

А.В. Маневич

*Научный руководитель — кандидат экономических наук А.И. Ярец
БГЭУ (Минск)*

РЕКЛАМА КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

В отличие от товаров и услуг недвижимость имеет большую стоимость, поэтому побудить человека приобрести объект не получится, однако в случае когда потенциальный покупатель уже имеет желание приобрести недвижимость, то реклама играет важную роль в принятии решения. Как и в любой другой рекламе, на первое место встает креатив и лучше всего он проявляется при создании бренда.

Брендинг в сфере недвижимости — явление редкое, но уникальное. «А-100 девелопмент» — удачный пример брендовой компании на рынке недвижимости Республики Беларусь.

Отличительными особенностями любого проекта «А-100» как брендового объекта является ряд следующих элементов:

- узнаваемое имя каждого проекта, отвечающее принципам нейминга. Имена объектам разрабатываются на основе создания ассоциаций;
- свой фирменный стиль. Все жилые комплексы девелопера легко узнаваемы из-за наличия специфического конструктивно-архитектурного решения, а также определенной цветовой гаммы;
- слоган. «Новая Боровая» работает под слоганом: «Европейский стандарт городской жизни», что плавно перетекает в следующий элемент брендинга;
- уникальное торговое предложение. Впервые «А-100» предлагает покупателям квартиры в двух новых стилях: «Софт Лофт» и городские таунхаусы.

Также застройщик предлагает совершенно новые типы жилья для белорусского рынка. На рынке недвижимости Республики Беларусь появляются такие жилые дома, как таунхаусы и ситихаусы.

Как уже говорилось ранее, «А-100 девелопмент» является самым известным брендовым девелопером и застройщиком на рынке недвижимости Республики Беларусь. Такому успеху компания обязана рекламе. Основными средствами рекламы в продвижении бренда является интернет-реклама, представленная баннерной, контекстной рекламой, рекламой в социальных сетях. Также отдельное внимание следует уделить сайту девелопера и его объектов. Кроме того, большую роль в развитии бренда «А-100» играет PR.

«А-100» имеет странички в таких социальных сетях, как Инстаграм, ВКонтакте, Фэйсбук, а также свой канал на видеохостинговом сайте YouTube, где размещает интервью, отчеты о ходе строительства, обзоры на объекты и т.д.

Кроме того, «А-100 девелопмент» разработали отдельные сайты для своих объектов, где в удобном порядке расположена вся необходи-

мая для потребителя информация: от планировки квартир до условий покупки.

Таким образом, все подобные действия со стороны компании позволяют клиенту лучше понять цели девелопера, прочувствовать атмосферу комплекса и в результате захотеть приобрести недвижимость данного застройщика.

Самым мощным инструментом продвижения бренда является PR-мероприятия. «А-100» пошли следующим путем: создан ряд видеороликов с участием известных белорусских личностей, проводятся рекламные игры. Кроме того, положительно на имидж компании повлияло ее участие в профессиональном конкурсе «Бренд года». Такого рода мероприятия вызывают уважение у бизнес-сообщества и доверие потребителей.

Итак, часто брендовые объекты дороже типовых, но пользуются не меньшим спросом на рынке. Это связано с единственной причиной — бренд подчеркивает статус приобретателя. Нередко потенциальный клиент готов заплатить больше, потому что так он будет чувствовать себя лучше. И хотя брендинг на рынке недвижимости в Республике Беларусь развит не сильно, он определенно может стать основным преимуществом компании на рынке среди конкурентов.

Источник

Назайкин, А. Н. Бренддинг: понятие, цель, процесс [Электронный ресурс] / А. Н. Назайкин. — Режим доступа: http://www.nazaykin.ru/_br_branding.htm. — Дата доступа: 23.03.2019.

О.А. Маслова

*Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова
БГЭУ (Минск)*

ЛИЗИНГ КАК ФОРМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В последние годы все большую долю на рынке ресторанных услуг занимают сетевые компании, которые активно развиваются. Это требует дополнительных финансовых ресурсов, которые предприятия получают, в том числе и за счет лизинговых компаний. Лизинг (происходит от английского термина *lease*, что означает «аренда») — вид финансовых услуг, форма кредитования, при приобретении основных фондов предприятиями или очень дорогих товаров физическими лицами [1]. По состоянию на 31.12.2017 г. лизинговые операции в Республике Беларусь осуществляли 103 специализированные лизинговые организации и 14 банков. Стоимость заключенных за год договоров лизинга организациями, входящими в реестр Национального банка, составила