

Предложения по организации инвестиционных исследований в рамках управления консалтинга компании Panorama Estate



Фомин Семен
Старший аналитик компании
Clever Lab,
Консультант по недвижимости
Консультационного Центра
Финансовой Академии

Стас Кво

Российский рынок недвижимости и в период своего бурного роста не отличался прозрачностью. С наступлением периода общего спада остро встала потребность в комплексном и компетентном взгляде на рынок. Существующие аналитические продукты либо ориентированы на инвестиции в фондовый рынок (отчеты инвестиционных банков о деятельности публичных девелоперов), либо отражают деятельность крупных брокеров по недвижимости и носят частный характер (мониторинг рынка от компаний CBRE, JLL, Colliers и др.).

Достаточно свободной остается ниша инвестиционных исследований, которые бы позволяли отслеживать изменения на рынке с целью принятия конкретных решений об инвестировании. Такой продукт должен сочетать в себе несколько важных характеристик, а именно:

- быть ориентирован на действия, но не давать однозначных рекомендаций,
- быть комплексным, но не перегруженным фактами,
- содержать инновационные идеи, но учитывать фундаментальные показатели
- выглядеть креативно, но не эпатажно.

Пирамида информационных продуктов по недвижимости



Инвестиционные
исследования
являются
вершиной
пирамиды
информационных
продуктов для
инвестирования

Целевая аудитория и потенциальная продуктовая линейка

Проводимые компанией Panorama Estate инвестиционные исследования должны носить узкоспециализированный характер в соответствии с инвестиционными стратегиями целевых групп клиентов. В первом приближении матрицу продуктов можно представить в следующем виде:

Инвестиционная стратегия/ целевая аудитория	Физические лица, резиденты	Физические лица, нерезиденты РФ	Российские институциональные инвесторы	Зарубежные институциональные инвесторы
Защита капитала				
Сбалансированные инвестиции				
Дополнительный прирост капитала				

Взаимодействие с инвесторами на основе информационных продуктов

Регулярные информационные поводы для общения с потенциальными клиентами могут появиться в результате внедрения следующих тематических продуктов:

- Конкурентный анализ привлекательных проектов (mid-term CF positive) коммерческой недвижимости (новострой и функционирующий бизнес),
- Периодический апдейт ценовых корректировок на рынке нового жилья от ведущих девелоперов,
- Общий рыночный обзор динамики российского рынка недвижимости и рынков зарубежных стран
- Кредитный монитор предложений ликвидности от банков и др.

Возможности и перспективы

Результатом описываемой деятельности должен стать широкий exposure управления консалтинга на рынке, что поможет сфокусироваться на ключевых клиентов и выстроить pipeline сделок

Спасибо за внимание!

Буду рад вопросам и
комментариям

Фомин Семен

8-926-182-1372

ssfomin@mail.ru