



СЕВЕРНАЯ КАЗНА
ЦЕНТР НЕДВИЖИМОСТИ

КВАРТИРА С МОЛОТКА ИЛИ АУКЦИОННЫЙ МЕТОД ПРОДАЖ

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Квартира с молотка или аукционный метод продаж

При слове «аукцион» в нашем воображении возникает картинка шумного мероприятия, где покупатели, перебивая друг друга, выкрикивают цену, а ведущий бьёт молотком, сопровождая это действие неизменным «Два миллиона — раз, Два миллиона — два...» Но аукционная продажа недвижимости не имеет с данной картиной ничего общего.

Что это и как работает?

Если следовать словарю, под «аукционом» понимается продажа какого-либо имущества или товара с публичного торга, при которой «лот» достаётся предложившему наивысшую цену. В случае с аукционным методом продажи недвижимости в роли «лота» выступает жилой или коммерческий объект. При этом надо различать **голландские** (работающие на понижение цены) и **английские** (на повышение) аукционы.

При голландском методе потенциальным покупателям озвучивают предельную стоимость объекта. Как правило, это тайный аукцион, в процессе которого участники пишут на бумажках свою цену. Побеждает тот, кто сделал наилучшее предложение.

В России наибольшее распространение получил английский метод. В нем все максимально прозрачно. Собственник определяет нижний порог цены — она и будет являться стартовой, после чего запускается рекламная кампания, направленная на привлечение лиц, заинтересованных приобрести недвижимость в данном сегменте. Желающие регистрируются на участие в аукционе, вносят аванс (проигравшим участникам он возвращается в течение 3 дней после проведения аукциона), получают персональный номер и в означенный день и час собираются в офисе агентства недвижимости. После презентации объекта начинаются торги. Сначала называется стартовая цена, и те, кто готов её уплатить, поднимают таблички. Следующий шаг — повышение стоимости, допустим, на 50 000 рублей. Потенциальные покупатели, которых это устраивает, вновь поднимают таблички. И так до тех пор, пока не остаётся единственный победитель. Ему и достаётся «лот».

В чём выгода?

Аукционные продажи посредством рекламы позволяют в короткие сроки привлечь максимальное количество потенциальных покупателей и дают чёткое представление о том, на что может рассчитывать собственник: есть ли интерес к его объекту недвижимости, и какую цену готовы за него заплатить.

Ещё одно преимущество — быстрая продажа квартиры - от 2 недель до одного месяца, которые потребуются на проведение рекламной кампании и собственно аукциона. Для сравнения: средние сроки экспозиции квартир при обычных продажах — от 3 до 6 месяцев. Что касается потенциальных покупателей, то главное преимущество для них — шанс приобрести объект по выгодной цене.

Кому подойдёт?

Аукционный метод продаж актуален для двух категорий объектов:

- дорогие, эксклюзивные, дефицитные (пентхаусы; объекты с интересной планировкой; расположенные в клубном доме и т.п.);
- объекты, которые собственники готовы продать чуть ниже рыночной стоимости

Например: собственнику нужно срочно продать двухкомнатную квартиру на ул. N. Её рыночная стоимость — 3 млн. рублей. Но продавец готов снизить цену до 2,9 млн. рублей, чтобы ускорить процесс. Выгодное предложение благодаря эффективной рекламной кампании, которую проводит агентство недвижимости, привлекает трёх покупателей, и в результате торга стоимость квартиры возрастает до 3,3 млн. рублей. Неплохая прибавка к стартовой цене, не так ли?

Главное в аукционных продажах — выбрать правильное агентство недвижимости, где в приоритете — интересы покупателей, а не личная выгода.