

Kaj prinašata vizualizacija in digitalizacija nepremičninskega sveta

Vesna Levstek,

Nepremičnine plus, d. o. o., v sodelovanju s PRO IND, d. o. o.

Rešitve sodobne digitalne tehnologije se širijo tudi v nepremičninski posel. Recimo virtualni sprehodi po nepremičninah iz udobja lastne dnevne sobe, ki so lahko zelo zanimiva izkušnja in odlična priprava na resničen ogled nepremičnine »v živo«, so že ena takšnih sodobnih rešitev. V zadnjih letih se je tudi na slovenskem trgu pojavilo nekaj ponudnikov izdelave virtualnih predstavitev nepremičnin. Seveda tehnologija napreduje z izredno hitrostjo in vrtenje po vsakem prostoru nepremičnine posebej je preraslo v pravi sprehod po stanovanju, z ogledom podrobnosti iz vseh smeri in zornih kotov kadar koli in od koder koli.

Ne samo pri trženju in predstavitvi nepremičnine morebitnemu kupcu, tehnologija je nadvse uporabna tudi v gradbeništvu, notranjem opremljanju in inženiringu. Povezovanje z interaktivnimi zemljevidi in uporaba 3D-očal s 360-stopinjsko predstavitvijo nepremičnine prinašata povsem novo dimenzijo ogleda. Potencialnemu kupcu ni treba usklajevati terminov ogleda, izgubljati časa za pot do oglaševane nepremičnine, o njej si lahko ustvari mnenje brez vplivov prodajalca (lastnika ali posrednika) in vsako podrobnost si lahko ogleda vedno znova.

Mednarodno združenje nepremičninskih posrednikov (NAR) je opravilo medgeneracijsko raziskavo, ki je razkrila, da so kupci nepremičnin, bolj kot kdaj prej, naklonjeni iskanju svojega novega doma po spletu. Po raziskavi je leta 1981 svojo pot iskanja in nakupa nepremičnine 22 odstotkov kupcev stanovanj začelo s prebiranjem nepremičninskih oglasov v časopisu, 8 odstotkov pa jih je za vir informacij uporabilo svoje znance in prijatelje. Danes (podatki iz leta 2016) skoraj polovica kupcev iskanje nepremičnine začne z brskanjem po spletu in kar 95 odstotkov jih iskanje tam tudi nadaljuje. Po podatkih raziskave o virih nepremičninskega marketinga, ki jih kupci iščejo in na podlagi katerih se odločajo, še vedno prevladujejo fotografija (89 %) in podrobne informacije o nepremičninah (85 %), zelo pa napredujejo tudi virtualni ogledi (50 %). Informacije, ki jih dobijo o soseski, in interaktivni zemljevidi so viri nepremičninskega marketinga v nekaj več kot 40 odstotkih primerov.

Svet, v katerem živimo, se digitalizira in iskanje ter raziskovanje nepremičninskega sveta ni izjema. Tehnologija nam omogoča primerjavo nepremičnin in hiter pregled ponudbe na trgu po izbranih kriterijih. Večino primerjav trga in priprav današnji kupec opravi že pred vzpostavljenim prvim kontaktom z nepremičninskim posrednikom. Proces iskanja in spoznavanja trga ter vzpostavljanje kontaktov se sicer res začne v navideznem svetu, vendar se kupci nepremičnin po nasvet še vedno in vedno pogosteje obračajo na zaupanja vrednega, verodostojnega in izkušenega posrednika. Razlika med današnjim in »včerajšnjim« kupcem je v tem, da današnji kupci v proces vstopajo veliko bolj izobraženi, zahtevnejši in natančnejši, bolj so seznanjeni s trgom, zakonodajo in procesi ter vedo, kaj za določeno kupnino lahko pričakujejo od nepremičnine in kaj za plačilo posredovanja od nepremičninske družbe ali agenta.

Tudi zato mora posrednik slediti tehnologiji, se prilagajati ter poznati želje in potrebe potencialnih strank. Ogledi, vzpostavljanje stika, vodenje procesa prodaje in komunikacija po mobilnih telefonih,

tabličnih računalnikih in drugih digitalnih napravah, napredne spletne strani in računalniška tehnologija so med sodobnimi izzivi vsakdana nepremičninskega posredovanja.

Virtualni ogledi so gotovo tehnologija, ki bo nadomestila marsikateri klasičen ogled nepremičnine. Število zamudnih in neplodnih ogledov se z dobrimi spletnimi predstavitvami in kakovostnimi vnaprej podanimi informacijami nedvomno zmanjšuje.

Tehnologija, ki z digitalnim podpisom omogoča tudi podpisovanje listin, plačevanje kupnine in komunikacijo z elektronsko zemljiško knjigo, omogoča hitrejše poslovanje, ki ni vezano na hkratno prisotnost vpletenih v kraju in času. Hkrati pa ta lahko omogoča manipulacije in spletne goljufije, ki jim bo treba nameniti posebno previdnost in pozornost. Obenem nam digitalizacija krade možnost interaktivnih odnosov, pogovora in čustvovanja. Prav čustva oziroma občutki pa so – ob tehtnem in preudarnem razmisleku – zelo pomembni pri odločitvi za nakup doma.

Kot na vseh drugih področjih je tudi pri prodaji oziroma nakupu nepremičnin smiselno napredno tehnologijo uporabiti in izkoristiti za udobnejšo, hitrejšo in kakovostnejšo doseganje cilja, obenem pa paziti, da ohranimo pristnost, pogovor in stik s samim sabo in okoljem, ki nas obdaja.