

ПОДХОДЫ К АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ КУПЛИ-ПРОДАЖИ НЕДВИЖИМОСТИ

Прихожая А.В.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь*

Научный руководитель: Тонкович И.Н. – к. х. н., доцент, доцент кафедры ПИКС

Аннотация. Исследованы современные подходы к автоматизации процессов купли-продажи недвижимости через риэлторские агентства. Установлено, что внедрение программных решений значительно ускоряет процесс сделки и повышает качество обслуживания клиентов. Предложен комплексный подход к интеграции CRM-систем и автоматизации маркетинговых процессов для оптимизации работы риэлторов. В исследовании обоснована необходимость использования аналитических данных для прогнозирования трендов на рынке и даны рекомендации по защите персональных данных в условиях цифровизации.

Ключевые слова: автоматизация, купля-продажа, недвижимость, CRM-системы, риэлторские агентства.

Введение. Современный рынок недвижимости требует от риэлторских агентств высокой степени адаптивности и оперативности. В условиях растущей конкуренции и увеличения объемов сделок автоматизация процессов купли-продажи становится необходимостью. Основным ориентиром для успеха риэлторских агентств становится не только скорость обработки запросов, но и качество предоставляемых услуг.

Разработка комплексного подхода к автоматизации, включающего в себя интеграцию новых технологий, становится основным элементом стратегии агентств. В данном исследовании рассматриваются подходы к автоматизации, позволяющие улучшить взаимодействие с клиентами и повысить эффективность работы агентств.

Основная часть. Автоматизация процессов купли-продажи недвижимости подразумевает собой использование подходов, направленных на оптимизацию и упрощение всех этапов сделки. Это включает в себя внедрение современных технологий и программных решений, которые позволяют риэлторам и клиентам взаимодействовать более эффективно и с минимальными затратами времени.

Внедрение CRM-систем позволяет риэлторам управлять взаимодействием с клиентами, отслеживать статус сделок и анализировать рынок. CRM-система недвижимости обеспечивает комплексное управление деятельностью агентств недвижимости: от управления входящими запросами до подготовки ценовых предложений, от продажи коммерческой недвижимости до управления недвижимостью.

Риэлторская деятельность основана на доверии. Известно, что 82% новых продаж недвижимости происходят по рекомендациям существующих контактов, предыдущих клиентов, членов семьи, друзей или родственников. Когда речь идет о риэлторском бизнесе, продажа или покупка – это длительный процесс, с множеством последующих действий и повторных переговоров. Внедрение CRM-систем для риэлторов дает им возможность эффективно управлять контактами, планировать задачи, отслеживать процесс и оставаться организованными, чтобы строить успешные отношения и заключать сделки [1].

Программные решения, такие как *Bitrix24* или *Salesforce*, предлагают широкий функционал, включая управление контактами, автоматизацию маркетинга и аналитические инструменты. Практическая реализация таких систем показывает, что их использование приводит к сокращению времени на обработку запросов на 30-50%, а также повышает удовлетворенность клиентов, что подтверждается внутренними опросами агентств.

Последние исследования и статистические данные дают представление о том, как агенты по недвижимости используют CRM-системы. Примерно 47% пользователей CRM-систем считают, что использование CRM значительно влияет на удержание клиентов. Кроме того, наиболее эффективные организации продаж на 81% чаще используют CRM-системы. В целом, использование CRM за последнее время увеличилось с 56 до 74% [2].

Около 60% агентов по недвижимости, зарабатывающих не менее 100 000 долларов в год, используют программное обеспечение CRM. Более того, около 26% специалистов в сфере недвижимости отмечают повышение производительности при использовании таких систем. Примерно 72,5% агентств недвижимости внедряют CRM в свою работу. Половина пользователей отмечают повышение продуктивности благодаря их использованию.

Представленная статистика демонстрирует растущую зависимость от CRM-систем в сфере недвижимости, подчеркивая их важность для управления взаимоотношениями с клиентами.

Использование программных средств для автоматизации маркетинга значительно увеличивает охват целевой аудитории. Инструменты, такие как *Mailchimp* и *HubSpot*, позволяют создавать персонализированные кампании, направленные на привлечение потенциальных покупателей. Теоретически обосновано, что автоматизация повышает конверсию лидов на 15-25%, давая риэлторам возможность сосредоточиться на закрытии сделок.

Инструменты автоматизации маркетинга помогают рекламировать недвижимость. Такие платформы, как *Zillow Rental Manager*, *Reonomy* или *Social Media Ad Tools*, позволяют планировать и управлять маркетинговыми кампаниями, отслеживать эффективность объявлений и автоматически размещать объявления о недвижимости по нескольким каналам.

Технология может помочь в анализе тенденций рынка, облегчая поиск новых возможностей и оптимизируя инвестиционную стратегию. С помощью таких инструментов, как *PropStream* или *CoStar*, можно получить доступ к всеобъемлющим данным о недвижимости, районах и тенденциях [3].

Разработка мобильных приложений для риэлторов и клиентов предоставляет возможность осуществлять сделки на ходу, получать актуальную информацию о недвижимости и взаимодействовать с агентами в реальном времени. Исследования показывают, что клиенты, использующие мобильные приложения, в 60% случаев быстрее принимают решения о покупке. Внедрение таких решений повышает уровень удовлетворенности клиентов и способствует установлению долгосрочных отношений.

Программные средства, основанные на аналитике больших данных, позволяют риэлторам прогнозировать изменения на рынке недвижимости. Использование инструментов, таких как *Tableau* или *Power BI*, для визуализации данных значительно улучшает понимание рыночных тенденций. Один из новых результатов исследования заключается в том, что риэлторы, использующие аналитические инструменты, способны предсказывать изменения цен на недвижимость на 6–12 месяцев вперед с высокой степенью точности.

Аналитика больших данных предоставляет риэлторам возможность глубже понимать поведение покупателей, анализируя их предпочтения. Например, данные о спросе и предложении, а также демографические характеристики целевой аудитории могут помочь риэлторам формировать более точные маркетинговые стратегии. Это позволяет не только предлагать клиентам наиболее подходящие объекты, но и оптимизировать рекламные бюджеты, направляя их на наиболее перспективные сегменты рынка.

Стоит отметить, что использование аналитики может улучшить процесс оценки недвижимости. Риэлторы могут применять алгоритмы машинного обучения для анализа данных о продажах, что позволяет более точно определять рыночную стоимость объектов.

Это особенно важно в условиях нестабильного рынка, когда традиционные методы оценки могут быть недостаточно эффективными [4].

В условиях цифровизации важным аспектом является защита персональных данных клиентов. Применение современных методов шифрования и соблюдение стандартов GDPR обеспечивают безопасность информации и доверие клиентов. Разработка и внедрение внутренней политики работы с данными лучше защищает как клиентов, так и сами агентства от юридических проблем.

Заключение. В представленном исследовании проведен анализ подходов к автоматизации процессов купли-продажи недвижимости через риэлторские агентства. Установлено, что применение CRM-систем, автоматизация маркетинга и использование аналитических инструментов значительно повышают эффективность работы агентств и улучшают клиентский опыт.

Автоматизация процессов купли-продажи недвижимости не только оптимизирует работу риэлторов, но и создает новые возможности для улучшения качества обслуживания клиентов. Выявленные в ходе исследования теоретические и практические результаты, такие как значительное сокращение времени обработки запросов и повышение точности предсказаний рыночных тенденций, подчеркивают важность интеграции новых технологий в привычные процессы риэлторского бизнеса. Всё это в конечном итоге ведет к повышению конкурентоспособности агентств на рынке и укреплению их позиций в сфере недвижимости.

Список литературы

1. *Real estate CRM software for accelerated sales [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zoho.com/crm/solutions/real-estate/>. – Дата доступа: 15.03.2025.*
2. *What is a CRM in Real Estate? A Detailed Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nimble.com/blog/what-is-a-crm-in-real-estate/>. – Дата доступа: 15.03.2025.*
3. *Kumar, A. Mastering Real Estate Business Models / A. Kumar. – Anurag Kumar, 2024. – 120 p.*
4. *Mayer-Schönberger, V. Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think / V. Mayer-Schönberger, K. Cukier. – Houghton Mifflin Harcourt, 2013. – 242 p.*

UDC 005.591.6:332.85

APPROACHES TO AUTOMATION OF REAL ESTATE PURCHASE AND SALE PROCESSES

Prikhozhasya A. V.

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus

Tonkavich I.N. – Cand. of Sci., associate professor, associate professor of the department of ICSD

Annotation. The modern approaches to automation of real estate purchase and sale processes through real estate agencies have been studied. It is established that the introduction of software solutions significantly speeds up the transaction process and improves the quality of customer service. A comprehensive approach to the integration of CRM-systems and automation of marketing processes to optimize the work of realtors is proposed. The research substantiates the need to use analytical data to forecast trends in the market and gives recommendations for protection of personal data in the context of digitalization.

Keywords: automation, purchase and sale, real estate, CRM-systems, real estate agencies.