

CENTURY 21

MAGAZINE

ЖУРНАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ

Лето 2018



RE LENTLESS
BRANDING
НОВАЯ ЖИЗНЬ С21



Финалист Национальной премии «Серебряный лучник» в номинации «Внутрикорпоративные коммуникации и корпоративные медиа»

ОТКРОЙТЕ АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ CENTURY 21

СТАНЬТЕ ИЗВЕСТНЫ ВО ВСЕМ МИРЕ

Бренд CENTURY 21
занимает ведущие позиции
в мировых рейтингах
потребительского доверия
и присутствует в 76
странах мира

ПОЛЬЗУЙТЕСЬ МЕЖДУНАРОДНЫМИ СЕРВИСАМИ

Каждое агентство
обеспечивается самыми
современными
IT-сервисами,
HR-технологиями,
маркетинговыми
инструментами

БЕСКОНЕЧНО УВЕЛИЧИВАЙТЕ ПРИБЫЛЬ

Количество продавцов
на рынке превышает
количество покупателей,
поэтому ценность
риэлторской услуги
постоянно растет

CENTURY 21.



21

CENTURY 21

MAGAZINE **ЖУРНАЛ О НЕДВИЖИМОСТИ**

УЧРЕДИТЕЛЬ

ООО «РУС ГЛОБАЛ ГРУПП»
125284, г. Москва, Ленинградский пр-т, 31А, стр. 1, БЦ «МонАрх»
+7 (495) 981-21-21

РЕДАКЦИЯ

Главный и выпускающий редактор
Анастасия Москвитина
anastasia.moskvitina@hq.century21.ru
Корректор
Ирина Пушкина
rikabesorkus@mail.ru

ДИЗАЙН И ВЕРСТКА

Дизайнер-верстальщик
Владислав Панфилов
vladislav.panfilov@hq.century21.ru
Дизайнер
Мария Троицкая
masha.troitskaya@hq.century21.ru

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

Анастасия Дачевская, Татьяна Елекоева,
Кирилл Котриков, Лили Фельтен

Информационное сотрудничество: magazine@hq.century21.ru

Сотрудничество по рекламе: magazine@hq.century21.ru

Журнал CENTURY 21 Magazine зарегистрирован Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Номер свидетельства ПИ № ФС 77-59606 от 23.10.2014. Категория информационной продукции 6+. Тираж 12 000 экземпляров.

Цена свободная.

Отпечатано: ОАО «Можайский полиграфический комбинат»

143200, г. Можайск, ул. Мира, д. 93

www.ооомрк.ru, www.ооомрк.рф

+7 (495) 745-84-28, +7 (49638) 20-685

Полное или частичное воспроизведение статей и фотоматериалов, опубликованных в журнале CENTURY 21 Magazine, без письменного согласия редакции запрещено.

За точность и содержание предоставленных рекламных материалов ответственность несут рекламодатели.

CENTURY 21[®]

ONE21 EXPERIENCE^{*}

*ГЛОБАЛЬНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ БРЕНДА



**СТАНЬ ЛУЧШИМ
АГЕНТОМ В РОССИИ
И ПРИМИ УЧАСТИЕ
В ЕЖЕГОДНОЙ
ГЛОБАЛЬНОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ
СЕТИ CENTURY 21**

ЛАС-ВЕГАС, 19-22 МАРТА 2019



Летом на рынке недвижимости традиционно затишье. Но только не для сети CENTURY 21 Россия! У нас есть потрясающие новости, способные нарушить эту тишину! Главная из них – начало глобального ребрендинга международной сети CENTURY 21, о котором было официально объявлено на самом масштабном мероприятии сети ONE21Experience, прошедшем в марте. Мировая индустрия недвижимости, не умолкая, обсуждает новый бренд – смелый, амбициозный, современный – и в России тоже пришло время громко заявить об этом.

Какой он, новый бренд, как он взаимодействует с клиентом, каких целей позволит достичь – ответы на все эти вопросы вы найдете в новом выпуске журнала. Приоткрывая завесу тайны, скажу, что новый бренд – это не просто логотип или цветовая гамма, это целая система, включающая обновленную айдентику, HR-концепцию, бизнес-стратегию и много другое. Наши эксперты в области маркетинга, продаж и подбора персонала расскажут о том, как это будет работать, а в «Теме номера» вы найдете реальные примеры использования нового бренда, в том числе первый офис в России, оформленный в новом стиле – CENTURY 21 InKrasnodar.

Рубрика «Профессия риэлтор» в этот раз будет особенно интересна HR-специалистам: статья «RelentlessWanted: кто такие агенты мечты?» раскроет детали новой концепции подбора агентов, а материал «Re:learning» познакомит с тем, как в скором времени изменится система обучения в сети. И то, и другое впечатляет!

В продолжение темы позитивных изменений приводим самые интересные объекты редевелопмента в разделе «Архитектура». Удивительные примеры того, как заброшенные и неприглядные районы Москвы, Лондона, Мюнхена и других городов стали центрами притяжения бизнеса и горожан.

Мы не забыли и про важные отраслевые тенденции – рассказываем о том, как повлияет развитие транспортной структуры Москвы на цены на недвижимость, а также о том, что ждет рынки городов, принимающих Чемпионат мира по футболу–2018. Ну и как всегда для вас – полезные книги, свежие новости и лучшие агенты сети CENTURY 21 Россия!

Приятного чтения, и пусть ваше лето будет наполнено уникальными впечатлениями! Впечатлениями, которые дарит свои клиентам сеть CENTURY 21.

Егор Провкин,
Генеральный директор CENTURY 21 Россия

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, representing the name Egor Provkin.



CLASSIC

◆
ДЛЯ НОВИЧКОВ
И АГЕНТСТВ С ОПЫТОМ

◆
ПАУШАЛЬНЫЙ ВЗНОС
ОТ 239 000 РУБЛЕЙ

◆
БИЗНЕС-СОПРОВОЖДЕНИЕ
НА ВСЕХ ЭТАПАХ

◆
НЕПРЕРЫВНЫЙ
РЕКРУТИНГ

◆
РЕГУЛЯРНОЕ ОБУЧЕНИЕ
В БИЗНЕС-ШКОЛЕ

CENTURY 21

WWW.CENTURY21.RU

10 **Время X и Y: зачем агентствам ребрендинг?**

О перспективах нового бренда сети на современном рынке.

12 **Wanted: как C21 набирает агентов**

Рассказываем о новой концепции подбора персонала.

14 **Ветер перемен**

Почему не стоит бояться покупать новый бренд.

16 **Новости**

18 **Новости CENTURY 21**

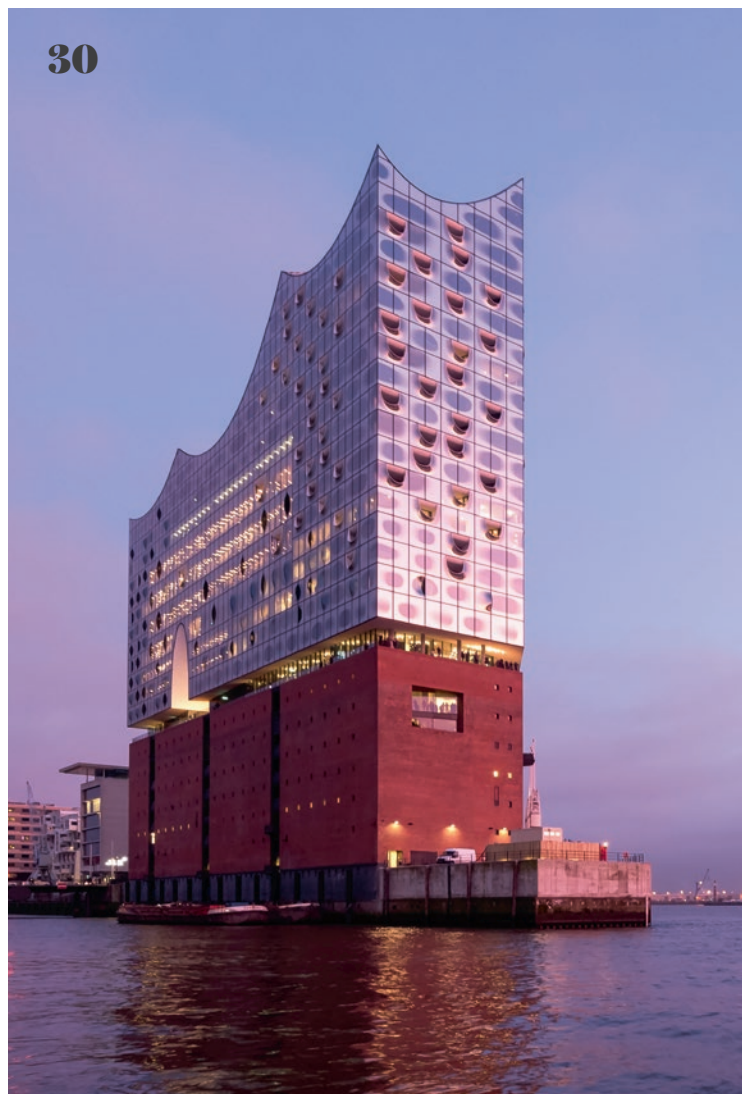
20 **Re:branding C21**

Как сеть CENTURY 21 шла к новому бренду 47 лет, и что из этого получилось.

29 **Re:work**

Книги, меняющие представление о том, что делает бизнес успешным.

30



20



30 Re:девелопмент

Лучшие примеры второй жизни промышленных площадей.

38 Relentless Ник

Президент Century 21 Real Estate LLC Ник Бейли о том, почему недвижимость не уйдет в онлайн.

40 Особенности национального футбола

Изменяют ли стадионы, гостиницы и общественные пространства рынок недвижимости своих городов.

42 Ближе не значит лучше

Почему транспортная доступность больше не влияет на стоимость недвижимости в Москве.

46 Вокруг света: Германия

Брокер CENTURY 21 о том, как работать на европейском рынке.

40



46



48



48 Relentless Wanted: кто такие агенты мечты?

Почему агенты сети CENTURY 21 неутомимы, и как это выражается в их ежедневной работе.

53 Relearning

Как электронное обучение поможет сделать работу агентов CENTURY 21 еще эффективнее.

56 Лучшие агенты сети CENTURY 21 Россия

Время X и Y: зачем агентствам ребрендинг?

ДЛЯ ЛЮБОГО БИЗНЕСА ВАЖНО ИДТИ В НОГУ
СО ВРЕМЕНЕМ, БЫСТРО АДАПТИРОВАТЬСЯ ПОД
ЗАПРОСЫ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, И CENTURY 21
НЕ ИСКЛЮЧЕНИЕ.



Александра Андреева,
директор по маркетингу
CENTURY 21 Россия

Сеть агентств недвижимости CENTURY 21 была основана в 1971 году и получила свое название в честь Всемирной выставки, прошедшей в 1962 году в Сиэтле – «The Century 21 Exposition». В отличие от многих других мировых выставок того времени, ярмарка в Сиэтле была прибыльной, а ее главными темами были пространство, наука и будущее. Не только название, но также основной вектор выставки – наследие и футуристичность – стали важными элементами бренда и культуры CENTURY 21. Такая стратегия отлично работала в 70-х и 80-х годах, когда самым популярным фильмом был «Назад в будущее», а XXI век казался очень далекой перспективой.

С тех пор прошло много времени, и такой подход может показаться устаревшим и неактуальным. Настал момент, когда пора что-то менять. Для любого бизнеса важно идти в ногу со временем, быстро адаптироваться под запросы целевой аудитории, поэтому, прежде всего, ребрендинг направлен на повышение лояльности наших клиентов, усиление позиций компании на рынке и укрепление авторитета в профессиональном сообществе.

Благодаря сильной базе и ключевым активам бренда, наработанным годами, у нас есть возможность завоевать новый и самый важный сегодня сегмент покупателей и продавцов жилья – поколения X (родившиеся с середины 60-х по начало 80-х годов прошлого века) и Y (родившиеся с 1981 по 2003 годы), которые недавно вышли на рынок.

Наиболее сложный клиент – представители поколения Y, в большинстве своем еще не имеющие опыта операций с недвижимостью, более того, они мало осведомлены о бренде. Победа над этим сегментом рынка потребует много работы, смелости и инноваций.

Перезапуск бренда CENTURY 21 является ярким доказательством готовности компании к кардинальным изменениям и вступлению в новую цифровую эру, что требует адаптации айдентики и технологий в соответствии с изменяющимися потребностями сегодняшних покупателей, продавцов и инвесторов.

В обновленном логотипе CENTURY 21 присутствующие бренду золотой и черный цвета представлены в новом графическом исполнении. Фирменный стиль уходит от сложных и устаревших визуальных элементов и дает каждому франчайзи и даже агенту возможность выразить собственную идентичность, сохраняя принадлежность к золотому стандарту качества сети, проверенному временем. Монограмма C21 имеет все шансы за короткое время стать столь же легко узнаваемой, как привычное изображение дома на старом логотипе. Новый логотип имеет современный вид, способный привлечь в агентства сети современных продавцов и покупателей недвижимости – и частных лиц, и коммерческие компании. ■



РЕКЛАМА

TRADE-IN

◆
ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПО ПРОДАЖЕ
ВТОРИЧНОГО ЖИЛЬЯ

◆
ПАУШАЛЬНЫЙ ВЗНОС
ОТ 478 000 РУБЛЕЙ

◆
МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ

◆
СЕТЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ,
ВКЛЮЧАЯ MLS

◆
HR-СОПРОВОЖДЕНИЕ
И ОБУЧЕНИЕ

CENTURY 21

WWW.CENTURY21.RU

Wanted: как С21 набирает агентов

ПОМИМО РЕБРЕНДИНГА В СЕТИ АНОНСИРОВАНА
НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ
ИНИЦИАТИВНЫХ И ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫХ
АГЕНТОВ – #RELENTLESSWANTED. РАССКАЗЫВАЕМ,
КАК ЭТО РАБОТАЕТ.



Наталья Матвеева,
директор по персоналу
CENTURY 21 Россия

Нам нужны неутомимые – гласит слоган новой HR-кампании сети CENTURY 21. Главная ее задача – привлечь лучших агентов и тем самым сохранить позиции лучшей сети агентств недвижимости в мире. Сама идея и посыл для кандидатов очень удачные, о том, как это работает в США, можно прочитать в статье на странице 48.

Предложенная концепция дает вектор, направление кадровой политики, на которое нужно ориентироваться. Но не стоит забывать, что многое зависит от личности руководителя каждого агентства, собственной внутрикорпоративной культуры, стадии развития агентства, по этому одинакового набора компетенций у всех не бывает. Большое значение имеет специфика города и вида продаваемой недвижимости – здесь могут потребоваться дополнительные уникальные качества агентов, а что-то из общепринятого, наоборот, может быть необязательным. Если следовать предложенной концепции, не беря во внимание конкретные задачи агентства, можно только сократить количество принимаемых стажеров, поэтому при поиске продавца с горящими глазами нельзя игнорировать тех, чьи глаза вы сами сможете зажечь – интересными задачами, перспективами роста, инструментами материальной и нематериальной мотивации.

Для нас важнее личные качества человека и его желание зарабатывать, чем его опыт работы. Идеальный кандидат в агентство недвижимости CENTURY 21 по новой концепции – это человек, в первую очередь, трудолюбивый, способный

искать пути решения сложных задач, достигать желаемого результата несмотря ни на что, и получать от этого удовольствие. Освоить профессию риэлтора сможет любой, кто обладает этими качествами. Но найти таких людей непросто. Нужно заметить, что по большому счету это качества руководителя, а значит искать «неутомимых» можно не только в сфере продаж и смежных специальностях, но и среди руководителей, директоров, также среди людей творческих профессий, чья работа связана с постоянным общением с людьми. Выявить необходимые качества «неутомимых» можно на интервью с помощью проективных и ситуационных вопросов, кейсов, оценки метапрограмм (процесс/результат, стремление/избегание, процедуры/возможности, содержание/окружение), а также с помощью специальных тестов на оценку креативности, трудолюбия, общительности, тестов Т. Элерса на выявление мотивации к успеху и избеганию неудач. Задача HR-менеджера – донести в объявлении новую идеологию и принципы работы, чтобы кандидаты узнали себя в описании вакансии и сами откликнулись на нее.

Новая концепция понятная и правильная. Хорошо, когда есть общее видение ценностей и принципов работы компании, это формирует корпоративную культуру сети, объединяет единомышленников, создает положительную репутацию на рынке. Нацеленность на помощь клиенту, трудолюбие, усердие, сотрудничество – сформулированные в новой концепции принципы создают весомое конкурентное преимущество для нашей сети. Мы выкладываемся на 121% – это то, что отличает нас от конкурентов. ■



РЕКЛАМА

MASTER PARTNER

◆
ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ
УСЛОВИЯ РАБОТЫ В РЕГИОНЕ

◆
ИНДИВИДУАЛЬНАЯ
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

◆
СОБСТВЕННАЯ
ФРАНЧАЙЗИНГОВАЯ СЕТЬ

◆
НОВЫЙ
УРОВЕНЬ ДОХОДА

◆
ПЕРСОНАЛЬНЫЕ
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО БИЗНЕСУ

CENTURY 21

WWW.CENTURY21.RU

Ветер перемен

ОБНОВЛЕНИЕ БРЕНДА ДАЕТ ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ПАРТНЕРАМ-ФРАНЧАЙЗИ ВОЗМОЖНОСТЬ БЫТЬ ПЕРВЫМИ В СТРАНЕ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ САМЫЕ СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА.



Наталья Иванова,
менеджер по работе
с ключевыми клиентами
CENTURY 21 Россия

Первое, что захотелось воскликнуть, когда мы с коллегами получили информацию о ребрендинге: «Наконец-то! Дождались!». Многие крупные успешные компании, каждая в свое время, пережили этот этап. Это говорит о том, что компания идет в ногу со временем, не собирается покидать рынок и адаптируется к его изменениям.

В первую очередь это необходимо тогда, когда меняется образ жизни потребителя, клиента компании. Элементы бренда, как и архитектура, музыка и мода, в культурном смысле уходят корнями в то десятилетие, когда они были созданы. И хотя любая эпоха в итоге становится востребованным ретро, дизайн, в котором ощущается дух 1980-х, 1990-х или ранних 2000-х, часто выглядит старомодным и неловким. Поэтому рано или поздно наступает момент, когда следует пересмотреть или освежить элементы бренда, оmodernить.

Компания CENTURY 21, или, как мы теперь можем говорить, С21, вместе со всем человечеством уверенно шагнула в цифровую эру, характеризующуюся почти безграничными возможностями передавать и принимать информацию и мгновенным доступом как к уже освоенным знаниям, так и к любой новой информации.

Ребрендинг для нас – это не просто смена логотипа, а признание возможности каждого брокера и аффилированного агента самостоятельно выбирать то, что работает для его рынка, а также создание такой основы бренда, которая даст

свободу для самовыражения брокеров и агентов. Обновление бренда дает нашим потенциальным партнерам-франчайзи возможность быть первыми в стране, кто придаст новому логотипу индивидуальность и будет использовать самые современные технологии маркетинга и брендинга при построении своего бизнеса.

Для сегодняшних и будущих клиентов наших агентств новый бренд – это, безусловно, упрощенные коммуникации. Не секрет, что людей, говорящих и читающих на английском, в нашей стране в процентном соотношении гораздо меньше, чем, например, в европейских странах. Теперь у нас есть официальное сокращенное название бренда – С21 – оно удобное и понятное потребителю. Цветовая гамма тоже изменилась: сдержанные тона темно-серого и золотого выглядят современно, а шрифт – очень стильно. На его фоне предыдущий логотип кажется пережитком прошлого и, конечно, потребуются некоторое время для того, чтобы все привыкли к обновлению. Однако опыт таких гигантов, как «РЖД» и «Аэрофлот», имеющих развитые сети региональных представительств и огромную клиентскую аудиторию, вдохновляет – ведь, помимо обновления визуальных элементов, ребрендинг всегда направлен на улучшение бизнес-результатов. ■



РЕКЛАМА

EXPERT BROKER

◆
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
БРЕНД CENTURY 21

◆
ПАУШАЛЬНЫЙ ВЗНОС
ОТ 239 000 РУБЛЕЙ

◆
CRM-СИСТЕМА
УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТАМИ

◆
СОПРОВОЖДЕНИЕ
НА КАЖДОМ ЭТАПЕ

◆
НЕПРЕРЫВНОЕ
ОБУЧЕНИЕ

CENTURY 21

WWW.CENTURY21.RU

Министерство строительства возглавил Владимир Якушев



Отрасль строительства России претерпела серьезные кадровые изменения. Вице-премьером по вопросам строительства назначен Виталий Мутко (бывший министр спорта РФ), министром – Владимир Якушев. Михаил Мень, возглавлявший Министерство строительства и ЖКХ России с момента его создания, ушел в отставку.

Перед назначенными чиновниками стоят амбициозные задачи по переходу на проектное финансирование строительной отрасли и увеличению ввода жилья до 120 млн м² в год, а также внедрения цифровых технологий в строительстве. Одним из первых шагов по реализации задуманного станет формирование необходимой законодательной базы, которая должна быть подготовлена к 1 октября 2018 года.

По заявлению нового главы Минстроя, «нормативная база, по которой мы будем жить до 2024 года, должна быть максимально продуктивной, эффективной и, самое главное, жизнеспособной». Он также добавил, что задача Минстроя – это не только подготовка законов, но и рост строительной отрасли.

ДОМ.РФ разрабатывает блокчейн-платформу для рынка жилья

Единственный институт развития в жилищной сфере ДОМ.РФ (бывшее АИЖК) и платформа Vostok начали сотрудничество по созданию российской блокчейн-платформы для автоматизации процессов в жилищной сфере. В перспективе проект позволит перевести все основные процедуры по купле-продаже жилья в онлайн: подбор ипотеки, саму покупку, регистрацию собственности.

По замыслу ДОМ.РФ, блокчейн-платформа в сфере недвижимости будет способствовать прозрачности рынка и созданию доверительных отношений между всеми его участниками. Интеграция IT-систем участников проекта, среди которых предполагаются госорганы, банки, застройщики, Росреестр, позволит автоматизировать многие процессы и сделать их более безопасными для граждан.



Для риэлторов создан профессиональный стандарт



Министерство труда РФ разрабатывает проект профстандарта «специалист в сфере недвижимости» – его принятие сулит риэлторам появление трехступенчатой карьерной лестницы (агент – эксперт – брокер) и шанс получить профильное образование уже в конце III квартала нынешнего года. Профстандарт не только регламентирует сферу ответственности специалиста на каждой ступени, но и внедряет профессиональные этические нормы, включающие конфиденциальность информации клиента, честность и порядочность как в отношении клиентов, так и своих коллег-риэлторов.

Предполагается, что оценивать квалификацию специалистов в сфере недвижимости будет Совет по профессиональным квалификациям торговой, внешнеторговой и по отдельным видам предпринимательской и экономической деятельности, созданный на базе Торгово-промышленной палаты. Будущие специалисты смогут загрузить на сайт Центра оценки необходимые документы, а потом сдать экзамен очно либо онлайн.

Параллельно с профстандартом ведется разработка программ дополнительного и среднего профобразования в сфере недвижимости. Допускается, что в будущем появятся и программы высшего образования для брокеров.

Кипр ограничил выдачу инвестиционных виз

Инвестиции в популярное у россиян направление будут ограничены государственными квотами – Совет министров Кипра принял решение о том, что получать гражданство в обмен на инвестиции в экономику страны смогут не более 700 человек в год (без учета членов семей инвесторов).

Помимо этого, процедура рассмотрения кандидатов будет занимать больше времени – не менее полугода, ранее этот срок составлял всего три месяца. Требования по сумме и объектам инвестирования остались те же – не менее €2 млн необходимо вложить в недвижимость, бизнес, акции или гособлигации и сохранять инвестиции минимум 3 года. При этом для покупателей кипрской недвижимости отсчет времени будет начинаться с момента выдачи разрешения на строительство объекта.



CENTURY 21 Россия на Фестивале Франшиз



С 10 по 12 марта 2018 года в Москве прошло крупнейшее событие рынка франчайзинга России и СНГ – X Международная выставка по открытию бизнеса «Фестиваль Франшиз 2018». Сеть CENTURY 21 Россия ежегодно становится экспонентом выставки, а представители компании выступают спикерами этого профессионального мероприятия.

В этом году посетители выставки снова смогли познакомиться с продуктами, с условиями и преимуществами открытия бизнеса в недвижимости по франшизе международного бренда на стенде CENTURY 21 Россия. Более подробно о составляющих успеха агентства недвижимости с мировым именем рассказал в рамках деловой программы выставки коммерческий директор сети Игорь Бабкин.

Более 6000 человек посетили мероприятие в этом году и более 100 компаний представили свои бизнес-концепции в рамках Фестиваля Франшиз – высококвалифицированной площадки для взаимодействия успешных франчайзеров и перспективных франчайзи.

В Сочи прошел Всероссийский жилищный конгресс

Всероссийский жилищный конгресс в этом году впервые прошел в Сочи с 17 по 20 апреля 2018 года. Мероприятие стало площадкой для общения более 2000 специалистов отрасли недвижимости и смежных отраслей.

В числе выступивших в рамках деловой программы – коммерческий директор CENTURY 21 Россия Игорь Бабкин, подробно рассказавший о различиях бизнеса по франшизе в России и за рубежом, а также руководитель отдела сопровождения Юрий Шаранов, представивший профессиональному сообществу эффективную модель организации работы руководителя отдела стажеров. Проходившая в рамках конгресса выставка вызвала большой интерес у участников – на стенде компании CENTURY 21 Россия они могли познакомиться с различными продуктами компании и провести переговоры о вступлении в международную сеть.

Егор Провкин, генеральный директор CENTURY 21 Россия: «Приятно, что Всероссийский жилищный конгресс развивается, и мы получаем новые возможности для обмена опытом, мнениями, контактами. Мероприятие всегда притягивает лучших специалистов, профессионалов, в числе которых и брокеры нашей сети, и представители Центрального офиса, – Сочинский конгресс не стал исключением».



Новые агентства сети CENTURY 21 Россия



Сеть CENTURY 21 Россия планомерно расширяет свою географию присутствия, развивая новые регионы. В Махачкале свои двери открыло первое на Кавказе агентство сети под названием CENTURY 21 Вся недвижимость.

По словам брокера Магомеда Магомедова, основная задача первого в Дагестане агентства международного уровня – предложить клиентам высокий и качественный сервис в соответствии с лучшими мировыми практиками и современными технологиями.

В городе Удан-Удэ открывается уже второе агентство недвижимости под международным брендом – CENTURY 21 Евразия недвижимость. Брокер агентства Владимир Султимов давно рассматривал возможность присоединиться к сети, итоговое решение было принято после прохождения курса подготовки руководителей по программе IMA.

Еще одним новым регионом присутствия сети стала Брянская область – свою работу в Брянске в скором времени начнет агентство CENTURY 21 Эстейт. Для его владельца Олега Бедулина агентство является стартап-проектом, поскольку опыта работы в недвижимости ранее у него не было.

Брокерский совет прошел в Краснодаре

Первый выездной Брокерский совет прошел с 24 по 26 мая в Краснодаре. Место проведения было выбрано не случайно – офис агентства CENTURY 21 InKrasnodar стал первым, оформленным в соответствии с новой концепцией бренда сети. На официальном открытии присутствовали представители Центрального офиса компании, а также брокеры из других регионов.

В рамках совета глава CENTURY 21 Россия и руководители подразделений презентовали итоги работы с начала года и рассказали о планируемых проектах. Специально для участников совета был организован тренинг директора Бизнес-школы CENTURY 21 Россия Александра Дрягина по формированию высокоэффективной команды в агентстве недвижимости.

Важной частью деловой программы совета стали встречи с ведущими застройщиками Краснодарского края, организованные брокером этого региона Марией Гаджиевой специально для коллег.

Брокерский совет традиционно стал отличной возможностью для представителей всех регионов собраться вместе, укрепить текущие связи, поделиться своими наработками, кейсами и ощутить себя частью глобальной сети – одной из самых успешных в мире.



Re:branding C21

ПРИШЛО ВРЕМЯ ОТКАЗАТЬСЯ ОТ ПОСРЕДСТВЕННОСТИ И СОЗДАВАТЬ УНИКАЛЬНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ ДЛЯ СВОИХ КЛИЕНТОВ.

Текст:
Анастасия Москвитина

Компания Century 21 Real Estate была основана в 1971 году и стала первой франчайзинговой сетью агентств недвижимости в мире, а затем – одним из самых узнаваемых брендов на рынке, коим остается и по сей день. За эти годы компания успешно преодолела несколько экономических кризисов, сохраняя верность своим принципам, клиентам и черно-желтому логотипу с очертаниями дома. Он оставался практически неизменным 47 лет, но 2018 год станет годом глобального ребрендинга, вдохновляющего потребителей на поиск лучшей недвижимости для себя. Конечно, с помощью агентов CENTURY 21.

НАЧАЛО НАЧАЛ

Отец-основатель сети Century 21 Real Estate – Артур Бартлетт, ему первому пришло в голову, что успех франчайзинговой сети McDonald's можно повторить и на другом рынке, вытеснив тем самым мелких игроков и завоевав внимание потребителей. Он хотел достичь синергетического эффекта, объединив маленькие локальные агентства с опытом и лояльной клиентской базой. Аргументом для объединения были более высокие перспективы выжить на рынке, активный обмен опытом и технологиями и совместное использование ресурсов, к примеру, рекламных. Логотип компании уже тогда состоял из изображения домика и надписи CENTURY 21. Первые агенты сети носили нашивки с логотипом на своих золотых пиджаках, ставших символом сети во всем мире.

Кроме того, Бартлетт понимал, что покупатели больше доверяют крупным брендам, поэтому одной из задач, которые ставились перед руководителями агентств, была популяризация и продвижение бренда CENTURY 21.

Первоначально бизнес-сообщество с недоверием отнеслось к идее франчайзинга в недви-



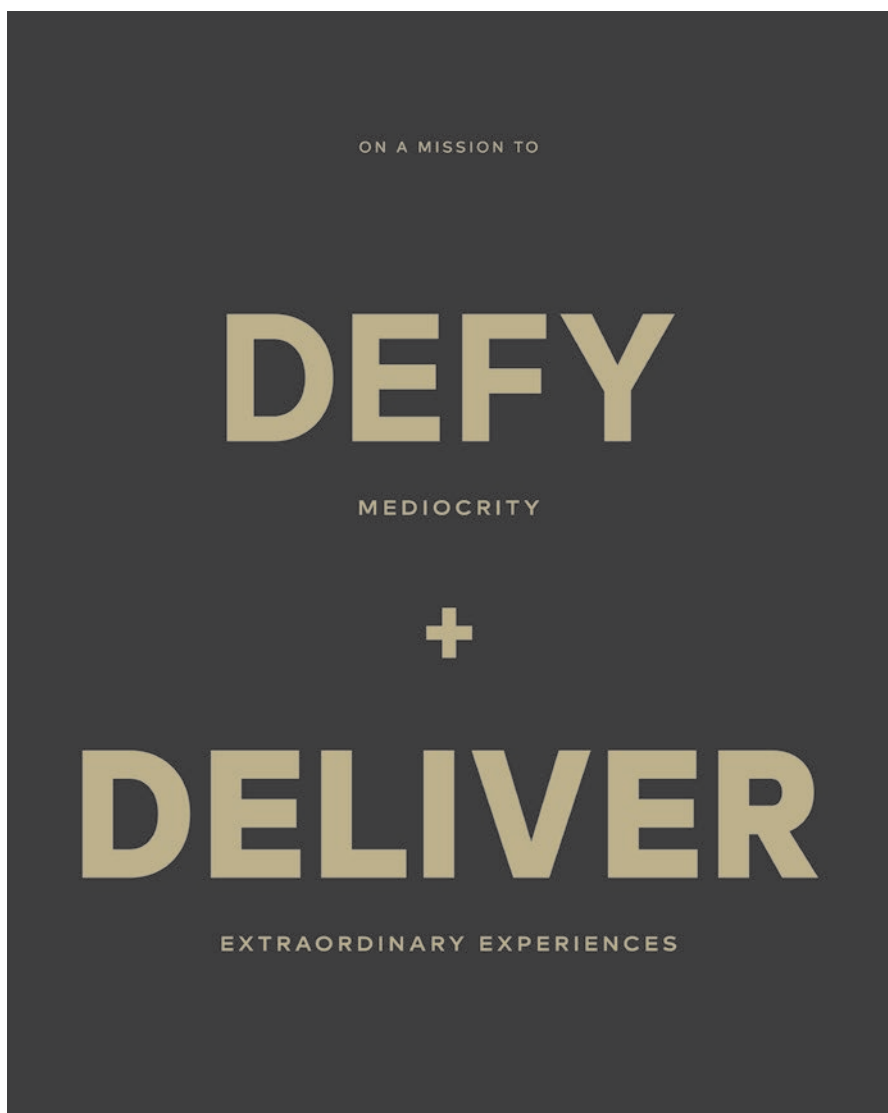


жимости, некоторые даже не стеснялись насмеяться над Бартлеттом в СМИ. Однако критики поутихли, когда за 5 лет к сети присоединилось 3000 агентств по всей Америке, а затем и в Канаде. В 1978 году, когда комиссионные брокеров принесли \$23 млн, в два раза превысив прошлогодние показатели, Артур Бартлетт согласился на предложение международного холдинга Realogy Corp. и продал компанию за \$89 млн.

Realogy Holdings Corporation – мировой франчайзинговый холдинг, владеющий самыми известными брендами в сфере недвижимости. В группу Realogy сегодня входят такие франчайзинговые сети как Better Homes and Gardens, CENTURY 21, Coldwell Banker, Coldwell Banker Commercial, ERA, Sotheby's International Realty.

«РЕБРЕНДИНГ CENTURY 21 – ЭТО ПОБЕДА. ЗАДАЧА БЫЛА АМБИЦИОЗНОЙ – ШАГНУТЬ ВПЕРЕД НА 40 ЛЕТ – И ОНА ВЫПОЛНЕНА ОТЛИЧНО. КОНЕЧНО, ВСЕГДА БУДУТ ТЕ, КТО С ЭТИМ НЕ СОГЛАСИТСЯ. НО ЭТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ОТЛИЧНАЯ РАБОТА».

*Брайан Боэро,
генеральный директор маркетингового
агентства 1000watt.net*



«МНЕ НРАВИТСЯ НОВЫЙ ДИЗАЙН CENTURY 21. ОНИ ЗАПУСТИЛИ САЙТ, ГДЕ ПОКАЗАНЫ РАЗНЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВОГО БРЕНДА. ОН ПРОСТОЙ, ЭЛЕГАНТНЫЙ И СОВРЕМЕННЫЙ. КОМАНДА ПОД РУКОВОДСТВОМ КАРЫ УИТЛИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ПРЕВЗОШЛА САМУ СЕБЯ».

Грег Робертсон, ведущий блога о недвижимости VendorAlley.com

ЭРА ЗОЛОТЫХ ПИДЖАКОВ

Культовый золотой жакет, который до недавнего времени носили все агенты сети CENTURY 21, был также придуман Артуром Бартлеттом. В неизменном жакете агенты сети проходили больше 35 лет – пока в 2008 году в рамках обновления маркетинговой стратегии, свою руку к нему не приложил Дом моды Джеффри Бина.

Золотой жакет представлял агентов CENTURY 21 клиентам намного эффективнее, чем любая визитная карточка, поэтому изменения не были кардинальными. Джеффри Бин и его модный дом славились простотой в сочетании с оригинальностью – одежду дизайнера носили все жены президентов США, начиная с Жаклин Кеннеди. В основу обновленного жакета легло использование инновационных материалов и создание роскошного, но комфортного образа. Женская и мужская модели жакета были выполнены в партнерстве с Lanier Clothing из износостойкой немнущейся ткани в традиционном для компании горчичном цвете.

Помимо узнаваемости бренда золотой жакет служил для выполнения еще одной важной миссии – 5 долларов от покупки каждого жакета отправлялись в международную благотворительную организацию Easters Seals, поддерживающую детей и взрослых с ограниченными возможностями.

Постепенно эра золотых пиджаков стала сходиться на нет, а современному поколению риэлторов стало требоваться все больше возможностей для самовыражения – именно это им даст новый бренд.

CENTURY 21®

#RELENTLESSWANTED*

*ИЩЕМ НЕУТОМИМЫХ



**ТЫ ГОТОВ ВЫЙТИ
ЗА РАМКИ ПРИВЫЧНОГО.
НЕ БОИШЬСЯ БЫТЬ ЛУЧШИМ.
УМЕЕШЬ ВОПЛОЩАТЬ МЕЧТЫ В ЖИЗНЬ.
И НЕ ОСТАНОВИШЬСЯ НА ДОСТИГНУТОМ.
МЫ ТОЖЕ!**

**СТАНЬ ЧАСТЬЮ КОМАНДЫ
ПРОФЕССИОНАЛОВ CENTURY 21**



70% OF HOMEBUYERS SETTLE FOR
THE FIRST AGENT THEY MEET

НЕ ПРОДАВАЙТЕ ЧТО ПОПАЛО

Сегодня рынок недвижимости настолько насыщен и стабилен, что потребители перестали ощущать ценность услуг профессионалов в сфере недвижимости. Именно с этим выводом пришло понимание того, что международному бренду нужен перезапуск. В основу новой концепции легло противоречие между тем, насколько, по мнению собственников, трудно продать/купить недвижимость самостоятельно, и тем, как легкомысленно они относятся к выбору агента по недвижимости, который сделает это для них.

Новая концепция бренда представлена в небольшом промо-ролике под названием «Не продавайте что попало (если только вы на рынке не для этого)». Суть ролика в том, что мальчик, хвастливо показывающий зрителю все преимущества дома, на самом деле никогда в нем не был, потому что агент по недвижимости не показывал его семье этот прекрасный дом. В конце ролика сформулирован основной посыл новой рекламной кампании CENTURY 21: «70% покупателей жилья соглашаются на предложение первого агента, с которым работают. Откажитесь от полумера. Стремитесь к лучшему».

Ребрендинг коснулся визуального оформления всех офисов сети, рекламных кампаний на телевидении и в интернете, публикаций в прессе, а также повлек за собой выбор нового медиа-партнера – кабельного спортивного канала ESPN. Такое сотрудничество позволит создать у потребителя устойчивую ассоциацию между брендом CENTURY 21 и неустанным стремлением к совершенству, а также сделать акцент на интересе к спорту, как факторе, объединяющем агентов и клиентов.

**ПОСТОЯННО
СОВЕРШЕНСТВОВАТЬСЯ**

НЕ УПУСКАТЬ ВОЗМОЖНОСТИ

ИСКАТЬ НОВЫЕ ПУТИ

СТИРАТЬ ГРАНИЦЫ

МЫСЛИТЬ ШИРОКО

ДЕЙСТВОВАТЬ БЫСТРО

ВЫКЛАДЫВАТЬСЯ НА 121%

ОТ CENTURY 21 К C21

В обновленном логотипе присущие бренду золотой и черный цвета представлены в новом графическом исполнении. Новый фирменный стиль уходит от сложных и устаревших визуальных элементов и дает франчайзи возможность выразить собственную идентичность, сохраняя принадлежность к золотому стандарту качества CENTURY 21, проверенному временем. Новый логотип более гибкий, он позволяет отразить весь спектр операций и видов недвижимости, с которыми работает компания.

Абсолютно новый элемент фирменного стиля – монограмма C21 – на фоне конкурентов выглядит ярко и смело. Цветовое сочетание золотистого с темно-серым, по сравнению с предыдущим желто-черным вариантом, выглядят дороже и престижно.

Несколько цветовых решений логотипа и монограммы позволяют использовать их на самых разных объектах – от визитных карточек до наружной рекламы. Кроме того, дизайнерами был разработан паттерн с монограммой, который быстро обрел свое место на таких элементах фирменного стиля, как галстуки, сумки-шопперы и даже носки. Таким образом, вместо одного золотого пиджака агенты сети получили возможность брендировать различные элементы своего повседневного образа, демонстрируя принадлежность к глобальной сети, при этом сохраняя индивидуальность.

Вместо привычного слогана «Smarter. Bolder. Faster.» (умнее, мощнее, быстрее), агенты сети во всем мире начнут придерживаться нового постулата: *defy mediocrity + deliver extraordinary experience*, что значит «откажись от посредственности и дари уникальные впечатления». С новым брендом это легко! ■

«НОВЫЙ ИМИДЖ CENTURY 21 СООТВЕТСТВУЕТ XXI ВЕКУ.»

*Адриана Паскуарелли,
редактор портала о маркетинге
и рекламе AdAge.com*



CENTURY 21[®]

«ОНЛАЙН ОФИС»*

*CRM-СИСТЕМА



**РАЗРАБОТАНА СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ
АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ И
ДОСТУПНА КАЖДОМУ АГЕНТУ СЕТИ.
ПОЗВОЛЯЕТ МАКСИМАЛЬНО
ЭФФЕКТИВНО ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ
С КЛИЕНТАМИ, СОВЕРШЕНСТВУЯ
СИСТЕМУ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПОВЫШАЯ
УРОВЕНЬ ПРОДАЖ.**



«НОВЫЙ БРЕНД ОТРАЖАЕТ СТРЕМЛЕНИЕ CENTURY 21 НАПРАВИТЬ СВОИ УСИЛИЯ НА ЕГО ДАЛЬНЕЙШИЙ РОСТ И РАЗВИТИЕ. ЭТО ВПЕЧАТЛЯЮЩИЙ РЕБРЕНДИНГ, КОТОРЫЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ДЕЛАЕТ CENTURY 21 КОМПАНИЕЙ XXI ВЕКА, ПОВЫШАЕТ СТАТУС БРЕНДА, ПОЗВОЛЯЕТ ЕМУ ИДТИ В НОГУ СО ВРЕМЕНЕМ».

*Армин Вит,
сооснователь бюро графического
дизайна UnderConsideration*

DESIGN PRINCIPLES

SMART

SIMPLE

SOPHISTICATED

ИМПЕРАТОРСКИЕ МЫТИЩИ ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС



реклама

2,2 МЛН РУБ.

ЗА ОДНОКОМНАТНУЮ КВАРТИРУ 35 КВ.М

В НАЛИЧИИ КВАРТИРЫ РАЗНЫХ МЕТРАЖЕЙ В СДАННЫХ И СТРОЯЩИХСЯ ДОМАХ!



Квартиры
с ключами



Дешевле, чем
у застройщика



7 км
от МКАД



Доступная
ипотека



Своя
инфраструктура



Зеленый
район



Мария Кузьмина

+7 (903) 550-52-63, +7 (495) 980-21-08

kuzmina.mariya@century21.ru

ankharlamov.century21.ru

1-й Тверской-Ямской пер., д. 18

CENTURY 21

Харламов

Re:work

КНИГИ, МЕНЯЮЩИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ТОМ, ЧТО ДЕЛАЕТ БИЗНЕС УСПЕШНЫМ, И ПОМОГАЮЩИЕ СДЕЛАТЬ ЕГО ТАКИМ.

«ПЕРЕВОРОТ БРЕНДА»

Марти Ньюмейер

Развитие социальных сетей привело к уникальной ситуации – бренды создаются не компаниями, вкладывающими в них деньги, а потребителями, голосующими за них своим выбором и рекомендующими их. В своей новой книге главный современный эксперт по брендингу Марти Ньюмейер рассказывает о том, почему вашей компанией управляют клиенты, и учит, как на этом заработать. С помощью эффективных и понятных инструментов, таких как матрица и шкала приверженности бренда, вы сможете превратить своих клиентов в движущую силу успеха вашей компании.



Текст:
Анастасия Дачевская

«REWORK: БИЗНЕС БЕЗ ПРЕДРАССУДКОВ»

Дэвид Хенссон, Джейсон Фрайд

Книга создателей Basecamp – одной из самых популярных платформ для управления проектами – стала лидером продаж на Amazon.com всего через месяц после выхода, причем сразу в трех категориях: книги по менеджменту, книги по управлению бизнесом и книги по предпринимательству. Книга для успешных бизнесменов с миллионными оборотами и для тех, кто только задумывается о собственном деле, научит вас вести бизнес без предрассудков, не слушать плохие советы, делать то, о чем думаете, и чесать там, где у вас зудит.



«ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ В НЕДВИЖИМОСТИ: АГЕНТАМ ПРОСЬБА НЕ ЗВОНИТЬ»

Светлана Улицкая

Уникальный практический материал, основанный на тысячах личных холодных звонков! Правила, стратегии, ответы на возражения протестированы и показали высокую конверсию звонков во встречи. В книгу включены 30 типовых ответов на возражения при назначении встречи; 13 типичных сложностей агентов при совершении холодных звонков; 12 причин неэффективности холодных звонков; 11 правил телефонного общения; 9 лайфхаков для увеличения эффективности холодных звонков; 6 стратегий назначения встреч; 5 типовых возражений при назначении встречи; 4 типовых скрипта; 2 лайфхака для преодоления собственного сопротивления и многое другое. Эта книга для вас, если вы используете холодные звонки для создания клиентского потока.



Ре:девелопмент

ЛУЧШИЕ ПРИМЕРЫ ТОГО, КАК УСТРАШАЮЩИЕ
ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЗОНЫ СТАНОВЯТСЯ
ФЕШЕНЕБЕЛЬНЫМИ РАЙОНАМИ И ЦЕНТРАМИ
ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ.

Текст:
Татьяна Елкоева





Благодаря редевелопменту заброшенные территории бывших промышленных предприятий, формирующие опасные очаги криминала, экологической и социальной напряженности, превращаются в фешенебельные жилые районы и прогрессивные общественно-деловые центры.

ГОРОД-ПОРТ НА FENSCITY ГАМБУРГ, ГЕРМАНИЯ

Крупнейший градостроительный проект в Европе реализуется на месте исторических гаваней бывшего городского порта, который в 2000 году был перемещен в западную часть Гамбурга. Освободившиеся территории, занимающие 1/8 часть города, отведены под реконструкцию и создание элитного района, в котором на жилье приходится около 30% застройки (700 тыс. м²), еще примерно 50% займет офисная недвижимость (1,1 млн м²). Под общественные объекты (парки, скверы, площади, церкви), а также здания культурного, научного и образовательного назначения выделена пятая часть территории. Застройка бывшего порта позволила без архитектурных потерь на 40% расширить центр города.



ДЕЛОВОЙ КВАРТАЛ «КРАСНАЯ РОЗА» МОСКВА, РОССИЯ

Одним из самых удачных проектов редевелопмента, реализованных в российской столице, является деловой квартал «Красная Роза 1875». Процесс преобразования территории бывшего комбината по изготовлению шелка, занимающего целый квартал в Хамовниках, начался в 2003 году, а уже в 2011 году Forbes включил «Красную Розу» в число 14 проектов, изменивших к лучшему облик Москвы. Девелоперу квартала, компании KR Properties, удалось решить весьма непростую задачу – воплотить в этом проекте все самые современные урбанистические тренды, сохранив при этом исторически сложившуюся планировочную структуру, возникшую из соединения усадебного ансамбля конца XVIII века с фабричной застройкой конца XIX века.

Площадь делового квартала «Красная Роза 1875» составляет около 6 га. На его территории расположены 11 зданий классов А+, А и В, общая арендуемая площадь которых составляет 137 тыс. м².





РАЙОН КОП VAN ZUID РОТТЕРДАМ, НИДЕРЛАНДЫ

Реанимировать территорию полуострова Коп Ван Зюйд, где когда-то находился порт с доками, было решено в 1986 году. Основной целью реновации было соединение этой части города с остальными районами. В связи с чем ключевым элементом проекта стало возведение моста Эразмус длиной 808 м, который связал полуостров с центром Роттердама и стал новым символом города. Кроме того, здесь проложили линию метро, расширили трамвайную сеть, запустили водное такси. В ходе реновации, завершившейся в 2000 году, старые постройки, представлявшие художественную ценность, были восстановлены и приспособлены под офисы, гостиницы, культурные объекты и дорогое жилье.

ЭКО-РАЙОН HAMMARBY SJOSTAD СТОКГОЛЬМ, ШВЕЦИЯ

По первоначальному замыслу редевелопмент самой грязной и запущенной индустриальной зоны Стокгольма, на территории которой когда-то размещались грузовой порт и склады нефтепродуктов, предполагал строительство спортивной арены и олимпийской деревни. Однако после того, как тендер на проведение Олимпиады-2012 выиграл Лондон, стокгольмский муниципалитет внес корректировки в план переустройства этой части города. Было решено построить первый в Швеции эко-район с искусственным полуостровом, набережной-пирсом для частных яхт, многочисленными скверами и собственным парком электромобилей. Для создания наиболее гармоничного взаимоотношения человека и окружающей среды, все дома имеют пониженную этажность, выполнены из экологически чистых материалов и обязательно оснащены террасами, балконами и пентхаусами. Окончание строительства эко-района запланировано на конец 2018 года.







ЭЛИТНЫЙ РАЙОН LONDON DOCKLANDS ЛОНДОН, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Район London Docklands, построенный на месте старейшего лондонского порта, стал уже хрестоматийным примером редевелопмента. В начале 1970-х порт перестал функционировать, и промышленная территория, расположенная почти в самом центре Лондона, начала угасать и стала эпицентром развития преступности. В связи с этим правительство Маргарет Тэтчер развернуло программу модернизации порта, реализация которой длилась с 1980 по 2000 годы. За это время Docklands не только превратился в фешенебельный район, где построено свыше 24 тысяч единиц элитного жилья, но и стал развитым общественным и деловым центром, конкуренцию с которым не выдерживает даже легендарный лондонский Сити.

ДЕЛОВОЙ КВАРТАЛ «ДАНИЛОВСКАЯ МАНУФАКТУРА 1867» МОСКВА, РОССИЯ

К числу образцов качественного российского редевелопмента можно также отнести и один из самых интересных и проработанных лофт-кварталов Москвы «Даниловская мануфактура 1867». Компания KR Properties осуществила реновацию заброшенной хлопчатобумажной фабрики, построенной в середине XIX – начале XX века.

В рамках проекта изношенная инженерия была полностью заменена на современные системы энергообеспечения, связи и безопасности, а старые фабричные здания, относящиеся к памятникам архитектуры, были восстановлены и приспособлены под современное использование.

В настоящий момент комплекс площадью 7,65 га состоит из 12 корпусов, включая бизнес-центры класса «B+», офисные особняки, магазины и AZIMUT HOTEL. ■



Relentless Ник

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
И ПРЕЗИДЕНТ CENTURY 21 REAL ESTATE LLC
НИК БЕЙЛИ О ТОМ, ЗАЧЕМ НУЖЕН РЕБРЕНДИНГ
И ПОЧЕМУ НЕДВИЖИМОСТЬ НЕ УЙДЕТ
В ОНЛАЙН.

Текст:
Анастасия Москвитина

Глобальные внешние изменения бренда CENTURY 21 только начались, но внутренняя перестройка стартовала раньше – а именно с назначением Ника Бейли на должность исполнительного директора и президента CENTURY 21 Real Estate LLC летом прошлого года. Мы поговорили с Ником о том, каким станет бренд CENTURY 21 и почему это приведет агентов к новым вершинам.

– Ник, вы были вице-президентом Zillow Group, одного из крупнейших онлайн-агрегаторов в сфере недвижимости, а теперь перешли в оффлайн-сегмент недвижимости. Почему?

– Моя жизнь всегда была связана с недвижимостью. Я получил лицензию агента в 21 год, сразу после окончания колледжа, и агентство, в котором я начал свою карьеру, работало под брендом CENTURY 21. Забавно, что спустя еще 21 год мне выпала честь возглавить эту компанию. Я знаю рынок недвижимости от и до – поработал агентом, затем стал брокером, даже запускал франчайзинговую сеть на всей территории США (правда это был не бренд CENTURY 21) и наконец в течение 5

лет работал в Zillow Group. Сегодня риэлторский мир находится в замешательстве: все задаются вопросом, заменят ли технологии агентов? Для меня ответ очевиден – нет. Агент является главной составляющей услуги, и ни один агрегатор не сможет дать человеку те впечатления, ту помощь и поддержку, которую оказывает агент, подбирая для клиента недвижимость его мечты.

– Каковы ключевые направления вашей деятельности в CENTURY 21?

– Я концентрируюсь на двух глобальных целях: это рост сети и увеличение дохода наших агентов. Вот что прежде всего я должен делать. Для достижения этих целей мы уже действуем по трем направлениям. Во-первых, масштабный ребрендинг. В США бренд существует уже 47 лет, и настал момент для обновления – выросло новое поколение покупателей недвижимости, и мы должны отвечать их запросам, чтобы наши агенты были успешны.

Во-вторых, новая концепция рекрутинга, под названием CENTURY 21 #RelentlessWanted. Она предполагает создание особой внутренней культуры, способной привлечь лучших агентов. Бу-



КАЖДЫЙ ВТОРОЙ,
КТО КУПИЛ
ИЛИ ПРОДАЛ
НЕДВИЖИМОСТЬ
САМОСТОЯТЕЛЬНО,
НИ ЗА ЧТО НЕ
СТАНЕТ ЭТО СНОВА
ДЕЛАТЬ САМ

дем честны, порог вхождения в эту профессию и в России, и в США, и по всему миру достаточно низок. Поэтому даже если у вас есть много действительно хороших агентов, у вас есть и те, кто ничего не делает. Это плохо влияет на компанию в целом. #RelentlessWanted означает, что мы хотим быть неутомимыми, лучшими в своем деле, теми, кто действительно увлечен этим бизнесом и готов создавать уникальные впечатления для клиентов. Благодаря этим двум инициативам мы планируем достичь третьей амбициозной цели – удвоить количество сделок в сети в ближайшие 5 лет.

– В свете развития технологий насколько это реально? Ведь такие гиганты, как тот же Zillow, имеют колоссальное влияние на рынок недвижимости и потребителей.

– Есть кое-что поважнее технологий. Потребители изменились. Они хотят, чтобы компании угадывали их желания, затачивали свои услуги под конкретного клиента, они хотят быть уникальными. Вот, например, Zillow. Они проделали феноменальную работу, сделали действительно удобный поиск. Искать недвижимость стало весело, интересно, люди заходят туда каждый день

и просматривают дома – им нравится мечтать с Zillow!

А кто такие агенты по недвижимости? Те, кто выполняет всю остальную работу – подписание контракта, подбор объектов и их осмотр, проведение переговоров, ведение сделки на всех этапах. Это и есть покупка недвижимости. Да, Zillow – молодцы, они сделали отличный продукт, но спросите любого, кто купил или продал недвижимость самостоятельно, хотели бы они снова это сделать, и каждый второй ответит: «Нет, это очень сложно!» Вот на чем нам нужно концентрироваться. Создавать уникальный потребительский опыт, проводя сделку от начала и до конца, формировать впечатления, которыми клиент будет делиться со своими друзьями и родственниками.

– Получается, что технологии – это инструмент в руках риэлтора?

– Абсолютно верно. Рынок недвижимости менялся, меняется и изменится еще не раз. Раньше мы ходили от двери к двери, сейчас – наши клиенты в интернете. Да, модель поиска клиентом агента и агентом клиента изменилась. Но они по-прежнему ищут друг друга! ■

Особенности национального футбола

СТАНУТ ЛИ СТАДИОНЫ, ГОСТИНИЦЫ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА НЕОТЪЕМЛЕМЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ, ИЗМЕНЯТ ЛИ РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ СВОИХ ГОРОДОВ, И ЕСЛИ ДА, ТО КАК?

Текст:
Татьяна Елекоева

Летом этого года Россия впервые примет Чемпионат мира по футболу, матчи которого пройдут в 11 городах страны. Это значимое событие для болельщиков и строительных организаций, но что будет по окончании масштабного мероприятия с объектами, построенными к ЧМ-2018? Станут ли стадионы, гостиницы и общественные пространства неотъемлемым элементом городской инфраструктуры, изменят ли рынок недвижимости своих городов, и если да, то как?

КАЖДОМУ СВОЕ

К Чемпионату мира по футболу 2018 года, как и к любому другому спортивному мероприятию международного значения, строится много новых объектов. И это не только спортивные стадионы, но еще и гостиничная инфраструктура, поскольку, по требованиям FIFA, каждый город, участвующий в ЧМ-2018, должен предоставить как минимум 7760 гостиничных номеров разных категорий. В итоге в 11 российских регионах развернулось активное гостиничное строительство, в результате которого, по данным оргкомитета «Россия-2018», к началу Чемпионата в эксплуатацию будет введено 46 новых отелей стоимостью около 65 млрд рублей.

В частности, в Нижнем Новгороде, где долгое время на фоне достаточно высокого спроса остро ощущалась нехватка предложения, в рамках подготовки к мировому турниру реконструировано 3 старых отеля и построено 11 новых гостиничных объектов, из которых 5 относятся к дорогостоящим пяти- и четырехзвездочным комплексам. Казалось бы, надо радоваться, однако, по мнению экспертов, после окончания Чемпионата у отелей Нижнего Новгорода неминуемо возникнут серьезные проблемы с заполняемостью гостиничного фонда, а значит быстро отбить инвестиции не получится. «Городу потребуется несколько лет, чтобы поглотить весь объем нового предложения», – считает председатель совета директоров группы «Ярд» Андрей Кошкин. При этом он отмечает, что в каждом регионе своя ситуация. «Например, намного более оптимистичные перспективы – у Екатеринбурга и Казани, где гостиничное предложение исторически было довольно большим. Но в силу того, что в этих городах традиционно высок уровень внутреннего туризма и они активно развивали у себя event-индустрию, поглощение тоже было более существенным. В связи с этим у Екатеринбурга и Казани после проведения ЧМ-2018 есть все шансы без особых проблем заполнить новые объемы», – считает



Андрей Кошкин. Более того, по мнению эксперта, за счет появления нового качественного предложения туристический поток в эти города после Чемпионата мира еще больше возрастет.

КОГДА УЕХАЛ ЦИРК

В мировой истории есть как положительные, так и негативные примеры использования объектов, построенных к подобным мега-событиям. Сочи, к слову, являет собой образец грамотного и успешного изменения города в лучшую сторону. В то время как Олимпийские игры-1976 в Монреале нанесли серьезный урон бюджету, оправиться от которого город смог только через 30 лет. Еще более показателен пример города Афины, где Олимпиада стала катализатором экономического кризиса, который затем произошел в стране.

Тем не менее для небольших провинциальных городов Чемпионат является уникальной возможностью открыть себя глобальному миру. Если заранее продумывать дальнейшие способы использования инфраструктуры, построенной к такому событию, то город останется только в выигрыше. Очень разумно планируется распорядиться наследием Чемпионата в Саранске. В этом небольшом городке с населением чуть более 300 тысяч человек к турниру возводится гостинич-

но-жилой комплекс «Тавла», который согласно госпрограмме по использованию объектов, подготовленных к ЧМ-2018, будет передан в жилой фонд города Саранска после окончания Чемпионата. В результате появятся 900 квартир, часть из которых будет реализована, а еще часть – предложена молодым семьям, нуждающимся в улучшении жилищных условий.

Что касается ценовых прогнозов, то, как правило, крупные международные события не оказывают существенного влияния на дальнейший рост или, наоборот, снижение цен на рынке недвижимости. Как объяснили специалисты аналитического центра «Главстрой-СПб», чемпионат международного уровня – это разовое мероприятие, которое, в первую очередь, обеспечивает приток туристов. Поэтому все «сливки» достаются гостиницам и апартаментам, которые существенно завышают тарифы на проживание, но только в период проведения Чемпионата. После его окончания тарифы опустятся на прежний уровень, и дальнейшие ценовые колебания будут зависеть совсем от других факторов. Исключение могут составить только крупные мегаполисы, где возможен умеренный рост за счёт появления на рынке более качественного предложения. ■

**ЧМ-2018
ЯВЛЯЕТСЯ
УНИКАЛЬНОЙ
ВОЗМОЖНОСТЬЮ ДЛЯ
ПРОВИНЦИАЛЬНЫХ
ГОРОДОВ ОТКРЫТЬ
СЕБЯ МИРУ**

Ближе не значит лучше

ПОЧЕМУ ОТКРЫТИЕ НОВЫХ
СТАНЦИЙ МЕТРО, ЗАПУСК МЦК
И РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО
ТРАНСПОРТА БОЛЬШЕ НЕ
ВЛИЯЕТ НА СТОИМОСТЬ
НЕДВИЖИМОСТИ В МОСКВЕ.



Текст:
Кирилл Котриков

Прежде чем приступить к изучению зависимости стоимости квадратного метра жилья от доступности транспортной инфраструктуры в Москве (прежде всего – станций метро и МЦК), стоит задуматься о том, почему расстояние до ближайшей станции метро может играть ключевую роль как в ценообразовании, так и в выборе места жительства.

Как правило, большинство совершаемых людьми поездок на городском транспорте приходится на маршруты от дома до места работы и обратно, время которых желательно сократить до минимума. Однако в отличие от, например, Лондона, где поменять место жительства при смене места работы является нормальной практикой (этому способствует высокий уровень институционального развития экономики, обеспечивающий абсолютную безопасность сделок, а также буквально сумасшедший уровень ликвидности рынка), жители Москвы в большей степени склонны искать место работы ближе к дому, чем жилье в непосредственной близости от работы, что в принципе трудно с учетом того, что центр бизнес-активности фактически находится в историческом центре города, где соответствующие цены на недвижимость.

Таким образом, фактор расстояния до ближайшей станции метро, кажется, должен стать определяющим для москвичей, но на деле это не совсем так.

Еще в 2013–2014 годах стоимость жилья в непосредственной близости от станции метро могла превышать стоимость аналогичного объекта, находящегося на значительном расстоянии от станции, в среднем на 10–15%. Но на данный момент, ни расстояние до ближайшей станции, ни перспективы открытия новых станций не оказывают существенного значения на стоимость жилья. В чем причина?

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ МОСКВЫ

Сейчас сложно представить локацию с неразвитой или недостаточно развитой транспортной инфраструктурой. Если такая и есть, то цены там будут значительно ниже средних, и это скорее исключение, чем правило. К тому же многие станции метро начинают дублировать друг друга, что снижает ценность открытия новых.

СООТНОШЕНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ

На данный момент предложение превышает спрос, что связано и с рекордными темпами ввода жилья и падением реальных доходов населения. Снижение ипотечных ставок, как мера стабилизации, пока не сбалансировало рынок. В такой ситуации покупатели не заинтересованы переплачивать 10% от стоимости квартиры за лишний километр до метро, а продавцы не готовы увеличивать срок

**В МОСКВЕ ИЩУТ
РАБОТУ БЛИЖЕ
К ДОМУ, А НЕ
МЕНЯЮТ МЕСТО
ЖИТЕЛЬСТВА ПРИ
СМЕНЕ МЕСТА
РАБОТЫ**

экспозиции. На что действительно влияет близость объекта к метро или станции МЦК, так это на ликвидность объекта, то есть на скорость его продажи по рыночной цене. Недвижимость в непосредственной близости от метро, если цена на нее не завышена, действительно распродается быстрее. В данном случае наличие развитой транспортной инфраструктуры можно рассматривать скорее как бонус или конкурентное преимущество, чем как фактор, влияющий на цену.

БЛИЗОСТЬ ОБЪЕКТОВ К МЕТРО ВЛИЯЕТ НА СКОРОСТЬ ПРОДАЖИ, НО НЕ НА ЦЕНУ

ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ ФАКТОРЫ

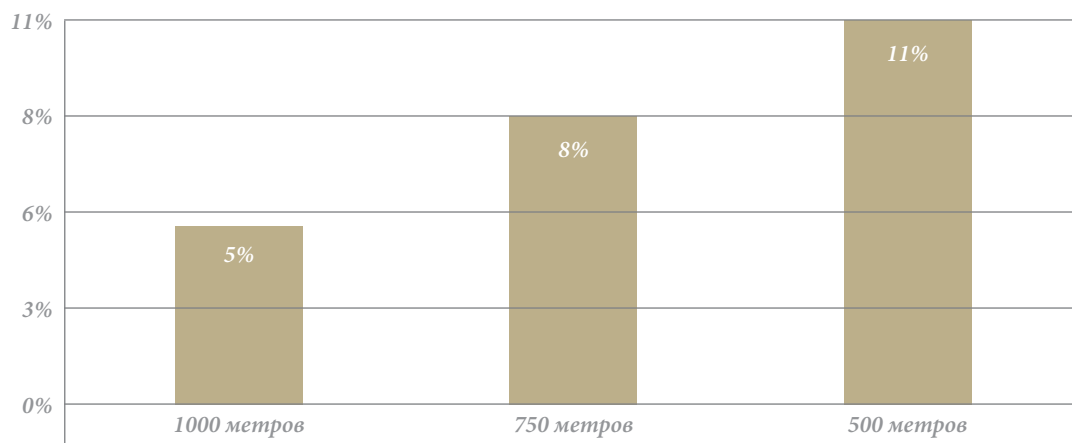
Согласно исследованию, проведенному аналитиками CENTURY 21 Россия в 2017 году (опубликовано в номере журнала Весна 2017 – прим. ред.), помимо транспортной инфраструктуры важным фактором при подборе недвижимости является наличие детских садов, школ и других объектов, характеризующих качество городской среды, – магазинов и торговых центров, парков и поликлиник.

СТОИМОСТЬ ПРОЕЗДА

В отличие от того же Лондона, стоимость передвижения на метро по Москве – фиксированная и не зависит от расстояния, как и проезд в наземном транспорте. К примеру, доехать на автобусе до станции метро в Лондоне в час пик обойдется в среднем в 3 фунта (240 рублей по текущему курсу), а проехать из девятой зоны в первую (из окраины в центр города) обойдется в 10 фунтов, то есть порядка 800 рублей.

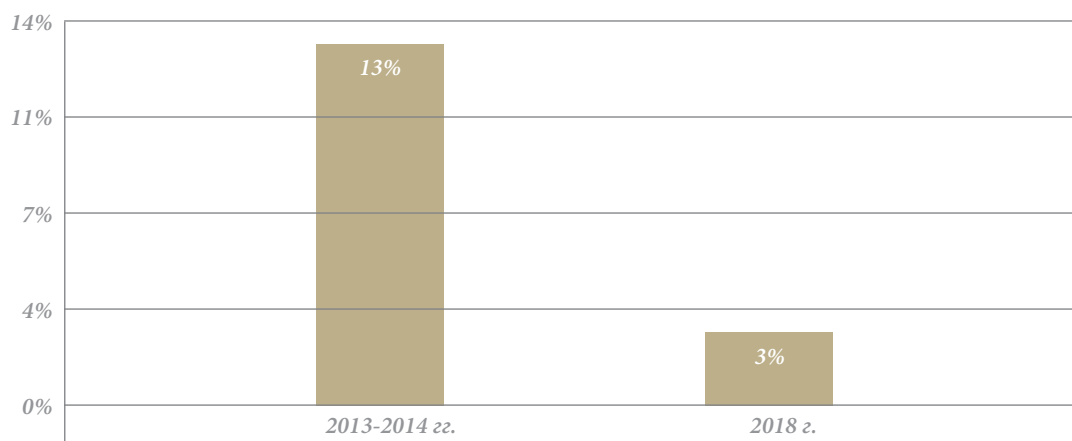
Несмотря на инициативы правительства Москвы, направленные на снижение числа автомобилей в столице, жители по-прежнему предпочитают пользоваться собственным автомобилем, что также снижает ценность общественного транспорта. На данный момент стоимость парковок в центре столицы остается одной из наиболее дешевых по сравнению с европейскими центрами. ■

Изменение стоимости жилья в зависимости от удаленности от метро, Лондон



Источник: Nationwide.co.uk

Степень влияния фактора доступности метро на стоимость квадратного метра жилья, Москва



Источник: CENTURY 21 Россия

Екатеринбург: пора инвестировать

УРАЛЬСКАЯ СТОЛИЦА ТРАДИЦИОННО НАХОДИТСЯ В
ТОПЕ САМЫХ РАЗВИТЫХ РЕГИОНОВ СТРАНЫ, И РЫНОК
НЕДВИЖИМОСТИ – НЕ ИСКЛЮЧЕНИЕ.

ЧТО ПРОИСХОДИТ НА РЫНКЕ

Недвижимость является одним из самых выгодных объектов для инвестиций, более стабильной и надёжной валюты не существует. Первичное жильё строится и дорожает в режиме «нон-стоп», а заманчивые инвестиционные пакеты, предлагаемые застройщиками, способны принести существенную прибыль. Доходность, превышающая ставки по депозитам в коммерческих и государственных банках, позволяет не только сохранить денежные средства, но и заработать, вложив их в квадратный метр. Даже в кризисные времена застройщик, который на начальном этапе строительства отдавал квадратный метр за 50 тысяч рублей, после сдачи объекта будет требовать за него уже 70–80 тысяч.

Оживает и рынок коммерческой недвижимости: инвесторы и различные компании расширяют торговые сети. Этот фактор даёт возможность хорошо заработать владельцам коммерческих помещений, потому что арендные ставки растут. Кстати, Екатеринбург последние годы стабильно входит в пятерку лидеров страны по обеспеченности качественными торговыми площадями.

О ЧЕМ НУЖНО ПОМНИТЬ

Потенциально высокая доходность инвестиций не единственный фактор, который нужно учитывать. Всегда обращайте внимание на репутацию застройщика, стадию строительства, сроки сдачи и рентабельность объекта недвижимости. Чтобы не прогадать, лучше проконсультироваться с грамотным специалистом.

Поскольку ни одна сделка не похожа на другую, а у каждого инвестора свои цели и приоритеты, гарантировать успех может только индивидуальный подход, который лежит в основе работы агентов CENTURY 21 Eva Home. Сочетание многолетнего международного опыта глобальной сети и четкой ориентации на интересы жителей Екатеринбурга позволяют подобрать максимально выгодный вариант.

КУДА ИНВЕСТИРОВАТЬ

Актуален рынок первичной недвижимости – однокомнатные и двухкомнатные квартиры, студии. Есть застройщики, у которых цены растут независимо от состояния рынка, есть те, у кого объекты постепенно дешевеют. Специалисты агентства CENTURY 21 Eva Home внимательно изучают динамику цен, прежде чем предложить объект клиенту. Присутствует небольшой ажиотаж по поводу проведения Чемпионата мира по футболу, однако выигрывает от этого только рынок арендной недвижимости. Не стоит вкладываться в общественную недвижимость: таких объектов много, конкуренция здесь высока, а ставки достаточно низкие.

В то же время, нет универсальной формулы, подходящей всем, – все зависит от цели инвестирования. Консультацию по покупке, продаже, обмену и формированию инвестиционного портфеля абсолютно бесплатно проводят специалисты агентства CENTURY 21 Eva Home.

Кроме того, благодаря масштабам сети клиенты CENTURY 21 Eva Home могут рассмотреть инвестиционный потенциал других регионов страны (Сочи, Москва, Санкт-Петербург), и даже мира. ■

Текст:
Владимир Екимов,
брокер агентства
CENTURY 21 Eva Home

CENTURY 21 Eva Home
г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта, д. 167
+7 (343) 243-53-21

Вокруг света: Германия

В ГЕРМАНИИ СЕГОДНЯ – РЫНОК ПРОДАВЦА.
О ТОМ, КАК НА НЕМ РАБОТАТЬ, РАССКАЗЫВАЕТ
БРОКЕР ИЗ МАЙНЦА ЛИЛИ ФЕЛЬТЕН.



Текст:
Лили Фельтен,
брокер CENTURY 21
FINE HOMES & ESTATES TOP LIVING
IMMOBILIEN IN WIESBADEN & MAINZ
(Майнц, Германия)

О СЕБЕ

Я родилась в Казахстане, а когда я была подростком, моя семья переехала в Германию. Я прошла долгий путь, пока не пришла к работе в сфере недвижимости. Изучала деловое администрирование и маркетинг, работала в нескольких компаниях на различных позициях: занималась закупками, продажами, управлением качеством. Несколько лет я посвятила event-индустрии. Но я никогда не была довольна своей работой, пока не стала агентом по недвижимости.

О CENTURY 21

Люди и дома – то, что всегда меня интересовало, поэтому я решила стать агентом. Обратилась в Engel&Völkers, куда меня сразу взяли. Однажды ко мне пришли клиенты, Диана Блехерт-Бюхнер и Кристоф Бухенер, которые рассказали мне о сети CENTURY 21, – как потом оказалось, они были владельцами бренда в Майнце и Висбадене. Тогда, шесть лет назад, с сетью CENTURY 21 в Германии мало кто был знаком, но благодаря бизнес-технологиям, четкой структуре и реальной ориентированности на клиента, мы сумели создать очень хорошую репутацию в своем регионе. К тому же, в течение этих лет в Германии открылось большое количество офисов компании, и мы стали известным и популярным брендом. Профессионалы своего дела – вот что думают здесь об агентах и брокерах CENTURY 21.

О ПРОФЕССИИ

Я очень люблю свою работу и воспринимаю ее, как развлечение и хобби, несмотря на то, что она не лишена стресса и работаю я шесть дней в неделю. Думаю, что именно увлеченность своим делом помогает добиться успеха.

В нашем агентстве двое управляющих, восемь независимых брокеров и стажер. Мы привлекаем профессиональных фотографов, когда нам нужно провести съемку объекта, кроме того, в штате агентства есть копирайтер, который пишет тексты объявлений, и помощник, который работает с документами и поддерживает команду.

О ГРАФИКЕ

Каждый мой день не похож на другой. В нем сочетаются офисная работа и встречи с клиентами, что делает мою жизнь очень разнообразной. Раз в неделю мы все вместе собираемся в офисе, чтобы обсудить дела, обменяться информацией и посоветоваться по профессиональным вопросам. У нас очень сильная команда, и мы стараемся во всем поддерживать друг друга. Если собрания нет, то каждый брокер имеет свой график встреч и работы в офисе.

О КЛИЕНТАХ

На нашем рынке сегодня очень много покупателей, но слишком мало продавцов и объектов на продажу. Соответственно, цены на недвижимость очень высокие, при этом низкие процентные ставки по кредитам. Поэтому для нас важно иметь налаженную связь с другими офисами в Германии и даже в других странах Европы. Теперь я знаю, что CENTURY 21 есть и в России.

Еще очень важно поддерживать хорошие контакты с клиентами после завершения сделки, что я всегда делаю с удовольствием.

О МОТИВАЦИИ

Очень важным в нашей работе является обучение. Центральный офис в Германии регулярно проводит курс CREATE 21 для новых брокеров и агентов, но после мы постоянно учимся сами, чтобы сохранять высокие стандарты качества услуг. В 2017 году я даже получила признание, став лауреатом глобальной мотивационной программы CENTURION.

Что касается заработка, то каждый офис в Германии является независимым и может самостоятельно решать, какой процент от сделки получит конкретный агент, от 20 до 80% суммы комиссии, но есть и те, кто платит агентам фиксированную зарплату.

Размер комиссии на государственном уровне не зафиксирован, поэтому многое зависит от того, насколько хорошо ты работаешь. Кто-то зарабатывает в месяц €1000, а кто-то €15 000, но годовой оборот у брокера обычно не меньше € 100 000. ■





Relentless Wanted: кто такие агенты мечты?

ЖУРНАЛ RISMEDIA О ТОМ, ПОЧЕМУ АГЕНТЫ СЕТИ CENTURY 21 НЕУТОМИМЫ И КАК ЭТО ВЫРАЖАЕТСЯ В ИХ ЕЖЕДНЕВНОЙ РАБОТЕ.

CENTURY 21

#RELENTLESSWANTED

НАМ НРАВЯТСЯ ИНИЦИАТИВНЫЕ. САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ. ГОРЯЩИЕ НА РАБОТЕ. ТРУДОЛЮБИВЫЕ ПЧЕЛЫ И РАБОЧИЕ ЛОШАДКИ. НАМ НРАВЯТСЯ ТЕ, КТО СЧИТАЕТ, ЧТО «СОЙДЕТ» – ЭТО СТРАННОЕ И ЧУЖОЕ СЛОВО. ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ВЫКЛАДЫВАЮТСЯ НА 121% И НЕ ПОНИМАЮТ, ПОЧЕМУ ДРУГИЕ ТАК НЕ ДЕЛАЮТ. ОНИ ВСЕГДА СТРЕМЯТСЯ К БОЛЬШЕМУ, ЛУЧШЕМУ. ОНИ ИДУТ ВА-БАНК. ОНИ – ТЕ, КТО НАМ НУЖЕН. ЕСЛИ ТЫ ТАКОЙ – ТЫ ЧАСТЬ КОМАНДЫ НЕУТОМИМЫХ!

Текст:
Анастасия Дачевская

Авторитетный журнал о недвижимости Real Estate RISMEDIA, основанный в 1980 году в Америке, первым рассказал риэлторскому миру о том, как работает уникальная кампания по набору персонала «CENTURY 21 #RelentlessWanted» (#разыскиваются_неутомимые), ставшая первым шагом на пути к глобальному обновлению международного бренда. Специально для читателей CENTURY 21 Magazine приводим перевод этого увлекательного материала.

ПЕРВЫЙ ШАГ К НОВОМУ БРЕНДУ

Встречайте инициативных, целеустремленных, готовых работать день и ночь агентов, реализующих новую миссию: откажись от посредственности и дари уникальные впечатления клиентам.

Текущий прирост агентской сети CENTURY 21 объясняется уникальной кампанией по набору персонала, которая называется «CENTURY 21 #RelentlessWanted» (#разыскиваются_неутомимые).

Это целенаправленная попытка подчеркнуть мышление, определяющее «неутомимого» агента CENTURY 21, и логичное продолжение кампании по поддержке бренда, начавшейся в 2016 году и сконцентрированной на важности инноваций, знаний и опыта.

Кампания предлагает всем, кто заинтересован в заработке, вне зависимости от сферы деятельности, присоединиться к системе CENTURY 21, обращаясь к ключевым навыкам предпринимателей, позволяющим конкурировать на сегодняшнем динамичном рынке недвижимости.

Сейчас, когда кампания уже показывает первые результаты, а известный бренд наладил новую систему отношений с потенциальными агентами, брокерами и другими единомышленниками-предпринимателями, мы решили удовлетворить любопытство наших читателей и рассказать о том, как изнутри выглядит «CENTURY 21 #RelentlessWanted».

ПАТРИЦИЯ МИЛЛЕР, CENTURY 21 ALLIANCE

Телефон звонит – это еще один агент, готовый к работе. «Не могу поверить, что ты действительно берешь трубку!» «Конечно, – с удовольствием отвечаю я. – Если я не занята, я всегда беру трубку». Этот дух сотрудничества – вот что отличает агентов. Если вам нужен ответ, то вы хотите получить его сейчас, а не через пять часов. Я стараюсь предоставлять своим клиентам такую возможность в 100% случаев. Это не всегда легко, но это работает – люди обращаются ко мне повторно и рекомендуют меня своим друзьям и семьям.

Мой день начинается с проверки электронной почты, социальных сетей и календаря. Помогаю новичкам: кто-то не знает, как оформить договор, у другого – проблемы с входом в MLS, а третьего прищемило копировальной машиной. Я не управляющий брокер, но всегда помогу тем, кому это необходимо. Прелесть бренда CENTURY 21 заключается в том, что он обеспечивает доступность ресурсов и знаний, чтобы агенты могли достичь максимума на сегодняшнем меняющемся рынке. В этой связи обмен опытом между успешными агентами и новичками дает синергетический эффект.

Несколько лет назад мне нужно было оперативно подписать контракт. Я была в Северной Калифорнии, а мой клиент в Орегоне. Отправка документов службой FedEx занимала слишком много времени, поэтому я села в самолет и спустя три часа была в Медфорде. Клиент встретил меня в аэропорту, подписал контракт и выдал мне сэндвич с арахисовым маслом, чтобы я перекусила по дороге домой. Факс и электронная почта, конечно, дешевле, но это был прекрасный день, и полет доставил мне удовольствие.

СКОТТ ЛИНДЕНБЕРГ, CENTURY 21 VANGUARD

Телефон звонит, и я снимаю трубку, готовый оказать услугу наилучшим образом. «Привет, – слышится усталый женский голос. – Я хочу, чтобы вы продали мой дом». «Но, пожалуйста, будьте откровенны со мной во всем», – отвечаю я. Мы составили листинг, я изучил объект и его положение по адресу, который мне дала Милли (продавец). При проверке удалось найти слишком мало информации о доме и участке, на котором он расположен. Я решил приехать на встречу пораньше, чтобы осмотреть окрестности. С трудом нашел среди деревьев подъездную дорожку к дому Милли, который находился в настоящем лесу у озера. Я проехал почти 1000 футов по бездорожью, чтобы добраться до трехэтажного поместья, площадью 5500 футов². Когда мы с Милли осматривали дом, я исписал пять страниц, фиксируя его особенности и проблемы. Дом был потрясающим, но необходимо было серьезно поработать, чтобы подготовить его к продаже. В течение следующих шести месяцев мы меняли полы, расписывали высокие потолки, расширяли воздуховоды и ухаживали за ландшафтом, чтобы выставить листинг 5 мая. За три дня до фотосессии Милли позвонила сообщить, что в озере нет воды. «Скотт, в озере нет воды, – объяснила она. – Мы ремонтируем дамбу, и она будет восстановлена только к августу».

Взвесив все варианты, мы решили создать уникальный, привлекательный способ представить этот дом и назвали его: «Дом у озера без озера». Дом был продан за 47 дней по цене в 95% от начальной стоимости. До этого момента и не только никогда не продавал дом с видом на озеро, но и не совершал сделок дороже одной третьей стоимости этого дома. Милли доверяла мне, потому что я во всем ее поддерживал, держал в курсе, находил решения в сложных ситуациях и всегда сохранял оптимизм. Даже если вы новичок, будьте креативны, неутомимы и делайте все возможное, чтобы выполнить свою работу. Ныряйте с головой. Вода просто прекрасна.

САРА СТОВАЛЛ, CENTURY 21 RESULTS REALTY SERVICES

Любовь к своему делу и приверженность моим клиентам – вот что отличает мою работу от любой другой; это то, что в действительности показывает, как работает концепция #RelentlessWanted для наших клиентов, для нас самих и нашего бренда. Например, недавно я впервые выставила на продажу церковь. Это такой тип собственности, с которым мне еще не приходилось работать, но мне удалось убедить продавца в том, что комплексный маркетинг и глобальный охват через систему CENTURY 21 позволит продемонстрировать

**ПРЕЛЕСТЬ БРЕНДА
CENTURY 21
ЗАКЛЮЧАЕТСЯ
В ТОМ, ЧТО ОН
ОБЕСПЕЧИВАЕТ
ДОСТУПНОСТЬ
РЕСУРСОВ И
ЗНАНИЙ, ЧТОБЫ
АГЕНТЫ МОГЛИ
ДОСТИЧЬ
МАКСИМУМА**

объект наибольшему количеству покупателей. Он сказал, что полностью доверяет нашей способности мыслить нестандартно при продаже недвижимости, и это именно то, что я сделала!

Фактически, я нашла покупателя с совершенно иной культурой, чем мой продавец, и переговоры, с учетом трудностей совместной работы с двумя очень разными личностями, длились два с половиной месяца. Кроме того, покупатель и продавец принадлежали к разным вероисповеданиям. В определенный момент агент покупателя перестал контролировать своего клиента. В довершение всего, объект оценили на \$200 тыс. ниже, чем планировал продавец. Можете себе представить, какими долгими и ожесточенными были переговоры, клиенты были очень эмоциональны. Я старалась сохранять спокойствие и помнить, что человек, ведущий переговоры, должен оставлять свои эмоции за дверью. Я знала, что мне нужно работать с обеими сторонами, чтобы поддерживать управляемый уровень эмоций и ожиданий. При осмотре объекта выяснилось, что многое нуждается в ремонте, поэтому я нашла субподрядчиков, по адекватной цене выполнивших работы. Это спасло сделку, несмотря на то, что продавец считал, что овчинка не стоит выделки, а покупатель был готов отказаться от покупки. В течение двух недель я отстаивала интересы продавца. Покупатель потребовал у владельца снизить цену на 200 тысяч, согласно оценке, но мы твердо держались. В конце концов мы заключили сделку, в которой продавец ничего не потерял, а покупатель заплатил установленную изначально цену, доплатив 200 тысяч, наличными при закрытии сделки. Вот что значит неустанность работы агента CENTURY 21!

МЕЛЬВА ГАРСИЯ,
CENTURY 21 YARLEX
INTERNATIONAL REALTY, INC.

Родриго и Мишель прибыли в Майами с северо-запада, и они не знали никого в Южной Флориде, тем более агентов по недвижимости. Они не имели ни малейшего представления ни о городе, ни людях, ни о многих преимуществах жизни здесь – ничего о том, что я называю «рай». Перед тем, как я встретила с ними лично, мы с моей помощницей Марией нашли для них временную квартиру в аренду. Прежде чем начать работу по поиску дома их мечты, мы постарались как можно больше узнать о них – о семье, родном языке (испанский) и культурном фоне (мексиканцы). Это сразу произвело на Родриго и Мишель положительное впечатление. С самого начала мы стали открыто общаться, отвечать на их многочисленные вопросы, успокаивать, если они волновались, на разных этапах сделки. Мы не только нашли для них дом, о котором они мечтали, но и

смогли договориться о выгодной цене. Мы старались как можно лучше понять их и найти то, что действительно было нужно. По их собственным словам, мы дали им почувствовать себя как дома. Они доверяли нам, а мы им, и сегодня я с гордостью могу сказать, что мы с Марией нашли настоящих друзей в лице Родриго и Мишель.

МАЙК ФЕРРАНТЕ,
CENTURY 21 HOMESTAR – 21 MIKE TEAM

Я – большой поклонник комиксов, особенно про супергероев, поэтому, когда меня спрашивают о великих историях, я вспоминаю героев комиксов. В сфере недвижимости вы не спасаете мир от уничтожения, но вы помогаете клиентам на пути к решениям, которые изменят их жизнь, начиная с того, что привозите покупателя, у которого нет автомобиля, на просмотр, заканчивая тем, что сбиваете для него цену на этот объект. Эти вещи кажутся кому-то рутинными, но для меня это часть работы супергероя, потому что я знаю, что большинство никогда не прилагает больше усилий чем нужно. Я с гордостью могу сказать, что мои лучшие истории связаны с не самыми дорогими объектами. Например, Дуг и Луэllen, которым меня порекомендовал мой клиент, чей дом мы продали в пригороде Кливленда. Мы тогда отлично поработали, и рассказ об этом стал ключевым аргументом для Дуга и Луэllen, чтобы обратиться к нам. Дело в том, что их дом, сдававшийся в аренду несколько лет, мягко говоря, оказался в плачевном состоянии. Кроме того, Дуг и Луэllen жили в другом штате и не могли полноценно участвовать в процесс продажи. Они доверились подрядчику, который не только некачественно выполнил ремонтные работы, но и принял оплату до того, как закончил. Из-за плохого состояния дома и низких цен в этом районе я подготовил продавцов к тому, что им предстоит, и сформировал надлежащие ожидания, исходя из их целей: погасить ипотеку, снять с себя ответственность за дом, находящийся в 100 миль от их собственного, и, возможно, получить некоторую прибыль. Независимо от стоимости или расположения листинга, мы прилагаем одинаковые усилия для всех продавцов. Фактически, мы продавали этот дом три раза. Первые две сделки провалились из-за проблем с получением кредитов для покупателей, которые так и не были одобрены. Преисполненные решимости продать этот дом, мы заключили сделку за сумму менее \$50 тыс., покупатель расплатился наличными. Во время сделки нам пришлось улаживать отношения с городской инспекцией, организовывать неожиданный ремонт из-за проблем с сантехникой и постоянно подбадривать замечательную пожилую пару, которая совершенно отчаялась продать этот дом. Во время сделки Дуг попал в

**ВЫ НЕ СПАСАЕТЕ
МИР ОТ
УНИЧТОЖЕНИЯ,
НО ВЫ ПОМОГАЕТЕ
КЛИЕНТАМ НА
ПУТИ К РЕШЕНИЯМ,
КОТОРЫЕ ИЗМЕНЯТ
ИХ ЖИЗНЬ**

больницу из-за проблем с сердцем (не связанных с продажей дома), а Луэлен упала в обморок на стоянке, напугав свою дочь. Но в итоге оба были в восторге от того, как мы отработали сделку, которая длилась больше года. За это время мы почувствовали себя одной семьей, делили разочарование от неудавшихся продаж и вместе радовались успешному закрытию сделки. Вот, что мы получили, следуя правилу «неумолимости», – друзей и пожизненных клиентов в лице Дуга и Луэлен.

**БАРБАРА МУЛАНИ,
CENTURY 21 AMERICAN HOMES**

Я работаю агентом по недвижимости более 15 лет, последние 5 из которых – в CENTURY 21. Этот бренд отличается от всех других высокой внутренней культурой, акцентом на сотрудничестве и росте агентов. Недавно у меня была возможность продать недвижимость на берегу океана стоимостью \$2,5 млн, и это был бы самый дорогой листинг в моей карьере. Я нервничала, особенно конкурируя с лучшими агентами в Лонг-Бич. Ког-

да начала готовить листинг, я со свойственной мне дотошностью делала все, что делаю обычно: выясняла финансовое положение продавцов и их мотивацию к продаже, изучала их кредитную историю и общее состояние дома, выявляя его преимущества и недостатки, чтобы грамотно представить его на рынке. Когда я встретила продавцов, я была уверена в себе. Они оценили, что я выложила на 121%, и я получила этот листинг для продажи. Главное, что я поняла, работая над этой сделкой, – к любому листингу нужно подходить с одинаковым усердием, будь то продажа дома на берегу океана или маленькая квартирочка в аренду. Я всегда должна неустанно показывать потенциальным клиентам, что я лучший агент для них и сосредоточена на том, чтобы провести сделку в их интересах. После большой сделки на Лонг-Бич я даже попала в телешоу «Island Life». Кроме того, эта сделка – предмет моей личной гордости. Я вообще горжусь своей последовательной, профессиональной и честной трудовой этикой, но также и моим партнерством с брендом CENTURY 21, который привел меня к этим успехам. ■





**ПИРОГОВСКАЯ
РИВЬЕРА**
жилой комплекс



реклама

1,4 МЛН РУБ.

ЗА СТУДИЮ 24,4 КВ.М

ПРЕДЛОЖЕНИЕ КВАРТИР ОГРАНИЧЕНО



Дешевле, чем
у застройщика



Доступная
ипотека



Своя
инфраструктура



Разные варианты
квартир



Зеленый
район



Дмитрий Кузьмин
+7 (903) 681-46-55, +7 (495) 980-21-08
kuzmin.dmitriy@century21.ru
ankharlamov.century21.ru
1-й Тверской-Ямской пер., д. 18

CENTURY 21
Харламов

Предложение не является публичной офертой

Re:learning

**БИЗНЕС-ШКОЛА CENTURY 21 РОССИЯ
МЕНЯЕТСЯ. РАССКАЗЫВАЕМ, КАК E-LEARNING
ПОМОЖЕТ СДЕЛАТЬ РАБОТУ АГЕНТОВ ЕЩЕ
ЭФФЕКТИВНЕЕ.**

Текст:
Анастасия Дачевская

Начав масштабный ребрендинг, компания CENTURY 21 шагнула в новую, цифровую эру, задав новый вектор развития своим франчайзи. Представительство компании в России уже ведет активную работу по смене оформления материалов и офисов, но не менее важные изменения ждут и образовательное направление. И они, безусловно, отражают новую концепцию сети: «Откажись от посредственности и дари уникальные впечатления».

Современная система обучения должна отвечать планам развития компании и быть удобной для тех сотрудников, которым это необходимо. А с учетом самой разнообразной направленности курсов и тренингов, разработанных в Бизнес-школе CENTURY 21 Россия, регулярно пополнять и обновлять свои знания могут все сотрудники агентств сети – от брокеров до стажеров. Для того, чтобы получать знания стало еще удобнее, в сети запланирован переход на систему дистанционного обучения (СДО), что откроет новые возможности для профессионального развития каждого сотрудника сети. Рассказываем о том, что это такое и почему это работает.



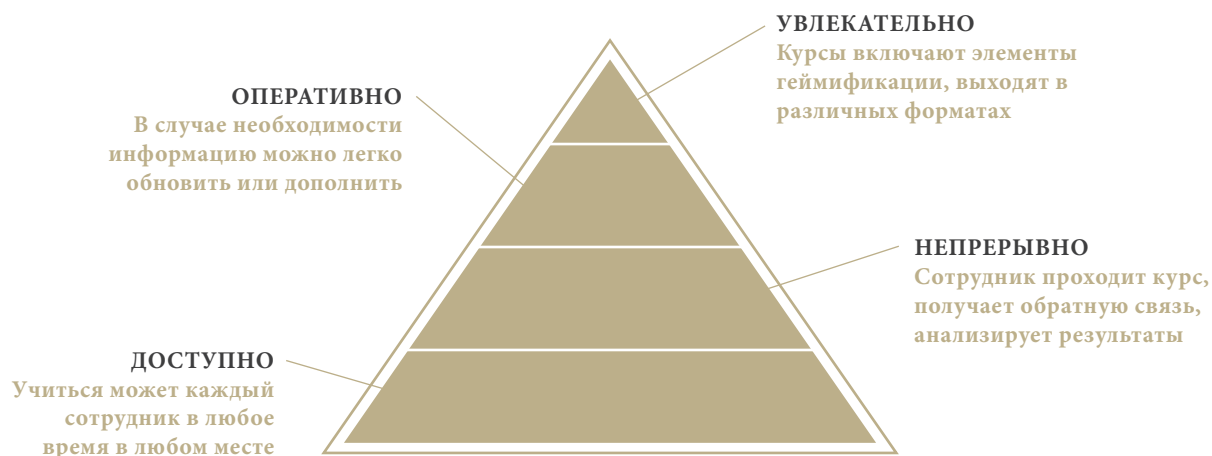
«Обучение в Бизнес-школе является важной составляющей успеха наших агентств недвижимости. В первую очередь потому, что государственного образования в этой сфере в России нет, а бизнес не может быть эффективен без квалифицированных сотрудников.

Сделать обучение полезным и комфортным – то, к чему мы всегда стремимся в своей работе. Поэтому внедрение передовых образовательных технологий тоже является нашей задачей. Дистанционное образование отражает реальные потребности сети CENTURY 21 Россия, во-первых, сотрудники любого агентства сети могут учиться, когда удобно и где удобно. Во-вторых, этот формат позволяет нам оперативно обновлять обучающую информацию. Кроме того, СДО превращает обучение из рутинной необходимости в увлекательный процесс, что очень важно для мотивации новых сотрудников.

Полностью отказываться от очного обучения мы не планируем, поскольку в профессии агента по недвижимости важен личный контакт, общение, которое никогда не заменят технологии. Но использовать новые решения, чтобы улучшить существующую систему и сделать ее более доступной для сети, необходимо и правильно».

*Александр Дрягин,
директор Бизнес-школы CENTURY 21 Россия*

КОРПОРАТИВНОЕ ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ



42% международных компаний увеличили бюджет на внедрение и поддержку e-Learning для корпоративного обучения в 2017 году.

30% российских компаний имеют свою учебную инфраструктуру.

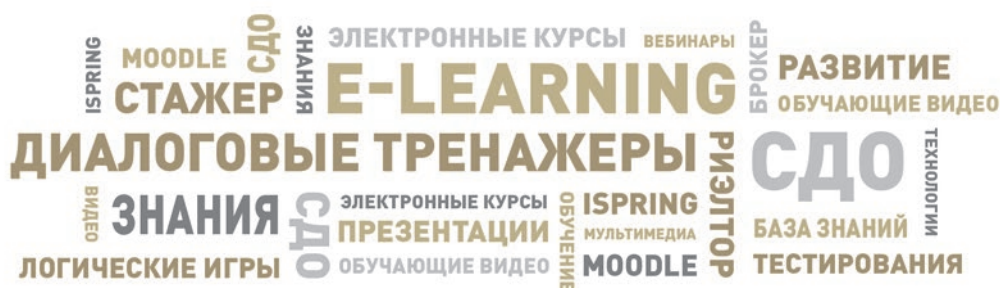
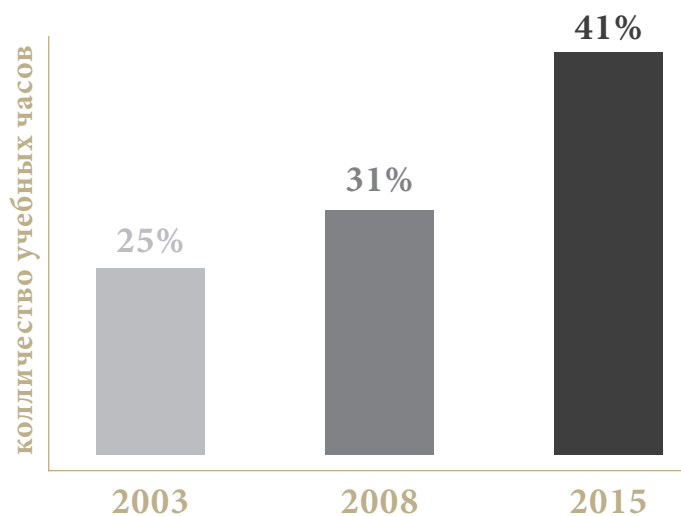
ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ОБУЧЕНИЯ

1840 В Великобритании Исаак Питман направляет студентам материалы и принимает экзамены по почте.	1960 Университет Иллинойса внедрил первую компьютерную систему обучения с онлайн-сообществом.	1969 Учрежден Открытый университет Великобритании, первый университет дистанционного образования.	1991 CENTURY 21 Real Estate LLC внедряет систему обучения агентов продажам недвижимости.
1892 В Чикагском университете открылся первый факультет корреспондентского обучения.	1961 Компанией McDonald's запущен первый корпоративный университет для сотрудников – Hamburger University.	1979 В Китае запущена программа радио-обучения и телевизионные образовательные курсы.	1998 Количество корпоративных университетов увеличилось в 4 раза с 1988 года.

КАК ЭФФЕКТИВНО УЧИТЬСЯ ОНЛАЙН

- 1 ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ПЛАТФОРМОЙ ОБУЧЕНИЯ
- 2 ЗАПЛАНИРОВАТЬ ВРЕМЯ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ
- 3 ЗАДАВАТЬ ВОПРОСЫ ПО ХОДУ КУРСА
- 4 ОБЩАТЬСЯ С ЕДИНОМЫШЛЕННИКАМИ
- 5 СОБЛЮДАТЬ ДИСЦИПЛИНУ

ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ В КОРПОРАТИВНОМ ОБУЧЕНИИ



1999

Компания «Билайн» запустила первый корпоративный университет в России.

2002

Создана СДО Moodle, которая легла в основу онлайн-обучения в университетах и компаниях.

2014

CENTURY 21 Россия открывает Бизнес-школу для обучения агентов и руководителей.

2018

Бизнес-школа CENTURY 21 Россия запускает первые курсы на базе СДО.

Активное внедрение e-Learning в корпоративное обучение в мире.

2000-2005

Учебные курсы больше не требуют установки специальных программ и доступны через Интернет.

2012

Компания CENTURY 21 Real Estate LLC начала внедрять дистанционное обучение на платформе Udemy.

2015

■ ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ

■ КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ

CENTURY 21

Юго-Запад

г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 56, 15 эт., оф. 18

+7 (495) 259-25-41 • yugozapad@century21.ru • yugozapad.century21.ru



Алевтина Муравьева
Вторичная недвижимость
+7 (926) 539-96-17
muraveva.alevtina@century21.ru



Алексей Колосов
Вторичная недвижимость
+7 (925) 023-98-48
kolosov.aleksey@century21.ru



Евгений Аleshин
Вторичная недвижимость
+7 (977) 695-90-07
evgeniy.aleshin@century21.ru

CENTURY 21

Street Realty

г. Москва, ул. Крылатская, д. 33, корп. 2

+7 (495) 258-52-23 • streetrealty@century21.ru • streetrealty.century21.ru



Семен Ветчинников
Городская недвижимость
+7 (926) 340-55-65
vetchinnikov.semen2@century21.ru



Светлана Кузьмина
Городская недвижимость
+7 (905) 566-66-02
kuzmina.svetlana1@century21.ru



Николай Науменко
Городская недвижимость
+7 (903) 135-88-33
nicolai.naumenko@century21.ru

CENTURY 21

Panorama Realty

г. Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 19, 15 эт., оф. 21ф

+7 (495) 780-99-49 • panorama@century21.ru • panorama.century21.ru



Марина Белая
Вторичная и первичная недвижимость
+7 (910) 473-21-82
m.belaya@century21.ru



Людмила Суркова
Вторичная и первичная недвижимость
+7 (903) 004-53-86
l.surkova@century21.ru



Елизавета Усова
Вторичная и первичная недвижимость
+7 (916) 345-67-09
e.usova@century21.ru

CENTURY 21.

Серебряный Век

г. Москва, 3-й Самотечный пер., д. 11

+7 (495) 961-21-00 • svek@century21.ru • svek.century21.ru

**Яля Дуплинская**

Вторичная недвижимость

+7 (903) 712-18-69

yalya.duplinskaya@century21.ru

**Ольга Скворцова**

Вторичная недвижимость

+7 (915) 330-20-05

o.skvorcova@century21.ru

**Елена Стрёмовская**

Вторичная недвижимость

+7 (903) 206-82-85

e.stremovskaya@century21.ru

CENTURY 21.

Харламов

г. Москва, 1-й Тверской-Ямской пер., д. 18

+7 (495) 980-21-08 • ankharlamov@century21.ru • ankharlamov.century21.ru

**Андрей Мурыгин**

Директор по развитию

+7 (915) 054-09-94

murygin.andrey@century21.ru

**Мария Кузьмина**

Первичная недвижимость

+7 (903) 550-52-63

kuzmina.mariya@century21.ru

**Ирина Козьменко**

Вторичная недвижимость

+7 (925) 343-36-39

kozmenko.irina@century21.ru

CENTURY 21.

Milestone

г. Москва, 5-й Донской проезд, д. 21Б/10, оф. 759

+7 (495) 136-99-61 • milestone@century21.ru • milestone.century21.ru

**Антон Андреев**

Любые объекты недвижимости

+7 (969) 014-09-83

andreev.anton@century21.ru

**Юлия Фурман**

Любые объекты недвижимости

+7 (969) 014-03-83

furman.yuliya@century21.ru

**Галина Хабибулина**

Любые объекты недвижимости

+7 (969) 014-11-72

habibulina.galina@century21.ru

CENTURY 21.

New Home

г. Владивосток, ул. Светланская, д. 145

+7 (423) 207-21-21 • vl@century21.ru • vl.century21.ru

**Наталья Вольская**

Любые объекты недвижимости

+7 (914) 066-21-21

volskaya.natalya@century21.ru

**Максим Клещевников**

Любые объекты недвижимости

+7 (984) 202-21-21

kleshevnikov.maksim@century21.ru

**Юлия Аносова**

Первичная недвижимость

+7 (984) 207-21-21

anosova.yuliya@century21.ru

CENTURY 21.

Римарком

г. Чехов, Симферопольское ш., д. 6, 3 эт., оф. 12

+7 (495) 974-97-17 • rimarcom@century21.ru • rimarcom.century21.ru

**Светлана Полякова**

Городская и загородная недвижимость

+7 (968) 994-70-93

s.v.polyakova@rimarcom.ru

**Сергей Соломатин**

Городская и загородная недвижимость

+7 (906) 059-28-36

s.p.solomatin@rimarcom.ru

**Галина Изотова**

Городская и загородная недвижимость

+7 (963) 656-60-07

galinavi@rimarcom.ru

CENTURY 21.

Римарком

г. Троицк, Парковый пер., д. 4

+7 (495) 721-73-60 • rimarcoml@century21.ru • rimarcoml.century21.ru

**Ирина Губина**

Вторичная недвижимость

+7 (903) 134-16-38

irinaag@rimarcom.ru

**Ольга Косова**

Вторичная недвижимость

+7 (903) 142-27-58

olgabk@rimarcom.ru

**Елена Хусанова**

Любые объекты недвижимости

+7 (963) 764-73-26

elenabh@rimarcom.ru

CENTURY 21.

Мой Дом

г. Горячий Ключ, ул. Ленина, д. 193, корп. Д, лит. «Б»

+7 (86159) 421-65 • moidom@century21.ru • moidom.century21.ru

**Елена Савченко**

Любые объекты недвижимости

+7 (918) 377-25-86

savchenko.elena@century21.ru

**Алена Дмитриенко**

Любые объекты недвижимости

+7 (989) 283-24-60

dmitrienko.alena@century21.ru

**Светлана Демина**

Любые объекты недвижимости

+7 (918) 01-333-60

demina.svetlana@century21.ru

CENTURY 21.

Мэйфлауэр

г. Екатеринбург, ул. Малышева, д. 51, оф. 2403

+7 (343) 288-26-58 • mayflower@century21.ru • mayflower.century21.ru

**Вероника Быкова**

Вторичная жилая недвижимость

+7 (904) 166-37-89

veronika.bykova@century21.ru

**Ян Курманов**

Коммерческая недвижимость

+7 (992) 000-07-72

kurmanov.yan@century21.ru

**Максим Батуев**

Коммерческая недвижимость

+7 (912) 273-18-76

batuev.maksim@century21.ru

CENTURY 21.

Eva Home

г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 167

+7 (343) 243-53-21 • evahome@century21.ru • evahome.century21.ru

**Алевтина Нелидина**

Любые объекты недвижимости

+7 (904) 989-65-20

alevtina.nelidina@century21.ru

**Наталья Фёдорова**

Любые объекты недвижимости

+7 (908) 638-17-36

natalya.fedorova1@century21.ru

**Михаил Мирошников**

Любые объекты недвижимости

+7 (922) 032-04-42

mihail.miroshnikov@century21.ru

CENTURY 21.

Недвижимость мира

г. Иркутск, ул. Горького, д. 27

+7 (3952) 43-03-64 • nm@century21.ru • nm.century21.ru

**Анастасия Беломестнова**

Вторичная недвижимость

+7 (924) 537-58-77

anastasiya.molokova@century21.ru

**Наталья Медведева**

Вторичная недвижимость

+7 (924) 829-31-37

medvedeva.natalya@century21.ru

CENTURY 21.

PermGrad

г. Пермь, ул. Стахановская, д. 45, оф. 236

+7 (342) 293-02-36 • permgrad@century21.ru • permgrad.century21.ru

**Шамиль Бадартинов**

Эксперт по недвижимости

+7 (967) 873-40-88

shamil.badartinov@century21.ru

**Светлана Килунина**

Эксперт по недвижимости

+7 (965) 575-51-65

svetlana.kilunina@century21.ru

CENTURY 21.

Home Real Estate

г. Пермь, Комсомольский пр-т, д. 38, оф. 506

+7 (342) 204-43-53 • home-perm@century21.ru • home-perm.century21.ru

**Оксана Дыкина**

Вторичная недвижимость

+7 (922) 354-48-23

oksana.dykina@century21.ru

**Михаил Кузнецов**

Вторичная недвижимость

+7 (922) 354-17-42

kuznecov.mihail@century21.ru

**Альбина Закирулина**

Вторичная недвижимость

+7 (922) 354-14-73

zakirulina.albina@century21.ru

CENTURY 21.

Терра Недвижимость

г. Пермь, ул. Металлистов, д. 5

+7 (342) 204-17-44 • terra@century21.ru • terra.century21.ru

**Антон Скрябин**

Любые объекты недвижимости

+7 (909) 101-46-50

anton.skriabin@century21.ru

**Дмитрий Фомин**

Любые объекты недвижимости

+7 (982) 465-49-54

dmitriy.fomin@century21.ru

**Наталья Чугайнова**

Любые объекты недвижимости

+7 (909) 109 67-89

natalya.chugainova@century21.ru

CENTURY 21.

City

г. Пермь, ул. Аркадия Гайдара, д. 16А

+7 (342) 287-21-21 • city@century21.ru • city.century21.ru

**Татьяна Саламатова**

Вторичная и первичная недвижимость

+7 (965) 563-32-09

tatiana.salamatova@century21.ru

**Любовь Пепеляева**

Вторичная недвижимость

+7 (904) 845-55-29

lyubov.pepeliaeva@century21.ru

**Надежда Казакова**

Вторичная недвижимость

+7 (964) 186-12-46

kazakova.nadezhda@century21.ru

CENTURY 21.

Альфа

г. Петрозаводск, ул. Андропова, д. 1а

+7 (8142) 67-11-21 • alfa@century21.ru • alfa.century21.ru

**Александр Зайцев**

Вторичная недвижимость

+7 (902) 772-69-21

zaycev.aleksandr@century21.ru

**Анатолий Климушин**

Вторичная недвижимость

+7 (960) 214-64-15

klimushin.anatoliy@century21.ru

**Тимур Захаров**

Вторичная недвижимость

+7 (902) 772-69-26

zaharov.timur@century21.ru

CENTURY 21

Vesta

г. Санкт-Петербург, ул. Ташкентская, д. 1, 6 эт.

+7 (812) 330-01-30 • vesta@century21.ru • vesta.century21.ru**Мария Нарбекова**

Любые объекты недвижимости

+7 (962) 686-36-86

narbekova.mariia@century21.ru**Сергей Тихонов**

Любые объекты недвижимости

+7 (911) 009-33-19

tikhonov.sergey@century21.ru**Александр Угленюк**

Любые объекты недвижимости

+7 (962) 686-35-60

uglennyuk.aleksandr@century21.ru**CENTURY 21**

Capital Petersburg

г. Санкт-Петербург, Малый пр-т В.О., д. 22, оф. 306

+7 (812) 940-21-00 • capital@century21.ru • capital.century21.ru**Татьяна Артамонова**

Любые объекты недвижимости

+7 (921) 329-21-31

artamonova.tatyana@century21.ru**Наталья Лесохина**

Любые объекты недвижимости

+7 (921) 645-21-55

lesokhina.nataliya@century21.ru**Евгений Евсеев**

Любые объекты недвижимости

+7 (921) 381-21-67

evseev.evgeniy@century21.ru**CENTURY 21**

New Town

г. Хабаровск, ул. Калинина, д. 81

+7 (4212) 77-00-81 • newtown@century21.ru • newtown.century21.ru**Анна Денисова**

Любые объекты недвижимости

+7 (924) 100-43-83

denisova.anna@century21.ru**Ольга Васильева**

Вторичная недвижимость

+7 (914) 219-34-49

vasileva.olga1@century21.ru**Светлана Позднякова**

Любые объекты недвижимости

+7 (962) 220-92-88

pozdneyakova.svetlana@century21.ru

CENTURY 21.

InSochi

г. Сочи, ул. Горького, д. 87, оф. 13

+7 (862) 291-77-21 • insochi@century21.ru • insochi.century21.ru

**Алексей Борзенков**

Любые объекты недвижимости

+7 (966) 779-02-21

borzenkov.aleksey@century21.ru

**Игорь Захарченко**

Любые объекты недвижимости

+7 (938) 470-07-36

zaharchenko.igor@century21.ru

**Марина Полякова**

Любые объекты недвижимости

+7 (966) 775 75-54

polyakova.marina@century21.ru

CENTURY 21.

In Krasnodar

г. Краснодар, ул. Северная, д. 327, оф. 3

+7 (800) 600-45-21 • inkrasnodar@century21.ru • inkrasnodar.century21.ru

**Ольга Волицкая**

Первичная и вторичная недвижимость

+7 (903) 411-97-23

volickaya.olga@century21.ru

**Екатерина Абакумова**

Вторичная и загородная недвижимость

+7 (903) 411-65-91

abakumova.ekaterina@century21.ru

CENTURY 21.

Манго

г. Казань, ул. Николая Ершова, 49В, оф. 205

+7 (843) 225-57-00 • mango@century21.ru • mango.century21.ru

**Ильзира Гайнетдинова**

Любые объекты недвижимости

+7 (987) 003-58-88

gaynetdinova.ilzirya@century21.ru

**Ильназ Гизетдинов**

Любые объекты недвижимости

+7 (917) 938-18-88

ilnaz.gizetdinov@century21.ru

**Юлия Сивова**

Любые объекты недвижимости

+7 (965) 583-37-37

sivova.yuliya@century21.ru

CENTURY 21.

Партнер

г. Переславль-Залесский, ул. Ростовская, д. 51А

+7 (800) 555-27-01 • partner@century21.ru • partner.century21.ru

**Ирина Потапова**

Любые объекты недвижимости

+7 (962) 214-86-00

potanova.irina@century21.ru

**Илья Кочетков**

Любые объекты недвижимости

+7 (962) 214-69-00

kochetkov.ilya@century21.ru

CENTURY 21.

Красиво жить

г. Барнаул, ул. Юрина, д. 202, оф. Н6

+7 (3852) 57-25-57 • krasivozhit@century21.ru • krasivozhit.century21.ru

**Никита Генералов**

Любые объекты недвижимости

+7 (933) 161-02-00

generalov.nikita@century21.ru

**Татьяна Клишникова**

Руководитель отдела

+7 (964) 603-31-29

potapkina.tatyana@century21.ru

**Елена Снякова**

Любые объекты недвижимости

+7 (933) 310-07-13

sinyakova.elena@century21.ru

CENTURY 21.

Союз

г. Ульяновск, пр-т Нариманова, д. 38

+7 (8422) 71-76-76 • soyuz@century21.ru • soyuz.century21.ru

**Анна Мальцева**

Вторичная недвижимость

+7 (903) 338-21-21

malceva.anna1@century21.ru

**Андрей Ушаков**

Вторичная недвижимость

+7 (965) 695-21-21

ushakov.andrey@century21.ru

**Кристина Плешакова**

Любые объекты недвижимости

+7 (967) 774-21-21

pleshakova.kristina@century21.ru

CENTURY 21
Регион

г. Тольятти, Южное ш., д. 33А

+7 (8482) 63-31-21 • region63@century21.ru • region63.century21.ru

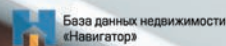
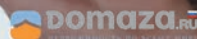
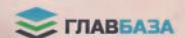



Константин Исаев
Любые объекты недвижимости
+7 (927) 014-63-21
isaev.konstantin@century21.ru



Ксения Маркушина
Любые объекты недвижимости
+7 (939) 753-63-21
markushina.kseniya@century21.ru

Реклама вашего объекта на ведущих интернет-порталах





МЕЖДУНАРОДНЫЙ УРОВЕНЬ БРОКЕРСКИХ УСЛУГ

Realty Holdings Corporation – мировой франчайзинговый холдинг,
владеющий самыми известными брендами в сфере недвижимости



REALOGY

**Better
Homes**
and Gardens.
REAL ESTATE



CLIMB
REAL ESTATE

CENTURY 21[®]



Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

corcoran
corcoran group real estate

CENTURY 21®

Москва

CENTURY 21 Milestone

5-й Донской пр., д. 21Б/10, оф. 759
+7 (495) 136-99-61

CENTURY 21 Panorama Realty

ул. Ленинская Слобода, д. 19, 5 эт., оф. 21ф
+7 (495) 780-99-49

CENTURY 21 Street Realty

ул. Крылатская, д. 33, корп. 2
+7 (495) 258-52-23

CENTURY 21 Victory

Скоро открытие!

CENTURY 21 Еврогрупп Недвижимость

ул. Садовая-Кудринская, д. 25
+7 (495) 795-08-00

CENTURY 21 Римарком

г. Троцк, Парковый пер., д. 4
+7 (495) 721-73-60

CENTURY 21 Серебряный Век

3-й Самотечный пер., д. 11
+7 (495) 961-21-00

CENTURY 21 Харламов

1-й Тверской-Ямской пер., д. 18
+7 (495) 980-21-08

CENTURY 21 Юго-Запад

ул. Профсоюзная, д. 56, 15 эт., оф. 18
+7 (495) 259-25-41

Московская область

CENTURY 21 Еврогрупп Недвижимость

г. Люберцы, 3-е Почтовое отделение, д. 102
+7 (495) 221-78-48

CENTURY 21 Римарком

г. Чехов, Симферопольское ш., д. 6, 3 эт., оф. 12
+7 (495) 974-97-17

Барнаул

CENTURY 21 Красиво жить

ул. Юрина, д. 202, оф. Н6
+7 (3852) 57-25-57

Брянск

CENTURY 21 Эстейт

ул. Дуки, д. 69, оф. 502
+7 (926) 113-07-57

Владивосток

CENTURY 21 New Home

ул. Светланская, д. 145
+7 (423) 207-21-21

Горячий Ключ

CENTURY 21 Мой Дом

ул. Ленина, д. 193, корп. Д, лит. «Б»
+7 (86159) 421-65

Екатеринбург

CENTURY 21 Eva Home

ул. 8 Марта, д. 167
ул. Кузнецова, д. 26
+7 (343) 243-53-21

CENTURY 21 Мэйфлауэр

ул. Малышева, д. 51, оф. 2403
+7 (343) 288-26-58

Иркутск

CENTURY 21 Недвижимость мира

ул. Байкальская, д. 206
ул. Горького, д. 27
ул. Летописца Нина Романова, д. 3
+7 (3952) 43-03-64

Казань

CENTURY 21 Манго

ул. Н. Ершова, д. 49В, оф. 205
+7 (843) 225-57-00

Калининград

CENTURY 21 Идеальный дом

Скоро открытие!

Краснодар

CENTURY 21 In Krasnodar

ул. Северная, д. 327, оф. 3
+7 (800) 600-45-21

Махачкала

CENTURY 21 Вся недвижимость

ул. Азиза Алиева, д. 3
+7 (928) 802-11-99

Переславль-Залесский

CENTURY 21 Партнер

ул. Ростовская, д. 51А
+7 (800) 555-27-01

Пермь

CENTURY 21 City

ул. Аркадия Гайдара, д. 16А
+7 (342) 287-21-21

CENTURY 21 Home Real Estate

Комсомольский пр-т, д. 38, оф. 506
+7 (342) 204-43-53

CENTURY 21 PermGrad

ул. Стахановская, д. 45, оф. 236
+7 (342) 293-02-36

CENTURY 21 Terra Недвижимость

ул. Металлистов, д. 5
+7 (342) 204-17-44

Петрозаводск

CENTURY 21 Alfa

ул. Андропова, д. 1а
+7 (8142) 67-11-21

Санкт-Петербург

CENTURY 21 Capital Petersburg

Малый пр-т. В.О., д. 22, оф. 306
+7 (812) 940-21-00

CENTURY 21 Vesta

ул. Ташкентская, д. 1, 6 эт.
+7 (812) 330-01-30

Сочи

CENTURY 21 Expert Sochi

ул. Мира, д. 161, оф. 1
+7 (988) 156-14-21

CENTURY 21 InSochi

ул. Горького, д. 87, оф. 13
+7 (862) 291-77-21

Тольятти

CENTURY 21 Регион

ул. Южное ш., д. 33А
+7 (8482) 63-31-21

Улан-Удэ

CENTURY 21 Байкал Недвижимость

ул. Ключевская, д. 76А, оф. 15
+7 (924) 770-90-90

CENTURY 21 Евразия недвижимость

ул. Ленина, д. 49А
+7 (999) 603-78-48

Ульяновск

CENTURY 21 Союз

пр-т. Нариманова, д. 38, оф. 206
+7 (8422) 71-76-76

Уфа

CENTURY 21 Недвижимость и Право

ул. Рихарда Зорге, д. 35
+7 (927) 968-15-46

Хабаровск

CENTURY 21 New Town

ул. Калинина, д. 81
+7 (4212) 77-00-81

Челябинск

CENTURY 21 Абсолют

пл. МОПРА, д. 9
+7 (908) 042-74-05

Якутск

CENTURY 21 Корона

ул. Ленина, д. 24
+7 (967) 912-99-09



www.century21.ru

Каждый офис находится в независимом владении и управлении