1)