



POCZUJ SIĘ JAK U SIEBIE

DOMY OTWARTE JAKO NARZĘDZIE PROMOCJI NIERUCHOMOŚCI



Dominika Dąbrowska

Agent Nieruchomości biura RE/MAX DUO, Ambasador RE/MAX Europe, twórca marki Sceny Domowe, prowadzi warsztaty fotografii nieruchomości i szkolenia z organizacji domów otwartych. Od 4 lat organizuje comiesięczne „śniadania” krakowskich pośredników nieruchomości, uczestniczka międzynarodowych szkoleń i konferencji branżowych, od USA po Australię.

Open house – dom otwarty, drzwi otwarte, a może dni otwarte? W języku polskim funkcjonuje kilka określeń i niektóre z nich kojarzymy nawet z akcji marketingowych prowadzonych w innych branżach (np. salonów samochodowych), czy też bliższych nieruchomościom dni otwartych inwestycji deweloperskich. A jak takie wydarzenie może służyć pracy agentów nieruchomości?

Open house jako wydarzenie promujące sprzedaż domu jest od kilkudziesięciu lat popularny w USA czy Australii. W ustalonym dniu i o konkretnej godzinie (wg mojego doświadczenia dom otwarty powinien trwać 1-2 godziny) zainteresowani zakupem nieruchomości klienci mogą przyjść i poznać mieszkanie lub dom wystawione na sprzedaż.

W sierpniu 2017 roku miałam okazję uczestniczyć w kilku domach otwartych organizowanych przez Biuro Nieruchomości RE/MAX REAL ESTATE SERVICES w Cairns, w stanie Queensland w Australii. Tu nie jest to nic specjalnego, a normalne i regularne narzędzie marketingowe. Każdej soboty w tym mieście można wziąć udział w kilkudziesięciu domach otwartych w różnych nieruchomościach, organizowanych przez różne biura zajmujące się pośrednictwem.

Domy otwarte trwają tutaj 30 minut i służą klientom szybkiemu poznaniu jak największej liczby interesujących ich nieruchomości. Następnie, albo agent kontaktuje się z oglądającymi i umawia się z nimi na indywidualne spotkania, albo zaprasza ich na „aukcje”, czyli wydarzenia przypominające licytacje nieruchomości (niekiedy nie zadłużonych).

Z opowieści agentów z USA wiem, że tam domy otwarte mają też różne charaktery – od szybkich, organizowanych bez specjalnych przygotowań, 30-minutowych prezentacji po dłuższe nawet kilkugodzinne spotkania dla całych rodzin połączone nawet z cateringiem czy minibankietem. Miałam okazję uczestniczyć w podobnym wydarzeniu w portugalskim Porto, gdzie oprócz serwowania słodkich przekąsek, odbywała się degustacja typowego w tym rejonie wina porto.

CEL, CZYLI PO CO ORGANIZUJE SIĘ DOMY OTWARTE

Dom otwarty jest zaplanowanym działaniem marketingu nieruchomości. To niezobowiązujące spotkanie, na które klient może przyjść z całą rodziną i zajrzeć w każdy kąt sprzedawanego domu. To czas, by mógł poczuć atmosferę danej nieruchomości i przekonać się, czy chciałby zamieszkać w niej ze swoją rodziną.

Głównym celem jego organizowania jest oczywiście szybka sprzedaż nieruchomości, w jak najwyższej cenie. Czasem na odpowiednio wcześniej wypromowanym wydarzeniu pojawia się kilku zainteresowanych klientów i nawet jeszcze w trakcie jego trwania składają oni oferty na zakup danego mieszkania czy domu. Czasem też, mimo intensywnych działań promocyjnych, nie pojawia się nikt. Wtedy należy zastanowić się, czy grupa docelowa została właściwie dobrana, czy też może cena jest zbyt wysoka i to ona zniechęciła potencjalnych klientów.

JAK PROMOWAĆ DOM OTWARTY

Z wyprzedzeniem, około tygodniowym, umieszczamy odpowiednią informację w ofertach danej nieruchomości, publikowanych na różnych portalach ogłoszeniowych. Adnotacja może być zarówno w formie fragmentu opisu, jak i specjalnej grafiki czy oznaczenia na zdjęciu. Dodatkowo, np. na portalu Nieruchomosci-online.pl pojawia się dodatkowe wyróżnienie informujące o zaplanowanym domu otwartym.

Warto też dodać informacje o nim w różnych social media. Ciekawą formą jest też stworzenie wydarzenia na Facebooku i jego promocja wśród potencjalnych klientów, w grupach ogłoszeniowych czy też zapraszanie współpracujących pośredników. Z racji tego, że łatwo przegapić te informacje w gąszczu aktualizacji, warto też skontaktować się z klientami czy pośrednikami bezpośrednio z zaproszeniem – mailowo lub telefonicznie. Tu zachęcam do kontaktowania się z pośrednikami mającymi albo podobne nieruchomości, albo działającymi w tej samej lokalizacji, w której



— fot. Dominika Dąbrowska

znajduje się ta nieruchomość. Pośrednicy korzystający z systemu wymiany ofert MLS mogą też wysłać e-mail z zaproszeniem na dom otwarty do grupy ponad 1900 agentów w całej Polsce!

Łatwą i prostą formą promocji jest też wydrukowanie kilku plakatów reklamowych z zaproszeniem i umieszczenie ich na tablicach reklamowych znajdujących się na klatkach schodowych czy koło przystanków autobusowych lub sklepów (dotyczy to szczególnie sprzedaży domów zlokalizowanych w mniejszych miejscowościach). Gdy zależy nam na jeszcze dokładniejszej promocji, warto wydrukować ulotki i powrzucać je do skrzynek pocztowych.

Form promocji jest wiele. Od nas, pośredników, zależy ich wybór – dostosowany do grupy docelowej, na którą ukierunkujemy promocję danej nieruchomości.

DOM OTWARTY JEST ZAPLANOWANYM DZIAŁANIEM MARKETINGU NIERUCHOMOŚCI.

PRZYGOTOWANIE DOMU OTWARTEGO

Do nieruchomości powinniśmy przyjechać ok. 30 minut przed czasem. Warto wcześniej sprawdzić, czy odpowiednio oznaczyliśmy dojazd (zarówno w ogłoszeniach, jak i na trasie). Nie ma nic gorszego, niż klient jeżdzący po okolicy i szukający nieruchomości.

Dobrze sprawdzają się różnego typu szyldy, strzałki, tablice informacyjne. W przypadku mieszkań, warto powiesić konkretną informację przy domofonie czy w windzie. Klient powinien trafić bez większych problemów.

Warto przygotować też jakieś drobne przekąski, słodycze czy napoje. Często właściciele nieruchomości sami chętnie się angażują i kupują owoce, czy też pieką domowe ciasto. Gdy organizujemy dom otwarty w prestiżowej nieruchomości, warto też rozważyć zamówienie specjalnego na tę okazję cateringu.

Oczywiście nieruchomość musi być dokładnie posprzątana, pachnąca, a prywatne rzeczy właścicieli pochowane (warto nawet wysłać



— fot. Dominika Dąbrowska

właścicielom krótki e-mail – instrukcję, jak powinni się przygotować). My, agenci, też musimy zadbać o wszystkie najważniejsze materiały dotyczące nieruchomości – wydrukowane oferty, rzuty, ważną dokumentację, rachunki za media. Powinniśmy też być przygotowani na jakąś formę ewidencji osób odwiedzających, a nawet pisemne składanie ofert (jeśli je praktykujemy).

Gdy spodziewamy się większej liczby potencjalnych klientów lub nieruchomości jest duża, warto poprosić o pomoc innego agenta z naszego biura.

FOLLOW-UP PO SPOTKANIU

Po domu otwartym należy podsumować jego przebieg, zebrać opinie od odwiedzających nas klientów i przekazać je właścicielom. Ważne jest też, by w ciągu kolejnych dni po wydarzeniu skontaktować się z klientami, wypytać o wrażenia i ustalić, czy chcą kontynuować rozmowy o zakupie nieruchomości, którą odwiedzili.

W mojej codziennej pracy agenta nieruchomości, organizacja domów otwartych jest standardem. Traktuję ją jako obowiązkowe narzędzie promocji każdej przyjmowanej przeze mnie nieruchomości na sprzedaż. I nie ma znaczenia, czy jest to mała kawalerka do remontu czy rezydencja z basenem. Jeśli sytuacja tego wymaga, dla tej samej nieruchomości organizuję dom otwarty co 1-2 miesiące, aż do skutku, czyli sprzedaży. Mam za sobą już kilkadziesiąt takich wydarzeń i przyznaję, że również dla mnie to wygodna forma pracy. A jeśli przekłada się na szybką i dobrą sprzedaż, to nie mam żadnych wątpliwości co do jej organizacji. Do czego też zachęcam wszystkich nieprzekonanych.



PODZIEL SIĘ

WARTOŚCIOWY ARTYKUŁ?

Nie zatrzymuj go dla siebie.

malopolska > Kraków > Księstwo 42 m² - Sprzedaż

Dom otwarty

ul. Kremerowska, Stare Miasto, Kraków, małopolskie [zobacz mapę](#)

DOM OTWARTY

DATA: Środa, 07 sierpnia
godz. 17:00 - 18:00

ADRES: ul. Kremerowska 16, Kraków

Kontakt

Dominika Dąbrowska

Oddzwoni do mnie

Dzięki dobrej chęci dowiedzieć się więcej o tej nieruchomości, proszę o kontakt.

Twój telefon lub e-mail

Wyślij wiadomość

Udostępnij

Oznacz ogłoszenie

Notatka

Zaktualizowane: 31 lipca 2019

588 000 zł **49 m²** **12 000 zł/m²**

Trzy dni pokazowy
2019-08-07 | 17:00 - 18:00
Lubisz się i oglądać nieruchomości?

Planer: 4/5

Liczba pokoi: 2

Etap budowy: 1910

Miejsca parkingowe: parking publiczny / na ulicy

Stan mieszkalny: wysoki standard