



Единый
ресурс
застройщиков

РОССИЙСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ 2025

Управление маржинальностью
девелоперского продукта

Антон Амелин
директор по девелопменту
«Группа Голос» (Челябинск)



Спикер



**Михаил
РОГАТЫХ**

руководитель направления
развития продаж
Группы Аквилон (Москва)

Спикер



**Эльвира
ГАЛЯУТДИНОВА**

вице-президент
Союза Строителей
Республики Татарстан

Спикер



**Анис–Александр
ЛАМРИ**

управляющий партнер
бюро АОСГ
(Санкт-Петербург)

Эксперт



**Елена
Мироненко**

руководитель отдела
продаж «Лидер»
(Самара)

Знакомство
с аудиторией



ВЫВОДЫ,

С КОТОРЫМИ МЫ РАЗОШЛИСЬ
НА НАШЕЙ СЕССИИ В НАЧАЛЕ
2024 ГОДА

1. Управлять маржинальностью возможно при качественной оценке себестоимости на раннем этапе (эскизный проект, стадия П)
2. Достигать необходимого уровня маржинальности позволяют продуктовые фишки и уникальные сервисы
3. Оптимизация затрат в процессе строительства не принесёт необходимого экономического эффекта



ВЫЗОВЫ,

с которыми столкнулся девелопер
по итогам 2024 года

ВЫСОКОЕ ВНИМАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ НЕДВИЖИМОСТИ К ПРОДУКТУ

Окружение и транспортная доступность, школы, детские сады, поликлиники, репутация застройщика. Благоустройство, Деревья и фасад, системы безопасности и приватный двор, подземный паркинг. Колясочные, велосипедные, парадная. Кухня-гостиная, балконы, гардеробные, дополнительный СУ. место для кондиционера.

ПАДЕНИЕ ТЕМПОВ ПРОДАЖ И МАРЖИНАЛЬНОСТИ

При этом на первое место в запросе клиентов выходит даже не цена за 1м², а итоговая стоимость и наличие финансовых инструментов для покупки.

Расширение ассортимента и глубины скидок.

Повышение затрат на проектное финансирование.