

СТАРТУЕМ БЕЗ ОШИБОК: СЕКРЕТЫ УПРАВЛЕНИЯ НОВОСТРОЙКОЙ

Алексей Корякин
Руководитель направления по рекламе
и связям с общественностью

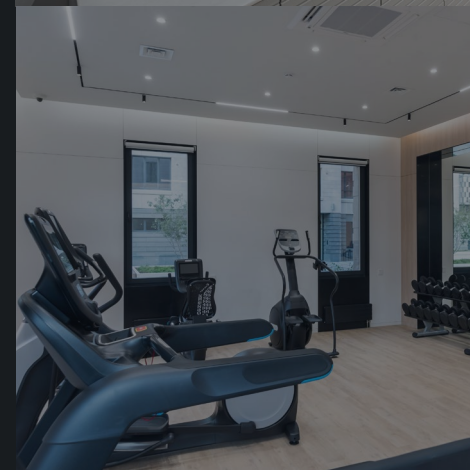
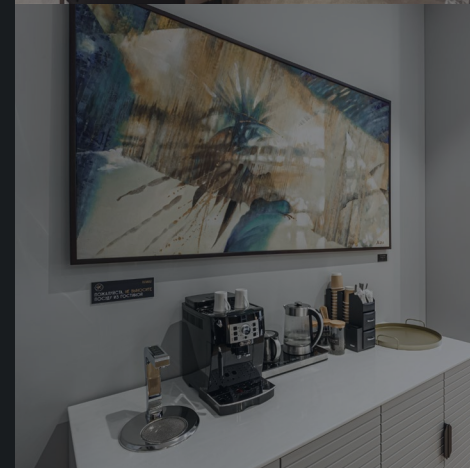


УК УПРАВЛЕНИЕ
КОМФОРТОМ

ПРОДУКТОВЫЕ РЕШЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ

- Двор без машин
- Детский центр
- Доставки
- Консьерж-сервис
- Кофепоинт
- Копиточка
- Массажный кабинет
- Приватность
- Прокат
- Соседский центр
- Усиление сотовой связи
- Умный дом
- Умная квартира
- Электророзрядки
- Фитнес-зал
- Wi-fi на территории

Начиная с категории «Комфорт», перечисленные сервисы уже встречаются, причём возможен вариант, когда они есть все вместе.



Ожидание и реальность

Мечты и ожидания клиентов не всегда соответствуют реальности.
Почему это может происходить:

1. Корректировки продукта, зачастую даже в лучшую сторону (марка оборудования, схема работы контроля доступа, вид и возраст растений).
2. «Надуманные обещания» или обещания брокеров.
3. Личный опыт и распространение его на продукт застройщика.

Всё как в жизни: больше всего люди обижаются на вас за то, что вы упрямо не хотите соответствовать их личным ожиданиям.

Возможные точки
несоответствия
ожиданиям клиентов:

- Консьерж-сервис
- Умный дом
- Закрытый двор
- Общие пространства (коворкинги, гостиные, фитнес и спа-зоны) и график их работы
- Спортивные площадки
- Объём озеленения
- Благоустройство и МАФы

СЕРВИСНАЯ ВОРОНКА

Включается механизм «тирании большинства»
и дом начинает жить своей жизнью.

Так формируется «сервисная воронка».



КАК ФОРМИРОВАТЬ

у клиента реальные ожидания

Ответьте себе на вопросы:

1. Адекватна ли цена для этого сегмента?
2. Готовы ли будут жители платить эту цену?
3. Будет ли возможность повысить тариф, с учётом планируемой инфляции?

Это поможет понять, что возможно реализовать, что требует доработки, а что в принципе невозможно и передать такую обратную связь подразделениям разработки продукта и концепций.

На этапе создания продукта важно:

- Прописать путь клиента
- Продумать сценарии его жизни в доме
- Сформировать трезвую оценку стоимости услуг

(с учетом инфляции за 3–4 года строительства/заселения и ремонтов)

ПРЕМИУМ УСЛУГИ:

Расчёт для дома площадью 20 тыс. м²

Фитнес зал

10 000,00 Р	договор обслуживания тренажеров
3 000,00 Р	пурифайер
30 000,00 Р	фитнес-занятия
3 000,00 Р	модуль бронирования
46 000,00 Р	себестоимость
61 732,00 Р	стоимость услуги GM10%+ НДС 22%
3,09 Р	стоимость в тарифе для клиента

- Вводный инструктаж для клиента
- Установление ограничений по часам
- Модуль бронирования зала (по количеству ячеек)
- Групповые занятия с тренером
- Индивидуальные занятия
- Видеоуроки
- Модернизация обратной связью

Массажный кабинет

10 000,00 Р	химчистка
5 000,00 Р	расходники
3 000,00 Р	модуль бронирования
18 000,00 Р	себестоимость
24 156,00 Р	стоимость услуги GM10%+ НДС 22%
0,53 Р	стоимость в тарифе для клиента

- Чайный уголок
- Одноразовые расходники
- Комплекты простыней и полотенце на ресепшен
- Запись к мастеру

Если же помещение не относится к местам общего пользования,
то дополнительно добавляются коммунальные услуги и налог на данное помещение.

КОМФОРТ УСЛУГИ:

Расчёт для дома площадью 20 тыс. м²

Электрoзарядки

Тариф ЭЭ	Комиссия оператора за пользование мобильным приложением	Комиссия оператора зарядной станции, 7% от поступивших платежей	Налог на прибыль, 25%	Итого тариф за 1 кВт/ч
5,98	1	0,5	1,9	9

А также:
Предоставление персональных брелоков
Мониторинг технического состояния оборудования и его ремонт
Визирование отчётной документации

Wi-fi на территории

Тариф «под ключ»: от 5 тыс. руб./мес. (низкая скорость)

Самостоятельное выполнение: те же затраты, но скорость выше

Плюс: выдача индивидуальных ключей каждому, администрирование абонентской базы

Плата — 0,33 руб./м²

А также:
Контроль каждой точки на работоспособность
Анализ использования оборудования

ПОЗИТИВНЫЙ ТРЕНД:

Понять суть концепции дома, создать позитивный опыт и сохранить его для идентичности

СРЕДА ДИКТУЕТ СОБЫТИЯ:

- Есть сцена → проводите мероприятия
- Стоят шахматы → проведите турнир
- Оборудованы спортплощадки → проведите групповые занятия и онлайн-соревнования
- Размещена рампа → устройте школу роликов
- У школы во дворе есть стадион → договоритесь о доступе

Инициативы собственников возможны,
но совпадение идей с концепцией дома — редкость.

Только УК задаёт тренд использования среды.



ПОЗИТИВНЫЙ ТРЕНД:

Оцифровать природу дома →
создать образовательный опыт →
укрепить связь жителей с территорией.

QR-коды на растениях:

- Название локации и вида растений.
- Легенды или история растения для детей

Аудиоэкскурсии:

- История строительства дома.
- История района.

Арт-объекты дома:

- Собрать перечень арт-объектов дома.
- Разместить информацию на сайте.

Полезные адреса:

- Собрать информацию о муниципальных службах.
- Разместить информацию на сайте.

ПОЛЕЗНЫЕ АДРЕСА:

МФЦ

Адрес:
Молдагуловой ул., д. 5

Режим работы:
Ежедневно с 09.30 до 21.00

Телефон:
122

НАЛОГОВАЯ

Адрес:
Среднеохтинский просп., д. 34/12

Прием граждан:
пн, ср 9.00-18.00
вт, чт 9.00-20.00
пт 9.00-16.45
сб, вс - выходной

Телефон:
+7 (812) 679-58-25

ПАСПОРТНЫЙ СТОЛ

Адрес:
Среднеохтинский пр., д. 1 к. 3

Прием граждан:
пн, ср, чт 16.00-19.00
пт, вт 9.00-12.00
сб, вс - выходной

Телефон:
+7 (812) 227-77-26

АРТ-ОБЪЕКТЫ



РАБОТЫ ОКТЯА АЛИРЗАЕВА

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



ФОТОГРАФИИ МАРКА ОЛИЧА

[ПОСМОТРЕТЬ](#)



АРТ-ОБЪЕКТ «ТРОСТНИК»

[ПОСМОТРЕТЬ](#)

КУЛЬТУРА ДОСТУПА:

Чёткое разделение потоков → безопасность + удобство

Входы: резидентный и гостевой (разделены)

Велопарковки — выделены специально для доставки

Информирование на каждом входе
(правила, навигация, контакты)

Гостевой пропуск — через приложение или бот

Сонастройка с сервисами доставки еды и материалов

Хранение организовано в месте естественного притяжения
клиента

РЕЗУЛЬТАТ:

Прозрачный, предсказуемый и цифровой доступ для всех участников
— жителей, гостей, курьеров.



КОРРЕКТИРОВКА ПРОДУКТА

На момент строительства

1. Количество входов и приватность

Уровень приватности определяется централизацией входов. Чем больше входных групп, тем выше вероятность постороннего доступа, при этом растет себестоимость безопасности (более 10 руб. стоит 1 пост охраны для дома $S = 20$ тыс м.2)

2. Детские учреждения и школа

Требуется разделение потоков. Клиенту должно быть комфортно передвигаться пешком. Учтены: доставка продуктов, транспорт для преподавателей, а также гостевой трафик родителей.

3. Электрочарядки

Места размещения выбираются с учётом ограничения доступа. На открытой территории устанавливаются зарядки, бесплатные в эксплуатации. На закрытой территории — общедомовые зарядки.

4. Соседские центры

Предусмотрена возможность включения инфраструктурных затрат в тариф на содержание, а также использование базового персонала.

5. Минимизация себестоимости умного здания и план Б при разрыве с вендором

6. Принадлежность помещения

Необходимо минимизировать количество частных инфраструктурных помещений. Домовые сервисы следует размещать в общедомовых помещениях.



ФОРМИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ

На моменте строительства

КАК ФОРМИРОВАТЬ у клиента реальные ожидания

Ответьте себе на вопросы:

- 1. Адекватна ли цена для этого сегмента?
- 2. Готовы ли будут жители платить эту цену?
- 3. Будет ли возможность повысить тариф, с учётом планируемой инфляции?

70% будущего тарифа прогнозируемы уже на этом этапе — известны штат персонала, затраты на клининг, охрану, инженерию и средние цифры по слаботочке.

ЭТАПНОСТЬ ТАРИФА:

- 1. На этапе ввода застройщик и клиенты не готовы платить за дополнительные сервисы.
- 2. Общественные зоны запускаются через полгода после ввода.

ЭКОНОМИКА собственных помещений

Помещения в собственности

- 1. Кто несет затраты сейчас и потом?
- 2. Как долго Вы несете эти затраты?
- 3. Актив или пассив это помещение?

Помещение в собственности это:

- 1. Коммунальные услуги
- 2. Затраты на жилой комплекс
- 3. Ограничения в соиспользовании персонала
- 4. Налог

Пример стоимости общих помещений в центре Санкт-Петербурга. Принадлежность помещений:

22-Н	технический этаж/проход в переговорную и комнату охраны	2 025 381
23-Н	технический этаж/вент.шахта	1 951 730
7-Н	технический этаж/холл, переговорная, массажный кабинет, парная, хаммам, душевая, санузел, коридор	75 760 561

ЛОГИКА РАБОТЫ

с коммерческими помещениями

ПОДХОД 1.

НАЧИСЛЕНИЕ ЕДИНОГО ТАРИФА

- Тариф значительно снижается
- Нежилые помещения оказываются в негативном поле из-за навязывания непрофильных услуг
- Оплачивая сервисы, собственники и арендаторы Н-ок активно их используют

ПОДХОД 2.

ОСВОБОЖДЕНИЕ ОТ ЧАСТИ ПЛАТЕЖЕЙ

- Растет стоимость платы за жилое помещение
- Сложнее принять такое решение на первом общем собрании
- Объект становится дороже рыночных аналогов
- Сохраняется приватность и ограничение использования общих зон

ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ

как признак класса

67 000,00 ₽	Фот на руки сотрудника
10 011 ₽	НДФЛ
101 654,52 ₽	затраты компании
2 500 ₽	спецодежда
104 154,52 ₽	Итого затраты работодателя
83 323,62 ₽	Затраты при 4 дневке
16	дней рабочих при 4 дневке
7 499,13 ₽	должен принести сотрудник в день
12 498,54 ₽	должен принести сотрудник в день при условии премии 50% после вычета НДС на услугу

Пример расчета себестоимости платной услуги

- Умение оказывать платные услуги собственными силами — это признак высокого класса сервиса.
- Делать услуги B2C дорого.

ВЫВОДЫ

главные идеи и тезисы

Сложные технические решения требуют повышенного внимания и контроля, что, в свою очередь, формирует потребность в профессиональной управляющей компании.

Основными конкурентами сервисной компании выступают небольшие УК на УСН и товарищества собственников недвижимости (ТСН).

ТСН, скорее всего, не сможет сохранить весь набор сервисов, а у маленькой УК не будет для этого ни технических возможностей, ни необходимого персонала.

Таким образом, сложный продукт, с одной стороны, увеличивает совокупную стоимость владения, но с другой — создаёт вариативность: либо сохранение уже приобретённого функционала, либо переход на более дешёвый вариант.





КОМФОРТ В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ

8(800)505-25-67

info@uprkom.ru

uprkom.com