



RAPORT RYNKU
NIERUCHOMOŚCI
2020

2021

Freedom
nieruchomości

Spis treści

Przedmowa	4
Partnerzy raportu.....	6
CZĘŚĆ I	
2020. Rok inny niż wszystkie?	7
Jak zmieniały się ceny nieruchomości w 7 największych miastach i jak wpłynęła na nie pandemia COVID-19?	8
Jak wyglądała dynamika zapytań dotyczących nieruchomości w mediach społecznościowych w 2020 roku?.....	15
Ze strachem i nadzieją	19
Struktura zapytań o oferty sprzedaży nieruchomości w 2020 roku	28
Koronawirus a rynek kredytowy w 2020 roku	33
Jak zachował się warszawski rynek nieruchomości?	37
Pandemia a pośrednictwo – zawód czy ewolucja zawodu?.....	42
Trendy oczami branży – co już teraz widać na rynku?.....	46
Jak pandemia wpłynęła na działania marketingowe i potencjał wyszukiwań?	54
Biznes w czasie pandemii.....	60

CZĘŚĆ II

Przyszłość rynku nieruchomości.

Ile z niej zobaczymy już w 2021? 64

OBSZAR: Miasto postpandemiczne.

Rynek nieruchomości w obliczu wyzwań..... 68

TREND: Suburbanizacja..... 71

TREND: Hipsturbia..... 72

TREND: Miasta 15-minutowe 75

OBSZAR: Inwestycje w życie społeczne..... 81

TREND: Wspólnoty działań 84

TREND: Coliving i coworking..... 86

TREND: Przestrzenie zwinne..... 87

OBSZAR: Technologia jako paliwo cywilizacyjne.

Epoka „proptech” 89

TREND: Nieruchomości w Internecie Rzeczy 91

TREND: Miasta dla ludzi..... 98

OBSZAR: Danetyzacja rynku nieruchomości.

Skok w epokę cyfrową 103

TREND: Digitalizacja miast 106

TREND: Model XaaS 107

TREND: Cyfrowe bliźniactwo..... 110

TREND: Internet Zachowań..... 111

OBSZAR: Rynek nieruchomości i nowa propozycja

wartości. Klientocentryzm na rynku nieruchomości..... 116

TREND: Klientocentryzm..... 122

Podsumowanie raportu 124

Przedmowa



Michał Dziermański

Communication Manager Freedom Nieruchomości

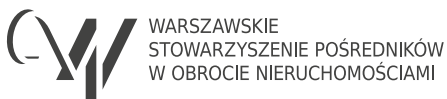
Za nami rok ciężki, męczący i zdecydowanie zbyt długi. Rok, który dla jednych zmienił wiele, a innych do zmiany zmotywował. Niestety, kiedy planowaliśmy stworzenie tego raportu, mieliśmy – płonną, ale jednak – nadzieję, że opublikujemy go w świecie wolnym od COVID-19. Tak się nie stało, ale wiele wskazuje na to, że bliżej nam do normalności niż jeszcze kilkanaście tygodni temu. Już teraz jednak funkcjonujemy w nowej rzeczywistości. Jaki znak na rynku nieruchomości zostawiła pandemia? Jakie zmiany zostały zapoczątkowane, a jakie zyskały potężny katalizator i objawiły się wcześniej, niż zakładano? Na te pytania odpowiadamy w pierwszej części raportu. Części, która opiera się na danych i doświadczeniach. W niej znajdziecie potwierdzenie wielu tez, ale gwarantuję, że nie wszystko zostało jeszcze w tym temacie powiedziane. O zawartość tego raportu zadbali nasi najlepsi specjaliści i wyjątkowi partnerzy.

Część drugą stworzyliśmy we współpracy z firmą Wasyluk – Projektowanie Kreatywne. Pierwszy raz w historii – bo i historia nas do tego zmusiła – wsparliśmy się solidnym doświadczeniem naukowym. Wiele osób pytało nas, co teraz z branżą, co z rynkiem. Jednak w realiach, w których przyszło nam funkcjonować, wiedza nawet tak dużej sieci jak Freedom Nieruchomości nie była wystarczająca. Ciężko bowiem z całą pewnością ferować wyroki, kiedy nie wiemy, jak długo potrwają panujące obostrzenia. Udało się nam jednak wyszukać takie sygnały zmian, które znajdują potwierdzenie na całym świecie. I tylko tak sprawdzoną wiedzę chcemy Wam w tym roku zaserwować.

Do kogo skierowany jest ten raport?

Do wszystkich, którzy w 2021 będą mieć kontakt z rynkiem nieruchomości. Pierwszy raz celujemy tak szeroko, ale i pierwszy raz sytuacja dotknęła równo wszystkich – przedsiębiorców i pośredników, sprzedających i kupujących, najemców i wynajmujących. Mamy nadzieję, że każdy, bez wyjątku, wyciągnie z tego raportu wartość dla siebie. Wartość, która pozwoli podejmować bardziej przemyślane decyzje.

Partnerzy raportu



CZĘŚĆ I

**2020.
Rok inny niż
wszystkie?**



Jak zmieniały się ceny nieruchomości w 7 największych miastach i jak wpłynęła na nie światowa pandemia COVID-19?

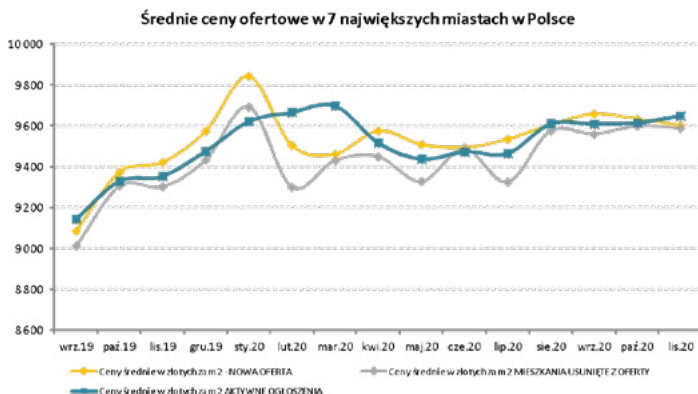
2019 rok był drugim najlepszym rokiem w historii polskiego rynku mieszkaniowego pod względem liczby sprzedaży nowych mieszkań. Wysokiemu popytowi towarzyszył dynamiczny wzrost cen. Na niektórych rynkach ceny nieruchomości rosły nawet w dwucyfrowym tempie rocznie.



Anna Karas

Starszy Analityk Rynku Nieruchomości, Cenatorium

W Warszawie została przekroczona symboliczna granica 10 tys. PLN/mkw. W wielu miastach mieszkania sprzedawały się szybciej niż zostawały wprowadzane do oferty. Podaż na rynku zaczęła się kurczyć. 2020 rok otworzyła seria pytań o to, czy to już bańka na rynku mieszkaniowym. Co musiałoby się stać, aby ostudzić rozgrzany rynek? Nic nie wskazywało jednak na pesymistyczny scenariusz, eksperci optymistycznie patrzyli na nadchodzący wówczas rok.

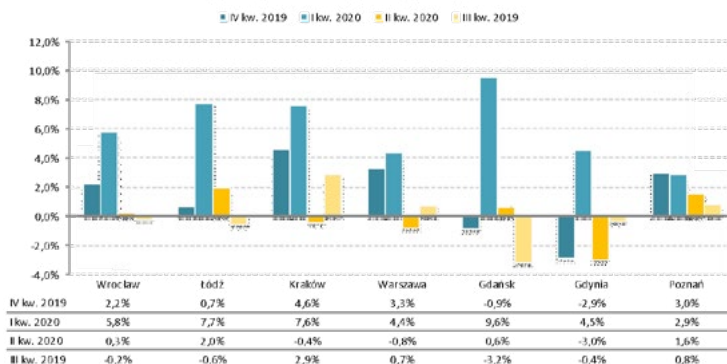


W I kwartale 2020 roku średnie ceny ofertowe mieszkań w 7 głównych miastach w Polsce¹ nadal rosy, kontynuując trend zapoczątkowany w poprzedzających latach. W pierwszych trzech miesiącach 2020 średnia cena mkw. mieszkania w 7 głównych miastach w Polsce urosła o 2,4% i na koniec marca ustabilizowała się na poziomie 9 701 PLN/mkw. To najwyższy poziom odnotowany w historii polskiego rynku nieruchomości. Obok Warszawy, do miast o średniej cenie mieszkań powyżej 10 tys. PLN/mkw. dołączył Gdańsk, w którym, wg danych Cenatorium, ceny w I kwartale 2020 roku urosły o 9,6%. Dynamiczny wzrost cen notowano także w Łodzi oraz Krakowie, gdzie ceny wzrosły odpowiednio o 7,7 oraz 7,6% w porównaniu do końca grudnia 2019 roku.

W marcu 2020 roku pandemia COVID-19 zaskoczyła wszystkich. Chaos oraz niepokój spowodowany pojawieniem się nowego wirusa sparaliżował gospodarkę. Większość kupujących wstrzymała się z zakupami, wielu wycofało się nawet z niedawno nabytych mieszkań. Wskaźnik ufności konsumentskiej, który bezpośrednio koreluje ze sprzedażą na rynku nieruchomości spadł w kwietniu 2020 roku do najniższego poziomu od czasu kryzysu gospodarczego z 2012 roku, czyli do -36,4 pkt. Pandemia ostudziła rynek. W II kwartale 2020 roku mieliśmy do czynienia z drastycznym spadkiem liczby sprzedanych mieszkań. Rosnące wcześniej ceny wyhamowały, jednak nie wszędzie uderzenie COVID-19 w rynek nieruchomości było równie silne.

¹ Analizie poddano 7 największych miast w Polsce, tj. Warszawa, Łódź, Gdańsk, Gdynia, Kraków, Wrocław, Poznań. Analizowano oferty mieszkań na rynku wtórnym i pierwotnym łącznie.

Zmiana średniej ceny ofertowej w 7 głównych miastach w Polsce



Zmiana średniej ceny ofertowej w agregacji dla 7 miast w II kwartale 2020 roku wyniosła -2,3%. Analizując lokalne rynki z osobna, spadek średniej ceny odnotowano w Gdyni. W tym mieście średnia cena ofertowa obniżyła się o 3,0% k/k. Głównym powodem była nowa, tańsza pula mieszkań wprowadzonych do oferty. We Wrocławiu, Krakowie, Warszawie i Gdańsku ceny ustabilizowały się, a w Poznaniu i Łodzi nadal rosły, choć w wolniejszym tempie niż wcześniej. Wiosną liczba transakcji spadła, a czas ekspozycji oferty znacznie się wydłużył. W II kwartale wzrósł on do 18-19 dni, z 10-11 notowanych przed pandemią. Mniejszy popyt skłaniał sprzedających do ponownego wystawiania niesprzedanych mieszkań po niższych cenach. Bardziej widoczne było to jednak na rynku wtórnym. Deweloperzy, którzy zakontraktowali projekty mieszkaniowe przed pandemią, byli mniej skłonni do obniżek.

W II kwartale 2020 roku sprzedaż mieszkań na rynku pierwotnym spadła o 64% względem I kwartału. Wpływ na to miała nie tylko obawa kupujących o przyszłość, czy nadzieja na spadki cen, ale również polityka kredytowa banków, które wraz z nadejściem pandemii wyraźnie zaostrzyły kryteria przyznawania kredytów hipotecznych. Podniesiono kwotę minimalnego wkładu własnego (w niektórych bankach nawet do 40%), zaprzestano

wliczać dochody pochodzące z umów cywilnoprawnych oraz działalności gospodarczej i branż zagrożonych skutkami epidemii. Niektóre banki na pewien czas całkowicie wstrzymały się z przyznawaniem kredytów. Drastycznie wzrósł odsetek decyzji negatywnych. Rynek mieszkaniowy stał się przyjazny jedynie dla osób ze stabilnym zatrudnieniem, ponadprzeciętnymi zarobkami oraz dla klientów gotówkowych. To właśnie Ci ostatni odgrywali w kolejnych miesiącach roku główną rolę na rynku mieszkaniowym.

Sytuacja na rynku mieszkaniowym w 2020 roku w pewien sposób koreluje z liczbą zachorowań na COVID-19. II kwartał i związany z nim lockdown ograniczył liczbę spotkań, a więc i zakupów na rynku mieszkaniowym. Wraz z nadejściem III kwartału i poluzowaniem obostrzeń Polacy, spragnieni normalności, wrócili do zakupów mieszkaniowych. Jednak nie wszyscy i nie z takim impetem jak przed początkiem pandemii. Co prawda już w maju rosła liczba zapytań o nowe mieszkania, jednak wzrost sprzedaży odnotowano dopiero latem. Liczba odnotowanych transakcji nadal plasowała się jednak na niższym poziomie niż w ostatnich 2-3 latach. Na rynku zmieniła się struktura kupujących. Największy spadek sprzedaży odnotowano w grupie osób młodych, kupujących pierwsze mieszkanie, czyli tych w największym stopniu uzależnionych od sytuacji na rynku pracy i kredytu hipotecznego. Mniej aktywni byli również inwestorzy indywidualni i fliperzy, kupujący mieszkania do remontu z myślą o późniejszej sprzedaży. Pandemia pokazała również kruchość rynku najmu, dlatego osoby planujące zakup mieszkania na raty, z myślą o spłacaniu ich czynszem najmu, również ograniczyły swoją aktywność. Na rynku odnotowano z kolei zwiększony udział inwestorów instytucjonalnych oraz indywidualnych, którzy rynek nieruchomości traktują jako bezpieczną przystań dla zgromadzonego kapitału.

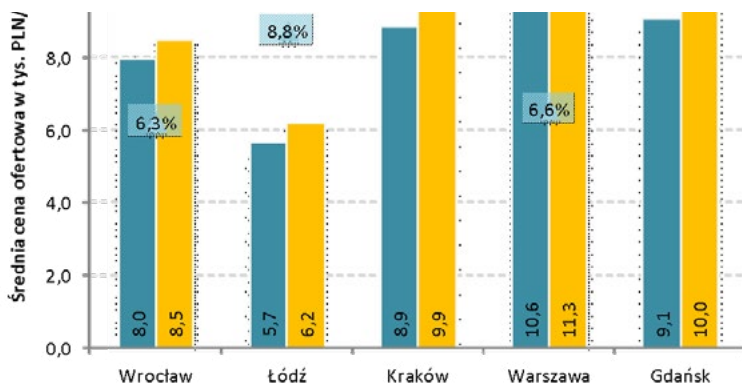
W III kwartale 2020 banki poluzowały kryteria przyznawania kredytów hipotecznych. Wzrosła liczba sprzedanych mieszkań, jednak nadal nie dorównywała poziomom z ostatnich kwartałów. W Warszawie na rynku pierwotnym sprzedano 4,5 tys. mieszkań, co jest porównywalne z kwartalnymi wynikami z 2015 roku. Nastroje na rynku uległy jednak poprawie. Rząd zapewniał, że jesienią nie będzie kolejnego lockdownu, pandemia wyciszyła się. optymizm na rynku przełożył się na rekordowe liczby rozpoczętych inwestycji. We wrześniu deweloperzy rozpoczęli budowę 17 tys. mieszkań, co jest najwyższym miesięcznym wynikiem w historii.

W agregacji dla 7 głównych miast średnia cena ofertowa w III kwartale wzrosła o 1,4% względem II kwartału. Wzrost cen widać było na rynku w Krakowie (2,9% k/k). W Warszawie, Poznaniu, Gdyni, Łodzi oraz Wrocławiu zmiana nie przekroczyła 1%, w związku z czym należy mówić o stabilizacji. Spadek cen odnotowano jedynie w Gdańsku (3,2% k/k), czyli w mieście, w którym przed pandemią sprzedaż mieszkań była napędzana przez zakupy inwestycyjne.

W październiku 2020 roku, wraz z gwałtownym nadejściem drugiej fali zachorowań na COVID-19, ceny mieszkań pozostawały stabilne względem września 2020 roku. Nieznacznie wzrósł czas ekspozycji ofert, z 16-17 dni notowanych latem do 17-18 dni. Liczba transakcji na rynku ponownie spadła, podobnie jak wskaźnik ufności konsumenckiej. Z danych opublikowanych przez firmę Expander wynika, że w październiku współczynnik negatywnych decyzji kredytowych wzrósł o 39% względem września 2020, a względem sierpnia aż o 174%. Banki zaostryżyły politykę kredytową, gdyż ponownie wzrosło ryzyko kolejnego lockdownu i drastycznego wzrostu stopy bezrobocia. Na szczęście najbardziej negatywny scenariusz się nie spełnił, gdyż częściowe restrykcje ograniczyły rosnącą liczbę zachorowań. Ponadto, w listopadzie ogłoszono wynalezienie szczepionki na COVID-19.

Przełomowy moment w walce z koronawirusem obudził wielkie nadzieje dla wszystkich gałęzi gospodarki na powrót do normalności. Na pozytywne efekty szczepień będzie trzeba jednak poczekać, co najmniej do połowy 2021. Pojawia się więc pytanie, czy rynek nieruchomości wyjdzie z pandemii obronną ręką, czy może jej skutki będziemy obserwować dopiero w kolejnych kwartałach nadchodzącego roku? Na pewno wpływ na poziom sprzedaży, a więc pośrednio ceny mieszkań, będzie miała sytuacja na rynku pracy, poczucie bezpieczeństwa Polaków oraz to, czy wizerunek polskiego rynku nieruchomości, jako bezpiecznej przystani dla oszczędności, zostanie zachowany. W 2021 roku należy więc spodziewać się wciąż mniejszej liczby transakcji oraz mniejszej liczby nowych inwestycji rozpoczynanych przez deweloperów.

Pomimo pandemii SARS-CoV-2, wg danych na koniec listopada 2020, ceny mieszkań wzrosły we wszystkich głównych miastach w Polsce. Największą dynamikę zmian odnotowano w Krakowie (11,2%) oraz w Gdańsku (9,9%). Na obu rynkach wysoki udział w ofercie posiadają projekty w podwyższonym standardzie, skierowane do zamożnych klientów. Spory wzrost cen odnotowano także w Łodzi (8,8% r/r), gdzie do sprzedaży wprowadzono kilka projektów z wyższej półki cenowej. W pozostałych miastach ceny w ostatnich 12 miesiącach wzrosły o około 6%.



W ujęciu nominalnym najdroższe mieszkania znajdziemy w Warszawie. Średnia cena mkw. mieszkania na rynku pierwotnym i wtórnym łącznie wynosi 11,3 tys. zł. Około 10 tys. zł należy przeznaczyć za metr kwadratowy nowego lokum w Gdańsku i w Krakowie. Najniższe ceny mieszkań to nadal domena Łodzi (średnio 6,2 tys. zł/mkw.).

Jak wyglądała dynamika zapytań dotyczących nieruchomości w mediach społecznościowych w 2020 roku?

Ostatnie miesiące przyniosły wiele zmian na rynku nieruchomości. Użytkownicy, chcąc dotrzeć do coraz większej liczby potencjalnych kupujących, eksplorują nowe sposoby publikacji ogłoszeń. Rosnąca liczba ofert na portalach, wolta na rynku wynajmu krótkoterminowego oraz większe restrykcje banków w kwestii udzielaniu kredytów i niepewność na rynku pracy sprawiły, że zaczęto szukać nowych możliwości dotarcia do potencjalnych kupujących.



Krystian Trzebiński

Head of New Business Development at Unamo.com

Coraz więcej osób decydujących się na sprzedaż swojej nieruchomości, ale także agencji reprezentujących w tej sprzedaży klienta, decyduje się na publikowanie ofert mieszkań, domów czy działek w mediach społecznościowych, pokazując tym samym wśród przyjaciół, znajomych oraz w specjalnie stworzonych miejscach, których zadaniem jest dotarcie do największej liczby osób zainteresowanych daną ofertą. W 2020 roku media społecznościowe były coraz odważniej wykorzystywane zarówno w promocji, jak i poszukiwaniu różnych ofert, nie tylko z rynku nieruchomości.

Od kilku lat w Unamo.com obserwujemy wyraźny trend publikacji ogłoszeń w mediach społecznościowych. Z roku na rok liczba ogłoszeń, zarówno tych zamieszczanych przez osoby prywatne, jak i agencje nieruchomości, stale wzrastała o średnio 10-15%. Epidemia COVID-19 zmieniła całkowicie podejście do Internetu i jego wykorzystania. Najwięcej publikacji ogłoszeń o sprzedaży

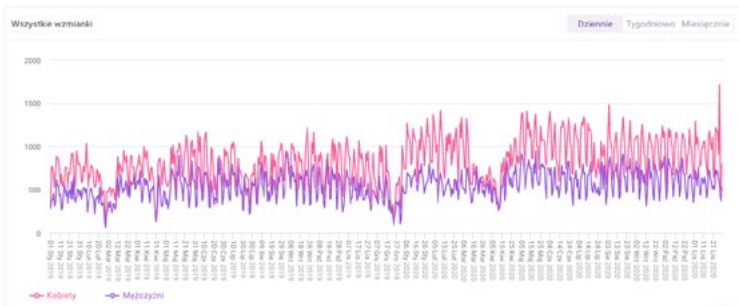
mieszkań jest zamieszczanych na największym portalu społecznościowym, jakim jest Facebook.

Poniższy wykres prezentuje średnią liczbę ogłoszeń zamieszczanych w mediach społecznościowych w okresie od stycznia 2019 roku do listopada 2020 roku.

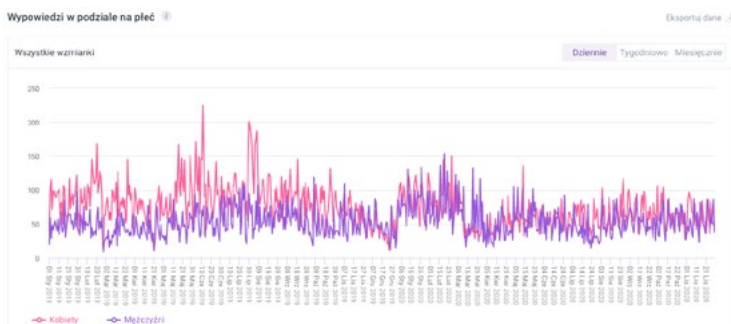


Od maja 2020 widzimy wzrost liczby publikacji ogłoszeń o ponad 30%, w porównaniu z poprzednimi miesiącami. Widzimy, że sprzedający oraz biura nieruchomości poszukują nowych i coraz bardziej nowoczesnych form dotarcia do odbiorców z ogłoszeniami.

Od początku 2020 widać zdecydowanie większe zaangażowanie kobiet w publikacji ogłoszeń i ich promocji w mediach społecznościowych. To kobiety mocno przejęły inicjatywę w promocji oferowanych nieruchomości. Tak jak widzimy na wykresie, w 2020 roku ponad 2 razy więcej kobiet niż mężczyzn angażuje się w sprzedaż.



W 2019 roku prawie dwa razy więcej kobiet niż mężczyzn szukało mieszkania, natomiast w 2020 roku te proporcje wynosiły jedynie około 20% na korzyść kobiet.



2020 rok jest bardzo ciekawy z perspektywy mediów społecznościowych, które mają coraz większy wpływ na nasze zachowania. Częściej też korzystamy z nich do zamieszczania ogłoszeń różnego typu – od sprzedaży używanych ubrań, po sprzedaż samochodów czy nieruchomości. Bardzo często to właśnie tutaj przenosimy dyskusje, pozostawiamy opinie i dzielimy się swoimi przemyśleniami. Według naszych analiz, w 2021 roku ten trend również zostanie utrzymany, a tym samym coraz więcej ogłoszeń będzie pojawiało się w mediach społecznościowych.

Ze strachem i nadzieją

To nie był łatwy rok. Jedni ucierpieli mniej, inni bardziej. Jak wyglądała pandemia oczami pośredników z całej Polski? Czy naprawdę zmieniło się tak wiele?



Agnieszka Grotkowska

Dyrektor Sprzedaży Freedom Nieruchomości

Uwaga z przyziemnych rzeczy przekierowała się na telewizję – na statystyki, na to, co dzieło się we Włoszech, Francji, Hiszpanii. Wszelkie kwestie inwestycyjne, zakupowe znalazły się na dalszym planie. Kupujący przestali kupować, sprzedający się zablokowali. Agenci też przestali aktywnie pełnić swoją funkcję zawodową w tych pierwszych dwóch miesiącach lockdownu. Wszystkiemu towarzyszyły strach i niepewność. Zwłaszcza oglądanie mieszkań przez potencjalnych zainteresowanych obarczone była ogromnym ładunkiem emocjonalnym. Nieruchomości były wietrzone, dezynfekowane, klucze przekazywaliśmy w specjalnych woreczkach, a o szczegółach rozmawialiśmy potem przez telefon. Próbowaliśmy ZOOMa i innych narzędzi, ale niekoniecznie się przyjmowały. Są bowiem elementy sprzedaży, których nie sposób prowadzić zdalnie. Jednym z nich jest kontakt międzyludzki.

Od czerwca wszystko zaczęło wracać do normy, bo nie jesteśmy w stanie żyć w permanentnym strachu. Klienci coraz chętniej rozmawiali z pośrednikami, pytali o to, jak zachowa się rynek. Zaczęliśmy pełnić funkcję prawdziwych ekspertów, do których kupujący i sprzedający zgłaszają się po poradę. Odnotowaliśmy też bardzo duży skok naprawdę wartościowych aplikacji na stanowisko agenta nieruchomości. Po części odpowiadał za to fakt zamykania najbardziej narażonych branż.

Przyczyniła się też do tego niestabilna sytuacja wielu przedsiębiorstw, która przełożyła się na poczucie zaniepokojenia wśród pracowników. Ci z kolei zaczęli rozglądać się za pracą, która da im więcej spokoju.

To, na co z pewnością należy zwrócić uwagę to szybkość realizowania transakcji z jednej strony, a z drugiej bardzo duże zdecydowanie sprzedających i kupujących. W obawie przed potencjalnym zakażeniem, uczestnicy rynku nieruchomości dokonywali przemyślanych ruchów, a decyzje poprzedzali naprawdę wartościowym researchem. Wszyscy staliśmy się konkretni.

Na początku był strach sprzedających



Robert Fertala

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Częstochowa

Wśród sprzedających czuć było strach. Najmocniej było to widać u osób próbujących sprzedać nieruchomości mieszkaniowe. Obawiali się, że ich sytuacja finansowa w każdej chwili może się pogorszyć, na przykład przez utratę pracy. Zaczęło się szukanie oszczędności. To był moment, w którym pośrednictwo miało gorszy moment.



Witold Bochenek

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Tarnów

W pierwszej połowie kwartału 2020 – w styczniu i lutym – dało się zauważyć, że coraz więcej sprzedających wierzy w samodzielną, łatwą, szybką i zadowalającą finansowo sprzedaż. W większości nie widzieli powodów, dla których warto by było wiązać się z pośrednikiem umową na wyłączność. Końcówka kwartału wyglądała już nieco inaczej – wielu sprzedających na moment wycofało się z rynku w oba-

wie przed tym, co dalej. Część osób zrezygnowała ze sprzedaży obawiając się epidemii, spadku cen, problemów z niewyptacalnymi kupującymi.



Agnieszka Wieczorowska

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Wrocław

Sprzedający zadawali też dużo pytań o branżę i o to, jak wygląda rynek. Obawiali się zachwiania cen sprzedaży i chcieli sfinalizować transakcje jak najszybciej. Nie mieli obiekcji co do spotkania się czy pokazywania mieszkań. Docenili bardziej model dni otwartych.



Grażyna Ślusarz

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Wadowice

Sprzedający często decydują o sprzedaży nieruchomości z powodu braku środków finansowych we własnych firmach. Sprzedający, którzy zlecieli sprzedaż przed okresem pandemii, często mówili o chęci wycofania oferty lub o pozostawieniu ceny ofertowej w wyższej kwocie z powodu obaw przed inflacją.



Karolina Pożarycka

Menadżer Zespołu Sprzedaży w Oddziale

Freedom Nieruchomości Olsztyn

Najbardziej z obrotu nieruchomościami wycofali się sprzedający. Może wynikać to z faktu, iż bali się drastycznego spadku cen. W związku z tym, znacząco spadła liczba ofert dostępnych w sprzedaży na portalach nieruchomości. Sytuacja nieco unormowała się w drugiej połowie II kwartału 2020. Rynek nieruchomości odżył. Klienci nauczyli się funkcjonować zgodnie z zaleceniami rządu i oswoili ze strachem przed zarażeniem COVID-19.

Zdystansowani kupujący



Mieczysław Jakubowski

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Kołobrzeg

Od początku trwania pandemii klienci nie wykazywali dużych obaw co do prezentacji nieruchomości czy kontaktu z agentami nieruchomości, a głównym czynnikiem mającym wpływ na te kontakty miały ograniczenia wynikające z wprowadzanych obostrzeń prawnych. Problem ten mógł dotyczyć maksymalnie 5% klientów i utrzymuje się on na stałym poziomie do tej pory



Grażyna Ślusarz

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Wadowice

Nie dostrzeżliśmy większych zmian w zachowaniu kupujących w porównaniu do 2019. Zaryzykowałabym nawet stwierdzenie, że o ile część sprzedających wycofała się na moment z rynku (szczególnie w końcówce I kwartału i na początku II), to wśród kupujących taki trend nie miał miejsca. Kupujący niejednokrotnie byli zmotywowani do szybkiego zamknięcia transakcji kupna nieruchomości za sprawą zmieniających się warunków kredytów hipotecznych. Zdarzało się, że obawiali się spadku wynagrodzeń i zmniejszenia zdolności kredytowej.



Jarosław Kraiński

*Dyrektor Oddziałów Freedom Nieruchomości
Elbląg, Malbork, Mierzeja Wiślana*

Każdy kawałek działki, na którym można wybudować dom bądź chociażby postawić domek letniskowy, znajdował klienta właściwie natychmiast, a ceny transakcyjne tych nieruchomości

mości często przewyższały pierwotną cenę ofertową. Na popularności zaczęły tracić lokale mieszkalne bez balkonów. Do dziś popularnością cieszą się jedynie te inwestycje, które albo położone są w pobliżu terenów zielonych, albo te, które proponują klientom wysoki standard wykończenia i nowoczesne rozwiązania technologiczne.

Nieruchomości jako pewna lokata kapitału na niepewne czasy



Sylwia Deptuła

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Ostrółęka

Wydaje się, że coraz więcej ludzi jest świadomych, jak bardzo nietrwałym zabezpieczeniem środków płatniczych są w dzisiejszych czasach lokaty i konta bankowe. Z tego względu społeczeństwo próbuje obronić dorobek życia inwestując mniej, lub bardziej świadomie, w nieruchomości.

Marzenia o swobodnym wyjściu z domu



Grażyna Ślusarz

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Wadowice

W 2020 można zauważyć zmiany na rynku nieruchomości w porównaniu do poprzednich lat. Na pewno wzrosło zainteresowanie domami i tutaj ceny poszły nieznacznie w górę. Chodzi przede wszystkim o nieruchomości, które są gotowe do zamieszkania. Zwiększyło się grono klientów, którzy chcieliby się przenieść do domu w możliwie najkrótszym czasie. Możemy zaobserwować też pewną polaryzację rynku kupujących. Po jednej stronie mamy klientów, którzy szukają niewielkich mieszkań i często priorytetem jest dla nich cena; komfort stawiają na drugim miejscu. Po drugiej stronie mamy tych, którzy postanowili zamienić życie w bloku na życie w domu wolnostojącym.



Janusz Kuszpit

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Mrągowo

W naszym regionie bardzo wzrosło zainteresowanie wszelkimi ogródkami działkowymi i działkami rekreacyjnymi, na których można w krótkim czasie postawić np. mały domek drewniany, holenderski lub przyczepę kempingową – budynki, które mogą być azylem przed ewentualnym ponownym zamknięciem.

Co się zmieniło?



Lilianna Kaletka

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Gliwice

Bardzo popularne stało się handlowanie nieruchomościami w sieci. Mnóstwo ofert pojawia się na forach i grupach lokalnych (poza rynkiem formalnym). Kwitnie handel poza portalami; handel prywatny i nieformalny.



Joanna Krawczyk

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Sosnowiec

Obserwuję wydłużony ponad miarę czas sprzedaży „standardowych” ofert, które zawsze znajdowały nabywcę w maksymalnie 3 miesiące. Teraz ten czas potrafi się nawet podwoić. Jednak nawet w tych najgorszych miesiącach zdarzały się szybkie transakcje, często z udziałem nieruchomości drogich i unikalnych. To potwierdza opinię, że naprawdę dobry towar zawsze znajdzie nabywców.



Konrad Augustyniak

*Agent Nieruchomości w Oddziale Freedom Nieruchomości
Łódź Centrum*

W Łodzi pojawia się coraz więcej biznesów gotowych do sprzedaży – pizzerie, kawiarnie, warsztaty samochodowe, kluby fitness. Niestety, są to ceny okazyjne. Niestety, bo wiadomo, co za tym stoi. Stację diagnostyczną z pełnym wyposażeniem można kupić za 40.000 zł, pizzerię za 29.000 zł.



Edyta Zych

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości Kraków Podgórze

Odnotaliśmy bardzo dużo zapytań „po bandzie”, oferujących 50–70% wartości nieruchomości. Generalnie klienci kupujący pozwalali sobie na znacznie ostrzejsze negocjacje i z taką sytuacją mamy do czynienia do dziś. Myślę, że możemy mówić o “rynku kupującego”, do czego przyczyniają się trudniejsze warunki, jakie należy spełnić, aby otrzymać kredyt. Konkretnych i zdecydowanych kupujących jest po prostu mniej. Dla przykładu: zainteresowanie na portalach w statystykach pozostaje bez zmian, ale w faktycznych zapytaniach zanotowaliśmy spadek aż o 70%. Wnioski nasuwają się same.

Czy Pandemia zmienia plany deweloperów na rok 2021?



Michał Słomiński

Bravo Developer

Ubiegły rok był dla wszystkich, także przedsiębiorstw, bardzo nieprzewidywalny. Pojawił się szereg nowych wyzwań, musieliśmy dostosować się do nowej rzeczywistości. Pandemia COVID-19 wpłynęła na zwiększenie

znaczenia roli sprzedaży online. Wideorozmowy zaczęły zastępować tradycyjne formy spotkań, a na rynku przybywało coraz więcej rozwiązań ułatwiających komunikację pomiędzy klientem a deweloperem. Rynek nie odczuł jednak znaczącego spadku zainteresowania mieszkaniami. Co więcej, po pierwszej fali zachorowań można było doświadczyć wzrostu zainteresowania. Klienci, którzy więcej czasu spędzali we własnym mieszkaniu, zaczęli rozważać zmianę. W ostatecznym rozrachunku lockdown nie spowodował zmiany trendu wzrostowego liczby sprzedawanych lokali mieszkalnych.

Ubiegły rok nie wpłynął zatem w sposób drastyczny na rozwój branży deweloperskiej w Polsce. Deweloperzy, tak jak do tej pory, skupiać się będą na wprowadzaniu do swoich ofert kolejnych nowych inwestycji. Architektonicznie w roku 2021 przewidujemy wzrost znaczenia terenów zielonych w granicach osiedli. Mieszkania, które przerodziły się podczas pandemii w domowe biura, pobudziły potrzebę posiadania w bliskim sąsiedztwie przynajmniej parku lub skweru. Co ciekawe, można zauważyć wzrost cen mieszkań zlokalizowanych na najniższych kondygnacjach oraz tych z większym metrażem. Wynika to z chęci posiadania własnego ogródka, który pozwoli choć na chwilę wytchnienia po pracy, a większy metraż umożliwi podzielenie mieszkania na kilka stref (strefę relaksu, strefę pracy, strefę dla dzieci).

Deweloper, planując kolejne inwestycje, robi to z kilkuletnim wyprzedzeniem, więc wpływ takiego trendu, może być widoczny w planach dopiero w kolejnych latach. Do tego czasu należy pamiętać o możliwości (w porozumieniu z deweloperem) łączenia lokali mieszkalnych tak, aby stworzyć większą przestrzeń.



Najważniejsze wnioski:

- Również w tym roku klient gotówkowy będzie często dyktować warunki
- Ceny nieruchomości rosną w dalszym ciągu, nie przejawiając – na ten moment – żadnych tendencji spadkowych
- W 2020 roku niemal o 30% wzrosła ilość dyskusji o nieruchomościach w mediach społecznościowych
- Kobiety przejmują inicjatywę w promowaniu i sprzedaży nieruchomości – jest ich o ponad 20% więcej niż mężczyzn
- W trudnych czasach znacząco wzrasta zainteresowanie usługą pośrednictwa w sprzedaży nieruchomości – zawód pośrednika zyskuje w oczach sprzedających i kupujących
- Niemal wszyscy staliśmy się bardziej konkretni – widać to między innymi w decyzyjności kupujących
- Zyskuje model sprzedaży oparty o „dni otwarte”
- Na wartości zyskują – i zyskiwać będą – te nieruchomości, w których sąsiedztwie znajdują się tereny zielone i rekreacyjne
- Planowanie deweloperów odbywa się z wieloletnim wyprzedzeniem, więc w przypadku nowych inwestycji pierwsze skutki pandemii możemy zaobserwować nawet za kilka

Struktura zapytań o oferty sprzedaży nieruchomości w 2020 roku



Marcin Drogomirecki

Morizon.pl

Miniony rok zapisał się w historii polskiego rynku nieruchomości jako ten, w którym sytuacja zmieniała się niemal jak podczas przejażdżki na rollercoasterze. Po optymistycznym początku roku, który zapowiadał kontynuację trwającej od kilku lat dobrej, żeby nie powiedzieć znakomitej, koniunktury w całej branży, na przełomie pierwszego i drugiego kwartału nastąpiło gwałtowne załamanie spowodowane nagłym i niespodziewanym wybuchem epidemii koronawirusa. Wprowadzenie w całym kraju szeregu zakazów i obostrzeń, powszechny wzrost obaw o zdrowie i życie swoje i bliskich oraz niepewność tego, co przyniosą kolejne dni sprawiły, że rynek nieruchomości w Polsce (i nie tylko on) niemal zamarł. Część biur nieruchomości zawiesiła działalność, radykalnie spadła aktywność klientów – zarówno popytowych, jak i podażowych; wiele prezentacji i transakcji zostało odwołanych lub odłożonych na bliżej nieokreśloną przyszłość. Sytuację dodatkowo pogarszało to, że nie sposób było przewidzieć, jak potoczy się rozwój wypadków – czy i kiedy wróci normalność. To zaś sprzyjało snuciu czarnych scenariuszy.

Życie jednak próżni nie znosi – szybko oswoiiliśmy się z zagrożeniem i zaczęliśmy funkcjonować w nowej, wyraźnie odmienionej rzeczywistości. Po przejściowym wyhamowaniu rynek nieruchomości znów ruszył do przodu. Najpierw bardzo niepewnie i powoli, bo z wielu stron, było słychać, że trwająca epidemia doprowadzi do rychłych spadków cen i nie ma co się spieszyć z zakupami. Jeśli coś trzeba kupić szybko, to działkę lub

dom z ogrodem, bo tylko one w nowych warunkach zapewniają możliwość swobodnego opuszczania czterech ścian i dają gwarancję względnie normalnego funkcjonowania w nowych warunkach.

Wydarzenia kolejnych tygodni dowodziły, że zagrożenia związane z epidemią (także te odnoszące się do rynku pracy) nie wpłynęły istotnie na popyt na rynku sprzedaży nieruchomości. Czasowo go wyhamowały, ale nie ograniczyły. Mocne odbicie, które obserwowaliśmy już w drugiej połowie drugiego kwartału, pozwalało mieć nadzieję, że „wirusowe” straty i opóźnienia uda się przynajmniej częściowo nadrobić. Sprzyjała temu stabilizacja cen mieszkań, wznowienie akcji kredytowej przez banki, a także coraz częstsze postrzeganie inwestycji na rynku nieruchomości jako wyraźnie korzystniejszą alternatywę dla lokat bankowych.

Podczas gdy walka z epidemią przynosiła skutki odwrotne od oczekiwanych (liczba zachorowań i zgonów stale rosła), zainteresowanie nieruchomościami nie tylko nie spadało, ale systematycznie rosło. Wysokiemu popytowi nie towarzyszyła wystarczająca podaż ofert – zarówno na rynku wtórnym, jak i pierwotnym. Konsekwencją tego stanu było ponowne wejście cen ofertowych mieszkań w trend wzrostowy. Wzrost cen nastąpił też w segmencie domów i działek.

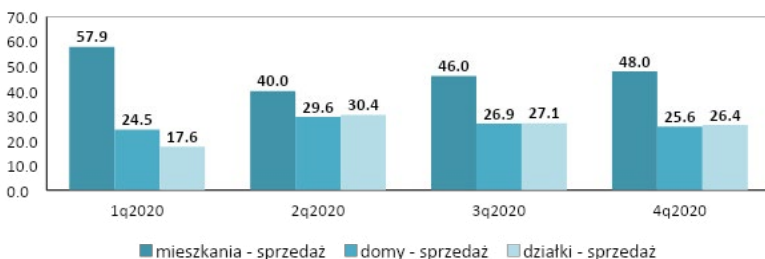
Mimo niespodziewanych wydarzeń i związanych z nimi zjawisk, rok 2020 okazał się dla rynku sprzedaży nieruchomości bardzo udany. W drugiej połowie roku obserwowaliśmy wzmożony ruch i rosnącą determinację poszukujących do zrealizowania planów zakupowych. Z analiz serwisu Morizon.pl wynika, że w 3. i 4. kwartale łączna liczba zapytań o oferty sprzedaży mieszkań, domów i działek była o ponad 9% większa niż pierwszym półroczem, a wynik za cały rok był o zaledwie 2,3% niższy od znakomitego roku 2019.

Wysoki ubiegłoroczny popyt przeszedł w ciągu minionego roku dużą metamorfozę – wyraźnie zmieniła się jego struktura. Wspomniany wcześniej lockdown, wprowadzenie ograniczeń w przemieszczaniu się i czasowego zakazu wstępu do parków i lasów spowodowały wzrost zainteresowania mieszkaniami z ogródkami, domami, ale przede wszystkim działkami – zarówno budowlanymi, jak i rekreacyjnymi. O ile w pierwszym kwartale 2020 roku niespełna 18% zapytań klientów zakupowych dotyczyło ofert z tego segmentu, to w drugim zapytania o działki stanowiły przeszło 30% wspomnianej puli. I mimo tego, że rynek ten cechuje duża sezonowość – zainteresowanie tego rodzaju ofertami zawsze znacząco spada wraz z nadejściem jesieni i zimy – to w ubiegłym roku ów spadek był niewielki. Wzmożony popyt na działki utrzymywał się na wysokim poziomie (ponad 1/4 zapytań) także w 3. i 4. kwartale. Utrzymujący się stan zagrożenia epidemicznego i brak perspektyw na jego rychłe zakończenie pozwalają sądzić, że ten segment rynku także w kolejnych miesiącach będzie cieszył się dużym zainteresowaniem klientów, a nadejście wiosny dodatkowo zwiększy apetyty klientów na własny kawałek ogródka. W szczególności dotyczyć to będzie działek rekreacyjnych, za kupnem których przemawiać będzie ograniczony wybór innych opcji wypoczynku i spędzenia czasu wolnego. Także zakup działek budowlanych, których ceny będą konkurencyjne względem cen mieszkań, będzie częstym sposobem na bezpieczne ulokowanie posiadanych środków.

W mniejszym stopniu – m.in. z powodu relatywnie wysokich cen – zwiększyło się zainteresowanie domami. Epidemia i konieczność długotrwałego przebywania w obrębie własnych „czterech ścian” skłoniły część klientów planujących zmianę miejsca zamieszkania do skierowania poszukiwań w stronę przestronnego lokum w osobnym budynku, z własnym ogrodem, zapewniającym swobodny wypoczynek na łonie natury. Potwierdza to wyraźny wzrost udziału zapytań o oferty sprzedaży domów

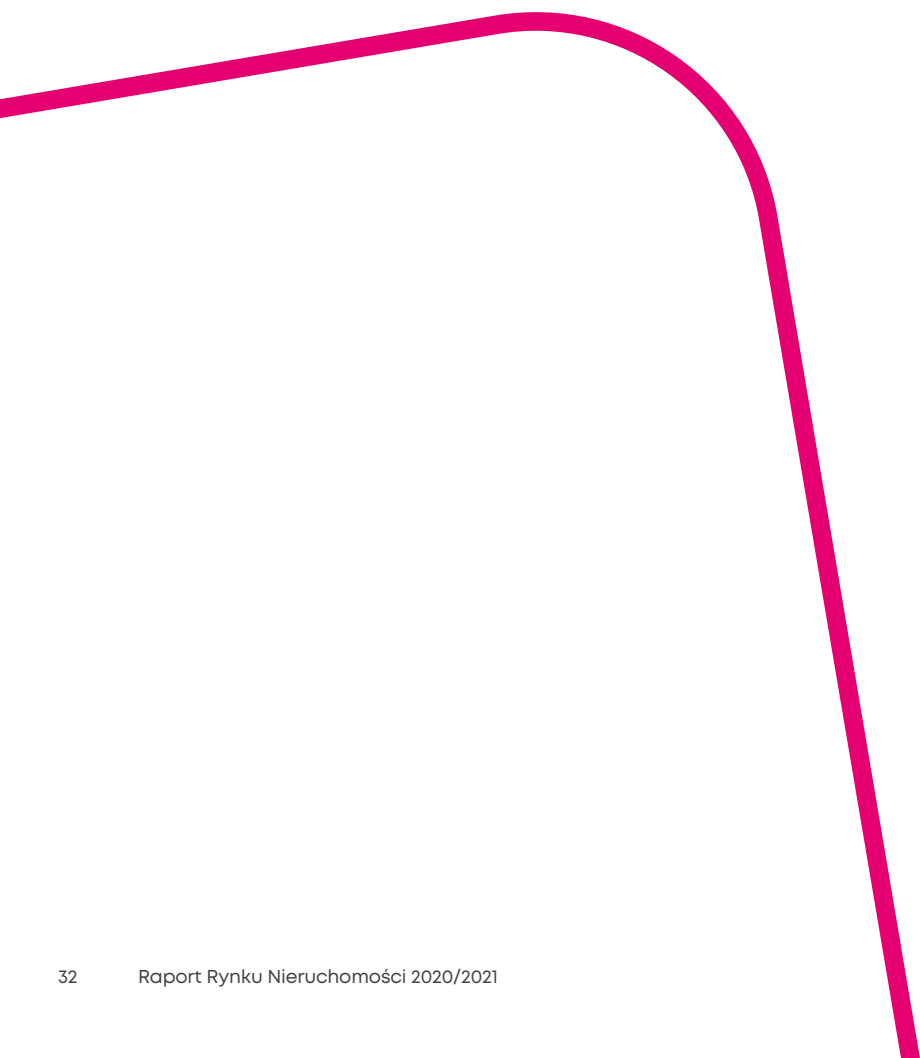
w drugim kwartale 2020 r. Jednak z uwagi na ograniczoną podaż i relatywnie wysokie ceny tego typu nieruchomości, udział zapytań o nie w kolejnych kwartałach zmalał z blisko 30% do nieco ponad 26%.

„Cena”, jaką ponosi rynek nieruchomości w czasach epidemii, jest proporcjonalne do wspomnianych wzrostów zmniejszenie udziału zapytań o oferty sprzedaży mieszkań. Składa się na to wiele przyczyn, do których zalicza się przede wszystkim odpływ inwestorów instytucjonalnych, załamanie na rynku najmu (zwłaszcza krótkoterminowego) i zmniejszenie zainteresowania zakupem mieszkań pod wynajem, utrudniony dostęp do kredytów dla osób pracujących w branżach najbardziej dotkniętych przez epidemię oraz... oczekiwanie przez część klientów na zapowiadane przez niektóre media spadki cen. Wspomniane czynniki sprawiły, że segment mieszkaniowy, który jeszcze w I kwartale 2020 roku odpowiadał za prawie 58% zapytań klientów zakupowych, na koniec roku notował spadek o blisko 10 punktów procentowych. W najbliższych miesiącach można się spodziewać niewielkich zmian w tym zakresie.



Obecnie brak jest przesłanek przemawiających za tym, że sytuacja na rynku istotnie się zmieni. Popyt przewyższający podaż – zarówno w segmencie mieszkań, domów, jak i działek – pozwala zakładać, że dobra koniunktura nadal będzie się utrzymywać,

a ceny – mimo wielu zapowiedzi – nie będą w najbliższym czasie spadać. Z epidemią też nie pożegnamy się tak szybko i definitywnie – ten proces będzie rozciągnięty w czasie, dlatego stan, w jakim się znajdujemy, jeszcze długo będzie wpływał na sytuację na rynku nieruchomości.



Koronawirus a rynek kredytowy w 2020 roku

Więszy wkład własny, wyższe marże, branże wykluczone. Tak krótko można scharakteryzować wpływ koronawirusa na rynek kredytów hipotecznych w 2020 roku.



Michał Krajkowski

Główny Analityk Kredytowy NOTUS

Początek 2020 roku na rynku kredytowym był niezwykle optymistyczny. Wartość udzielonych kredytów mieszkaniowych była wyższa niż rok temu, banki chętnie udzielały kredytów mieszkaniowych, również popyt ze strony klientów systematycznie rósł. Epidemia COVID-19 nie pozostała bez wpływu także na ten sektor gospodarki. Pierwsze zachorowania oraz ograniczenia wprowadzone w marcu 2020 roku wpłynęły na zachowania klientów, a przede wszystkim na politykę banków.

Więszy wkład własny

Jednym z pierwszych kroków podjętych przez banki było zwiększenie wymogu dotyczącego wymaganego wkładu własnego. Przed epidemią koronawirusa niemal w większości instytucji możliwe było zaciągnięcie kredytu mieszkaniowego z 10 proc. wkładem własnym, oczywiście wraz z ubezpieczeniem brakującej części wkładu własnego. Tylko nieliczne banki na rynku oczekiwały wniesienia większych środków własnych. W marcu 2020 roku większość banków dotychczasowe wymagania zwiększyła i niemal standardem stał się bezwzględny wymóg wniesienia 20 proc. środków własnych. Warto także zauważyć, że część kredytodawców podniosła te kryteria do 30 czy nawet 40 proc.

W nielicznych sytuacjach możliwe było uzyskania finansowania tylko z 10 proc. wkładem własnym, ale były to oferty dostępne tylko dla wybranych kredytobiorców czy określonych transakcji. W praktyce większość osób musiała wnieść minimum 20 proc. środków własnych. Co prawda w drugiej połowie roku część banków zliberalizowała nieco swoje polityki w tym zakresie, jednak ciągle niektórzy klienci muszą wnieść wyższy wkład własny niż przed rokiem.

Branże wykluczone

Kolejną reakcją na częściowe zamknięcie gospodarki była rewizja polityk kredytowych pod kątem źródeł dochodów. Banki w praktyce przestały udzielać kredytów osobom związanym z branżami, które jako pierwsze i bezpośrednio odczuły skutki lockdownu. Na kredyt nie mogły liczyć osoby prowadzące działalność gospodarczą bądź zatrudnione w gastronomii, branży beauty, czy turystyce. Wiele banków przedstawiło listy branż wykluczonych czy zagrożonych, jednak w części instytucji klienci dowiadywali się o braku możliwości uzyskania kredytu dopiero po decyzji negatywnej. Ponadto banki bardzo niechętnie udzielały kredytów osobom zatrudnionym na umowach o pracę na czas określonych czy umowach cywilnoprawnych (umowy zlecenie, umowy o dzieło). Drugie półrocze 2020 roku przyniosło pewne złagodzenie zasad i także osoby zatrudnione w takich formach miały łatwiejszy dostęp do finansowania niż w II kwartale.

Dłuższe czasy analizy

Dużą komplikacją dla klientów było także znaczne wydłużenie czasu rozpatrywania wniosków. Ze względu na zachorowania, kwarantanny, czy inny tryb pracy w wielu bankach na decyzję trzeba było czekać nawet o kilka tygodni dłużej, niż to było we wcześniejszych miesiącach. Było to duże zaskoczenie dla klien-

tów. W połączeniu z rosnącą niepewnością i nieprzewidywalnością decyzji bankowych powodowało to duży niepokój i zdenerwowanie po stronie osób ubiegających się o kredyt.

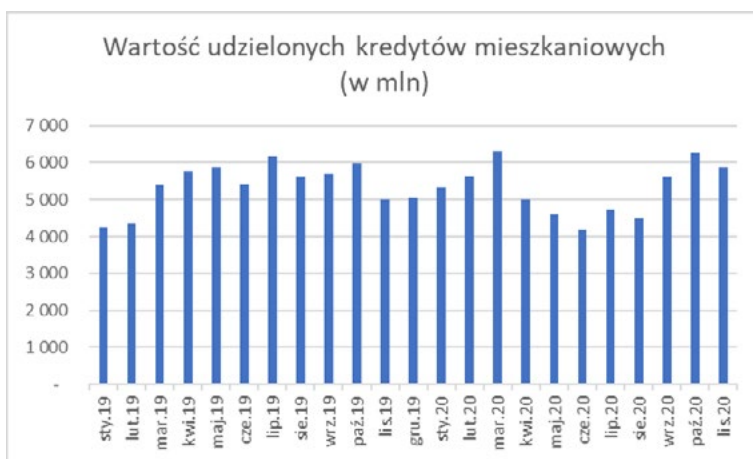
Niższe stopy procentowe, wyższe marże

Zmiana sytuacji na rynku kredytowym spowodowana także była decyzjami Rady Polityki Pieniężnej. Trzy decyzje o obniżeniu stóp procentowych z 1,5 proc. do 0,1 proc. spowodowały także spadek stawki Wibor, niezwykle istotnej dla wszystkich osób spłacających kredyty złotowe. Wibor 3-miesięczny spadł z poziomu około 1,70 proc. w marcu 2020 roku do około 0,22 proc. pod koniec 2020 roku. Dla kredytu zaciągniętego na okres 30 lat oznacza to spadek miesięcznej raty o około 70–75 złotych na każde 100 tysięcy zadłużenia. Tak duży spadek raty odczuwają osoby, które swoje kredyty zaciągnęły przed epidemią koronawirusa. Dla nowych kredytobiorców korzyści są nieco niższe, gdyż w ślad za obniżeniem stóp procentowych banki podwyższyły marże kredytowe. Co prawda wzrost marż nie był aż tak duży, aby zniwelować obniżki stóp Narodowego Banku Polskiego, jednak trzeba mieć świadomość, że aktualnie marże nowo udzielanych kredytów są wyższe niż przed pandemią koronawirusa.

Spadek i odbicie

Zmiany w polityce kredytowej bez trudu można dostrzec w wynikach całego rynku kredytowego i wartości udzielanych kredytów w poszczególnych miesiącach. Wg danych Biura Informacji Kredytowej (BIK) najstarszym miesiącem pod względem wartości udzielonych kredytów był w czerwiec. Wtedy to udzielono tylko kredytów o wartości nieznacznie przekraczającej 4,2 mld złotych. Rekordowy za to był pod względem wartości udzielonego finansowania był marzec. Trzeba jednak pamiętać, że na rynku kredytów mieszkaniowych obserwujemy kilkumiesięczne przesunięcie

między złożonymi wnioskami, a wypłaconymi kredytami. W marcu 2020 roku udzielono ponad 6,3 mld złotych kredytów, jednak były to uruchomienia z wniosków złożonych najczęściej w okresie grudzień-styczeń. Zaostrzenie polityki kredytowej banków, ograniczenie decyzji zakupowych znalazło swoje odzwierciedlenie dopiero w uruchomieniach realizowanych w okresie maj-lipiec. Po okresie znacznego spowolnienia rynek stopniowo zaczął powracać do wcześniejszych poziomów w kolejnych miesiącach.



Jak zachował się warszawski rynek nieruchomości?



Piotr Jaskulski

Rzecznik Prasowy WSPON

Sytuacja w pośrednictwie, z jaką zmagaliśmy się w 2020 roku, była wypadkową zachowań społecznych związanych z reakcją na nowe realia życia na świecie. Pojawiły się nowe ograniczenia, zmieniły zasady, zwyczaje. Spotkania z klientami przeniosły się częściowo do Internetu. W codziennej pracy pośredników na dobre zagościły wideoprezentacje i spacerzy 3D. Dokumenty zamawiamy zdalnie, zdalnie też coraz częściej podpisujemy umowy pośrednictwa. Na szczęście wizyty u notariusza nie można przeprowadzić online, więc chociaż na ostatnim etapie transakcji możemy się spotkać bezpośrednio z naszymi klientami.

Czas dynamicznego dostosowywania się do zmieniającego się świata wpłynie trwale na praktyki pośredników i oczekiwania klientów. Oferty będą bardziej profesjonalnie przygotowane, bogatsze o spacerzy 3D i wideoprezentacje, a klienci przychylniej będą spoglądali na współpracę z pośrednikami oferującymi takie właśnie usługi. Trend ten widać bardzo wyraźnie w mls.org.pl, gdzie ilość ofert ekskluzywnych – potocznie zwanych „wyłącznymi” – wzrasta z roku na rok. Jest to też konsekwencją większej liczby pośredników, którzy coraz częściej wybierają taki właśnie model pracy. Dość powiedzieć, że od 1 stycznia do 30 listopada tego pandemicznego roku łączna sprzedaż, jaką odnotowaliśmy w obrębie MLS, wyniosła blisko miliard złotych! W roku 2019 było to niecałe 700 milionów zł.

System MLS, z którego pochodzą prezentowane poniżej dane, jest podstawowym narzędziem pracy dużej grupy pośredników. Narzędzie powstało w 2002 roku w Warszawskim Stowarzyszeniu Pośredników w Obrocie Nieruchomościami jako naturalna konsekwencja rozwoju modelu pracy opartego na wysokich standardach etycznych i profesjonalizmie. Korzysta z niego i aktywnie współpracuje przy obsłudze ofert ponad 2500 najlepszych sprzedawców nieruchomości w tym kraju.

Zamieszczone poniżej informacje oparte są na rzeczywistych danych transakcyjnych zgromadzonych w mls.org.pl.

Wiele osób, niezwiązanych bezpośrednio z rynkiem nieruchomości, obwieściło w marcu spadek cen sprzedaży i wielką zapaść. Nic takiego nie nastąpiło i zapewne nie nastąpi, aczkolwiek rynek najmu boleśnie odczuł skutki ograniczeń. Brak turystów w Warszawie spowodował zwiększenie podaży na rynku najmu. Odnotowaliśmy wzrost podaży w liczbie ofert najmu mieszkań (porównując rok 2020 z 2019):

- jednopokojowych o 44% (z 134 do 303)
- dwupokojowych o 53% (z 503 do 933)
- trzypokojowych o 66% (z 286 do 405)

Tylko czteropokojowe mieszkania i większe były dostępne w marcu – to można bezpośrednio tym, że ustał w zasadzie najem krótkoterminowy. Mieszkania przystosowane do pełnienia funkcji hotelowych zostały przesunięte na rynek najmu długoterminowego. Warto zauważyć, że zwykle są to lokale o standardzie podwyższonym, w dobrych lokalizacjach, ale pomimo to w danych widać wyraźnie spadki cen najmu (długoterminowego) dla mieszkań 1, 2 i 3 pokojowych. Odpowiednio dla całej Warszawy średnia cena najmu malała następująco:

- jednopokojowe: 1 995,74 zł – 1 722,73 zł ↓ spadek o 14%
- dwupokojowe: 2 625,57 zł – 2 510,55 zł ↓ spadek o 5%
- trzypokojowe: 3 747,30 zł – 3 353,03 zł ↓ spadek o 10,5%

Tylko ceny mieszkań większych wzrosły, ale liczba transakcji nie była zbyt duża.

- czteropokojowe i większe: 5 625,88 zł – 6 893,47 zł ↑ wzrost 22,5%

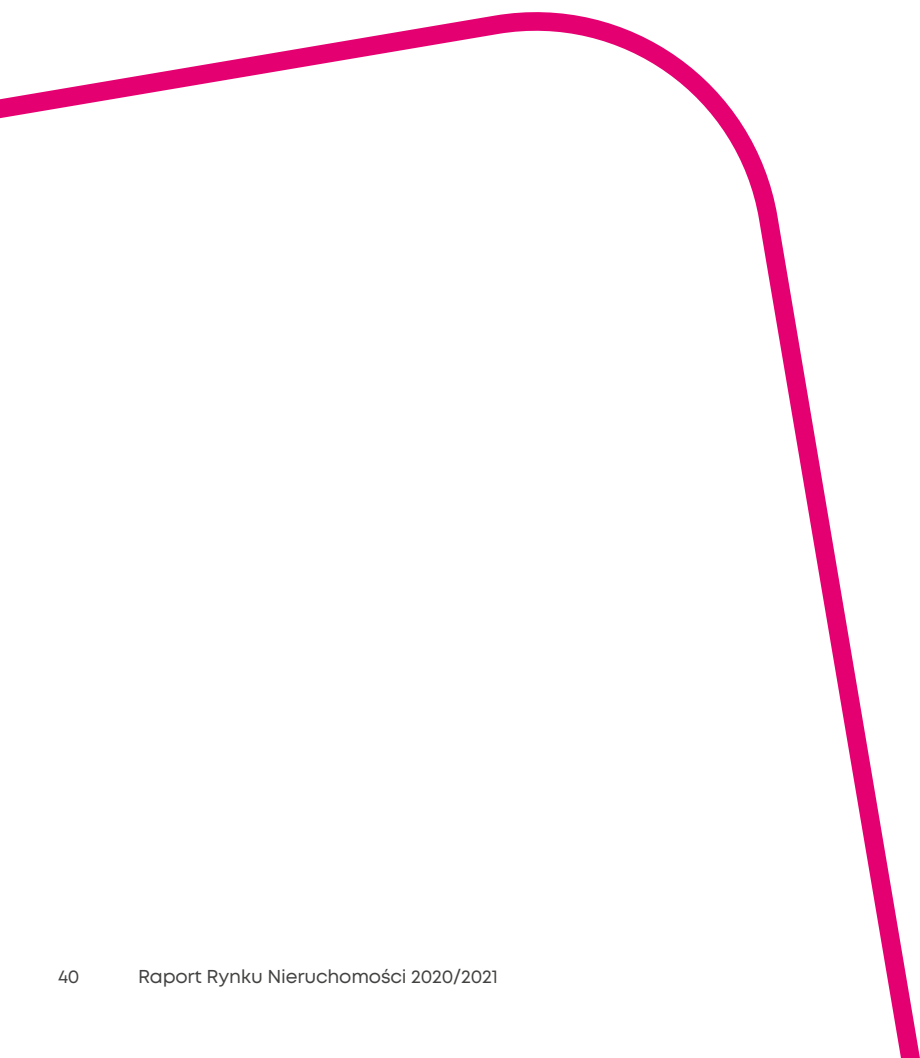
Rynek sprzedaży zanotował w analogicznym okresie wzrosty średnich cen transakcyjnych. Jest to zapewne związane bezpośrednio z niepewnością, jaka pojawiła się w okresie pandemii. Klientów podażowych przed wystawieniem ofert na rynek powstrzymywała niepewność związana z pandemią, a sprzedający jej skutki postanowili minimalizować poprzez wzrost cen. Temu trendowi sprzyjała także niewielka liczba oferowanych mieszkań, ale jednocześnie spora liczba inwestorów. Klienci pojawiający się w biurach nieruchomości otwarcie mówili o potrzebie bezpiecznego ulokowania gotówki. Płatności w znacznej mierze oparte były na środkach własnych kupujących. Różnice w stosunku do roku ubiegłego dobitnie pokazuje poniższe zestawienie:

Średnia cena metra kwadratowego dla Warszawy w 2019 i 2020.

- kawalerka: 9 153 zł – 9 758 zł ↑ wzrost o 6,6%
- dwupokojowe: 8 297 zł – 8 876 zł ↑ wzrost o 6,7%
- trzypokojowe: 8 741 zł – 8 902 zł ↑ wzrost o 1,8%
- czteropokojowe i większe: 8 502 zł – 9 107 zł ↑ wzrost o 7,1%

Świadczy to o tym, że nieruchomości w dalszym ciągu są postrzegane przez klientów jako inwestycje bezpieczne i zyskowe, ale jest to jednocześnie oznaką większej dojrzałości rynku. Koszty gruntów, materiałów budowlanych i atrakcyjność stołecznego

rynku będą w dalszym ciągu generowały wzrosty cen mieszkań. Jak duże i jak dynamiczne to będą wzrosty? O tym przekonamy się niebawem.





Najważniejsze wnioski:

- Najbardziej na sytuacji pandemicznej zyskali właściciele domów i działek na sprzedaż. Były one głównymi celami poszukiwań klientów
- W przypadku działek – zarówno budowlanych, jak i rekreacyjnych – praktycznie wyłuszczyła się krzywa sezonowości. Przez cały rok działki cieszyły się takim samym zainteresowaniem
- Znacznie dłużej trzeba czekać obecnie na decyzję kredytową, a ryzyko odmowy jest teraz większe niż kiedykolwiek
- Na rynku znalazło się znacznie więcej mieszkań na sprzedaż
- Istotnie zmalała cena za najem mieszkań, nawet o 15%

Pandemia a pośrednictwo – zawód czy ewolucja zawodu?

Pandemia była – i w dalszym ciągu jest – egzaminem dla wszystkich, również dla pośredników. Jak zdajemy ten egzamin?



Mariusz Stoltmann

Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości

Gdańskie Centrum

Nie sądzę, żeby styl pracy pośrednika w obecnych czasach wymagał rewizji. Musimy przede wszystkim na bieżąco reagować na zmiany. Technologie, które obecnie zyskały na wartości, były tak naprawdę znane od dawna. Sama pandemia jest jedną wielką lekcją testowania ich użyteczności. Zadałbym jednak pytanie z drugiej strony: czy taki model obsługi kupi klient? U wielu z nich obecnie w dalszym ciągu widzę barierę przed spotkaniami online i np. wirtualnymi spacerami. Nie wszyscy chcą się zmieniać, a przynajmniej nie w takim tempie, jakie zostało narzucone. W tym zakresie zakładam więc bardziej ewolucyjną, niż rewolucyjną zmianę.

Dalej są klienci, dla których technologia sama w sobie będzie stanowiła trudność – do nich będziemy docierać w modelu klasycznym. Jednak są też tacy, którzy szybko przestawią się na nowe kanały komunikacji i ostatecznie łatwiej będzie sfinalizować z nimi transakcję. Musimy cały czas rozwijać model komunikacji, głównie w oparciu o nowe technologie i budować swoją rozpoznawalność w tych kanałach. Docierając do gotowych na to odbiorców i oferując im nowe rozwiązania przyspieszamy tak naprawdę czas transakcji i obniżamy jego koszty.



Tomasz Nowak

Koordinator MLS – Kraków

Pandemia może wpłynąć na rynek nieruchomości poprzez zmianę podaży i popytu, spowodowaną trudnościami gospodarczymi wielu branż. Pojawi się zapewne trochę okazji, a na przykład część właścicieli żyjących z wynajmu mieszkań, ze względu na mniejszą liczbę chętnych, będzie zmuszona podjąć nowe decyzje.

Jeśli chodzi o zawód pośrednika nieruchomości to osobiście nie przewiduję znaczącej transformacji. To biznes relacji i zaufania. A najlepiej buduje się je w bezpośrednim kontakcie z drugim człowiekiem. Owszem, częściej wykorzystujemy narzędzia internetowe do spotkań czy prezentacji. Jednak zakup mieszkania czy domu dla zdecydowanej większości kupujących nie jest możliwy bez fizycznej obecności w nieruchomości, poczucia jej klimatu, przestrzeni czy przyjrzeniu się detalom.

Być może ulegną udoskonaleniu procedury administracyjne, umożliwiające internetowy obieg dokumentów niezbędnych do sprzedaży nieruchomości. To z pewnością ułatwi pracę pośrednikom. Nadal jednak będziemy spotykać się z klientami, odwiedzać nieruchomości i pracować w terenie.



Sabina Libera

Koordinator MLS – Bydgoszcz

Pandemia dla pośrednika to napływ bardziej świadomych i konkretnych klientów. Dzięki umowom na wyłączność, wskazaniu lokalizacji i wirtualnym spacerom klienci doskonale wiedzieli, co jadą obej-

rzeń. Dzięki pośrednikowi prezentacje były i są bezpieczne. Dba on bowiem o minimalną liczbę osób podczas spotkania, a także współczesny mundurek: maseczkę, rękawiczki czy ochraniacze na buty.

W 2020 przeprowadziliśmy kilka transakcji dla klientów mieszkających za granicą. Nie tylko bezpiecznie w rozumieniu reżimu sanitarnego, ale w zasadzie bez udziału sprzedającego. Oczywiście wcześniej też się to zdarzało. Teraz jednak nabrało innego wymiaru. Wymaga ogromnego zaufania do pośrednika, a to buduje prestiż naszego zawodu.

Transformacja? Zdecydowanie tak. W kierunku wzmocnienia roli pośrednika. Google daje rady i dzieli się informacjami o obrocie nieruchomościami na lewo i prawo, fora – szczególnie facebookowe – pełne są ekspertów, ale doświadczony pośrednik, znający się na swojej pracy, znający rynek, a przede wszystkim przepisy, okazuje się niezbędny.



Krzysztof Kowalkowski

Ogólnopolski Koordynator MLS

2020 rok na rynku nieruchomości został zdominowany przez konsekwencje pandemii. Pierwsze wiosenne miesiące wstrzymały ruch na rynku. Klienci – sprzedający, kupujący, jak i wynajmujący – znaleźli się w sytuacji dużej niepewności, pt.: “Co dalej?”. Niepewność polegała na tym, że trudno było ocenić, jak w najbliższym czasie zachowa się rynek.

Koniec 2019 roku to okres stale rosnącego popytu, a co za tym idzie – rosnących cen. Rynek obfitował w transakcje sprzedaży i najmów. Jeszcze pierwsze dwa miesiące 2020 roku nie zapowiadały zmian. Dopiero marzec i widmo powszechnego lockdownu sparaliżowały decyzje klientów. Ludzie zaczęli zastanawiać się co

dalej, obserwować rynek, prędkość podejmowania decyzji zdecydowanie zmalała. Jednak dość szybko wiele zachowań wróciło do normy, ale wiele nieodwracalnie się zmieniło. Kolejne miesiące zwiększały decyzyjność klientów, a rynek szybko odzyskiwał oddech. Jednak powietrze, jakim oddychamy, jest już inne; zmieniła się struktura oraz skala rynku.

Trendy oczami branży – co już teraz widać na rynku?

Zmiana profilu klientów–inwestorów, gwałtowna zmiana na rynku najmów, nieruchomości “zielone”



Krzysztof Kowalkowski

Ogólnopolski Koordynator MLS

Jednym z szybko zauważalnych trendów jest zmiana, jaka nastąpiła na rynku inwestorów. Dotychczasowe modele biznesowe, takie jak podnajem długoterminowy, najem krótkoterminowy dla obcokrajowców, turystów, najem długoterminowy dla studentów nagle straciły na atrakcyjności. W samej Warszawie kilkaset tysięcy studentów z miesiąca na miesiąc zniknęło z rynku. Podobnie było z turystami. Obecny rynek sprzyja raczej fliperom, szukającym okazji do zakupu nieruchomości od klientów, którym pandemia pokrzyżowała plany biznesowe i skłania do poszukiwania gotówki. Z kolei inwestorzy posiadający w swoim portfolio dziesiątki mieszkań w najmie długoterminowym, oferujących je na rynku w najmie krótkoterminowym (podnajem), nagle pozostali z kosztami. Kolejny trend, który z pewnością możemy zaobserwować to zwiększony popyt na nieruchomości “zielone”, czyli domy na przedmieściach, działki, czy grunty na atrakcyjnych wakacyjnych terenach.

Zmiana sytuacji kredytowej klientów kupujących

Jak głosi znana w środowisku pośredników maksyma: „Obowiązkiem kupującego jest posiadać pieniądze”. Sytuacja na rynku kredytów hipotecznych drastycznie się zmieniła. Dostęp do gotówki oferowanej w bankach zmalał. Pośrednik ob-

stugujący kupującego musi więc zwracać szczególną uwagę na zdolność kredytową swojego klienta, tak, by upewnić się, że jego oczekiwania nie przerastają możliwości. Z kolei pośrednik obsługujący sprzedającego ma szczególną rolę, mianowicie zapewnić sprzedającego, że kupujący jest w stanie przystąpić do transakcji. Ryzyko tego, że do transakcji nie dojdzie, a proces sprzedaży trzeba będzie rozpocząć od nowa jest większe.

Jaka transformacja czeka ten zawód? Pośrednik = reprezentant klienta

To chyba najważniejsza transformacja, która czeka ten zawód. Okres pandemii mocno zweryfikował rynek pośredników. Proces przemiany już trwał, ale 2020 rok mocno go przyspieszył. Na wielu szkoleniach dla pośredników poruszany był model pośrednictwa oparty o „reprezentację” klienta. Amerykańskie standardy pracy: „buyer real estate agent” oraz „seller real estate agent” zaczynają przyciągać do siebie coraz większe grono pośredników. Pośrednicy zauważają, że klienci właśnie tego oczekują – reprezentowania ich interesów, działania w ich imieniu i na ich rzecz. Pośrednik, a raczej „agent nieruchomości” zaczyna sprzedawać nieruchomość (za jak najwyższą cenę, jak najszybciej) lub pomaga kupić nieruchomość (za jak najniższą cenę, oferty spod lady, niedostępne na szerokim rynku). Rolą agenta nieruchomości reprezentującego sprzedającego nie będzie sprzedaż nieruchomości za wszelką cenę, a sprzedaż w jak najlepszym interesie sprzedającego. Z kolei rolą agenta nieruchomości reprezentującego kupującego będzie często odradzenie zakupu jednej nieruchomości, na rzecz zakupu innej, która lepiej spełnia potrzeby jego klienta.

Czego oczekuje klient?

Według mnie najważniejsze pytanie, jakie stoi przed nowoczesnym pośrednikiem, to pytanie o to, czego oczekuje od nas klient. Ten kupujący i ten sprzedający. Do tej pory często pośrednik sprzedawał swoją usługę niekoniecznie dostosowując ją do potrzeb klienta, a te za każdym razem są przecież inne. Sprawa jest prostsza, jeśli chodzi o obsługę podaży, sprzedającego. Jednak już oczekiwania klientów poszukujących często nie zbiegały się z ofertą przygotowaną przez pośrednika. Podejście „pośrednik oferuje usługę, klient decyduje się, czy z niej skorzystać” przestoczy się w podejście „pośrednik słucha klienta; klient definiuje swoją potrzebę; pośrednik przygotowuje ofertę dla klienta; klient decyduje się, czy chce z niej skorzystać”.

Jakość pracy – zdjęcia, drony, filmy, rzuty

Ten trend jest już zauważalny od dłuższego czasu i w 2021 roku będzie się utrzymywał. Jakość pracy pośredników podczas przygotowywania ofert na sprzedaż będzie rosła z miesiąca na miesiąc. Profesjonalne sesje zdjęciowe, home staging (ten duży – malowanie, prace budowlane, a także ten mały – wystrój wnętrza), profesjonalnie przygotowane rzuty nieruchomości, filmy prezentujące mieszkania i domy, użycie dronów – to wszystko będzie na porządku dziennym. Materiały takie nie tylko będą pomagać w sprzedaży nieruchomości, ale przede wszystkim będą budować wizerunek agentów, a w konsekwencji wspierać ich w zdobywaniu nowych klientów.

Umiejętności miękkie

Obserwacja i diagnoza poziomu umiejętności miękkich wielu pośredników działających na polskim rynku pokazuje, że przed nami bardzo dużo do zrobienia. Ci pośrednicy, którzy będą potra-

fili w naturalny i umiejętny sposób prowadzić rozmowy z ludźmi, z potencjalnymi klientami, będą czerpać bezpośredni zysk, który przełoży się liczbę klientów, a w konsekwencji na zarobki i wynagrodzenia. Tacy pośrednicy de facto przestaną sprzedawać. Zarówd ten przeistoczy się raczej w obsługę klienta.

Rozwój rynku off-market

Przez ostatnie dwa lata rynek pośrednictwa powoli ewoluował w kierunku pogłębionej współpracy pomiędzy pośrednikami. Spowodowało to niejako powstanie tak zwanego off-marketu. Rynku, który dostępny jest tylko dla pośredników oraz ich klientów. Na takim rynku pojawiają się oferty nieruchomości, do których osoba indywidualna szukająca nieruchomości nie ma dostępu. Już w tej chwili poszukujący nieruchomości zwracają uwagę, że na rynku ciężko jest znaleźć interesujące oferty, a jeśli takie się pojawiają, to trzeba podejmować decyzje zakupowe praktycznie z dnia na dzień. Taki rynek daje przewagę klientom pośredników. Sprzedający są w stanie sprzedać nieruchomości szybciej, a często i drożej, a kupujący – dzięki współpracy z pośrednikiem – mają dostęp do “perełek” czy “ofert spod lady”. Na polskim rynku synonimem off-marketu stał się MLS – czyli system wymiany ofert na wyłączność, dostępny tylko dla klientów pośredników.

Więcej z sieci?



Łukasz Kruszewski

Dyrektor Marketingu Freedom Nieruchomości

Fakt, że powstaje coraz więcej rozwiązań przenoszących klasyczne procesy do Internetu jest oczywistością. Przed branżą nieruchomości czas czerpania rozwiązań i inspiracji od bogatszych kolegów – rynku finansowego.

Z zaciekawieniem przyglądam się rozwojowi takich aplikacji jak Autenti czy Lendi, pełniących funkcję wirtualnych doradców. Dlaczego? Z jednej strony przed pośrednikami stoi wyzwanie zdecydowanego ograniczenia liczby podpisywanych z klientem dokumentów. Na drugim biegunie mamy ułatwienie kontaktu i przeniesienie ciężaru odpowiadania na najbardziej popularne pytania do Sieci. Dzięki aplikacji Messenger czaty i boty zadomowiły się już na stronach biur. Kolejnym krokiem jest przejście ze standardowych drzewek odpowiedzi na elastyczne, w stronę sztucznej inteligencji. Z powodzeniem takie rozwiązania można obserwować na Zachodzie. To zdecydowany ruch w stronę klienta – dbałości o jego komfort i jakość komunikacji.

W stronę danych

W roku 2000 Alexander Bard i Jan Söderqvist wydali książkę pod tytułem „Netokracja”, w której pisali o koncepcji dataizmu – idei mówiącej o tym, że wszystko, co nas otacza, to przepływ danych, a o przydatności danego zjawiska świadczy to, jaki wkład w to przetwarzanie wnosi.

Minęło 20 lat, na popularności zyskały big data i sztuczna inteligencja. Obie technologie bazują na informacjach i ich przetwarzaniu. W 2020 mieliśmy do czynienia z dwoma sytuacjami, które pokazały, jak obchodzenie się z informowaniem może wpłynąć na społeczną rzeczywistość. Mowa o pandemii koronawirusa oraz wyborach prezydenckich w USA. W obu tych przypadkach otrzymaliśmy dobitne przykłady na to, jak szkodliwa może być źle podana informacja.

Na rodzimym rynku najszybciej rozwijają się te firmy, które zarządzają danymi. Wspomniane wcześniej Lendi czy Autenti, serwis Obido, aplikacja Urbanone, firma Sonarhome. Wszystkie

one wykorzystują dane w taki sposób, aby skorzystać na tym ich użytkownik czy klient.

Przed rynkiem nieruchomości – a przede wszystkim przed pośrednikami – stoi największe wyzwanie: umiejętne i efektywne zarządzanie danymi. I wcale nie chodzi o przełomowe technologie, posiadanie CRMów czy jeszcze bardziej zaawansowanych technologicznie systemów. Rzecz w podejściu do biznesu i organizacji zasobów ludzkich. To musi ulec zmianie, ponieważ dziś mamy do czynienia z nadmiarem danych, który utrudnia klientom dokonywanie wyborów. Informacji o nieruchomościach jest za dużo. Samych ofert, ze względu na nieuregulowany rynek, mamy setki tysięcy. Do tego zawite procesy komunikacyjne (wiele zapytań składanych do wielu podmiotów) i oczywiście sam proces kupna-sprzedaży.

Na szczęście już teraz można obserwować zmianę sposobu prezentowania informacji o nieruchomościach w ofertach. Odchodzimy od metody “wszystko na raz”, na rzecz “szufladek” informacyjnych. Klient wybiera tylko to, co go aktualnie interesuje. Nie dekoncentruje się. W zasięgu wzroku, oprócz tego, co niezbędne, pozostaje jedynie możliwość kontaktu z ogłoszeniodawcą.

W kontakcie

Pandemia stała się katalizatorem zmian w zakresie komunikacji i pracy zdalnej. Już wcześniej wiele zespołów pracowało zdalnie bądź hybrydowo, a telekonferencje były czymś znanym. Pandemia to wzmocniła, ale jednocześnie narysowała drugi obraz – potrzeby realnego kontaktu z drugim człowiekiem.

Wirtualne prezentacje nieruchomości, telekonferencje, wykorzystywanie komunikatorów – z tego nie zrezygnujemy. Jednak wcale nie znaczy to, że Narzędzia nie zastąpią kontaktu osobi-

stego, bo w niektórych sytuacjach po prostu jest on niezbędny. Nadmierne przejście do świata online uwypatniło jego ciemne strony w postaci: odczłowieczenia komunikacji (szybko, skrótowo, jednowątkowo), sptyczenia relacji (czysto zadaniowe podejście), utraty bliskości (ograniczone oddziaływanie czynników pozawerbalnych).

Szczególnie w złożonych procesach (a takim jest zakup lub sprzedaż nieruchomości, doradztwo inwestycyjne itd.) zyskiwać na wartości będzie czynnik ludzki. Możliwość osobistego załatwienia sprawy, ale przy okazji doświadczenie zrozumienia, akceptacji, bliskości będą nadal w cenie. Klienci na rynku nieruchomości, po pierwszych 2-3 miesiącach niepewności, zachowywali się „normalnie”. Widać było potrzebę powrotu do starego schematu – podania ręki, rozmowy bez maseczki i braku wiszącej nad głowami katastrofy.

Podsumowując, myślę, że wyzwaniem będzie umiejętność zachowania umiaru w tym, z czym i w jakim wymiarze przejść do świata online, a na ile zostać przy spotkaniach bezpośrednich. Tu kłania się klientocentryzm.

Mniej znaczy mniej, więcej znaczy więcej

Ostatnią rzeczą, na jaką chciałbym zwrócić uwagę, a która wprost wynika z poprzednich, jest trend polegający na słuchaniu klienta. W końcu koncepcja klientocentryzmu, czyli umieszczania klienta i jego interesów w centrum uwagi, staje się faktem. Przed firmami staje wyzwanie w postaci zwiększenia aktywności w komunikacji i obdarowania atencją nawet najmniejszych potrzeb konsumentów. Nie tych wskazywanych wprost, np. w mediach społecznościowych, ale tych, które zostaną zbadane w trakcie pogłębianych analiz czy wywiadów.

Otwiera się perspektywa budowania własnych społeczności klientów – ambasadorów marki – którzy mogą dostarczać informację zwrotną, wpływając w ten sposób na rozwój firmy. Ci, którzy nauczą się rozumieć, że mniej znaczy mniej, a więcej znaczy więcej, będą w stanie szybko budować przewagę konkurencyjną. Ten trend mówi o jeszcze innej, równie ważnej rzeczy. O tym, że pośrednik musi zmienić punkt koncentracji – z oferty, którą dysponuje, na klienta i zaspokojenia jego oczekiwań.

Jak pandemia wpłynęła na działania marketingowe i potencjał wyszukiwań?



Jarosław Niechwiadowicz

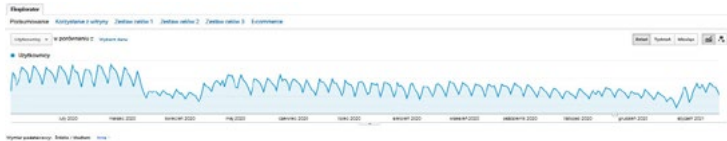
Digital Marketing Manager, Freedom Nieruchomości

Freedom Nieruchomości swoją działalność opiera na dwóch głównych filarach – pośrednictwie w obrocie nieruchomościami oraz budowaniu sieci franczyzowej. Działania marketingowe są prowadzone na trzech płaszczyznach, do różnych grup docelowych: do osób chcących sprzedać i kupić nieruchomość, do przyszłych pracowników sieci oraz do potencjalnych franczyzobiorców. Mają one jednocześnie wspólny mianownik, którym jest budowanie profesjonalnego wizerunku firmy zarówno w oczach klientów, jak i współpracowników. Przyjrzyjmy się więc kolejno poszczególnym obszarom.

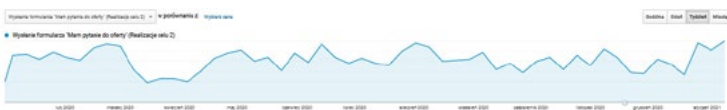
Zwiększenie widoczności marki w Internecie oparte jest w głównej mierze na zaplanowanych działaniach contentowych. Ich zadaniem jest z jednej strony wychodzenie naprzeciw potrzebom użytkowników, poprzez poruszanie tematów, które pojawiają się w ich zapytaniach i analizach trendów, ale mają one również na celu zwiększanie siły domeny i pozycjonowanie się na określone frazy kluczowe. W tym celu korzystamy z narzędzi do analizy SEO, przy pomocy których wyszukujemy najczęściej poszukiwane zapytania pojawiające się w sieci, a następnie porównujemy je z działaniami konkurencji. Ma to na celu zwiększenie pozycji tak, aby to właśnie do nas trafiali klienci poszukujący rozwiązania swoich problemów.

Na początku 2020 roku liczba wejść na stronę znacząco wzrosła i ten trend powtarza się co roku, choć w tym był wyraźniejszy. W momencie wybuchu pandemii zanotowaliśmy wyraźny

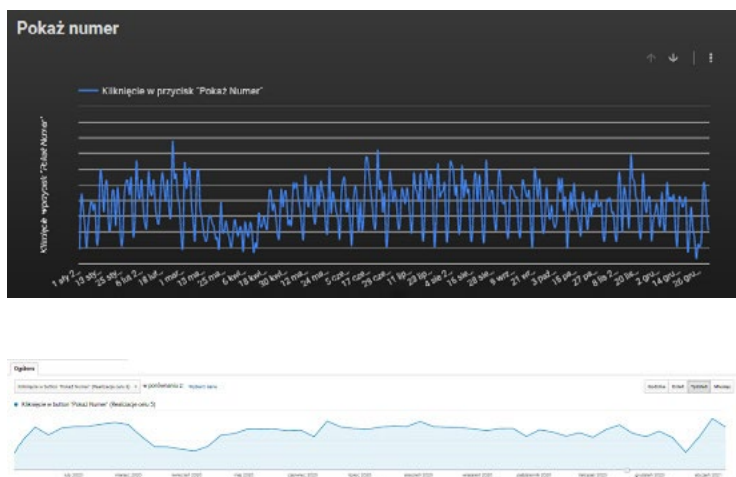
spadek odwiedzin, który wiązał się z jednej strony z niepewnością wobec dalszych wydarzeń i śledzeniem raczej tych bieżących, a z drugiej z utrudnieniami w prezentacjach lokali, przewidywanym spadkiem cen i zmianami w polityce kredytowej banków.



Spadek był jednak chwilowy i po kilku tygodniach lockdownu zainteresowanie usługami profesjonalnych pośredników istotnie wzrosło. We Freedom Nieruchomości mierzymy to, zliczając liczbę wypełnionych formularzy kontaktowych, które umieszczane są zarówno na stronach poszczególnych ofert sprzedaży, jak i stronach informacyjnych, blogu oraz różnego typu landing page'ach. Wzrost był widoczny na formularzu „Mam pytanie do oferty”.



Do wysokiego poziomu z początku roku wróciła też liczba kliknięć w przycisk “Pokaż numer telefonu” i co istotne, nie spadła, jak to bywało we wcześniejszych latach, a utrzymywała się na podobnym poziomie przez cały rok, aż do świąt Bożego Narodzenia, gdy z oczywistych względów liczba odwiedzin na naszej stronie była niższa. Wzrost po Nowym Roku jest jeszcze wyższy niż miało to miejsce w latach ubiegłych.



Jeśli chodzi o jakościową analizę wyszukiwań, zmiana spowodowana lockdownem jest wyraźnie zauważalna. Zainteresowanie mieszkaniami, po chwilowym spadku w okresie ścisłego lockdownu, dość szybko wróciło do normy i utrzymuje się na w miarę stałym poziomie.



O ile jednak przed epidemią to mieszkania cieszyły się największym zainteresowaniem, tak po okresie, kiedy większość z nas była zmuszona do pozostawania przez całe tygodnie we własnych czterech ścianach, aobok siebie, oprócz domowego życia, pojawiły się nagle biura rodziców i zdalne szkoły dzieci, zrobiło się w nich zbyt ciasno. Wzrosło więc zainteresowanie domami. Dom, w sytuacji, gdy nie było można wyjść do miasta, do kina, czy nawet na zakupy, dawał chociaż możliwość przebywania na świeżym powietrzu, w bezpiecznych warunkach. Absurdalny zakaz wchodzenia do lasu, zamknięte place zabaw, kiedy na dworze robiło się coraz cieplej, tylko to potwierdzały.

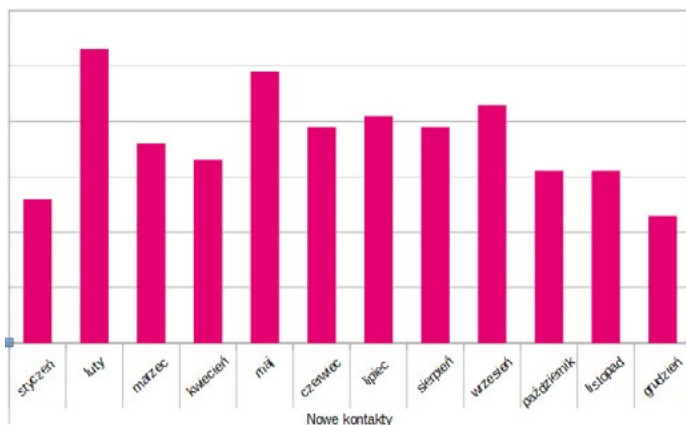


Największy przyrost zarejestrowaliśmy jednak wśród wyszukiwań dotyczących działek, gdzie liczba odwiedzin na ofertach sprzedaży wzrosła niemal dwukrotnie. Za ten wzrost odpowiedzialni są prawdopodobnie inwestorzy, którzy wobec rosnącej inflacji i pogarszającej się sytuacji gospodarczej kraju i świata, właśnie w działkach upatrywali najpewniejsze miejsce ulokowania kapitału. Również preferencyjne warunki dla osób budujących domy ekologiczne lub pasywne, co z kolei wiemy dzięki analizie zainteresowania tym tematem, mogły się do tego przyczynić.

Unikalne odsłony ofert działek w 2020 roku



Drugi aspekt naszej działalności, czyli rozwój sieci franczyzowej, po chwilowym zatrzymaniu również odnotował wzrost zainteresowania. Przyczyniło się do tego nałożenie kilku kwestii. Pogarszająca się sytuacja ekonomiczna i gospodarcza, kiedy nieruchomości okazały się najbezpieczniejszą formą lokowania kapitału zwiększyły zainteresowanie obrotem. W momencie, kiedy ze względu na ograniczenia i niepewność sytuacji, rośnie zapotrzebowanie na usługi profesjonalistów, otwarcie własnego biura nieruchomości mogło więc okazać się dobrym posunięciem. Z kolei w czasie kiedy wiele firm upadło, a ludzie stawali w obliczu utraty pracy wejście na rynek w modelu franczyzowym umożliwiło skrócenie procesu przygotowań i szybszy start.





Najważniejsze wnioski:

- Technologie komunikacyjne, między innymi spotkania online, nie zdały egzaminu. Napotkały zbyt duży opór ze strony klientów, dla których ciągle bezpośredni kontakt jest najważniejszy
- Pośrednik zyskał nowy obowiązek – oprócz tego, że zapewnia bezpieczeństwo transakcji, teraz musi również dbać o zdrowie swoich klientów
- Rośnie znaczenie szybkiego i umiejętnego weryfikowania zdolności kredytowej potencjalnych kupujących
- W trudnych czasach rośnie udział w sprzedaży poza popularnymi kanałami. Oferty znajdziemy między innymi w mediach społecznościowych, prasie lokalnej, czy w zwykłym obiegu towarowym
- Rośnie znaczenie umiejętności miękkich, zarówno wśród pośredników, jak i samodzielnych sprzedających. Komunikacja z klientem staje się coraz ważniejsza
- Bezspornie zmierzamy w stronę umiejętnego zarządzania danymi – big data i machine learning na dobre zadomowią się w branży nieruchomości
- Coraz więcej znaczyć będzie uważność i wyczuwanie na potrzeby klienta

Biznes w czasie pandemii

Czy kryzys powinien coś zmieniać w myśleniu o własnym biznesie w nieruchomościach?



Agnieszka Dąbrowska

Dyrektor Franczyzy Freedom Nieruchomości

Ten kryzys jest wyjątkowy i trudno dawać rady, które mogłyby uchronić przed jego wpływem prowadzony biznes. Nawet kilka nóg biznesowych i dywersyfikacja przychodów podczas tego kryzysu nie sprawdziła się w każdym przypadku. Przedsiębiorca mógł działać w obszarach takich biznesów, które albo zostały wręcz zamknięte lub działalność tak mocno ograniczona, że przychody nie pokrywają kosztów, nie mówiąc już o zyskach.

Przy biznesie takim jak biuro nieruchomości znaczenie miało przede wszystkim szukanie rozwiązań, które pozwoliłyby prowadzić biznes pomimo obostrzeń i tak np. prezentacje online, wirtualne spacer, wykorzystanie systemów do podpisu elektronicznego. Ważna była również zdalna praca z zespołem, zwłaszcza w przypadku spotkań sprzedażowych i szkoleń.

Czy w 2020 roku otwieranie nowego biznesu było bardziej nerwowe niż w latach ubiegłych?

Agnieszka Dąbrowska: Pierwsze tygodnie lockdownu z jednej strony wstrzymały decyzje o uruchomieniu własnego biznesu, z drugiej zaś pojawiła się spora grupa osób zainteresowanych informacjami na temat prowadzenia biura nieruchomości. Zainteresowani mieli więcej czasu na to, żeby dokładnie poznać model biznesowy,

proces uruchomienia biura i kluczowe elementy związane z jego prowadzeniem. finalnie przełożyło się na podpisanie kilku nowych umów franczyzowych w II połowie roku.



Mariusz Stoltmann

*Dyrektor Oddziału Freedom Nieruchomości
Gdańsk Centrum*

Moja decyzja o współpracy z Freedom została podjęta na początku roku, więc cały lockdown nie wpłynął jakoś znacząco na procesy decyzyjne, jednak spowolnił w dużym stopniu procedury związane z rozpoczęciem działalności – załatwianie formalności, uzyskanie pozwoleń itp. Wszystko wydłużyło się w czasie. Czy pandemia ostudziła jakoś moje zapędy? Generalnie, ryzyko prowadzenia biznesu jest zawsze. A kryzys ten postrzegąłem bardziej jako szansę.

Czy nieruchomości są branżą ryzykowną?

Mariusz Stoltmann: Aktywa nieruchomości zawsze były bezpieczną przystanią w czasach kryzysu. Nie oznacza to jednak, że pandemia nie dotknie również tego rynku. Zapewne odczujemy to, ale w nieco innym zakresie – zmieni się struktura sprzedających i kupujących, co wpłynie na wielkość podaży i popytu. Finalnie, w dłuższej perspektywie może to oczywiście skutkować obniżeniem cen, jednak są to jedynie prognozy. Rynek nieruchomości ma nieco większą inercję jeżeli chodzi o reagowanie na kryzysy.

Branża nieruchomości, tak jak każda inna, podlega cyklicznym wahaniom koniunkturalnym. Co więcej, wielu specjalistów z branży przewidywało recesję, spowodowaną między innymi powiększającym się zadłużeniem gospodarek w stosunku do światowego PKB. Kryzys zatem wisiał w powietrzu. Oczywiście nikt nie przewidywał pandemii, jednak jest ona tak naprawdę

katalizatorem tego, co i tak się miało wydarzyć. A szanse widzę raczej z perspektywy modelu biznesowego jaki oferuje Freedom Nieruchomości, czyli przede wszystkim wsparcie w procesie sprzedaży nieruchomości. Tym bardziej w czasie kryzysu takie działanie ma sens, a on sam tak naprawdę daje nam na tym polu wiele więcej szans niż zagrożeń – tak działa rynek inwestycyjny. Aczkolwiek nieruchomości postrzegane jako aktywa są również bardzo atrakcyjne dla inwestorów.



Marcin Rybałtowski

Menadżer ds. Rozwoju Sieci Freedom Nieruchomości

Jak pokazały ostatnie miesiące, rynek nieruchomości wykazał się dużą odpornością na warunki dyktowane przez pandemię. Pomimo chwilowej stagnacji w marcu i kwietniu rynek szybko ruszył i wrócił do stanu sprzed lockdownu. Chwilowe przeczekanie było naturalną reakcją inwestorów i klientów indywidualnych. Aktualnie rynek nieruchomości wrócił do poprzedniego poziomu i – w zależności od regionu Polski – możemy zaobserwować nieznaczne spadki, stabilizację, ale też wzrosty w obrocie i cenach nieruchomości. Doskonałym barometrem nastrojów oraz postrzegania rynku nieruchomości jako stabilnego jest zauważalne obecnie i naprawdę duże zainteresowanie ofertą franczyzową ze strony branż, które najbardziej ucierpiały w czasie pandemii. Naszymi kandydatami są obecnie w dużej mierze osoby działające do tej pory w branży finansów, ubezpieczeń czy turystyki. Rok 2021 prognozujemy jako kontynuację obecnych trendów na rynku, z zauważalnym wzrostem zainteresowania rynkiem nieruchomości.

Co stoi za siłą nieruchomości? Co wpływa na to, że nie słabną nawet wobec tak trudnej sytuacji na świecie?

Marcin Rybałtowski: Głównym czynnikiem przemawiającym za siłą i postrzeganiem rynku nieruchomości jako bezpiecznego jest jego stabilność. Wielu inwestorów oraz klientów indywidualnych lokuje obecnie w nieruchomościach swoje oszczędności, uciekając od niedochodowych lokat. Rok 2020 zmusił nas do zmiany podejścia i sposobów działania na wielu płaszczyznach. Po okresie adaptacji i dostosowaniu się do obecnych czasów okazało się, że możemy działać tak samo skutecznie. W 2020 rynek wynajmu w szczególności w odniesieniu do dużych miast mocno się uszczuplił, ale jednocześnie zdecydowanie wzrosło zainteresowanie działkami, domami i mieszkaniami z ogródkiem czy większym tarasem. Nasze biura, które w odpowiednim czasie zareagowały na te zmiany, odnotowywały świetne wyniki sprzedażowe.

O czym należy pamiętać, planując własny biznes w 2021 roku?

Marcin Rybałtowski: W 2021, myśląc o własnym biznesie, przede wszystkim powinniśmy się zastanowić nad tym, w jakiej branży chcemy działać i jak branża ta radzi sobie w obecnych czasach. Nie ma tu sprawdzonego przepisu, jednak mimo wszystko powinniśmy wybierać stabilne biznesy, które do tej pory broniły się przed wpływem rynku i nie generowały dużych strat dla właścicieli.

Uważam, że branża nieruchomości jest dobrym pomysłem zarówno na otwarcie nowego biznesu, jak i dla dywersyfikacji obecnie prowadzonych działalności poprzez dodanie stabilnego filaru dla swojej firmy.

CZĘŚĆ II

**Przyszłość
rynku
nieruchomości.
Ile z niej
zobaczymy już
w 2021?**

Rynek Nieruchomości



dr Piotr Wasyluk

Pracownik naukowy, politolog i filozof, specjalista i praktyk w zakresie projektowania usług oraz praktycznej analizy trendów; właściciel firmy: Wasyluk – projektowanie kreatywne; redaktor profili FB: Dragonfly perspective i Robię projekt.

Wstęp

Branża nieruchomości ma się dobrze. Na światowych rynkach notowane są dwucyfrowe wzrosty, inwestorzy powiększają swoje aktywa. To daje podstawy do optymizmu, jeśli chodzi o przyszłość sektora.

Dobra koniunktura dziś nie powinna jednak prowadzić do przekonania, że taka sytuacja będzie trwać wiecznie. Prędzej lub później branża nieruchomości będzie musiała zmierzyć się z wyzwaniami, które określą nie tylko kierunek jej rozwoju, ale wpłyną również na zmiany w innych sektorach gospodarki. Choć dzisiaj trudno przewidzieć, jakie zjawiska będą wpływały na tę transformację, warto zastanowić się nad możliwymi scenariuszami.

Najważniejszym czynnikiem wydaje się być kryzys klimatyczny. Innym ważnym aspektem jest rozwój technologii cyfrowych. Ich integracja z rynkiem nieruchomości i samymi nieruchomościami staje się powoli głównym priorytetem dla przedstawicieli branży. W szczególności tych, którzy chcą lepiej zaspokajać potrzeby klientów oraz zwiększać wydajność. Należy więc się przygotować na coraz szybsze tempo zmian w tym obszarze oraz konsekwencje, które się z tym wiążą.

Na kształt rynku nieruchomości będą również wpływać procesy demograficzne i dynamika populacyjna. Zmiany w tym obszarze (starzenie się społeczeństw, luka generacyjna, procesy urbanizacyjne, etc.) dokonują się nie tylko szybciej niż kiedykolwiek wcześniej, ale również na skalę dotąd niespotykaną. Aby temu sprostać, branża nieruchomości będzie potrzebowała nie tylko wiedzy o kierunkach i konsekwencjach procesów demograficznych, ale również nowych narzędzi, które pozwolą te zmiany wykorzystać.

Zastanawiając się nad globalnymi czynnikami, które wpłyną na rozwój branży nieruchomości, nie sposób pominąć pandemii COVID-19, która już spowodowała wiele trwałych zmian w myśleniu. Zmian, które określą kierunki rozwoju i wpłyną na zmianę potrzeb, oczekiwań i nawyków konsumentów, co spowoduje konieczność zmiany strategii działania branży.

Metodologia

Prezentowana analiza najważniejszych trendów w branży nieruchomości ma charakter jakościowy. W opracowaniu przyjęto metodykę odwołującą się do analizy danych jakościowych i korzystającą z metod heurystycznych. Ich istotą jest formułowanie pytań i hipotez. Założenie, że myślenie w kategoriach trendów należy do myślenia opcjami, możliwymi scenariuszami. Dlatego badanie zjawisk z perspektywy trendów ma zawsze charakter subiektywny, a dobór kryteriów oceny zjawisk i procesów jest arbitralny i zależy od wartości, które zostały uznane za kluczowe przez autora analizy. Należy jednocześnie pamiętać, że wyobrażenie tego, co może się zdarzyć w przyszłości, opiera się na faktycznej podstawie, którą stanowią empirycznie możliwe do stwierdzenia sygnały zmian.

W przygotowanej analizie przyjęto socjologiczne rozumienie trendu, zgodnie z którym oznacza on tendencję, trajektorię zmian. Zgodnie z tym, trend potraktowano jako proces, dzięki któremu dochodzi do zmiany określonej sfery rzeczywistości lub przemiany całego systemu, a jego pojawienie się generuje określone prawidłowości. O powstaniu trendu można mówić, kiedy pojedyncze zdarzenia i zjawiska układają się w serie, tworząc nową strukturę, która wkracza w dotychczasowy porządek rzeczy i prowadzi do jego stopniowej zmiany. Pojawienie się trendu wiąże się również ze zmianą w sposobie myślenia i działania, a niekiedy z transformacją sposobu funkcjonowania określonej struktury organizacyjnej.

Przygotowanie opracowania polegało na analizie sygnałów, czyli bardziej lub mniej widocznych wskaźników zmian (produktów, usług, rozwiązań, idei, etc.). Sygnały zmian zostały poddane interpretacji, która polegała na poszukiwaniu podobieństw między nimi oraz mapowaniu ich zgodnie z przyjętymi kryteriami. Na tej podstawie zidentyfikowano prezentowane w opracowaniu trendy. W przygotowaniu prezentowanego zestawienia trendów wykorzystano również dane ilościowe, które posłużyły jako obiektywne tło dla analiz jakościowych.

Prezentowane zestawienie jest próbą wskazania możliwych konsekwencji globalnych procesów, które mogą decydować o kierunkach zmian w branży nieruchomości. Jest jednocześnie wskazaniem możliwości, kryjących się za nowymi zjawiskami, pojawiającymi się na rynku nieruchomości oraz w obszarach z nim powiązanych. Należy traktować je jako przewodnik po najnowszych trendach w branży nieruchomości, które mogą posłużyć jako materiał do tworzenia scenariuszy lub do projektowania konkretnych rozwiązań. Powinny one stać się inspiracją dla wszystkich, którzy nie chcą pozostawać w tyle.

OBSZAR:
Miasto
postpandemiczne.
Rynek nieruchomości
w obliczu wyzwań.

Miasta zawsze wykazywały niezwykłą zdolność dostosowywania się do rozmaitych wyzwań. Można przyjąć, że to właśnie wyzwania oraz często związane z nimi kryzysy, stawały się dla miast akceleratorami rozmaitych innowacji społecznych, technologicznych i ekonomicznych. Współcześnie takim wyzwaniem jest niewątpliwie pandemia koronawirusa (COVID-19). Coraz wyraźniej widać, że wywołuje ona trwałe zmiany w architekturze miast. Zarówno w ich tkance materialnej, jak i społecznej. Coraz częściej mówi się też o miastach post-pandemicznych, które przeobrażają się zgodnie z rytmem pandemii, dostosowując się do narzuconych przez nią reguł.

Choć trudno przewidzieć długofalowe skutki zmian, już teraz widać, że pandemia wywołała wiele istotnych zmian. Przyspieszyła wiele procesów, które rozpoczęły się wcześniej, zapoczątkowała również wiele zjawisk nowych. Jedno jest dzisiaj pewne. W perspektywie zagrożeń, które znamy i których możemy się spodziewać (na przykład szybko postępujących zmian klimatycznych), miasta muszą i będą się zmieniać, dostosowując się do potrzeb i oczekiwań zamieszkujących je ludzi.

W dzisiejszym krajobrazie miast pojawia się wiele interesujących zjawisk, które mogą zmienić rynek nieruchomości w kolejnych latach. Już dzisiaj widać wyraźnie, że wiele działań koncentruje się na dostosowywaniu nieruchomości do współczesnych wyzwań, takich jak pandemia COVID-19, ale również narastającego kryzysu klimatycznego.

Zgodnie z dostępną wiedzą o rozprzestrzenianiu się COVID-19, **wirus łatwiej przenosi się w pomieszczeniach zamkniętych, niż w przestrzeniach otwartych.** Kwestie bezpieczeństwa sprawią, że zwiększy się zapotrzebowanie na nieruchomości (domy, bloki, sklepy, biura, etc.) „bezpieczne”, czyli takie, które ograniczą możliwość transmisji wirusa. Oprócz rozwiązań analogowych (efek-

tywna filtracja powietrza, ułatwienia higieniczne, etc.) pojawiać się będą cyfrowe systemy zarządzania bezpieczeństwem. Coraz częściej mówi się, że jednym ze skutków pandemii będzie zwiększony nacisk na bezpieczeństwo zdrowotne, a to z kolei doprowadzi do pojawienia się nowych usług i technologii (np. technologie bezdotykowe, aplikacje, czujniki, etc.), które to bezpieczeństwo zapewnią. Będą one zarządzać różnymi procesami, informując i dbając o przestrzeganie procedur zdrowotnych. W niedalekiej przyszłości może się też okazać, że zapewnienie poczucia bezpieczeństwa może stać się jednym z istotniejszych kryteriów wyboru nieruchomości, a w konsekwencji źródłem przewagi konkurencyjnej firm działających w branży nieruchomości. Nowe budynki z zaawansowanymi systemami bezpieczeństwa będą miały przewagę nad starszymi nieruchomościami.

TREND: Suburbanizacja

Kolejnym wyzwaniem dla branży nieruchomości, przyspieszonym przez pandemię COVID-19 jest zjawisko **suburbanizacji**. Od połowy lat dziewięćdziesiątych miasta przeszły olbrzymią ewolucję. Procesy urbanizacyjne, które stanowiły główny czynnik ich transformacji koncentrowały się przede wszystkim na centrach miast. W ostatnich latach proces ten powoli zaczął się odwracać. Dzisiaj to nie centra miast stanowią główny cel procesów urbanizacyjnych, ale przedmieścia, które zasiedlane są coraz częściej przez tych, dla których centra miast przestały być atrakcyjne. Do procesu opuszczania centrów miast przyczyniła się głównie pandemia COVID-19 (choć proces ten rozpoczął się znacznie wcześniej i był spowodowany raczej procesami demograficznymi i bytowymi), która stała się jego głównym akceleratorem.

Punktem zwrotnym okazała się praca zdalna, do której zmuszonych zostało wielu pracowników. Wiele miejsc pracy (głównie biurowej), ulokowanych najczęściej w centrach miast, opustoszało, a pracownicy przenieśli swoją aktywność zawodową do własnych domów. Proces ten okazał się decydujący w myśleniu o nieruchomościach. Niektórzy pracodawcy zaczęli myśleć o uelastycznieniu modelu pracy, inni zaczęli mówić o powrocie do tzw. „**modelu hub and spoke**”, który polega na przenoszeniu macetych biur do przedmieść.

Procesy suburbanizacyjne niosą ze sobą wiele nowych wyzwań. Jednym z głównych są dojazdy, które dzisiaj okazują się problematyczne, głównie ze względu na czas spędzany w środkach transportu oraz słaby rozwój infrastruktury przedmieść. Jednak wielu analityków wskazuje, że coraz więcej mieszkańców miast będzie starało się znaleźć pracę właśnie w środowiskach podmiejskich (dotyczy to głównie pokolenia millenialsów).

Utrzymanie tego trendu będzie jednak zależało od wielu czynników, przede wszystkim od możliwości zapewnienia przez przedmieścia miejskiego stylu życia, od zapewnienia konkurencyjnych cen podmiejskiego życia a także od rozwoju systemu komunikacyjnego.

TREND: Hipsturbia

Następstwem procesów suburbanizacyjnych może być zwiększenie atrakcyjności podmiejskich nieruchomości, a w konsekwencji zwiększony popyt na podmiejskie powierzchnie biurowe, ale też na mieszkania i domy (przede wszystkim domy do wynajęcia). Jednym z trendów ściśle związanych z procesami suburbanizacyjnymi jest **hipsturbia**, czyli **replikowanie na przedmieściach miast dzielnic miejskich** (głównie przez millenialsów, którzy zakładając rodziny, poszukują tańszych lokalizacji na obrzeżach miast). Hipsturbia to przedmieścia, oferujące wszystkie udogodnienia odstępne w miastach (sklepy, restauracje, miejsca rekreacji i sportu, etc.). Hipsturbia przyczyniają się do transformacji miast w struktury pierścieniowe – miasto i usytuowane na jego obrzeżach, dobrze skomunikowane, „fajne przedmieścia”. Siłą napędową hipsturbii jest stały dopływ młodych ludzi, głównie dobrze wykwalifikowanych pracowników, których wabią atrakcyjne oferty pracy. Konsekwencją powstawania hipsturbii jest przenoszenie się wielu firm na obrzeża miast, ale też odtwarzanie ekosystemów miejskich w mniejszej skali. Atrakcyjność hipsturbii to przede wszystkim niskie koszty życia, przy utrzymaniu wszystkich udogodnień życia miejskiego.

Procesy suburbanizacyjne są napędzane przede wszystkim przez przedstawicieli pokolenia millenialsów. Jednak nie tylko oni wyznaczają współczesne trendy miejskie. Wielu analityków wskazuje, że kolejna dekada będzie należała do **pokolenia „Z”**, którego najstarsi reprezentanci przekraczają dziś 20 lat. Pokolenie „Z” to niezwykle liczna generacja, której całkowitą wielkość szacuje się na 1,8 miliarda ludzi (24% światowej populacji). To oni w niedalekiej przyszłości kształtować będą obraz społeczny i gospodarczy świata. Pokolenie „Z” to pokolenie cyfrowe (generacja ery cyfrowej), które jest największym konsumentem smartfonów

i kont w mediach społecznościowych. Jest to również pokolenie niezwykle mobilne i silnie zaangażowane w problemy globalne (m. in. kryzys klimatyczny). Szacuje się, że wchodzący na rynek pracy przedstawiciele pokolenia „Z” będą liderami przemian pro-klimatycznych we wszystkich obszarach aktywności. Niewątpliwie wpłynie to na kształt świata, jaki znamy dzisiaj.

Inaczej niż poprzednie generacje, „Zetki” zmienią wiele założeń i oczekiwań związanych z organizacją społeczną, technologią czy życiem gospodarczym. **Pokolenie „Z” będzie przyzwyczajone i przywiązane do ekonomii współdzielenia, modeli subskrypcyjnych, transportu publicznego i mikromobilności.** Dzięki „Zetkom” zmieni się nie tylko architektura miast, ale również charakter nieruchomości komercyjnych (np. hoteli, które będą budowane wedle formuły mały pokój hotelowy, ale duża przestrzeń wspólna – „Zetki” wolą budować relacje społeczne, zamiast siedzieć samotnie w pokojach hotelowych; tzw. model „Friends” lub „hotel jak hostel”). Będą one musiały uwzględniać rozwiązania technologiczne oraz przestrzenie wspólne służące budowaniu relacji. Będą musiały być również bardziej spersonalizowane.

Prawdopodobnie to właśnie „Zetki” będą tworzyć grupę nabywców, którą już dziś określa się **pokoleniem wynajmu.** Według platformy CNBC popyt na mieszkania i domy do wynajęcia jest najszybciej rozwijającym się trendem w branży nieruchomości. Trend ten spowodowany jest głównie przez rozwój cyfryzacji i technologizacji w branży nieruchomości. Wpływają na niego również zmiany demograficzne oraz transformacja rynku pracy. Współczesny najemca zwiększył swoje oczekiwania wobec nieruchomości. Chce mieć dostęp do przestrzeni lepiej zorganizowanych, zawierających najnowszą technologię (tzw. „cyfrowe doświadczenie najemcy”, które sprowadza się do możliwości sterowania przez użytkownika urządzeniami – światłem, temperaturą, etc.). Pojawienie się „pokolenia wynajmu” już dziś

wpływa na rynek nieruchomości. Dzięki niemu zwiększa się presja na zapewnienie cyfrowych doświadczeń najemców, a także uelastyczniają się umowy najmu. Ostatecznie zaś zmniejszają się koszty obsługi operacyjnej transakcji (dzięki digitalizacji). **W dłuższej perspektywie trend ten przyczyni się prawdopodobnie do szybszego rozwoju inteligentnych budynków i technologii platformowych (dzięki temu coraz więcej firm z branży nieruchomości będzie koncentrować się na zarządzaniu i obsłudze platformowej).**

Udogodnienia w wynajmie mieszkań. Na rynku pojawia się coraz więcej rozwiązań ułatwiających wynajem nieruchomości. Aplikacja „Zenly” to narzędzie ułatwiające wyszukiwanie ofert mieszkań na wynajem, które eliminuje wszystkie słabości dotychczasowych aplikacji. Zenly zapewnia wiele opcji wyszukiwania, przewodniki wideo, wykazy cen oraz podręczną mapę lokalizacji nieruchomości. Aplikacja pozwala również w łatwy (bez pośredników) sposób zaplanować wizytę w wybranej nieruchomości.

TREND: Miasta 15-minutowe

Interesującym trendem, który wpływa na współczesne transformacje miejskości, są tzw. **miasta 15-minutowe**. Są one konsekwencją koncepcji rozszerzonej urbanizacji, czyli planowania miejskiego, którego celem jest wzmocnienie integracji trzech aspektów planowania miast: **ram czasowych, uczestnictwa i technologii**. Celem tworzenia miast 15-minutowych jest stworzenie bardziej dynamicznych i zintegrowanych społeczności. Koncepcja miasta 15-minutowego to wizja miasta, które zapewnia mieszkańcom możliwość realizacji wszystkich podstawowych potrzeb w 15 minut (od wyjścia z domu pieszo lub na rowerze). Koncepcja miasta 15-minutowego realizowana jest przez optymalizację planowania urbanistycznego, które sprowadza się do zwiększenia zagęszczenia obszarów miejskich. Traktowana jest ona często jako próba przeciwdziałania procesom suburbanizacyjnym. Głównym celem tej koncepcji jest utrzymanie mieszkańców w granicach miast przez zwiększenie udogodnień życiowych.

Kolejnym wyzwaniem wpływającym na przeobrażenia miast jest kryzys klimatyczny. Ma on również coraz większy wpływ na branżę nieruchomości. Zwiększenie intensywności negatywnych konsekwencji zmian klimatu sprawia, że branża nieruchomości będzie zmuszona bardziej niż dotychczas uwzględniać ryzyko klimatyczne w podejmowanych działaniach. **Aktywność branży nieruchomości koncentrować się będzie przede wszystkim na poprawie efektywności wykorzystania zasobów i promowaniu rozwiązań chroniących środowisko, a także na wypracowywaniu rozwiązań wzmacniających odporność nieruchomości na negatywne skutki kryzysu klimatycznego.** Już dziś branża nieruchomości (głównie branża budowlana) oferuje coraz więcej rozwiązań, które wpisują się w koncepcję zrównoważonego rozwoju.

Nowym trendem stało się projektowanie i budowa domów zero emisyjnych czy nieruchomości (domów, a nawet całych osiedli) odpornych na anomalie pogodowe (wysoką temperaturę, powoździe i huragany).

Domy „zero netto”. Coraz bardziej popularne jest budowanie domów opartych na zasadach życia biofilnego, charakteryzujących się minimalnym śladem węglowym. Wysiłkiem projektantów amerykańskich (Koto Design) i angielskich (Planet Prefab) powstał projekt dwóch domów o niemal zerowej emisji dwutlenku węgla („zero netto”). Domy o nazwach Yksi House i Piha House zostały zbudowane zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju i zrównoważonego życia.

Interesującym przykładem minimalizowania negatywnego oddziaływania na środowisko jest projekt wieżowca zaprojektowanego przez konsorcjum trzech firm (Xior Student Housing NV, Mecanoo i DubbeLL). Budynek ma 28 kondygnacji i łączy dwie dzielnice w Amsterdamie. Wieżowiec jest przykładem budownictwa zeroemisyjnego. Wykorzystuje wodę deszczową do nawadniania roślin w publicznych ogrodach zlokalizowanych w budynku i wokół niego oraz panele fotowoltaiczne umieszczone na dachach i fasadach do generowania energii elektrycznej. Dodatkowo budynek mieści 30 domów dla seniorów, 120 mieszkań socjalnych oraz dużą liczbę mieszkań studenckich.

Z koncepcją zrównoważonego rozwoju związana jest idea **innowacji zero**. Innowacja zero to **wizja rozwoju, której celem jest przesunięcie akcentu z innowacyjności technologicznej na społeczną**. To wizja świata, w którym wszystkie negatywne dla człowieka zjawiska (zarówno środowiskowe i społeczne) zostaną zminimalizowane do zera. Prowadzi to do przewar-

tościowania obowiązujących koncepcji rozwoju oraz „przezwyciężenia” działań innowacyjnych na aktywności, które chronią środowisko oraz gwarantują bezpieczeństwo jednostce i społeczeństwu. Jednym ze sposobów realizowania „innowacji zero” jest ograniczanie marnotrawstwa dzięki optymalizacji zasobów.

Innowacja zero w znaczący sposób oddziaływać będzie na miasta. Dotychczasowe tempo ich funkcjonowania zacznie się stopniowo zmniejszać (widać to wyraźnie w trakcie trwania pandemii COVID-19). Stopniowemu ograniczeniu będą ulegały tereny inwestycyjne i usługowe, zwiększać się za to będzie udział miejskich otwartych terenów zielonych. Zmieni się również struktura miejskiego transportu. Prywatny transport osobowy przestanie być traktowany priorytetowo i zostanie zastąpiony przez mikromobilność (transport publiczny, rowery, skutery, hulajnogi, etc.). W związku z tym wzrosną nakłady na infrastrukturę sprzyjającą **mikromobilności** (ścieżki rowerowe, niskoemisyjny transport publiczny, etc.) oraz inwestycje w usługi powiązane z mikromobilnością (aplikacje, subskrypcyjne modele biznesowe, etc.). Rozwój mikromobilności wpłynie na kierunki rozwoju branży nieruchomości. Dostępność transportu publicznego, stacji dokujących czy bliskość ścieżek rowerowych może podnosić atrakcyjność nieruchomości. **W niedalekiej przyszłości atrakcją będą udogodnienia dla zrównoważonego transportu, a nie osiedlowy parking.**

Nie tylko mikromobilność będzie podnosić atrakcyjność nieruchomości. Coraz częściej czynnikiem branym pod uwagę przez inwestorów na rynku nieruchomości staje się obecność miejsc, które umożliwiają aktywność fizyczną lub kontakt z naturą (tzw. **aktywne otoczenie**). Pojawiają się głosy, że wysiłek fizyczny realizowany w siłowniach, maratonach etc., nie jest

tak dobry dla naszego zdrowia, jak zwyczajne czynności życiowe (podobno wystarczy 20 minut codziennego marszu, żeby zachować sprawność fizyczną). **Podstawą aktywności zdrowotnej (zdrowego stylu życia) staje się subiektywne przekonanie, że aktywności, które się podejmuje, przyczyniają się do nabycia lub utrzymania dobrego stanu fizycznego, psychicznego, ale też dobrego samopoczucia społecznego (społecznej akceptacji).** Możliwość samodzielnego rozpoznawania, określania i realizowania własnych aspiracji i potrzeb oraz wyboru sposobu życia staje się jednocześnie warunkiem optymalizacji lub podnoszenia jakości życia. Z dbałością o jakość życia wzrasta jednocześnie presja, by wziąć większą odpowiedzialność za kierowanie swoim dobrostanem i zdrowiem i unikać wszystkiego, co stanowi zagrożenie dla czerpania zadowolenia z życia. **Coraz popularniejsze jest wykorzystywanie infrastruktury miasta do tego, żeby realizować aktywności fizyczne.** Traktujemy miasta jako miejsce, w którym możemy poprawić nasze zdrowie fizyczne i samopoczucie. Co więcej, na tej podstawie tworzą się grupy, które tworzą swoiste kultury zorganizowane wokół tych przestrzeni lub konkretnych aktywności. Wykorzystywanie zasobów miejskich (ścieżek, parków, etc.) do aktywności fizycznej przybiera coraz częściej postać masową. Obecność lub bliskość infrastruktury umożliwiającej aktywność fizyczną może stać się czynnikiem decydującym o wyborze nieruchomości.

Wnioski:

- Zapewnienie poczucia bezpieczeństwa może stać się jednym z istotniejszych kryteriów wyboru nieruchomości
- Postępujący proces opuszczania centrów miast może tylko narobić prędkości
- Popularność zdobywa model pracy HUB&SPOKE, tj. przenoszenie małych biur na przedmieścia
- Na przedmieściach miast mamy do czynienia z replikacją ich centrów w postaci samowystarczalnych dzielnic
- Decydujące znaczenie odgrywa pokolenie „Z”, które jest przywiązane do ekonomii współdzielenia, modeli subskrypcyjnych, transportu publicznego i mikromobilności
- Pojawia się potrzeba tworzenia bardziej dynamicznych i zintegrowanych społeczności
- Następuje przesunięcie akcentu z innowacyjności technologicznej na społeczną
- Coraz większego znaczenia nabiera koncepcja „aktywnego otoczenia” w miejsce zabudowanych siłowni, boisk etc.

OBSZAR:

Inwestycje w życie społeczne

Inwestowanie w życie społeczne staje się jednym z kluczowych czynników zarządzania w skali mikro i makro. **Coraz częściej wskazuje się też, że właściwa polityka społeczna ułatwia zarządzanie zmianą społeczną.** Sprzyja ona również poprawie funkcjonowania jednostek w społeczeństwie. Inwestycje w życie społeczne ułatwiają dostosowanie się grup i jednostek do wyzwań wynikających ze zmian zachodzących w świecie. Pozwalają lepiej reagować na te wyzwania i dostosowywać modele zarządzania do specyfiki lokalnej czy regionalnej. Można więc powiedzieć, że celem skutecznej polityki społecznej jest budowanie „społecznej zasobności”.

Seth Godin, specjalista od marketingu relacji, definiuje bogactwo nie przez pryzmat posiadanych dóbr, ale możliwości wyboru, który stoi przed współczesnym człowiekiem. Według niego, bogactwo to możliwość wyboru w sytuacji, w których dysponujemy zasobami dającymi nam możliwość robienia czegoś więcej, niż przetrwanie. Źródłem tak rozumianego bogactwa jest więc posiadanie odpowiedniej ilości czasu, jedzenia, zdrowia i dostępu do wszystkich udogodnień oferowanych nam przez kulturę i cywilizację. Jeśli więc kultura zapewnia człowiekowi dostęp do zasobów, przyczynia się do tego, że rośnie jego bogactwo. Tak definiowane bogactwo przekłada się na możliwość wyboru odpowiednich strategii życiowych oraz skuteczne kierowanie własnym życiem. Wyzwaniem współczesności jest dziś znalezienie właściwej odpowiedzi na wielość strategii życiowych wybieranych przez ludzi. To one mogą stać się w niedalekiej przyszłości generatorami kluczowych trendów społecznych.

Kreatywność i innowacyjność najczęściej kojarzą się ze swobodą i spontaniczną aktywnością. Warto jednak pamiętać, że ich akceleratorem mogą być również ograniczenia. W okresie pandemii COVID-19 jedną z największych uciążliwości były ograniczenia w dostępie do dóbr i usług. Najlepszą odpowiedzią

na pojawiające się w okresie pandemii deficyty było „wzięcie spraw we własne ręce”. Eksplozja samodzielnego wytwarzania i wykonywania była niewątpliwie metodą rekompensowania wielu braków w życiu codziennym. Stała się również sposobem potwierdzenia własnej wartości, a niekiedy zdobycia nowych umiejętności. Warto zauważyć, że te „rzemieślnicze” aktywności świetnie wpisały się w, rozwijający się od kilkunastu lat, trend zrób to sam (**Do-It-Yourself**).

Jednak to, co w przeszłości było przede wszystkim domeną rzemieślników, w okresie pandemii stało się udziałem sporej grupy amatorów, którzy swoją mniej lub bardziej profesjonalną aktywność rozwijali w rozmaitych obszarach. W czasie pandemii aktywności w stylu „zrób to sam” przestały być tylko modną aktywnością, którą można pochwalić się w mediach społecznościowych. Nabrały wymiaru społecznego i wspólnotowego. Stały się inspiracją do dzielenia się wiedzą i umiejętnościami. Rzemieślnicza samodzielność umożliwia większą personalizację wytwarzanych produktów, a możliwość ściślejszego dopasowania ich do indywidualnych potrzeb będzie wpływała na decyzje zakupowe klientów w różnych obszarach rynku. Zmusi to do przemyślenia niektórych dotychczasowych modeli biznesowych i tworzenia rozwiązań lepiej dopasowanych do indywidualnych oczekiwań i potrzeb klientów. **Z całą pewnością wpłynie to również na branżę nieruchomości, która będzie musiała poszukiwać nowych obszarów i sposobów zdobywania oraz obsługi klienta poszukującego bardziej spersonalizowanych i odpowiadających specyficznym formom aktywności rozwiązań.**

TREND: Wspólnoty działań

Działania oparte na mechanizmie dzielenia się przyspieszyły w okresie pandemii COVID-19. Niemal od początku jej pojawienia się zaobserwować można powstanie się inicjatyw społecznych, które dość spontanicznie przyczyniły się do budowy poczucia przynależności do określonych wspólnot. Wspólnoty, które (za Étienne'em Wengerem) można nazwać **wspólnotami działań (Communities of Practice)**, stały się zbiorowościami, potężnymi wspólnym celem lub określonymi zamiłowaniem. Okres pandemii przekształcił te wspólnoty w grupy działające zgodnie z ideą współdzielenia i crowdsourcingu. Wobec wyzwania, jakim okazała się pandemia COVID-19, podstawowymi motywami ich działania stały się: współpraca, wzajemność, uczestnictwo i pomoc. Natomiast głównym wyznacznikiem ich funkcjonowania był wysoki poziom samoorganizacji, otwartość oraz skłonność do bezinteresownego dzielenia się zasobami.

Idea wspólnot działań ujawniała się w wolontariackich akcjach pomocowych czy oddolnych rozwiązaniach wspierających utrzymanie i rozwijanie kontaktów międzyludzkich (aplikacje społecznościowe i komunikatory). W powstawaniu tych grup można dostrzec nowy trend, który stanowi przeciwwagę dla dominującego w ostatnich dekadach indywidualizmu. Pandemia COVID-19 pokazała jak istotne jest inwestowanie w aktywności społeczne i obywatelskie, które odbudowują wspólnotowość i zbiorową tożsamość. Odrodzenie wspólnotowości (o ile będzie miał charakter trwały) wywoła zmiany w wielu obszarach naszego funkcjonowania, również w sferze gospodarczej. Otworzy przestrzeń dla wielu nowych aktywności indywidualnych i zbiorowych, może również skutkować pojawianiem się nowych modeli biznesowych odwołujących się do idei sharing economy czy crowdsourcingu. Tworzy się również nowy obszar rozwoju rynku nieruchomości.

Motorem tych zmian będą prawdopodobnie reprezentanci pokolenia „Z”. Przedstawiciele tej generacji już dziś zmieniają charakter rynku nieruchomości. Cechą charakterystyczną „zetek” jest silna koncentracja na budowaniu relacji. „Zetki” nie są samotnikami poszukującymi spokoju. Nawiązują kontakty i budują sieci towarzyskie. Towarzystwo przedstawicieli generacji „Z” sprawia, że pojawia się zapotrzebowanie na nowe formy korzystania z nieruchomości. Trendem silnie związanym z generacją „Z” jest pojawienie się **przestrzeni współdzielonych**. Choć rozwój tego rodzaju formy korzystania z przestrzeni został ograniczony przez pandemię COVID-19, w ostatnich latach można było zauważyć znaczący wzrost inwestycji w nieruchomości oferujące przestrzenie współdzielone. Tendencja ta będzie prawdopodobnie narastała wraz z końcem pandemii oraz wchodzeniem na rynek przedstawicieli pokolenia „Z” (do wzrostu zapotrzebowania na przestrzenie współdzielone przyczynić się może również starzenie się społeczeństw oraz transformacje w systemie edukacji).

TREND: Coliving i coworking

Już dzisiaj zauważyć można kształtowanie się modeli biznesowych polegających na współdzieleniu nieruchomości. Coraz częstszymi zjawiskami na rynku nieruchomości są: **coliving i coworking**. **Coliving** to zmiana tradycyjnej funkcji mieszkania, które przestaje być tylko mieszkaniem, a staje się usługą mieszkaniową. Przestrzeń colivingowa to, dostosowane do potrzeb ludzi młodych (mobilność, bliskość centrum miasta, wygoda, etc.) **niewielkie mieszkanie przypominające kawalerkę** (najczęściej pokój z aneksem kuchennym i łazienką), **do którego dołączona jest przestrzeń wspólna (służąca pracy, wypoczynkowi lub spotkaniom towarzyskim)**. Coliving przypomina hotel, ale jego podstawową funkcją jest zapewnienie możliwości integracji i nawiązywania relacji międzyludzkich. Interesującym i coraz bardziej popularnym rozwiązaniem staje się tworzenie sieci colivingów, które ułatwiają przenoszenie się jego mieszkańców do różnych lokalizacji, bez ponoszenia dodatkowych kosztów, a także tworzenie colivingów tematycznych (np. dla pracowników tej samej branży). Innym rodzajem przestrzeni współdzielonych jest **coworking**, który pomyślany został jako **przestrzeń wspólnej pracy**. Coworking to wspólna, dostosowana powierzchnia biurowa, która umożliwia pracę wielu osobom, nieposiadającym dostępu do dobrze wyposażonego miejsca pracy. Coworking to rozwiązanie dla wszystkich, których nie stać na wynajmowanie własnego biura lub tych, którzy nie mogą pracować w domu. Coworking uelastycznia model pracy i dostosowuje go do możliwości użytkownika przestrzeni współdzielonej, ułatwia również kontakty z osobami pracującymi w tej samej, bądź pokrewnych dziedzinach. Nie można też zapomnieć o aspekcie finansowym. Wspólne biuro jest zdecydowanie tańsze. Niektórzy analitycy prognozują rozwój przestrzeni współdzielonych. Ich popularność może być stymulowana przez tworzenie tego rodzaju przestrzeni w domach spokojnej starości oraz placówkach edukacyjnych.

TREND: Przestrzenie zwinne

Oprócz przestrzeni współdzielonych interesującym trendem jest powstawanie **przestrzeni multifunkcyjnych**, nazywanych również **przestrzeniami zwinnymi**, które zmuszają do redefiniowania przestrzeni użytkowych. Ich powstanie zostało wywołane przez konieczność przystosowania się ludzi do nowej sytuacji spowodowanej pandemią COVID-19. Jedną z konsekwencji rozprzestrzeniania się koronawirusa była izolacja. Mieszkania i domy stały się miejscami przymusowego odosobnienia, swoistymi izolatoriami, które ograniczyły nasze dotychczasowe aktywności i odseparowały rodziny oraz znajomych. Jednocześnie ta niezawiniona izolacja stała się okazją, dzięki której nieco inaczej spojrzeliśmy na nasze miejsca zamieszkania. **W okresie izolacji przeobrażały się one często w przestrzenie wielofunkcyjne – miejsca pracy, place zabaw, kluby fitness, sale kinowe czy studia telewizyjne transmitujące przekaz strumieniowy.** Znaczna część społeczeństwa potraktowała izolację jako inspirację, jako próbę nowego spojrzenia na miejsce codziennego życia. Odosobnienie stało się inspiracją dla odkrywania potencjału przestrzeni mieszkalnej, ale również własnej kreatywności.

Redefinicja przestrzeni użytkowych, którą spowodowała pandemia COVID-19 może stać się trwałym zjawiskiem, które będzie **decydować o preferencjach nabywców i najemców nieruchomości.** Powstanie przestrzeni dzielonych i multifunkcyjnych otwiera nowe możliwości przed branżą nieruchomości. Na rynku nieruchomości mogą pojawić się nowe oczekiwania związane ze zwiększeniem zapotrzebowania na nieruchomości gwarantujące wielofunkcyjność, modułowość, zapewniające odpowiednie łączenie życia prywatnego z zawodowym, czy rozrywką i wypoczynkiem. Dodatkowym czynnikiem stymulującym rozwój przestrzeni dzielonych może być rozwój medycyny, a zwłaszcza jej

digitalizacja, która sprawi, że wiele aktywności związanych ze zdrowiem (np. diagnostyka) będzie wykonywanych w domach prywatnych.

Transformacja biur i mieszkań. Pandemia COVID-19 zainicjowała dyskusję na temat przestrzeni biurowych. Zmiana organizacji pracy, polegająca głównie na upowszechnieniu się pracy zdalnej spowodowała pytania o przyszłość biur. Niektórzy analitycy uważają, że znaczna część przestrzeni biurowych będzie likwidowana, inni prognozują zmianę ich funkcji.

Studenci ze szwajcarskiego uniwersytetu ECAL chcą przekształcić współczesne biura w wyspecjalizowane centra biurowe, które stają się przestrzeniami wielofunkcyjnymi, łączącymi miejsce pracy z wypoczynkiem, a nawet możliwością realizowania pasji. Centra biurowe mają być budowane w planie otwartym, który można łatwo dostosować do konkretnych potrzeb i określonych funkcji.

Innym rozwiązaniem jest projekt G-LAB, który jest społecznym projektem mieszkaniowym. G-LAB to projekt koncentrujący się wokół domu rodzinnego o płynnej konstrukcji, który pozwala przekształcać go w dom prywatny lub społeczny (np. umożliwiający integrację z sąsiadami). Dom składa się z wielu pomieszczeń, które można transformować dzięki ruchomym przestonom, dostosowując je do aktualnych oczekiwań i funkcji.

Wnioski:

- Staliśmy się bardziej uważnymi klientami
- Wzrosło zaufanie do transakcji online i dzielenia się wiedzą
- Pojawia się potrzeba współdzielenia przestrzeni
- Mieszkania poszerzają swoje funkcje: przestrzenie pracy, place zabaw, treningu

OBSZAR:

**Technologia jako
paliwo cywilizacyjne.
Epoka „proptech”.**

Nasze życie coraz bardziej zaczyna przypominać obrazy z filmów science fiction. Inteligentne samochody, inteligentne domy, a nawet inteligentne miasta coraz częściej stają się rzeczywistością. Wiele badań wskazuje, że to właśnie kwestie infrastrukturalne (zwłaszcza komunikacja) stanowią jeden z głównych motywów aktywności klientów na rynku nieruchomości. Staje się to również impulsem do inwestowania w rozwój infrastruktury metropolii, która stanowi fundament inteligentnych miast. Zwiększenie nakładów na mikromobilność, transport publiczny, inteligentne oświetlenie, parkingi, gospodarowanie odpadami czy kontrola zanieczyszczeń wspierają rozwój nowoczesnych miast. Powodują również powstanie swoistej presji technologicznej. Coraz częściej mówi się o nowych formach komunikacji, które ułatwiają przemieszczanie się w obrębie samych miast, jak również między miastami lub miastami i ich przedmieściami. Sprzymierzeńcem rozwoju inteligentnych miast stają się dzisiaj urządzenia mobilne (np. smartfon) i narzędzia cyfrowe, które usprawniają komunikację.

Smart city to jednak nie tylko budowa infrastruktury zwiększającej komfort mieszkańców miast. To również zarządzanie, które pozwala obniżać koszty jej funkcjonowania. Dzieje się to głównie dzięki inwestycjom w strukturę informatyczną. Dzięki niej można pozyskiwać i przetwarzać coraz większe ilości informacji z coraz większej liczby źródeł. Sprzyja to centralizacji kontroli nad infrastrukturą miejską, a co za tym idzie, lepszej koordynacji działań. Rozwój technologii miejskich staje się głównym argumentem dla rozwoju branży nieruchomości, którzy starają się wykorzystać ją, żeby lepiej zaspokajać potrzeby klientów i optymalizować funkcjonowanie.

TREND: Nieruchomości w Internecie Rzeczy

Od końca lat dziewięćdziesiątych obserwujemy postępującą integrację ludzi oraz informacji za pośrednictwem Internetu. Mówi się, że w przyszłości większość działań będzie koordynowana przez zintegrowane urządzenia. Tzw. **Internet rzeczy (IoT)** stwarza nowe możliwości w niemal wszystkich aspektach życia. Samochody wymieniające ze sobą dane przez Internet, zapobiegając w ten sposób wypadkom oraz korkom, termostaty urządzeń grzewczych wykrywające, czy właściciel jest aktualnie w drodze do domu i odpowiednio wcześniej podwyższające temperaturę w pomieszczeniach, lodówki kontrolujące stan zapasów i generujące zamówienia. Tworzenie elementów Internetu Rzeczy staje się celem wielu firm. Dzięki globalnej komunikacji ich produkty i komponenty będą mogły wymieniać dane z dowolnymi innymi urządzeniami IoT, zdecydowanie poszerzając tym samym swoje funkcje. Internet rzeczy sprzyja łączeniu rozmaitych urządzeń w sieci, a **ekosystemy urządzeń elektronicznych podłączonych do Internetu do których można uzyskać zdalny dostęp, wciąż się rozrastają**. Dzięki nim wiele firm z rozmaitych branż może rozwijać usługi w większym niż dotąd stopniu. Ekosystemy urządzeń mogą być również wykorzystywane do koordynowania działalności firm, a także do zdobywania informacji niezbędnych do funkcjonowania na rynku. Tendencja ta prowadzi do **decentralizacji i automatyzacji** wielu procesów i rozwiązań. Internet rzeczy i tworzenie ekosystemów urządzeń będą pomocne zarówno w podnoszeniu atrakcyjności nieruchomości (projektowaniu nowych lub przeprojektowywaniu starych), jak również w zarządzaniu firmami branży nieruchomości. Coraz częściej mówi się o epoce proptech, która określi zasadniczy kierunek rozwoju branży nieruchomości.

Platforma do projektowania miast. Sidewalk Labs to spółka, która uruchomiła platformę do projektowania przestrzeni miejskich. Platforma nazywa się Delve i wykorzystuje algorytmy sztucznej inteligencji oraz uczenie maszynowe w celu ułatwienia architektom przygotowywania projektów architektonicznych. Platforma oferuje opcje projektowe na wczesnych etapach projektowania, które pozwalają przeanalizować przyszły projekt pod kątem czasu jego wykonania, planowania oraz kosztów. Dzięki uczeniu maszynowemu i sztucznej inteligencji platforma jest w stanie przeanalizować niemal wszystkie opcje projektowe, na przykład istniejące ograniczenia, ryzyka i możliwości.

Magazyn „Forbes” zdefiniował proptech jako tendencję to wykorzystywania technologii do ulepszania sposobu, w jaki kupujemy, wynajmujemy, sprzedajemy, projektujemy, konstruujemy i zarządzamy nieruchomościami. Choć proptech jest zjawiskiem nowym, wielu analityków uważa, że ma on szansę zadomowić się we wszystkich kluczowych branżach (od 2012 roku firmy proptech zostały dofinansowane na poziomie 43 miliardów dolarów). W branży nieruchomości udział firm proptech wzrasta w sposób równie dynamiczny, jak w innych branżach. Akceleratorem rozwoju trendy proptech są zmieniające się potrzeby klientów branży nieruchomości, którzy domagają się bardziej nowoczesnych przestrzeni zawierających najnowsze rozwiązania technologiczne (analitycy nazywają nową potrzebę **cyfrowym doświadczeniem konsumenta**). Klienci biur nieruchomości oczekują doświadczeń związanych z technologią, przede wszystkim możliwości sterowania urządzeniami (m. in. światłem, temperaturą, etc.). Dzięki tym technologicznym ulepszeniom poprawiają się wrażenia klientów. Rośnie też poziom zadowolenia z oferowanych usług i produktów. Już dziś można powiedzieć, że rozwój trendu proptech będzie niezwykle dynamiczny. Jako główne obszary zastosowania proptech w branży nieruchomości wymienia się najczęściej **wykorzystanie algo-**

rytmów sztucznej inteligencji do projektowania inteligentnych rozwiązań, używanie dronów do monitorowania stanu nieruchomości, zmiana funkcji niektórych przestrzeni przez wzrost popularności samochodów autonomicznych (np. parkingów), nowe technologie budowy nieruchomości z wykorzystaniem robotów i technologii automatycznych, wykorzystywanie druku 3D do planowania, projektowania i konstruowania budynków oraz stosowanie narzędzi mieszanej rzeczywistości (mixedreality) i internetu rzeczy w marketingu, a także projektowaniu, budowaniu i wyposażeniu nieruchomości.

**Jak technologia wpływa na rynek pośredników nieruchomości?
Wykorzystanie technologii w branży pośrednictwa
nieruchomości ma wiele zalet.**

Po pierwsze, poprawia wydajność pracy. Jednym z kluczowych elementów pracy pośredników nieruchomości jest umiejętność zarządzania relacjami. Połączenie wiedzy o relacjach z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi technologicznych zwiększa skuteczność pośredników. Wpływa również na poszerzenie rynku o nowych klientów.

Po drugie, zwiększa szybkość działania pośredników. Technologia jest doskonałym narzędziem, które przyspiesza procesy sprzedażowe. Ułatwia również obsługę transakcji i działania marketingowe.

Po trzecie, umożliwia podejmowanie lepszych decyzji. Z wykorzystaniem technologii wiąże się dostęp do informacji na temat rynku nieruchomości, a także pojedynczych klientów. Dostęp do informacji jest gwarantem lepszej skuteczności pośredników. Wpływa również pozytywnie na podejmowane przez nich decyzje.

Po czwarte, usprawnia działania marketingowe. Technologia pozwala automatyzować wiele procesów, w tym działania marketingowe. Dzięki temu wykonywanie niektórych czynności nie zabiera czasu.

Po piąte, technologia pozwala pracować w zespołach oraz usprawnia ich działanie. Dzięki wykorzystaniu narzędzi zdalnych praca w zespołach staje się łatwiejsza i bardziej skuteczna. Zwłaszcza w czasie kryzysu wywołanego przez pandemię COVID-19.

Po szóste, pozwala efektywniej wykorzystać czas pracy. Dzięki takim narzędziom, jak sztuczna inteligencja czy wirtualne centra kontaktowe, istnieje możliwość ciągłego dostępu klientów do usług pośrednictwa i niemal natychmiastowego zaspokajania ich potrzeb.

Po siódme, pozwala oszacować ewentualne ryzyka i zagrożenia. Dostęp do informacji oraz wykorzystanie technologii do ich interpretowania, pozwala lepiej oszacować potencjalne ryzyka, a dzięki temu, skuteczniej im przeciwdziałać.

Po ósme, ułatwia eksponowanie nieruchomości. Dzięki technologii (przede wszystkim technologii 3D lub rozszerzonej rzeczywistości) prezentowanie nieruchomości staje się nie tylko łatwiejsze, ale również bardziej atrakcyjne dla klientów.

Po dziewiąte, czyni pośrednictwo bardziej transparentnym. Technologie chmurowe, platformy cyfrowe czy technologia blockchain dostarczają wiedzy o wszystkich aspektach pracy pośrednika nieruchomości. Stają się w ten sposób gwarantami przejrzystości działań na rynku nieruchomości.

Koncepcja proptech może mieć olbrzymie znaczenie dla branży nieruchomości, zwłaszcza w obszarze pośrednictwa i doradztwa. Chodzi przede wszystkim o ich **stopniową automatyzację**. Choć technologia chatbotów obecna jest w branży nieruchomości od dawna, coraz częściej mówi się, że konieczny jest krok naprzód, że niezbędne jest rozwinięcie tej technologii i stworzenie bardziej **inteligentnego wirtualnego asystenta**. Wspomagany przez algorytmy sztucznej inteligencji asystent posiadałby znacznie bogatszy zestaw możliwości i byłby w pełni oraz kompleksowo zintegrowany z procesami zachodzącymi w firmie czy przedsiębiorstwie. Pełniłby rolę interfejsu odpowiadającego za kontakt z otoczeniem (przede wszystkim z klientami). Inteligentny wirtualny doradca byłby odpowiedzią na proces odchodzenia od kontaktu osobistego w wielu branżach (w tym branży nieruchomości). **Zapewniałby łatwy i prosty kontakt, 24-godzinną dostępność oraz krótki czas odpowiedzi i niski wskaźnik błędów**. Automatyzacja procesów doradczych umożliwiłaby również zaprojektowanie lepszych doświadczeń klientów. Wymagałoby to jednak wyjścia poza znany dzisiaj chatbot (z pytaniami i odpowiedziami) i stworzenia w pełni spersonalizowanego wirtualnego doradcy z możliwością inicjowania niektórych procesów i samodzielnego wykonywania określonych zadań i działań (np. rekomendowania klientowi właściwych opcji wyboru). Dzięki wykorzystaniu tzw. **konwersacyjnej sztucznej inteligencji** branża nieruchomości może zyskać w taki sam sposób, w jaki zyskał nowoczesny handel online. Jeśli prawdą jest, że transformacja cyfrowa będzie postępować, znaczenie inteligentnych wirtualnych asystentów będzie rosnąć.

Wirtualni asystenci w natarciu. Automatyzacja wielu procesów staje się coraz częstszą praktyką wielu firm. Można ją również dostrzec w pośrednictwie. Jedną z pierwszych aplikacji automatyzujących proces pośrednictwa jest „Robinhood”. Wykorzystuje się ją w handlu akcjami, a jej podstawową zaletą jest to, że nie pobiera opłat i prowizji od transakcji.

Wirtualni doradcy pojawiają się również coraz śmielej w branży nieruchomości. W Singapurze powstała aplikacja OhMyHome, ułatwiająca właścicielom, najemcom, sprzedawcom i ewentualnym nabywcom kontaktować się ze sobą bezpośrednio i bez konieczności korzystania z pośredników. Zaletą aplikacji jest to, że można ją zainstalować w telefonie, a dodatkowym atutem jest możliwość skorzystania za jej pośrednictwem z usług agenta nieruchomości w przypadku, gdy istnieją trudności z jakąkolwiek transakcją. OhMyHome traktowana jest przez użytkowników jako alternatywa dla tradycyjnych usług pośrednictwa.

Innym przykładem automatyzacji usług pośrednictwa jest aplikacja Oliver. Ułatwia ona użytkownikom wynajem nieruchomości, eliminując pośredników. W ten sposób aplikacja pozwala zaoszczędzić środki oraz czas.

Inną formą automatyzacji pośrednictwa może być wykorzystanie technologii VR do wizualizacji wnętrz. Firma HOVER Inc. opracowała platformę cyfrową, która potrafi przekształcać zdjęcia smartfonów w interaktywny i skalowalny model 3D. Modele zawierają na tyle dokładne odwzorowanie, że można je wykorzystać do przygotowywania ofert. Aplikacja tworzy wizualizację 3D nieruchomości, dzięki czemu właściciele domów mogą zobaczyć, jak będzie ona wyglądać. Może również służyć indywidualnym użytkownikom nieruchomości do planowania remontu.

Interesującym przykładem wykorzystania technologii w branży nieruchomości może być użycie technologii VR do wizualizacji architektonicznej. Startup Vippro wykorzystuje technologię VR do projektowania nieruchomości, dając możliwość wglądu w plany architektoniczne przed oddaniem ich do budowy. Wizualizowanie planów na wczesnym etapie budowy pozwala zidentyfikować wszystkie niedoskonałości i problemy.

Daje również możliwość lepszego wyobrażenia sobie przyszłej nieruchomości dzięki stworzeniu jej modelu symulacyjnego. Możliwości aplikacji mogą również zostać wykorzystane przy tworzeniu ofert nieruchomości.

Proptech opanował również miasta. Ich rozwój coraz częściej przybiera postać przemiany całościowej. Coraz częściej też wprowadzane zmiany dokonują się zgodnie z koncepcjami i ideami, które jeszcze niedawno uznane zostałyby za utopijne. Transformacja Amsterdamu (Amsterdam wdraża „model pączka” opracowany przez Kate Raworth, ekonomistkę z Oxfordu) i Bristolu zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju, przekształcanie Melbourne w miasto ogród czy tworzenie globalnych sieci i koalicji miast (np. europejskie Eurocities czy amerykańska Konfederacja Burmistrzów) dostosowują miasta do współczesnych wyzwań klimatycznych i demograficznych. Coraz częściej słychać o miastach bardziej zdecentralizowanych, inteligentnych, samowystarczalnych i przyjaznych mieszkańcom. Wydaje się, że to właśnie te procesy będą wyznaczały kierunki rozwoju miast w najbliższych dekadach.

TREND: Miasta dla ludzi

Miasta inteligentne i miasta zrównoważone to synonimy **miast dla ludzi**, miejsc, które dbają o środowisko, dążą do zmniejszania nierówności i zabezpieczają prawa i potrzeby swoich mieszkańców. Specjaliści zajmujący się problematyką inteligentnych rozwiązań posługują się różnymi definicjami tego, czym jest idea smart. Jedne z nich kładą większy nacisk na technologie wykorzystywane przy tworzeniu inteligentnych rozwiązań, inne na funkcjonalność, które takie rozwiązania powinny realizować. Nie ulega wątpliwości, że inteligentne rozwiązania koncentrują się zarówno na wykorzystaniu technologii, jak też związane są ze zwiększeniem funkcjonalności. Tym samym przynoszą podwójną korzyść zarówno dla tych, którzy nimi zarządzają, jak również tym, którzy z nich korzystają. Inteligentne rozwiązania, których zadaniem jest lepsze projektowanie rozwiązań, a przez to czynienie ich bardziej intuicyjnymi i funkcjonalnymi, stanowią klucz do zrozumienia przyszłości.

Coraz bardziej inteligentne domy. Rozwiązania inteligentne stosowane coraz częściej w domach, mieszkaniach czy biurach sprawiają, że użytkownicy mają możliwość optymalnego ich wykorzystania przy minimalnym wysiłku. Things Wondrwall to startup, który zaprojektował inteligentny system rozszerzający możliwości domu, pozwalający dostosować jego funkcje do potrzeb i oczekiwań mieszkańców. Automatyczne sterowanie ogrzewaniem, oświetleniem i zabezpieczeniami to rozwiązania, których dodatkową funkcją jest uczenie się zachowań mieszkańców domu. Włłączniki światła posiadają 13 różnych czujników, które pozwalają zrozumieć wzorce zachowań mieszkańców i automatycznie dostosować się do nich. System wyposażony jest również w rozwiązanie, które pozwala obliczyć

czas niezbędny do osiągnięcia właściwej temperatury i dostosować aktywność do jej zapewnienia.

Innym przykładem zastosowania inteligentnych rozwiązań w nieruchomościach jest „Villa Sophia”, czyli mieszkanie, które dzięki zastosowaniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych zapewnia komfort jego użytkownikom. Dzięki zintegrowaniu z systemami sztucznej inteligencji, mieszkanie dostosowuje się do potrzeb i oczekiwań mieszkańców. Reaguje na komendy słowne, śledzi kroki mieszkańców przy pomocy czujników dotykowych, dzięki czemu wie, gdzie aktualnie się znajdują. Dodatkowym atutem „Villa Sophia” jest to, że jest ona całkowicie przyjazna dla środowiska.

Interesującym przykładem wykorzystania technologii inteligentnych w przestrzeni publicznej może być lotnisko w Helsinkach. Zaprojektowana w łazienkach lotniska technologia informacji zwrotnej pozwala zwiększyć satysfakcję użytkowników, a przy okazji monitorować ich aktywność. Pasażerowie lotniska mogą w czasie rzeczywistym przekazać informacje na temat jakości usługi. Kiedy system otrzyma kilka opinii negatywnych, automatycznie wysyła ostrzeżenia do obsługi. Monitorowanie aktywności użytkowników lotniskowych łazienek pozwala dodatkowo opracować lepszy harmonogram sprzątnia.

Warto zauważyć, że jednym z celów inteligentnego rozwoju, utożsamianego przede wszystkim z **technologizacją i cyfryzacją** wielu obszarów rzeczywistości, jest zachowanie i ochrona środowiska naturalnego. Inteligentny rozwój powinien być również tożsamy z rozwojem zrównoważonym. Staje się to oczywiste zwłaszcza dzisiaj, kiedy zmiany klimatyczne prowadzą do zwiększenia świadomości ludzi o konsekwencjach rozwoju. Rosnący brak zaufania do dotychczasowego mode-

lu konsumpcji oraz determinowanego przez niego stylu życia, zwiększa przekonanie, że obecny system musi zostać zastąpiony nowym, bardziej zrównoważonym, opierającym się na **idei odpowiedzialności za kolejne pokolenia**. **Skutkiem tej zmiany jest przekonanie**, że najważniejszym celem społecznym, gospodarczym i politycznym powinno stać się ograniczenie emisji CO² i innych szkodliwych substancji, które rujną środowisko i zdrowie ludzi. Powstaje przestrzeń dla zmiany, która można określić mianem **rewolucji zero**, a więc transformacji, która przywróci możliwość regenerowania się środowiska naturalnego.

Wraz ze wzrostem liczby ludności na świecie jest zwiększony popyt i presja na ochronę środowiska naturalnego. Wzrasta świadomość ekologiczna, a z nią zachowania pro-środowiskowe. Wzrasta znaczenie ekologicznego aktywizmu, konsumenci stają się bardziej wymagający, a produkty bardziej przyjazne środowisku. Zwiększa się również odpowiedzialność społeczna i ekologiczna wielu firm i przedsiębiorców.

Pojęcie „smart” przestaje być kojarzone jedynie z innowacjami technologicznymi, ale coraz częściej jest utożsamiane z zachowaniami pro-środowiskowymi. Wpływa to na architekturę współczesnych miast, których symbolami stają się nie tylko „zielone budynki” czy „mikro-parki”, ale miasta całkowicie „zielone”. Współczesnym standardem coraz częściej staje się zrównoważone budownictwo pasywne, a miasta wyposażone są w nowoczesne systemy monitorujące stan zanieczyszczenia miast. Wszystko to sprawia, że stopniowo wzrasta zapotrzebowanie na rozwiązania przyjazne dla środowiska. Z roku na rok zwiększa się też liczba klientów, dla których kwestie środowiskowe odgrywają istotną rolę w dokonywaniu wyborów inwestycyjnych na rynku nieruchomości.

Inteligentny to również „zielony”. Studia architektoniczne i projektowe Fleiden Clegg Bradley Studios zaprojektowało aplikację ułatwiającą projektowanie budynków neutralnych środowiskowo. Narzędzie pomaga oszacować całkowitą emisję dwutlenku węgla w planowanym budynku oraz obliczyć ślad węglowy materiałów wykorzystanych do jego budowy. Aplikacja, którą nazwano FCBS Carbon jest darmowa.

Ciekawym przykładem „zielonej architektury” jest centrum handlowe Hanwha Galleria w Seulu. Oświetlenie zewnętrzne centrum ma się zmieniać w zależności od poziomu zanieczyszczenia powietrza. Budynek ma wykorzystywać obrazy multimedialne zainstalowane na fasadach w celu informowania pieszych o zanieczyszczeniach zawartych w powietrzu. Po przekroczeniu poziomu zanieczyszczeń klienci mają otrzymywać maski ochronne.

Inteligentne rozwiązania powstają również dzięki wykorzystaniu materiałów naturalnych. Firma architektoniczna Shephard Robson opracowała plany pokrycia nowego budynku największą w Europie ścianą zieleni. Nowy budynek – Citicape House – ma powstać w londyńskim City i będzie obejmował przestrzeń biurową i rozrywkową, hotel, restaurację oraz ogólnie dostępny taras na dachu. Budynek będzie otoczony fasadą złożoną z 400 tysięcy roślin, a jego elewacja będzie wyposażona w system zbierania wody deszczowej. Na dachu budynku znajdzie się również miejsce służące uprawie zagrożonych rodzimych gatunków roślin. Podstawowym atutem budynku będzie łagodzenie skutków emisji CO₂ oraz transmisji ciepła (obniży temperaturę wokół budynku o 5 stopni Celsjusza).

Wnioski:

- Następuje proces decentralizacji i automatyzacji wielu procesów i rozwiązań
- Postępuje proces eliminowania elementów pośrednich z procesów transakcyjnych

OBSZAR:

**Danetyzacja rynku
nieruchomości. Skok
w epokę cyfrową.**

Życie we współczesnym świecie to funkcjonowanie w szumie informacyjnym, który może powodować chaos poznawczy. Coraz częściej mówi się o **danetyzacji**, czyli **transformowaniu wszystkich elementów rzeczywistości na dane** (które ostatecznie podlegają agregacji i algorytmizacji). Jednym ze sposobów radzenia sobie z natłokiem informacji jest umiejętność analizy danych. Ta umiejętność już dziś zaliczana jest do priorytetów rozwojowych. Wraz z nią pojawia się trend, który można określić mianem **perspektywy 360°**. Perspektywa 360° zakłada, że przydatność danych nie kończy się w momencie ich zgromadzenia i użycia dla określonego celu. Dane są traktowane jak **surowiec dla biznesu**, wykorzystywany w sposób ciągły do projektowania nowych form ekonomicznej aktywności. Dzięki właściwemu podejściu gromadzone dane mogą być ponownie wykorzystane, stając się źródłem rozwiązań innowacyjnych oraz **nowych usług**. Umiejętne wykorzystanie danych zwiększa przewagę konkurencyjną na rynku, dlatego zasadniczym wyzwaniem okazuje się opracowanie narzędzi ułatwiających analizowanie danych oraz rozwój uczenia maszynowego (machine learning), czyli zdolności samodzielnego analizowania danych przez komputery.

Integralnym elementem perspektywy 360° będzie umiejętność analizy danych pochodzących z portali społecznościowych. W czasach nieprzerwanego rozwoju mediów społecznościowych, jak Facebook czy Twitter, każda opinia w Internecie posiada swoją wartość. Szacuje się, że **70% internautów wymienia poglądy i opinie na portalach społecznościowych**. Opinie te mogą być istotne dla branży nieruchomości, ponieważ mogą zawierać preferencje, rekomendacje lub negatywne opinie na temat rozmaitych usług lub produktów. W erze Big Data istotną informacją jest wszystko, czym wymieniają się użytkownicy między sobą. Dzięki wykorzystaniu danych pochodzących z wirtualnych społeczności można szybko i efektywnie stworzyć bazę zagregowanej wiedzy. Wyzwaniem jest tworzenie narzędzi do analizy

ilościowej, ale również do analizy jakościowej (analizy danych pochodzących z nietypowych źródeł, np. fotografii). Jednym ze sposobów wykorzystania danych analitycznych może być tworzenie rozmaitych map (np. map potrzeb klientów). Zaletą Big Data jest również możliwość zbierania, przetwarzania i opracowywanie danych w czasie rzeczywistym. Dzięki perspektywie 360° zmienią się również dotychczasowe modele pracy (np. pracy biurowej).

TREND: Digitalizacja miast

Dzięki technologicznej presji przyspiesza **digitalizacja miast**. Tworzenie się sieciowej struktury metropolii dokonuje się głównie dzięki rozwojowi technologii cyfrowych. Informatyzacja usług publicznych i biznesowych, która coraz częściej postrzegana jest jako rozwojowa konieczność, powoli staje się standardem. Proces wirtualizacji zmienia nie tylko charakter naszego funkcjonowania w różnych obszarach rzeczywistości, ale przekształca samą rzeczywistość. Dzięki nowoczesnym technologiom zmienia się sfera społeczna, gospodarcza i kulturalna.

Wirtualizacja rzeczywistości wiąże się również z nowymi formami uczestnictwa obywateli w życiu publicznym, które mają wyraźne odbicie w strukturze sieci wirtualnej (organizowanie życia przez i dzięki sieciom społecznym). Wszystko to sprawia, że rzeczywistość staje się interaktywna, poszerza się o świat wirtualny, przekształca się w hybrydę świata rzeczywistego i cyfrowego. Zaś uczestnictwo obywateli w świecie opisuje się coraz w kategoriach konwergencji fizyczności i wirtualności.

TREND: Model XaaS

Proces digitalizacji miast ma olbrzymie znaczenie dla rozwoju rynku nieruchomości. Sprzyja przede wszystkim **nowoczesnemu zarządzaniu usługami**. Czyni je bardziej przejrzystymi dla użytkownika oraz dostarcza nowych narzędzi promocji. Pomaga również w lepszym zarządzaniu danymi dotyczącymi rynku nieruchomości. Digitalizacja i umiejętność zarządzania danymi staje się jednocześnie jednym z ważniejszych wyzwań współczesnych firm i przedsiębiorstw z branży nieruchomości. Jednym ze skuteczniejszych rozwiązań pomagających sprostać temu wyzwaniu jest model **XaaS (wszystko jest usługą)**. Model XaaS jest jednym z najlepszych sposobów umożliwiających organizację i aktywne zarządzanie danymi przedsiębiorstwa. Pozwala zarządzać danymi w sposób niezależny od zarządzania „nośnikiem danych”, jakim są aplikacje i infrastruktura sieciowa. Staje się tym samym jednym z lepszych (tańszych i efektywniejszych) sposobów na zarządzanie danymi.

Model XaaS zaczyna obejmować już sektory, takie jak bankowość, usługi finansowe i ubezpieczenia, informatyka i telekomunikacja, produkcja, ochrona zdrowia. Nie istnieją powody, by sądzić, że proces ten nie obejmie branży nieruchomości, która na tym polu ma dużo do nadrobienia. Transformacja cyfrowa oraz serwicyzacja danych **sprzyjają integracji różnych obszarów funkcjonowania firm i przedsiębiorstw, a także zwiększa wydajność pracy**. Podstawowym problemem związanym z serwicyzacją danych jest jednak umiejętność monetyzowania danych pochodzących od klientów. Dane są dzisiaj nowym paliwem, a firmy potrafiące je wykorzystać zyskują znaczące przewagi konkurencyjne. Proces „utowarowienia” danych, wspierany przez rozwój ekonomii behawioralnej i afektywnej informatyki, może zapewnić firmom z branży nieruchomości zdolność lepszego zrozumienia potrzeb

konsumentów. Zdaniem wielu analityków wchodzimy w świat bardziej precyzyjnego i wyrafinowanego marketingu, w którym rozmaite branże lepiej niż dotychczas wykorzystują dane bezpośrednio pochodzące od klientów.

Dane stają się usługą. Holenderski startup GeoPhy wykorzystuje algorytmy sztucznej inteligencji do szybkiej i bardziej obiektywnej wyceny nieruchomości. Dane pochodzą ze źródeł publicznych i prywatnych, w tym zdjęć satelitarnych. Program analizuje szereg ogólnie dostępnych danych, takich jak historie sprzedaży, powiązania między cenami i danymi demograficznymi, a nawet liczbę punktów usługowych (np. kawiarni) w pobliżu nieruchomości, wskaźniki przestępczości lub dostępność terenów zielonych. Startup koncentruje się głównie analizie nieruchomości komercyjnych, choć planuje, żeby rozszerzyć swoją działalność na rynek mieszkaniowy.

Wirtualizacja rzeczywistości umożliwia tworzenie **cyfrowych ekosystemów**. Cyfrowy ekosystem to nowy sposób tworzenia wartości. Powstaje w wyniku możliwości, jakie otwierają cyfrowe technologie. Umożliwia łączenie elementów, których wcześniej prawdopodobnie w ogóle nie można było połączyć, np. usług zespolonych i skoncentrowanych (np. w zakresie służby zdrowia lub usług transportowych). Jednym ze współczesnych wyzwań jest przechodzenie do świata hipertężności, w którym o wiele łatwiej tworzyć połączenia pomiędzy różnymi elementami w różnych organizacjach w wielu miejscach na świecie. W ten sposób przestaną istnieć jakiegokolwiek granice informacyjne, co zmieni w sposób zasadniczy sposób myślenia o informacji, pracy czy modelach biznesowych. Cyfrowe ekosystemy umożliwiają nie tylko tworzenie wartości na wielką skalę, ale także w ekonomiczny sposób. Dzięki wykorzystaniu cyfrowych ekosystemów może odbywać się to w sposób bardzo spersonalizowany, kontekstowy, dopasowany do poszczególnych klientów.

Praca z cyfrowymi ekosystemami staje się wyzwaniem dla przedsiębiorstw. Dzięki rozwojowi cyfrowych ekosystemów pojawiają się nowe zjawiska. Jednym z nich jest zjawisko **cloud-computingu (chmurowego modelu zarządzania danymi)**.

Zarządzanie danymi w chmurze zwiększa bezpieczeństwo danych. Sprawia również, że dostęp do zasobów informacyjnych firm i przedsiębiorstw jest łatwy i szybki. Daje również przedsiębiorcom większe możliwości skorzystania z nowych funkcjonalności i rozwiązań technicznych. Decyzja o wykorzystaniu modelu chmurowego jest również powodowana chęcią optymalizowania wydatków inwestycyjnych i operacyjnych. Chmurowy model zarządzania danymi uwalnia od ponoszenia kosztów zakupu i utrzymania kosztownej infrastruktury sieciowej. Wiele wskazuje na to, że cloudcomputing stanie się (i coraz częściej staje się) istotnym elementem funkcjonowania firm i przedsiębiorstw. Zwłaszcza w sytuacji cyfrowej transformacji rynku pracy oraz upowszechnianiu się modelu pracy zdalnej.

TREND: Cyfrowe bliźniactwo

Przyszłościowym rozwiązaniem związanym z cyfrową transformacją biznesu, które coraz powszechniej wkracza w rozmaite obszary naszej aktywności, jest tzw. **cyfrowe bliźniactwo (Digital Doubles)**. Cyfrowy bliźniak to wirtualny model fizycznego procesu, produktu lub usługi (może to być na przykład wirtualny dom lub wirtualne biuro, albo wirtualny doradca), **cyfrowa kopia tego, co istnieje realnie**. Choć jest on stosowany przede wszystkim jako narzędzie przemysłowe, coraz więcej branż zastanawia się nad wykorzystaniem cyfrowego bliźniactwa w swoich działaniach. Ostatnio trwają prace nad stworzeniem nowego rodzaju usług doradczych, które zautomatyzują cały proces doradztwa, zapewniając jednocześnie wysoki poziom bezpieczeństwa i kompleksowości. Niektórzy analitycy wskazują na potencjał cyfrowego bliźniactwa prorokując, że w niedalekiej przyszłości możemy oczekiwać, że nasze życie będzie zarządzane przez cyfrowe sobowtóry, które będą dbały o nasze sprawy lepiej niż my dotychczas. Wskazując najlepsze rozwiązania, staną się strażnikami naszego cyfrowego życia.

Cyfrowe bliźniaki w reklamie. Coraz częściej mówi się o wykorzystywaniu mechanizmu cyfrowego bliźniactwa w marketingu i reklamie. Połączenie technologii i techniki filmowej ma otworzyć nowe możliwości przed działalnością komercyjną, również na rynku nieruchomości. Superpersonal to aplikacja wykorzystująca algorytmy sztucznej inteligencji do zmiany twarzy w hiperrealistyczny obraz cyfrowy. W opinii wielu analityków, tego rodzaju aplikacje mogą w sposób znaczący usprawnić i uatrakcyjnić (spersonalizować) treści reklamowe oraz nadać nowy wymiar kampaniom marketingowym (mówi się głównie o „redefinicji lokowania produktu”).

TREND: Internet Zachowań

Innym sposobem wykorzystania technologii w biznesie jest implementacja technologii określanej potocznie **chodzące kody kreskowe (Walking Barcodes)**. Zdaniem wielu analityków technologii, nasze cechy fizyczne coraz częściej odczytywane są przez algorytmy sztucznej inteligencji. Technologia maszynowego rozpoznawania naszych cech staje się coraz bardziej powszechna, naszą twarz można zeskanować jak kod kreskowy. Nasze ciała powoli stają się naszymi sygnaturami, a wszystkie nasze zachowania i działania, analizowane przez rozmaite czujniki rozpoznawania mowy i ciała pozostawiają rzeczywisty lub cyfrowy ślad. Budzi to spore kontrowersje i powoduje wiele obaw wśród obywateli. Niektóre miasta (np. San Francisco) zakazują używania tego rodzaju technologii, uzasadniając swoje decyzje dbałością o respektowanie praw człowieka. Znaczący technologia zauważają jednak, że od tego rodzaju technologii nie ma już odwrotu. Wskazują jednocześnie, że istnieje pozytywna strona tego zjawiska. Ich zdaniem, rozpoznawanie mowy, twarzy lub ciała może przyczynić się do ulepszenia wielu usług. Można ją wykorzystać do tworzenia wirtualnych (rozszerzonych) miejsc pracy, które dostarczą wrażeń zbliżonych do rzeczywistych. Mogą również przyczynić się do lepszego projektowania przestrzeni, a także większego spersonalizowania treści reklam i przekazów marketingowych

Przyrost danych, który dokonuje się w ostatnich latach można przyrównać do olbrzymiej eksplozji, której skutki obejmują wszystkie obszary naszego życia. Przyczyną tej eksplozji jest rozwój Internetu i technologii internetowych (np. IoT), które nieustannie i w czasie rzeczywistym dostarczają niewyobrażalne ilości nowych danych. Są one również narzędziami agregującymi i analizującymi dane, które użytkownicy technologii, bardziej lub mniej świadomie, zostawiają w różnych miejscach w sieci. Nasze prywatne

urządzenia oraz aplikacje, z których korzystamy, przekazują dane osobiste o naszych potrzebach, preferencjach i zachowaniach. Choć mamy coraz większą świadomość, że „darmowe” korzystanie z wielu rozwiązań nie jest wcale darmowe (płacimy za nie danymi), ciągle narażamy się na wykorzystywanie naszych danych w rozmaitych celach (np. do zmiany naszych nawyków i postępowania). **Internet zachowań** to trend, który pozwala analizować dane w celu wykorzystania ich do **wpływania na zachowania konkretnych konsumentów**. Dzięki danym staje się możliwe profilowanie klientów i wpływanie na podejmowane przez nich decyzje. Choć Internet zachowań budzi wiele kontrowersji, wykorzystywany jest przez największe firmy z branży IT. Wykorzystując Internet zachowań należy pamiętać, że stosowanie go wymaga wiele rozważań i dojrzałości.

Możliwość uzyskania wiedzy o klientach oraz właściwego z niej korzystania pozwala skutecznie konkurować na współczesnym rynku. Można nawet powiedzieć, że jest jednym z kluczowych warunków skuteczności biznesowej. Szansą na uzyskanie takiej wiedzy jest możliwość wykorzystania dużych zbiorów danych do tworzenia tzw. **jednego źródła wiedzy o kliencie**. Analiza dużych zbiorów danych przekracza jednak możliwości wielu firm i przedsiębiorstw (o ile w ogóle przywiązują one wagę do danych o klientach). Żeby im w tym pomóc powstała technologia **blockchain**, która służy przechowywaniu i dystrybuowaniu informacji o transakcjach zawieranych w Internecie. Blockchain to olbrzymia zbiorowa księga rachunkowa wszystkich transakcji w wersji cyfrowej. Są one ułożone w postaci następujących po sobie bloków danych, a każdy z nich jest nośnikiem informacji o konkretnej zdefiniowanej liczbie transakcji. Technologia blockchain wykorzystuje sieci **peer-to-peer**, dzięki czemu nie potrzebuje centralnych komputerów zarządzających danymi. Dostęp do niej może mieć każdy komputer podłączony do sieci, a koszty jego funkcjonowania są nieporównywalnie niższe z innymi znanymi systemami.

Technologia blockchain do tej pory kojarzona była zazwyczaj z rynkiem kryptowalut. Ostatnio jednak zaczyna się ją wykorzystywać w innych obszarach: ułatwia i zwiększa bezpieczeństwo transakcji online, usprawnia transport towarów, pomaga zwiększyć bezpieczeństwo w branży gier komputerowych, optymalizuje funkcjonowanie systemów ochrony zdrowia (m. in. dystrybucja danych medycznych), a także zwiększa bezpieczeństwo spożywanej przez nas żywności (może zawierać informacje o ich bezpieczeństwie, autentyczności, a nawet o śladzie węglowym i wodnym). Wielu analityków stwierdza, że blockchain pełni we współczesnej gospodarce rolę strażnika oraz gwaranta jawności i bezpieczeństwa transakcji, dlatego jego znaczenie będzie ciągle rosnąć. Blockchain będzie stopniowo obejmował swoim zasięgiem coraz więcej branż. Obecnie trwają prace nad wykorzystaniem łańcucha bloków, jako księgi rachunkowej w bankowości, systemie uwierzytelniania dokumentów, podpisu cyfrowego w administracji państwowej i zapisu notarialnego.

Blockchain poza kryptowalutą. Omański startup Cubex Global wykorzystuje technologię blockchain do obliczania ilości niewykorzystanej przestrzeni kontenerowej na trasach statków towarowych. Każdy, kto korzysta z rozwiązania zaprojektowanego przez startup może kupować lub sprzedawać powierzchnię kontenerową w dowolnym miejscu. Rozwiązanie pozwala zmniejszyć emisję CO₂ o 20% dzięki optymalizacji wykorzystywanej w transporcie morskim przestrzeni transportowej, ogranicza również straty spowodowane złym wykorzystaniem przestrzeni transportowych (co roku tracimy ok. 25 miliardów dolarów na „transportowaniu pustej przestrzeni”).

Technologię blockchain wykorzystuje również platforma Supp, która łączy wysoko wykwalifikowanych pracowników branży hotelarskiej z pracodawcami. Zadaniem platformy jest rozwiązanie dwóch największych problemów branży:

właściwego ustalania harmonogramów zmian oraz uczciwego wynagrodzenia pracowników. Aplikacja skierowana jest głównie do pracowników chcących mieć większą kontrolę nad harmonogramem pracy, ma również pomóc firmom w rozwiązywaniu problemów kadrowych. Umożliwia też menadżerom publikowanie ofert pracy oraz poszukiwanie wykwalifikowanych pracowników w krótkim czasie, a dzięki przejrzystym kryteriom wyszukiwania ma się przyczynić do ograniczenia „czarnego rynku” w branży hotelarskiej.

Technologia blockchain jest również wykorzystywana do wyboru pośredników nieruchomości. Firma Nobul Corporation oferuje usługę wyszukiwania najlepszych pośredników na podstawie recenzji i systemu dopasowania. Firma wykorzystuje technologię blockchain do zarządzania umowami, która zapewnia transparentność zarówno funkcjonowania rynku pośredników nieruchomości, jak i działań konkretnych pośredników.

Digitalizacja przyspiesza rozwój wielu technologii służących śledzeniu i monitorowaniu. Wielu analityków widzi w tym olbrzymie zagrożenie dla naszej prywatności. Niektórzy wprost piszą wręcz o **końcu prywatności**. Obawy dotyczą przede wszystkim tego, jak dane zdobywane za pomocą tych technologii będą wykorzystywane przez rządy czy biznes. Czy będą podlegały ścisłej ochronie, czy będą przedmiotem nieuczciwej wymiany. Wielu z nas ma świadomość, że utrata prywatności jest kosztem, który płacimy za rozwój technologiczny. Jednocześnie chcemy mieć pewność, że nasze dane nie trafią w niepowołane ręce. Zwiększy to popyt na usługi związane z bezpieczeństwem, wymusi również konieczność przemyślenia dotychczasowych strategii funkcjonowania firm i przedsiębiorstw. Bezpieczeństwo, w każdym wymiarze naszego funkcjonowania, stanie się kluczową wartością

Bezpieczeństwo ma również inną odstonę. Bezpieczeństwo coraz częściej kojarzone jest z **transparentnością** we wszystkich kluczowych obszarach rzeczywistości. We współczesnym świecie rosną oczekiwania wobec przejrzystości. Chcemy wiedzieć coraz więcej o wszystkim, co dotyczy naszego życia. Chcemy wiedzieć, ale też posiadamy narzędzia, żeby zdobywać wiedzę, która sprzyja podejmowaniu przez nas rozmaitych decyzji, w tym decyzji klienckich. rosną oczekiwania klientów dotyczące wiedzy o funkcjonowaniu firm i przedsiębiorstw. Dążymy do zdobywania szczegółowych informacji dotyczących funkcjonowania firm lub branż oraz oferowanych przez nie produktów i usług. W obszarze zainteresowania pojawiają się coraz częściej kwestie środowiskowe i działania w zakresie poszanowania praw człowieka. Stosowanie przez firmy i przedsiębiorstwa polityki transparentności może pomóc w budowaniu tożsamości marki, ale również w podnoszeniu jej wartości.

Wnioski:

- Następuje proces decentralizacji i automatyzacji wielu procesów i rozwiązań
- Transformowanie wszystkich elementów rzeczywistości na dane, które są podstawą tworzenia nowych usług
- Każdy biznes zaczyna być rozumiany jako usługa
- Konsumenci przyzwyczajają się z jednej strony do utraty prywatności, z drugiej do większej transparentności

OBSZAR:

**Rynek nieruchomości
i nowa propozycja
wartości.**

**Klientocentryzm na
rynku nieruchomości.**

Trudno nie zauważyć, że modele rozwoju ekonomicznego podlegają nieustannym przekształceniom. Okres pandemii sprawił, że zmienił się sposób dystrybucji dóbr i usług. Globalne łańcuchy dostaw okazały się niezwykle kruche, co spowodowało zaburzenia w dostawach, zwłaszcza dostarczaniu żywności. Deficyt dóbr sprawił, że zaczęliśmy kupować mniej, ale bardziej świadomie. Kupowaliśmy tyle, ile potrzebowaliśmy oraz to, co było nam potrzebne. Rynek w sytuacji utrudnień spowodowanych pandemią COVID-19 okazał się **rynkiem chwili bieżącej**, miejscem, w którym szybki i łatwy dostęp do dóbr i usług stał się zasadniczym wyznacznikiem działań rynkowych. Nowe rozwiązania ujawniły olbrzymi potencjał ekonomiczny ludzi. To, co niektórzy utożsamiali z kryzysem, dla innych stało się szansą. Patrząc na wiele rozwiązań, które powstały w okresie pandemii, można zaryzykować stwierdzenie, że mogą one stanowić inspirację dla daleko idących zmian we współczesnej gospodarce. Zmiany te wpisują się w pewien model, który można określić mianem **gospodarki potrzeb (Economy of Needs)**, na którą składają się trzy zasadnicze elementy – bezpieczeństwo, wygoda i zaspokajanie rzeczywistych potrzeb. Gospodarka potrzeb to gospodarka usług, system kontrolowany przez **konsumentów, którzy oczekują, że rynek dostarczy im tego, czego chcą, w sposób szybki, łatwy i przyjemny**. W gospodarce potrzeb wygoda staje się jednym z najważniejszych motywów aktywności konsumenckiej. Zmusza to usługodawców do spełnienia kilku istotnych warunków. Po pierwsze, wszystkie systemy muszą być połączone. Po drugie, należy zainwestować w systemy gromadzenia i przetwarzania danych. Po trzecie, należy stworzyć i rozwijać **kulturę doświadczeń klientów (Customer Experience Culture)**.

Współczesny rynek zaczął określać się nowymi wartościami, takimi, jak czas i lokalizacja. Rozwój technologii mobilnych w ekonomii sprawił, że do pożądaných wartości możemy docierać szybko i łatwo, mając szybki dostęp do każdej lokalizacji. Znaczenie miejsca

i czasu we współczesnej ekonomii zdominowanej przez technologię mobilne uległo znaczącej zmianie. Wszystko, czego potrzebujemy możemy dostać już i w tym miejscu, w którym się obecnie znajdujemy. Wyzwaniem współczesnego rynku będzie dostosowanie się do identyfikacji i wykorzystania „rynkowego momentu”. Żeby to zrobić, firmy muszą nauczyć się dostarczać tego, czego chcą ludzie, powinny umieć dostosowywać się do coraz bardziej spersonalizowanych potrzeb klientów i użytkowników. Jednocześnie walutą na współczesnym rynku przestają być wyłącznie pieniądze i dobra materialne. Coraz częściej klienci zwracają uwagę na wartości niematerialne, jako kluczowy wyróżnik przy podejmowaniu swoich decyzji. Wśród najważniejszych wartości, które służą uzasadnieniu decyzji rynkowych wymienia się zaufanie. To ono stanowi jeden z głównych motywów podejmowania decyzji przez klientów. Nie trudno się domyślić, że zyskanie zaufania konsumentów wymaga przejrzystości. Współczesny rynek musi stawać się bardziej transparentny ze względu na wartości i przekonania klientów, a przekazywane treści marketingowe i promocyjne muszą być wolne od deformacji i dezinformacji. Klienci zaczęli wpływać na tworzenie się nowej klientocentrycznej kultury rynkowej, w której produktem są prawdziwe informacje dotyczące produktów i usług. Tę nową kulturę kliencką można określić mianem **ryнку rekomendacji**. Jej istotą jest możliwość szybkiego dostępu do informacji na temat wybranych produktów i usług. Przy okazji, wielość, różnorodność i spersonalizowany charakter tych informacji pozwala przygotować wiarygodną opinię na temat pożądanej wartości. Swoista „obsesja autentyczności” powoduje, że przekazywane przez marki treści tworzone są często przez zwyczajnych ludzi (mikroinfluencerów) oraz ich autentyczne doświadczenia. Tworzy się swoisty **rynek autentyczności**, który premiuje prawdziwe doświadczenia i na nich buduje lojalność konsumencką. Przejrzystość sprawia również, że wiele firm ujawnia stosowane przez siebie procesy, stając się transparentnymi dla klientów, budując w ten sposób zaufanie do swoich produktów lub usług.

Wszystkie te procesy oddziałują w sposób widoczny na rynek nieruchomości. Zjawiskiem, które zaczyna na niego oddziaływać jest proces **serwicyzacji** (transformacja modelu produktowego do modelu usługowego). Serwicyzacja na rynku nieruchomości oznacza bardziej elastyczne podejście do nieruchomości. W branży nieruchomości zostało ono spowodowane głównie pandemią COVID-19, która wpłynęła na preferencje klientów firm branży nieruchomości (np. krótkotrwałe najem nieruchomości spowodowany kwarantanną, wynajmowanie nieruchomości komercyjnych na potrzeby ochrony zdrowia, etc.). Konieczność elastycznego podejścia do nieruchomości dotyczy zarówno rynku komercyjnego (np. opustoszałe przestrzenie biurowe) i rynku mieszkań prywatnych (wzrost zapotrzebowania na mieszkania zapewniające komfort w okresie izolacji spowodowanej pandemią). Na dzisiejszym rynku nieruchomości liczy się coraz bardziej nie tyle sama nieruchomość, co usługa związana z jej nabyciem lub użytkowaniem.

Ta zmiana preferencji może oznaczać olbrzymie zmiany w branży nieruchomości. Coraz częściej mówi się o zjawisku **RE-a-a-S (Real Estate as a Service)**, które może wpłynąć na wszystkie obszary branży. Choć najwyraźniej tendencję serwicyzacyjną widać w obszarze przestrzeni coworkingowych, zaczyna ona dotyczyć wielu innych rodzajów nieruchomości (np. biur, przestrzeni handlowych, a nawet mieszkań i domów prywatnych). Wielu analityków wskazuje również, że spadające stopniowo oczekiwania dotyczące posiadania nieruchomości na własność (zwłaszcza w pokoleniu millenialsów i „zetek”) przyspieszy serwicyzację na rynku nieruchomości. Coraz częściej mówi się też o **subskrypcyjnych modelach** korzystania z nieruchomości (rozważa się również wprowadzenie leasingu), który umożliwiłby korzystanie z nieruchomości zgodnie z aktualnymi potrzebami życiowymi klientów i dostosowywałby je do właściwego dla nich etapu życia. Modele subskrypcyjne powstają jako synergia cyfryzacji i rozwiązań oferowanych przez ekonomię współdzielenia i posiadają wiele zalet. Do najważniej-

szych można zaliczyć dostępność na żądanie oraz możliwość pła-
cenia za rzeczywiste korzystanie z rozwiązań. Modele subskrypcyj-
ne w znaczący sposób upraszczają model użytkowania, ponieważ
większość zadań przerzucają na właścicieli rozwiązań, a nie na
jego użytkowników. W ten sposób otwiera się nowa przestrzeń dla
funkcjonowania branży nieruchomości, przede wszystkim zaś dla
pośredników.

Zarządzanie nieruchomościami jako nowa usługa. Trendem,
który od wielu lat utrzymuje się na rynku nieruchomości jest
inwestycyjny zakup nieruchomości. Zakup nieruchomości
okazuje się dla wielu inwestorów najlepszym sposobem
lokowania kapitału. Jednak zarządzanie nieruchomościami
okazuje się sporym problemem. Dlatego na rynku nieruchomości
coraz częściej powstają nowe usługi, których funkcja jest
administrowanie nieruchomościami.

Interesującym przykładem serwityzacji na rynku nieruchomości
może być również pomysł sprzedawania „udziałów” w
nieruchomościach komunalnych najemcom. Robi tak startup
Rhove, który daje najemcom możliwość ubiegania się o udziały
w wynajmowanych nieruchomościach za każdy rok mieszkania
w budynkach, a także możliwość zakupu dodatkowych
udziałów w nieruchomości. Firma oszacowała, że millenialsi
i reprezentanci pokolenia „z” nie będą mieli szansy na zakup
własnej nieruchomości. Takie rozwiązanie przybliży i urealnia
więc możliwość zakupu własnego lokum w przyszłości.

Wielu analityków (np. *Antony Slumbers*, członek zarządu *CRETech*
i mentor w MetaProp RE200, albo *Lital Marom*, Prezes *UNFOLD Me-*
dia, albo *Ed Walter*, CEO *Urban Land Institute*) branży nierucho-
mości, którzy w serwityzacji dostrzegają szansę dla jej rozwoju,
wskazuje również na potrzebę wykorzystania przestrzeni, które
opustoszały w trakcie pandemii. Już dzisiaj pojawiają się part-

nerstwa firm z różnych branż, których oferta polega na optymalizowaniu lub zmianie przeznaczenia „uwolnionych” przez pandemię COVID-19 przestrzeni.

Procesy serwityzacyjne wpływają na przekształcenia w wielu obszarach współczesnej gospodarki. Dotyczy to między innymi wpływu klientów na współczesny rynek. To klienci w coraz większym stopniu wyznaczają kierunki działań biznesowych, decydując tym samym o dynamice innowacji rynkowych. Współczesny klient jest dobrze poinformowany i w dużej mierze świadomy swoich oczekiwań. Coraz częściej domaga się zaspokajania indywidualnych, dalece spersonalizowanych potrzeb. Chce, żeby jak najszybciej rozwiązywać jego problemy, a także zaspokajać jego obecne, ale też przyszłe potrzeby. Żeby utrzymać się na rynku firmy i przedsiębiorstwa będą musiały dostosować się do nowej sytuacji. Będzie to od nich wymagało nabycia umiejętności wykorzystywania danych o potrzebach klientów do zarządzania ich doświadczeniami. Będą one musiały również przyjąć postawę proaktywną, żeby szybko i precyzyjnie reagować na oczekiwania klientów.

TREND: Klientocentryzm

Klientocentryzm w branży nieruchomości wymusi konieczność dostosowania oferty nieruchomości do coraz szybciej zmieniających się oczekiwań klientów. Spowoduje również zmianę podejścia do ich obsługi. Pojawienie się modelu klientocentrycznego jest efektem gospodarki doświadczeń, w której kładzie się silny nacisk na dostarczanie doświadczeń. Klienci coraz częściej poszukują emocji i przeżyć, które stają się istotnym dodatkiem do pożądaných produktów czy usług. Tym samym doświadczenie i satysfakcja okazują się głównym motywem i podstawowym źródłem wartości współczesnej gospodarki. Głównym celem działalności rynkowej staje się tym samym umiejętne projektowanie doświadczeń klientów, a więc zarządzanie wrażeniami, jakie towarzyszą aktywności ekonomicznej. Projektowanie doświadczenia jest jednocześnie sposobem budowania poczucia szczęścia i satysfakcji wśród uczestników działań rynkowych. W gospodarce doświadczeń liczą się zarówno doświadczenia „analogowe” i „cyfrowe”, dlatego należy pamiętać o zaspokajaniu oczekiwań i potrzeb związanych z technologią cyfrową, tzw. **cyfrowych doświadczeń klienta (Digital Customer Experience)**. Klienci coraz częściej kierują się standardami wyznaczonymi przez technologię, budując swoje doświadczenia w oparciu o rozwiązania technologiczne (np. automatyzacja działań obsługi klienta, wirtualni doradcy, wykorzystanie IoT czy rozszerzonej rzeczywistości, etc.). Automatyzacja i cyfryzacja usług może ułatwić firmom i przedsiębiorstwom z branży nieruchomości łatwiejsze zaprojektowanie i zarządzanie cyfrowymi doświadczeniami klientów. Przyszłość zależy więc od umiejętności dostosowania modeli biznesowych do potrzeb klienta i pracownika, a także umiejętnego wykorzystania technologii do zarządzania doświadczeniami klientów

Na współczesnym rynku ważne są nie tylko obecne potrzeby klientów, ale również ich przyszłe oczekiwania i aspiracje. Coraz częściej klienci będą oczekiwać, że firmy i przedsiębiorstwa będą o krok do przodu z rozwiązaniami, które mogą zaspokoić ich przyszłe potrzeby. Będą oczekiwać czegoś więcej niż produktów i usług, które będą atrakcyjne przez dziesięciolecia. Kupią produkt i usługę wierząc, że będą one dostosowane do aktualnych potrzeb i oczekiwań. Aby utrzymać dotychczasowych i zdobyć nowych klientów, firmy i przedsiębiorstwa będą musiały nauczyć się przewidywać potrzeby klientów i proaktywnie na nie reagować. Otwiera to nowe pole do działania dla firm marketingowych, których zadaniem będzie koncentrowanie się na „przewidywaniu” przyszłych potrzeb klientów oraz dostosowywaniu do nich strategii marketingowych i działań promocyjnych. Firmy marketingowe będą zobowiązane do śledzenia wszystkich zmian pojawiających się na rynku, będą również musiały nauczyć się prognozować, w którą stronę będą podążali klienci. Aby sprostać przyszłym oczekiwaniom klientów firmy i przedsiębiorstwa będą musiały wykorzystywać zarówno duże zbiory danych, jak również badania jakościowe, które dostarczą pogłębionej wiedzy o klientach oraz ich konkretnych potrzebach. Kluczowe będzie również wykorzystywanie rozmaitych analiz predykcyjnych i technik kreatywnych.

Podsumowanie raportu



Michał Dziermański

Communication Manager Freedom Nieruchomości

Z każdym raportem jest tak, jak ze szkoleniami i kursami — mają realną wartość, jeśli zainspirują do zmian, albo wiedza z nich wyniesiona przekuje się w konkretne działania. Naszym zamiarem było te inspiracje dostarczyć Wam w możliwie najprostszej i jak najmniej przekombinowanej formie. Mamy nadzieję, że sprostaliśmy zadaniu i że informacje, które zdobyliście w trakcie lektury, będą dla Was przydatne.

Za przemyślanymi decyzjami — a wiele z nich w 2021 będzie wymagało naprawdę dużej odwagi — powinny stać wiedza i płynąca z niej pewność. W czasach, w których przyszło nam funkcjonować, niewiele można zostawiać przypadkowi. Jedyna nadzieja z kolei, którą należy mieć, to ta, że jak najwięcej wróci do normy. Niemniej jednak, póki każdy kolejny tydzień stawia przed nami nowe wyzwania, pracujmy na danych, pamiętając jednocześnie o trendach, które już rosną w siłę na świecie. To pomoże nam stawiać pewne kroki.

Dziękujemy Wam, że poświęciliście czas, aby ten raport przeczytać. Dziękujemy też wszystkim autorom, którzy podzielili się swoim doświadczeniem, dzięki czemu ta publikacja zyskała naprawdę praktyczny wymiar. Z tego miejsca możemy obiecać, że nie jest to ostatnia tak rozbudowana pozycja czytelnicza, którą w tym roku zamierzamy się z Wami podzielić.

Freedom
nieruchomości

