
ФАКТОРЫ УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ WEB-САЙТОВ ПО НЕДВИЖИМОСТИ

Лавриненко Ярослав Борисович,

аспирант кафедры информационных технологий и математических методов в экономике Воронежского государственного университета; yaroslav_lav1@bk.ru

Проанализированы крупнейшие интернет-сайты по недвижимости. Выявлены и проранжированы с точки зрения степени влияния на эффективность и прибыльность факторы их успешного функционирования. Проведена оценка каждого фактора в отдельности и изложены рекомендации по улучшению контента. Проанализированы дополнительные сервисы сайтов по недвижимости, пользующиеся популярностью у посетителей.

Ключевые слова: web-сайт, недвижимость, фактор, контент, продвижение товаров.

В настоящее время активно растет и развивается рынок недвижимости. С развитием рынка возрастает конкуренция. Компании, работающие в сфере недвижимости, находятся в поисках результативных и доступных способов продвижения своих товаров / услуг. Использование различных интернет-технологий, которые становятся всё эффективнее, результативнее, позволяют увеличить продажи недвижимости.

Ниже представлены результаты исследования факторов, влияющих на успешность сайтов по тематике «продажа недвижимости». В ходе исследования был проанализирован каждый фактор в отдельности, дана оценка степени влияния отдельных компонентов сайта на успешность проекта и web-сайта в целом. Факторы успешности сайтов по недвижимости представлены в табл. 1.

В табл. 2 представлена классификация сайтов по продаже недвижимости. Далее для каждого типа сайтов рассмотрены факторы успеха и сформулированы рекомендации по контенту.

База объявлений. В ходе исследования сайтов по недвижимости было выявлено, что наиболее значимым фактором успеха является понятие «База объявлений». Наличие базы данных с большим количеством объявлений или базы с уникальными объектами первоначально привлекает посетителя на сайт. Применительно приведенной выше классификации сайтов по продаже недвижимости, каждому из типов соответствуют свои критерии базы

объявлений. Успешные всероссийские сайты (примеры в табл. 2) включают в базу объявления из разных регионов и городов. Для данных сайтов характерно соединение множества баз в единую и создание постоянного потока посетителей. Следовательно, спрос на размещение рекламы и доходы от рекламодателей увеличивается.

Таблица 1

Факторы, влияющие на успешность сайтов

Фактор	Краткое описание	Влияние
База объявлений	Наличие определенного количества объявлений в базе, либо наличие уникальных, эксклюзивных объектов недвижимости	40%
Актуальность	Достоверность информации по объектам недвижимости	30%
Интерфейс списка объявлений	Внешний вид краткого списка объявлений. Наличие основных необходимых компонентов	10%
Информация по заявке	Включение основных компонентов, фотографий, местоположения и комментария	10%
Способ связи	Наличие и использование различных способов связи	5%
Поиск по заданным параметрам	Интуитивно понятный поиск по параметрам	5%

Данный фактор успеха характерен и для успешных региональных сайтов – баз недвижимости (примеры приведены в табл. 2). Для данного типа важно наличие большого количества объявлений. Исходя из исследований при охвате регионального рынка более 75% каждый потенциальный покупатель объекта недвижимости посетит данный сайт [1]. В частности, охват вторичного рынка более 70% приводит к лидерству сайта в данном регионе.

Таблица 2

Классификация сайтов по продаже недвижимости

Тип сайта	Краткое описание	Примеры
Всероссийский сайт-база данных по недвижимости	Подобные сайты экспортируют региональные базы данных, базы объявлений крупнейших риэлторских и строительных компаний	http://www.cian.ru/ http://realty.mail.ru/ http://realty.yandex.ru/ http://afy.ru http://www.mirkvartir.ru//
Региональный сайт - база данных по недвижимости	Здесь представлена информация по объектам недвижимости отдельного региона. Размещают информацию частные лица и профессиональные участники рынка	http://www.informetr.ru http://estate21.ru/ http://www.volga-info.ru/ http://vrx.ru/
Сайт риэлторской, строительной организации	Информация об объектах, которые продают данная компания или которая оказывает услуги по продаже данных объектов	http://www.ndv.ru/ http://www.ksota.ru/ http://www.incom.ru/

Относительно сайтов риэлторских, строительных и девелоперских компаний главным фактором успешности и эффективности веб-сайтов является наличие уникальных объектов недвижимости в базе объявлений. Эксклюзивность информации в базе объявлений означает, что только данный продавец, риэлтор или строительная компания имеет право продавать данный объект недвижимости в течение определенного срока на определенных условиях. Исходя из практики, наличие уникальных, эксклюзивных объектов повышает посещаемость и уровень обращения

потенциальных покупателей.

Каждый тип сайта предполагает использование различных способов достижения и наполнения базы объявлений. Для типа «Всероссийский сайт-база данных по недвижимости» применительно два варианта: экспорт объявлений непосредственно с риэлторских, строительных компаний в регионах и экспортирование крупнейшей региональной базы объявлений по недвижимости. Наиболее успешные всероссийские сайты используют данные варианты в различных модификациях, предоставляя еще и свободную подачу объявлений для частных лиц.

Успешные региональные сайты по недвижимости заключают договора с крупнейшими агентствами и строительными организациями в городе. Постепенно происходит рост базы данных и подключение новых организаций. Для удобства частных лиц существует определенное количество бесплатных объявлений.

Актуальность. Второй по значимости фактор успешности – уровень актуальности объявлений в базе данных. Посетитель сайта, найдя подходящий объект недвижимости, связывается с продавцом по указанным контактам, и априори уверен в достоверности объявления. Неактуальными объявления становятся по двум причинам: невнимательность, несвоевременное удаление объектов из базы данных и умышленное искажение информации по объекту недвижимости.

Актуальная база увеличивает посещаемость и успешность веб-сайта. В ходе исследования сайтов по продаже недвижимости выявлен нижний порог актуальности. Следовательно, поддержание актуальности на определенном уровне является вторым фактором успешности сайта по продаже недвижимости. Полностью исключить неактуальные объявления не возможно в силу разрыва во времени между продажей недвижимости и удаление объявления.

Ведущие сайты используют разные методы повышения уровня актуальности. Для первого типа – всероссийских сайтов – характерно использование экспортированных данных. Соответственно веб-сайты могут применять меры косвенного воздействия на поставщиков неактуальной информации, а именно: рейтинги, определенные санкции (исключение компании из базы объявлений). Для обнаружения неактуальных объявлений существуют определенные формы для жалобы на объявление. Типичные причины жалоб: «объект продан», «старая цена», «недостоверные данные». Далее сотрудники сайта проверяют жалобу и фиксируют нарушение. Соответственно понижается рейтинг компании, подающей не правильную информацию, или возникает надпись рядом с объявлением «Возможно не достоверно». Применительно региональных сайтов по недвижимости инструменты аналогичны.

Относительно третьего типа сайтов актуальность информации необходимо поддерживать на уровне не ниже 90%. Достоверность информации требует

адекватных действий со стороны сотрудников и руководства компании.

Интерфейс списка объявлений. В ходе анализа интерфейсов сайтов по недвижимости выявлены основные компоненты внешнего вида списка объявлений, который должен содержать раздел, объект, местоположение, этаж, общее количество этажей, материал, площадь, тип, балкон, с/у, участок, цены и контакты. Данные компоненты позволяют структурировать информацию, донести первичную необходимую информацию об объекте недвижимости и упростить поиск объекта недвижимости. Более подробно желательные компоненты представлены в табл. 3.

Таблица 3

Компоненты списка объявлений на сайтах по недвижимости

Компонент	Описание	Примеры
Раздел	Указывается принадлежность объекта недвижимости	Вторичное жилье, новостройка, нежилые, дома, участки и т.п.
Объект	Более подробно раскрывается класс объекта	1-ые квартиры, офис, коттедж, помещение и т.п.
Местоположение	Принадлежность к метро, районы, МКР, улицы (деление зависит от конкретного региона и города)	Охотный ряд, менделеевская. Ленинский район, Плехановская ул. и т.п.
Этаж и этажность	Этаж объекта и этажность здания	7/9, 1/10, 1/1 и т.п.
Материал	Основная технология возведения и материал несущих стен	Кирпич, монолит и т.п.
Площадь	Разделение площади на общую, жилую и кухню	50/35/8
Тип	Тип недвижимости	Современная, элитная, хрущевка
Балкон	Наличие балкона, лоджии	б,л, б/з, л/з, 2б, 2л и т.п.
Санузел	Наличие, количество, отдельный, либо совмещенный	р,с, 2с и т.п.
Участок	Наличие	10 соток, 6 соток
Цена	За 1м ² , объект, за сотку или за объект	40000 р/м ² , 1000000 р/с, 5000000 р
Контакты	Лицо и контактный телефон	Людмила (473) 2-333-445
Местоположение и фотографии	Наличие или отсутствие фотографии	Специальным значком

Различные сайты применяют различные варианты отображения списка объявлений, но необходимый минимальный набор: местоположение, объект, площадь и цена. Дополнительная информация по объекту недвижимости доступна при открытии объявления.

Для посетителя сайта наиболее удобным является форма представления списка объявлений, включающая набор компонентов представленных в табл. 3. Данная форма характерна для крупнейшей и одной из первых базы данных Москвы и Московской области [3] и региональной Воронежской базы [4].

Информация по заявке. Дополнительная информация по заявке способствует расширенному пониманию объекта недвижимости. В расширенной информации по заявке дублируются компоненты из списка

объявлений (табл. 3), присутствуют текстовый комментарий, более подробная контактная информация, фотографии объекта и местоположение на карте. Количество символов комментария на ведущих сайтах от 400 до 700 символов. Фотографии в диапазоне от 6 до 12 штук. Местоположение на карте указывается для большего удобства посетителей.

Соответственно, обязательно применение трех компонентов в дополнительной информации по заявке: комментарий, фотография и местоположение на карте.

Способ связи. Общепринятым способом связи с продавцом объекта недвижимости является телефон. В большинстве ведущих сайтов реализованы возможности указания нескольких контактных номеров для связи. На всероссийских и региональных реализовано указание контактов компании, если не удается связаться с продавцом (риэлтором).

С развитием интернет-технологий всё более популярны становятся электронные средства связи: e-mail, icq, skype и социальные сети. Большинство посетителей просматривают объявления в нерабочее время. Соответственно текущее время для звонка не уместно. Наличие дополнительных электронных форм контакта увеличивает эффективность продвижения объявления. На некоторых веб-сайтах присутствует возможность отправки сообщений продавцу на его электронную почту.

В последнее время высоким спросом пользуется кнопка «Перезвоните мне». Посетитель заполняет форму, включающую: номер телефона, тему, имя. Через определенное время сотрудник компании перезванивает по указанному номеру телефона.

Поиск по заданным параметрам. Шестым по значимости фактором является удобный поиск объектов недвижимости. Соответственно, чем больше компонентов, по которым возможно производить поиск, тем удобнее поиск. На практике поиск подразделяется на два типа: быстрый и расширенный. В быстром поиске возможен выбор основных компонентов: объект, местоположение, цена. В расширенном поиске доступны все компоненты, а также в большинстве случаев присутствует возможность поиска различных компонентов в заданном диапазоне.

Рассмотренные выше компоненты оказывают непосредственное влияние на успешность проекта и веб-сайта по недвижимости. Факторы успеха имеют разное влияние и рассматриваются от наиболее влиятельных до менее влиятельных: база объявлений, актуальность, интерфейс списка объявлений, информация по заявке, способ связи и поиск по заданным параметрам.

Сайты по продаже недвижимости часто предоставляют дополнительные сервисы такие как: ипотечный калькулятор, аналитика недвижимости, прогнозирование, рейтинг компаний и т.п.

Ипотечный калькулятор позволяет реализовать определенные программы банков-партнеров, либо использовать самостоятельный ввод данных. В

первом варианте происходит подбор необходимой ипотечной программы и автоматический расчет ежемесячного платежа при указании срока кредита. Во втором случае пользователь задает самостоятельно определенные параметры: стоимость жилья, первоначальный взнос, срок кредита, процентная ставка. В конце выводится ежемесячный платеж по кредиту.

Большинство крупнейших сайтов по тематике недвижимости содержат достаточное количество объявлений для сбора данных для аналитики недвижимости. Лидером в области аналитики недвижимости является компания irn.ru. Она предлагает различные калькуляторы и аналитические материалы:

- оценка стоимости квартир;
- прогноз стоимости квартир;
- индексация стоимости квартир;
- оценка стоимости аренды квартир;
- графики цен на недвижимость;
- аналитический паспорт района;
- сравнение районов;
- рейтинги районов.

Исходя из спроса посетителей сайтов наиболее востребованными, среди дополнительной информации, являются разделы: аналитика, оценка стоимость квартир, графики цен на недвижимость.

Список источников

1. Шалак, В.И. Современный контент-анализ [текст] / В.И. Шалак. – М.: Омега-Л, 2009. – 272 с.
2. Актуальность базы объявлений [электронный ресурс] // URL: <http://www.vrx.ru/treasury/235.html>.
3. Уровни охвата рынка недвижимости сайтом-базой данных по недвижимости [электронный ресурс] // URL: <http://www.vrx.ru/treasury/236.html>.
4. Эффективность онлайн-рекламы и присутствие в социальных медиа [электронный ресурс] // URL: http://www.marketing.spb.ru/mr/media/online_adv.htm?printversion.

FACTORS OF SUCCESSFUL FUNCTIONING OF WEB-SITES ON REAL PROPERTY

Lavrinenko Yaroslav Borosovich,

Post-graduate student of the Chair of Information Technologies and
Mathematical Methods in Economy of Voronezh State University;
yaroslav_lav1@bk.ru

First-rate Internet real estate sites on the band are analyzed. In terms of the degree of influence on the effectiveness and profitability factors for their successful operation are identified and ranked. Each factor separately in the torus and makes recommendations to improve the content is estimated. Additional services of real estate websites those are popular with visitors are analyzed.

Keywords: web-sites, real property, factor, content, promotion of goods.