****TISKOVÁ ZPRÁVA

23.4.2015

Stále více zájemců vyhledává nové bydlení na internetu. Průměrný věk kupujících nových bytů se díky rekordně dostupným hypotékám snižuje

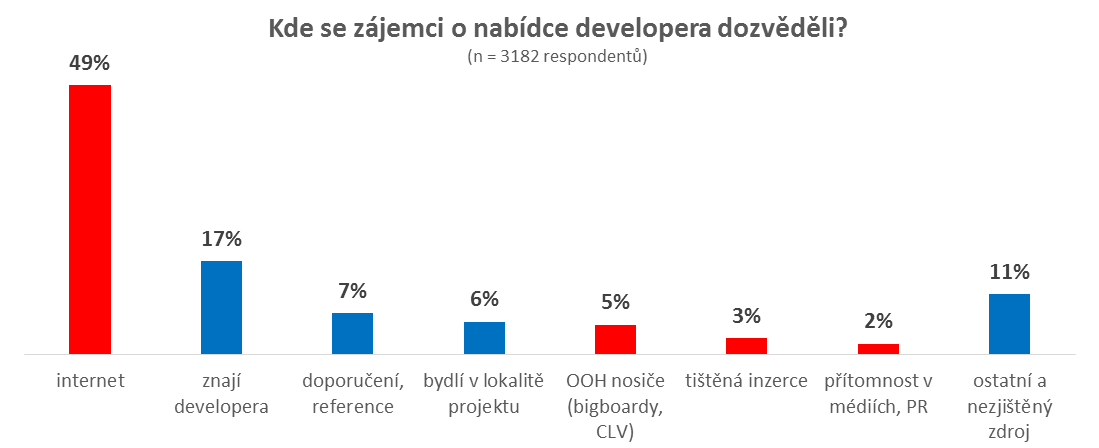
*23.4.2015, Praha –* **Zhruba polovina všech zájemců o nové bydlení se o nabídce developera dozví z internetu. Souvisí to s nárůstem skupiny mladých klientů, kteří díky rekordně nízkým úrokům hypoték a jejich dostupnosti dosáhnou na vlastní bydlení mnohem snadněji než dříve. Tyto a další zajímavé závěry vyplývají z nejnovější analýzy klientského chování společnosti CENTRAL GROUP, která je největším rezidenčním developerem a investorem nové bytové výstavby v České republice.**

Kontinuální průzkum mezi zájemci o nové bydlení provádí CENTRAL GROUP od 1. září loňského roku. Do 23. dubna letošního roku se průzkumu zúčastnilo již téměř 3.200 respondentů, kteří poptávali nejméně jednu nemovitost z nabídky společnosti.

**Internet dominuje, smysl dalších mediatypů pro developery je do budoucna otázkou**

Z dat vyplývá, že zhruba polovina všech zájemců o nové bydlení se o nabídkách developerů dozví z internetu. Naopak informace z dalších tradičních marketingových nástrojů, jakými jsou například outdoorové nosiče, tištěná inzerce, reklamní spoty v rádiu nebo veletrhy, čerpá jen desetina poptávajících. Zbývajících více než 30 % zájemců si informace obstarává z dalších zdrojů zcela mimo marketing developerů. Jedná se zejména o osobní doporučení přátel a známých nebo zájem vyplývající z dlouhodobé znalosti developera, případně přímo konkrétní lokality projektu.

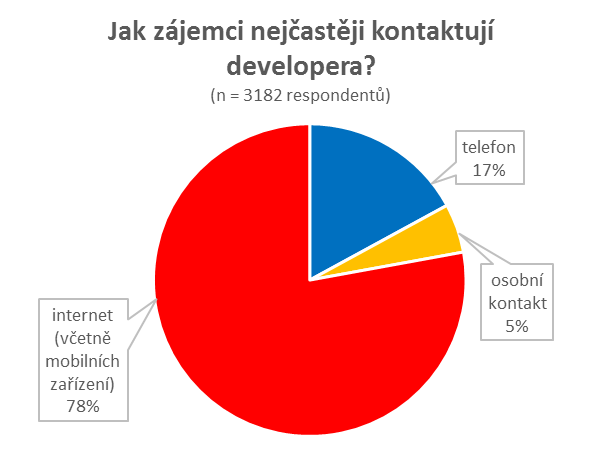
*(viz graf č. 1 níže)*



*„Rostoucí význam internetu v inzerci developerů sledujeme dlouhodobě. Není divu, lidé totiž při výběru nového bydlení především srovnávají. A pouze internet jim umožňuje transparentně porovnat nabídky z celého trhu během několika minut,“* říká Dušan Kunovský, předseda představenstva CENTRAL GROUP.

I pro developery je internet logicky hlavním marketingovým nástrojem, a to jak klasická inzerce na realitních portálech, nasazení grafických i textových bannerů, tak i výkonnostní online marketing nebo lead generation projekty. Jakoukoli z těchto investic lze totiž velmi dobře zacílit a především změřit její konkrétní efekt. V tom tradiční mediatypy zaostávají.

*„Podíváme-li se na vliv dalších marketingových nástrojů, zejména tištěné inzerce a venkovních reklamních nosičů, je do budoucna velkou otázkou, jaký bude jejich skutečný přínos. V oboru nemovitostí totiž na rozdíl od jiných produktů hraje velkou roli také dlouhodobá znalost značky, konkrétní lokality a pověst developera,“* dodává Kunovský.

Za pravdu mu dává i další ukazatel, kterým je způsob kontaktování developera zájemcem. Téměř čtyři pětiny všech zájemců o nemovitost totiž developera kontaktují opět prostřednictvím internetu, nejčastěji vyplněním kontaktního formuláře na stránkách developera nebo emailem. Přibližně 17 % poptávajících využije telefonu a zbylých zhruba 5 % sází na osobní návštěvu. V případě CENTRAL GROUP to znamená buď návštěvu na klientském centru v sídle společnosti, nebo v jedné z šesti ukázkových nemovitostí přímo v realizovaných lokalitách.

**Roste podíl mladších zájemců**

Růst významu internetu coby prodejního i komunikačního nástroje zcela jistě souvisí i se snižováním průměrného věku kupujících. Dlouhodobě je mezi kupujícími nových bytů nejčastěji zastoupena skupina klientů mezi 32-40 roky. V souvislosti s rekordně nízkými úroky hypoték a jejich rostoucí dostupností ale zejména v posledním roce velmi dynamicky roste také segment kupujících ve věku 22-30 let. Ti se soustředí zejména na cenově dostupnější a menší byty v okrajových lokalitách, zatímco „starší“ zájemci se stále častěji rozhlížejí také po projektech v širším centru města.

*„Jen v posledním roce průměrný věk kupujících nových bytů od CENTRAL GROUP poklesl zhruba o dva roky, z dlouhodobých 36,7 roku na 34,9 roku v roce 2014. To potvrzuje rostoucí skupinu mladých klientů a očekáváme, že průměrný věk kupujících letos opět poklesne,“* předpovídá Kunovský. Rostoucí význam internetu pak podle něj přináší ještě jedno další velmi důležité pozitivum – vyšší náročnost zákazníků na kvalitu. *„Zejména v segmentu novostaveb platí, že kupující jsou dnes informovanější a poučenější než kdykoli předtím. Chtě nechtě to vyvíjí tlak na developery, kteří si dnes již nemohou dovolit prodávat nekvalitní produkt. Alespoň ne takoví, kteří chtějí na trhu uspět dlouhodobě,“* uzavírá Dušan Kunovský.

Pro více informací nás můžete kontaktovat na e-mail: [media@central-group.cz](mailto:media@central-group.cz) nebo telefonicky: Milan Jankovský – tiskový mluvčí (+420 602 124 696), který může také zprostředkovat jednání s vedoucími pracovníky CENTRAL GROUP nebo jejich vyjádření. Podrobné informace o společnosti CENTRAL GROUP a její nabídce naleznete na [www.central-group.cz](file:///C:\Users\jemelka\AppData\Local\Temp\www.central-group.cz), kde je také sekce [Pro média](http://www.central-group.cz/tiskove-zpravy) a sekce [12 důvodů pro CENTRAL GROUP](http://www.central-group.cz/proc-central-group).

CENTRAL GROUP je jednoznačně největším rezidenčním developerem a investorem nové bytové výstavby v České republice. Potvrzuje to i statistika prestižního mezinárodního magazínu CIJ (Construction & Investment Journal), který firmu zařadil mezi desítku největších rezidenčních developerů ve střední a východní Evropě. Za 21 let svého působení firma dokončila již 135 rezidenčních projektů a prodala více než 11.000 nových bytů, domů a parcel. Na všechny své byty a rodinné domy poskytuje Garanci nejlepší ceny. To znamená, že pokud někdo najde srovnatelnou nemovitost s lepší cenou oproti nabídce CENTRAL GROUP, firma cenu dorovná a ještě přidá bonus ve výši 100.000 Kč.

Společnost dlouhodobě vykazuje stabilní zisk, rostoucí podíl na trhu a pro svou činnost nepotřebuje žádný bankovní úvěr. Za dobu svého působení koncern CENTRAL GROUP uhradil českému státu jen na přímých daních již více než 1**,**7 miliardy korun. Významné prostředky věnuje společnost také na obecně prospěšné účely (například na výsadbu zeleně nebo na realizaci veřejných komunikací a inženýrských sítí pro městské části a obce v mnoha desítkách milionů Kč ročně) a také na charitativní činnost (například Nadačnímu fondu pro zdraví dětí zřízenému ve prospěch Ústavu pro péči o matku a dítě v Praze 4 – Podolí).

CENTRAL GROUP je nejen největším českým prodejcem nových bytů a domů, ale také nejaktivnějším investorem v rámci akvizic nových pozemků pro rezidenční výstavbu. V současné době má nakoupené a připravené pozemky pro více než 14.000 nových bytů a rodinných domů. Ty plánuje zařadit do prodeje v průběhu příštích osmi let. CENTRAL GROUP nadále intenzivně hledá a nakupuje další pozemky a brownfieldy v Praze pro výstavbu nových bytů a domů.