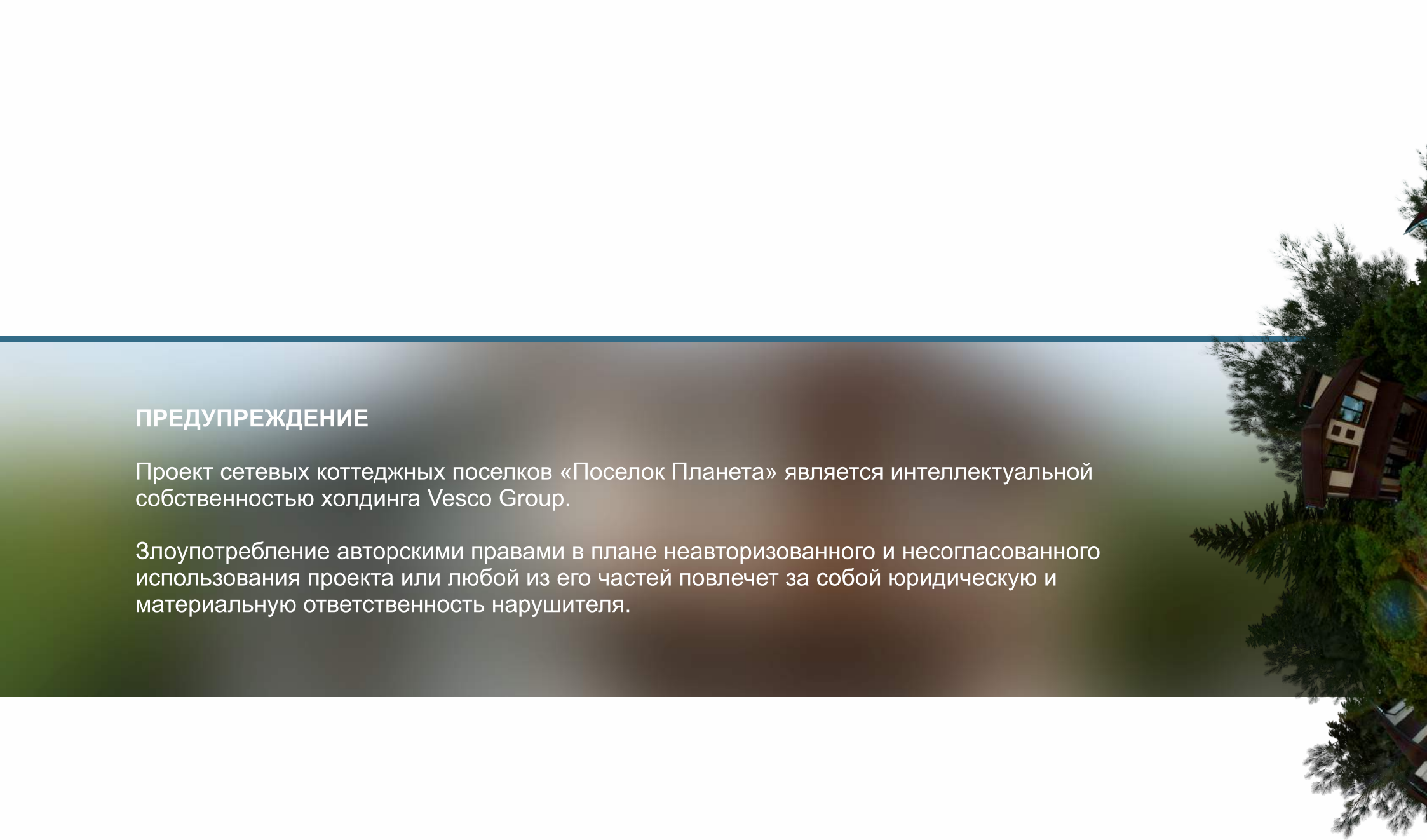
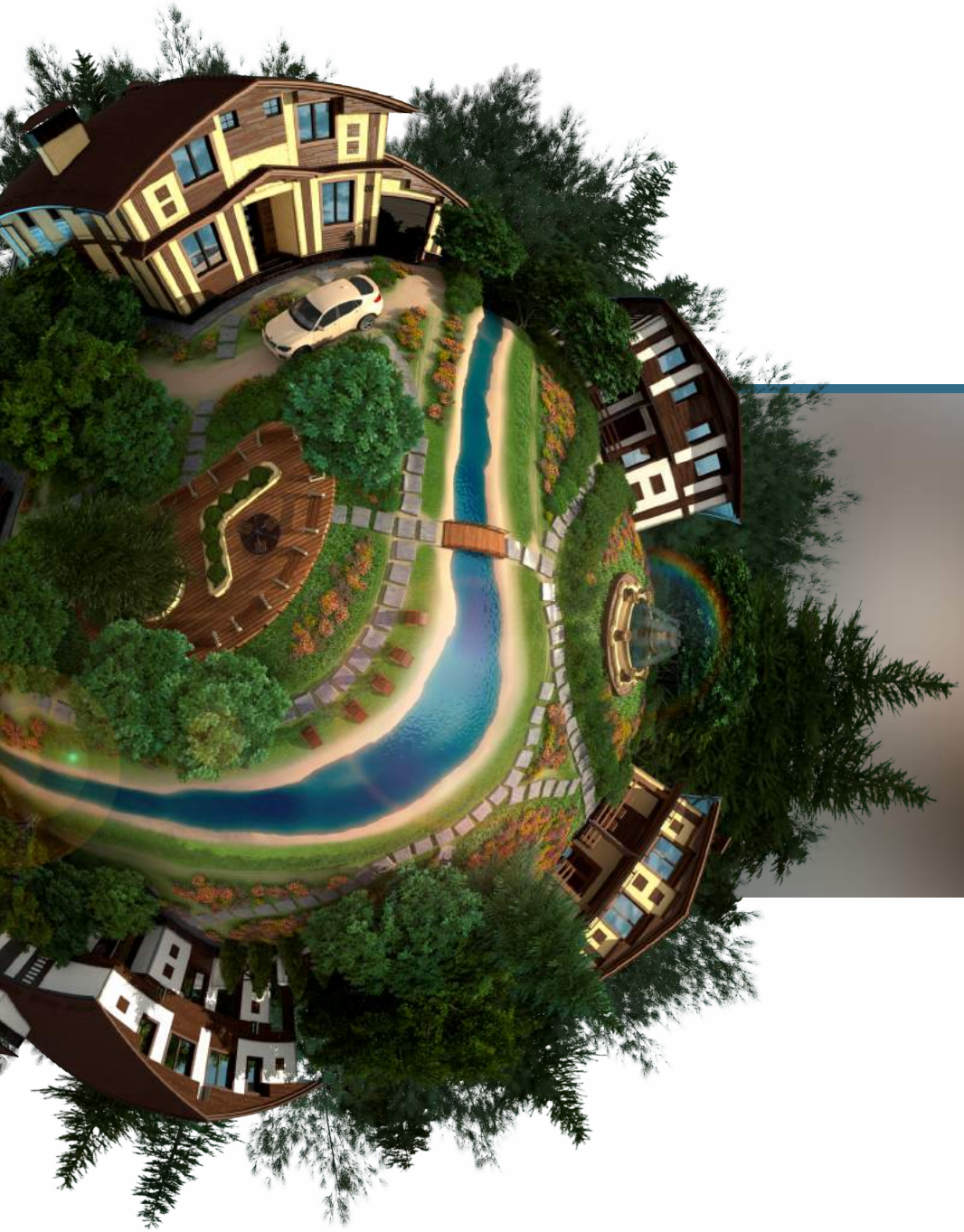


ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Проект сетевых коттеджных поселков «Поселок Планета» является интеллектуальной собственностью холдинга Vesco Group.

Злоупотребление авторскими правами в плане неавторизованного и несогласованного использования проекта или любой из его частей повлечет за собой юридическую и материальную ответственность нарушителя.

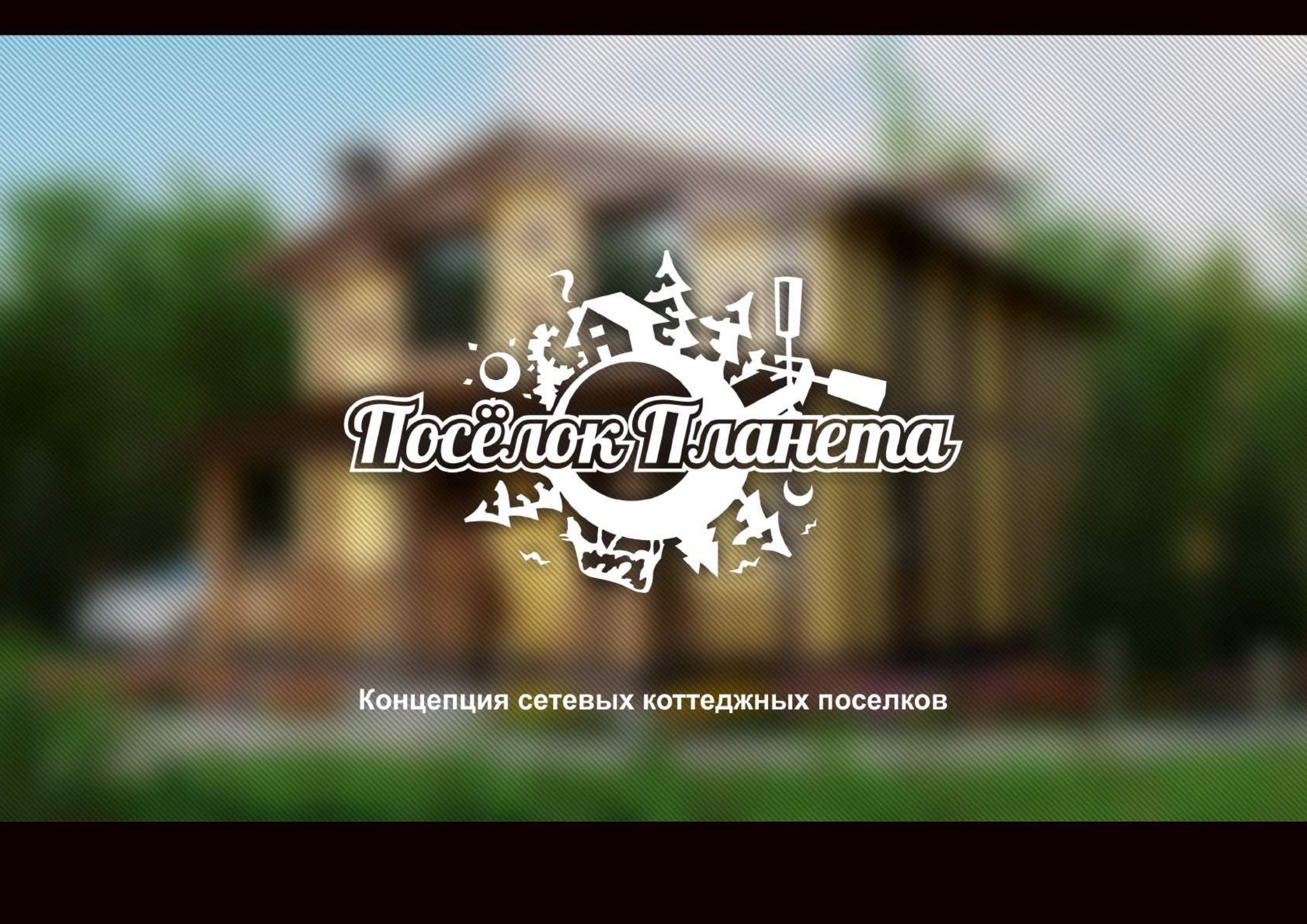
Vesco Group
2013 г.



VescoGroup

Концепция сетевых коттеджных поселков **«Поселок Планета»**

Vesco Group
2013 г.



Концепция сетевых коттеджных поселков

Содержание

Маркетинговые предпосылки создания сетевого бренда....04
Универсальность концепции....06
Формирование «цены входа» в проект....07
Архитектурная концепция....08
КПП....10
Плутон (дуплекс 2х100 м^2)....12
Венера (120 м^2)....14
Меркурий (140 м^2)....16
Марс (160 м^2)....18
Юпитер (180 м^2)....20
Внешняя отделка....22
Информация о компании Vesco Group....23

Маркетинговые предпосылки создания сетевого бренда

ЗАДАЧИ ПОКУПАТЕЛЯ ПРИ СДЕЛКЕ

В продаже сегодня более 800 коттеджных поселков.
Как выбрать?

Рынок коттеджных поселков специфичен, содержит много рисков.
Как обезопасить себя?

На рынке в массовом сегменте нет крупных игроков, осуществляющих комплексную застройку на разных направлениях.
Кто станет гарантом обеспечения качества?

ВЫНУЖДЕННЫЙ ПУТЬ РЕШЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ЗАДАЧ ПОКУПАТЕЛЕМ

Для принятия обоснованного решения покупатель должен разобраться в каждом из следующих вопросов:

- юридическая чистота сделки;
- гарантии ввода в эксплуатацию коммуникаций;
- качество строительных работ;
- адекватность ценообразования на землю, дом, сети;
- соблюдение сроков застройки;
- эффективность службы эксплуатации поселка.

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА

Увеличение сроков поиска покупателем домовладения до 1-1,5 лет;

Ежегодный рост постоянных затрат на содержание отдела продаж и продвижение (ведение на протяжении года одних и тех же клиентов);

Соревнование между девелоперами в креативе по выработке аргументов в пользу совершения сделки «здесь и сейчас» (либо в обозримые сроки - до месяца).

Маркетинговые предпосылки создания сетевого бренда

ЗАДАЧИ ДЕВЕЛОПЕРА ПРИ СОЗДАНИИ ПОСЕЛКА

Понимание экономики типового проекта для принятия управленческих и операционных решений;

При формировании продукта соблюдение баланса затрат на его производство и конкурентоспособности на рынке;

Разработка уникальной креативной концепции и политики продвижения, чтобы выделиться на высококонкурентном рынке коттеджных поселков.

ПРОЦЕСС ВОПЛОЩЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ЗАДАЧ И ПРИНЯТЫХ РЕШЕНИЙ ПО ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

Постоянная корректировка плана расходов и сроков по их исполнению, возникновение новых и новых затратных статей;

Экономия (на уровне исполнителя) на воплощении принятых концептуальных и креативных решений;

Несение каждый раз в полном объеме расходов по типовым для создания каждого поселка видам работ (создание фирменного стиля, проектирование домов, визуализация).

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА

Неэффективный выбор подрядчиков - в пользу цены, в ущерб качеству;

Появление на рынке очередного безликого поселка с комплексом типовых девелоперских и маркетинговых ошибок;

Включение в стоимость домовладения затрат, которые бы при сетевом бренде были в 3 раза меньше.

Универсальность концепции

Первый сетевой бренд на рынке малоэтажной недвижимости.

Поселок Планета – Универсальная концепция, удовлетворяющая текущему состоянию рынка!

Основа концепции сетевого бренда – экономия на масштабе при повышении узнаваемости на рынке!

НА ШАГ ВПЕРЕДИ РЫНКА

Для девелопера это будет означать:

- готовые концептуальные решения, которые можно оценить до входа в проект,
- конкурентоспособный продукт, удовлетворяющий потребностям рынка,
- гарантированная экономическая эффективность проекта,
- наличие проверенных подрядчиков на каждый тип работ,
- авторский надзор со стороны сильного бренда, осуществляющего не только координацию, но и продвижение и развитие единого бренда.

Поселок «Планета» – универсальная концепция строительства сетевых коттеджных поселков!

Поселок Планета – это:

1. Бренд сетевых коттеджных поселков, которые планируется развивать на неконкурирующих по местоположению участках;

2. Востребованные и продуманные характеристики домовладений;

3. Четкие **принципы застройки**:

   - Продажа только готового продукта. Участки с подрядом – как дополнение, а не основа,
   - Застройка небольшими очередями,
   - Высокая скорость строительства и прогнозируемые сроки сдачи очередей и этапов,
   - Высокая плотность застройки за счет компактной нарезки участков,
   - Гибкость планировочных решений, которая позволяет изменять некоторые функциональные зоны без изменений в конструктиве здания.

4. Выстраивание грамотной **системы правил проживания** в комплексе, которые покупатели подписывают еще до покупки коттеджа,

5. Развитая, но **не затратная инфраструктура**, которая предполагает активную вовлеченность жителей в жизнь комплекса.

6. Выстраивание структуры и принципов функционирования **управляющей компании** комплекса, основанной на идее обеспечения жителей максимальным набором качественных услуг по минимальным деньгам.

Формирование «цены входа» в проект

Из чего формируется «цена входа» в сетевой проект:

1. Маркетинговая концепция

- Формирование продукта и его составляющих
- Выделение комплекса конкурентных преимуществ
- Ценообразование

2. Архитектурная концепция

- 5 проектов жилых домов (стадии АР+КР)
- Проект въездной группы (здание-трансформер)
- Разработка генерального плана нового поселка
- Посадка домов
- Разбивка очередности застройки
- 3D визуализация домов и генплана

3. Креативная концепция

- Брендбук (логотип и пр.)
- Рекламные акценты, готовые слоганы и решения
- Визуализация (щиты, баннеры, буклет и пр.)

4. Политика продвижения

- Единый сайт для продвижения бренда (помимо собственных сайтов)
- Адаптированный под локацию медиа-план
- Единый стенд на выставках

5. Экономика проекта

6. Правовая схема реализации

- Договорная база для реализации

7. Продажи

- Найм и обучение сотрудников отдела продаж
- Подготовка шаблонов документов (письма клиентам, база для ведения клиентов, презентации для рассылки и т.д.)
- Контроль качества ведения клиента

8. Консалтинговая помощь на всех этапах развития проекта

- Анализ рынка и положения проекта среди конкурентов

9. База партнеров по реализации проекта

АРХИТЕКТУРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ

Основа проекта - продуманная архитектурная концепция

Архитектурная концепция

Отличительные особенности архитектурной концепции:

Концептуальные

- серия индивидуальных домов в единой стилистике,
- функциональные планировочные решения, разработанные на основе требований представителей бизнес-класса,
- въездная группа в формате здания-трансформера (варианты наращивания функционала: 100 - 160 - 232 кв.м.).

Функциональные

- исчерпывающая линейка домов, наиболее востребованных рынком площадей: дуплекс 100 кв.м., индивидуальные дома 120, 140, 160, 180 кв.м,
- каждый из последующих по площади домов отличается функциональностью – дополнительным преимуществом может стать спальная на первом этаже, комната-трансформер, санузел в хозяйской спальне, гардеробная в каждой жилой комнате.
-

Экономические

- простой конструктив строения, позволяющий реализовать серию домов в любой технологии,
- проекты уже просчитаны и адаптированы под следующие виды конструктива: монолит, кирпич, пенобетонные блоки, каркасно-панельные дома, несъемная опалубка,
- уникальная внешняя отделка, не сильно удорожающая стоимость строительства.

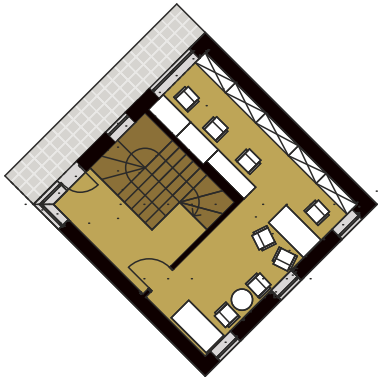
Каждый из представленных жилых домов может быть оборудован

- гаражом или навесом на несколько машин,
- открытой верандой, выходящей на внутренний двор,
- камином в гостином зале.

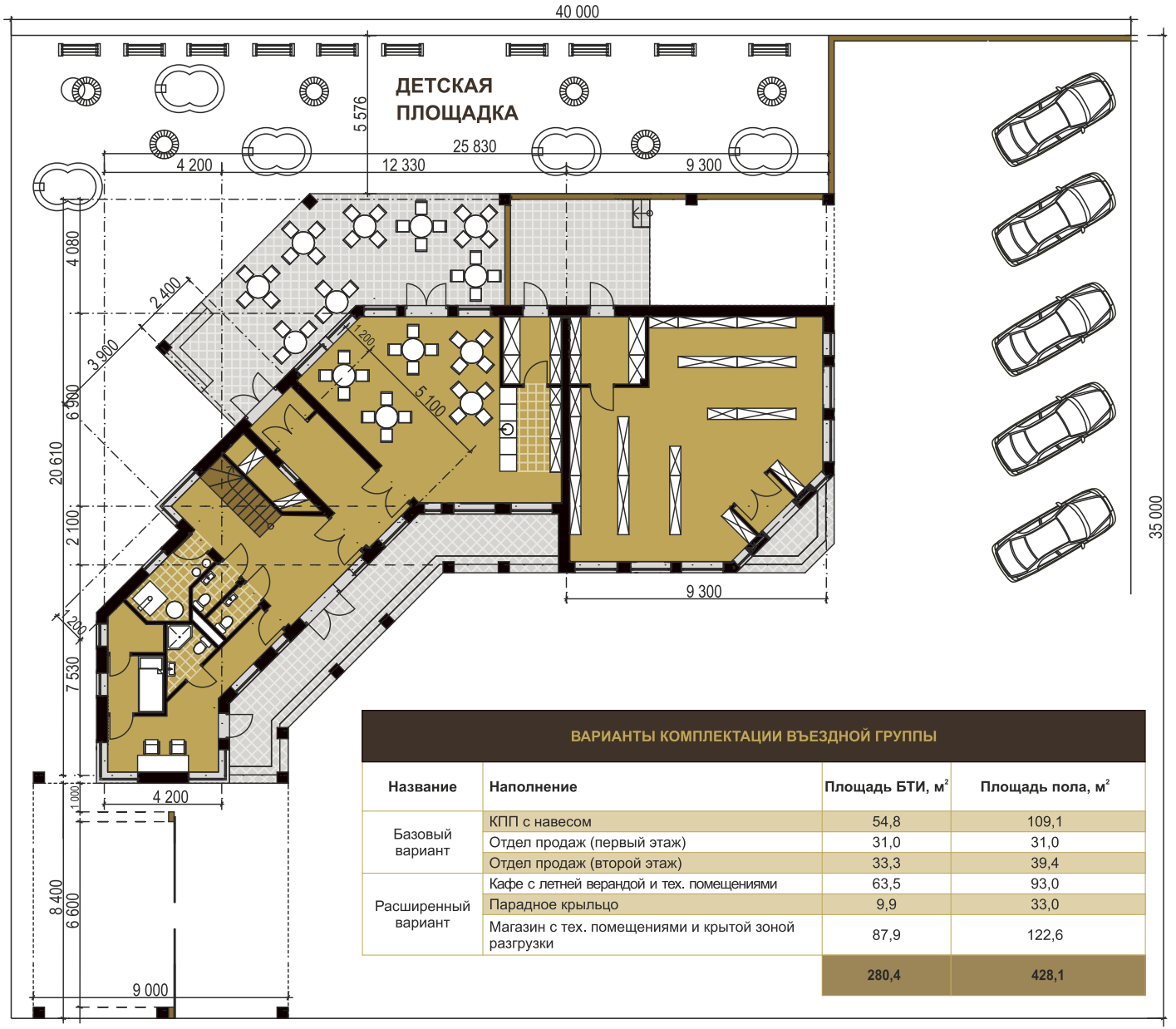
КПП

Проект въездной группы является универсальным и объединяет основные функциональные зоны, которые по мере развития поселка будут обязательно достраиваться. Проект отличает продуманная логистика, в том числе - разграничение зон доступа для жителей и гостей - посетителей магазина или кафе.

2 этаж



1 этаж

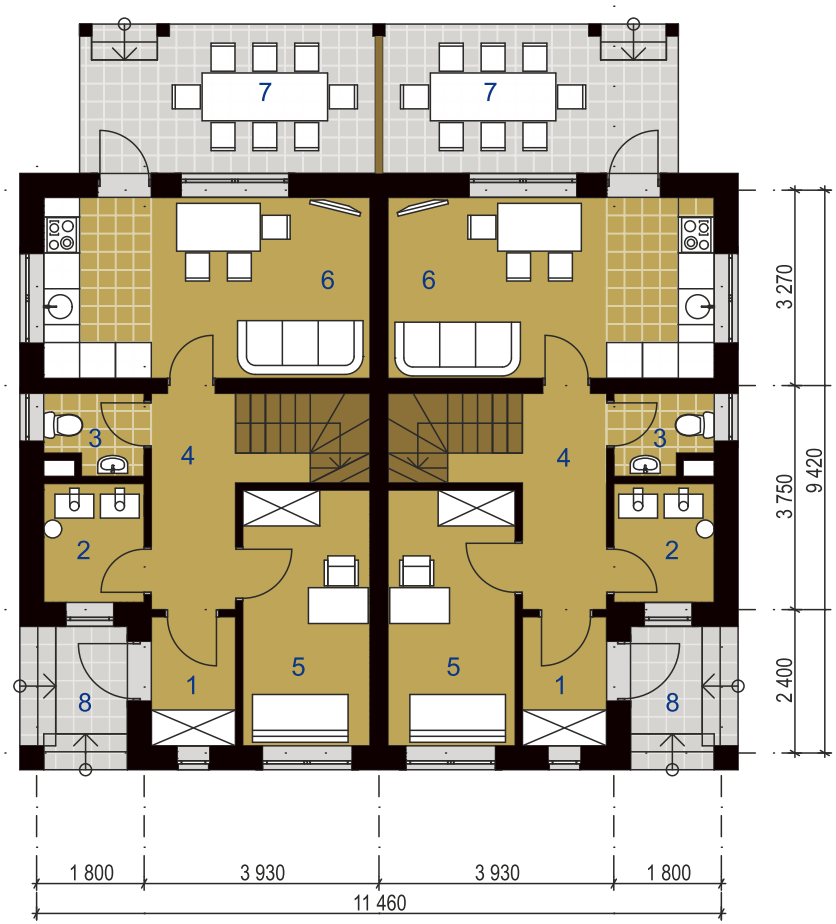


ВАРИАНТЫ КОМПЛЕКТАЦИИ ВЪЕЗДНОЙ ГРУППЫ			
Название	**Наполнение**	**Площадь БТИ, м²**	**Площадь пола, м²**
Базовый вариант	КПП с навесом	54,8	109,1
	Отдел продаж (первый этаж)	31,0	31,0
	Отдел продаж (второй этаж)	33,3	39,4
Расширенный вариант	Кафе с летней верандой и тех. помещениями	63,5	93,0
	Парадное крыльцо	9,9	33,0
	Магазин с тех. помещениями и крытой зоной разгрузки	87,9	122,6
		280,4	**428,1**

ПЛУТОН 2х100 м^2

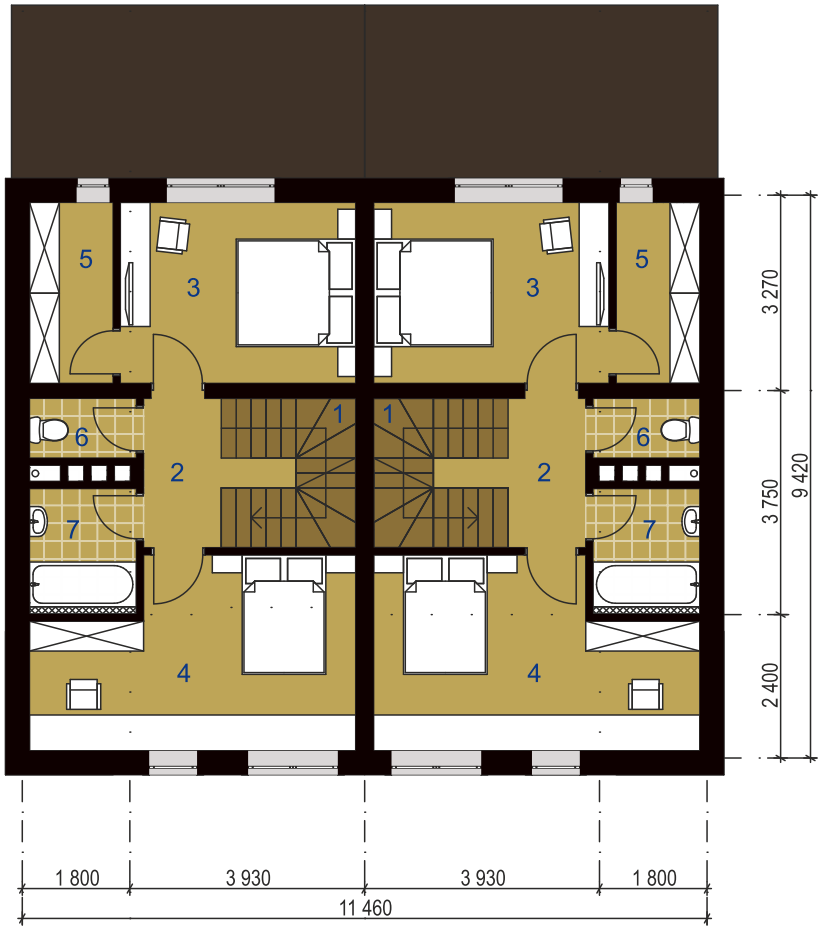
Сблокированный дом – первый шаг из квартиры к загородному образу жизни. Экономичный, но компактный вариант для семьи с 1-2 детьми. Просторная гостиная, два санузла и отдельные гардеробные – преимущества, редко достижимые в рамках городской квартиры.

1 этаж



ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 1-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Тамбур	3,0	3,0
2	Топочная	3,3	3,3
3	Санузел	2,1	2,1
4	Холл	5,7	5,7
5	Кабинет	9,1	9,1
6	Гостиная-столовая	16,6	16,5
7	Терраса	3,9	12,4
8	Крыльцо	1,4	4,3
	Итого по этажу:	**45,1**	**56,4**

2 этаж



ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 2-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Лестница	5,0	5,0
2	Холл	3,9	3,9
3	Спальня 1	12,0	12,0
4	Спальня 2	15,8	15,8
5	Гардероб	4,3	4,3
6	Туалет	1,8	1,8
7	Ванная	3,5	3,5
	Итого по этажу:	**46,3**	**46,3**

Итого по этажам площадь БТИ: 91,4 м²

ВЕНЕРА 120 м^2

Небольшой, но продуманный и уже точно свой индивидуальный дом превышает функционал трехкомнатной квартиры. Энергичные дети оценят отсутствие соседей и снятие запрета на активные игры в доме в вечернее время.

1 этаж

ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 1-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Тамбур	2,9	2,9
2	Холл	5,1	5,1
3	Санузел	2,9	2,9
4	Топочная	3,9	3,9
5	Спальня	11,6	11,6
6	Кухня	8,0	8,0
7	Гостиная-столовая	15,4	15,4
8	Крыльцо	2,3	7,4
9	Терраса	4,7	14,9
	Итого по этажу:	**56,8**	**72,1**

2 этаж

ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 2-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Холл	4,4	4,4
2	Лестница	3,0	6,0
3	Санузел	7,7	7,8
4	Спальня 1	11,6	11,6
5	Спальня 2	16,6	16,6
6	Гардероб	6,3	6,3
7	Балкон	2,2	7,4
	Итого по этажу:	**51,8**	**60,1**

Итого по этажам площадь БТИ: 108,6 м²

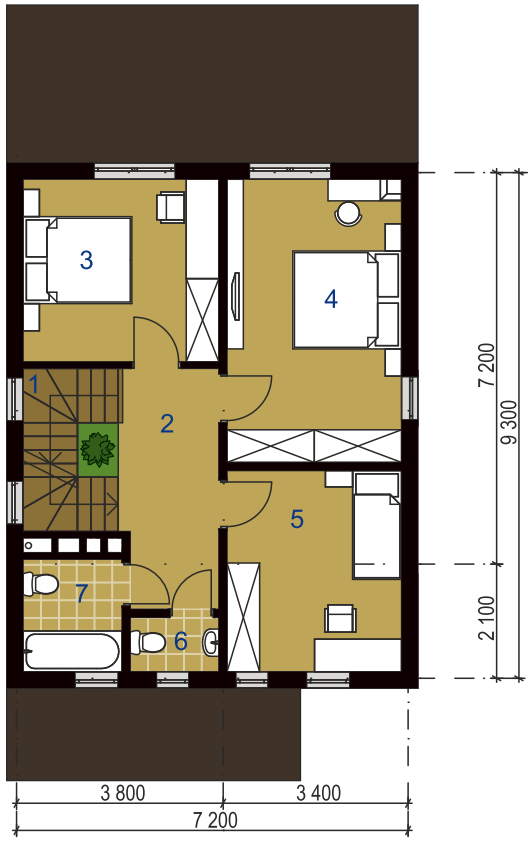
МЕРКУРИЙ 140 м^2

Приглядитесь: уже в доме140 кв.м. появляется возможность варьировать функционал нескольких помещений в зависимости от образа жизни семьи. Старшее поколение оценит спальню на первом этаже с собственной ванной комнатой, а также предназначенное под хозяйственные нужны функциональное пространство под лестницей.

1 этаж

ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 1-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Тамбур	4,0	4,0
2	Топочная	3,7	3,7
3	Комната-трансформер	17,1	17,1
4	Холл	4,5	4,5
5	Санузел	2,2	2,2
6	Кладовая	0,7	0,7
7	Кухня	7,0	7,0
8	Гостиная-столовая	16,2	16,2
9	Терраса	4,7	14,9
10	Крыльцо	1,5	4,5
	Итого по этажу:	**61,6**	**74,8**

2 этаж



ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 2-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Лестница	5,3	5,3
2	Холл	7,9	7,9
3	Спальня 1	12,1	12,1
4	Спальня 2	16,6	16,6
5	Спальня 3	11,9	11,9
6	Санузел 1	1,6	1,6
7	Санузел 2	3,8	3,8
	Итого по этажу:	**59,2**	**59,2**

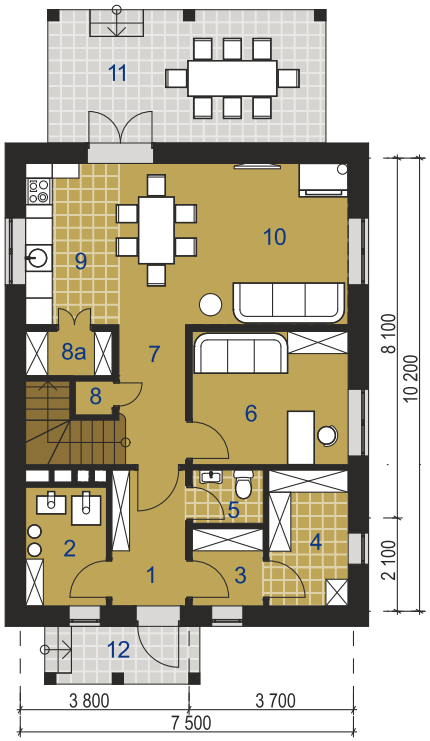
Итого по этажам площадь БТИ: 120,8 м²

МАРС 160 м^2

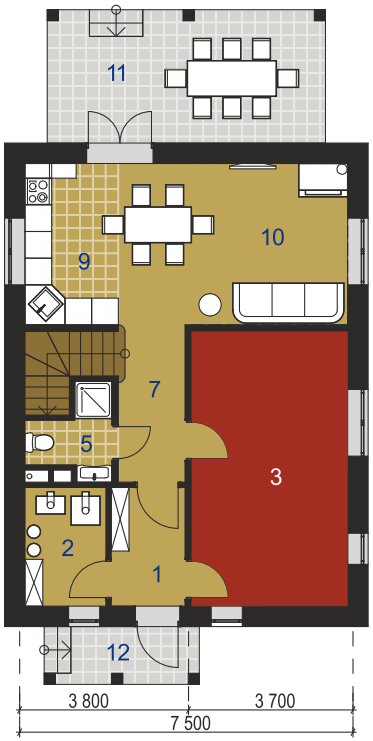
Каждый покупатель почувствует себя дизайнером, ведь уже в построенном доме можно переоборудовать комнату-трансформер площадью около 20 кв.м. по собственному желанию. Проектом уже предусмотрены 3 варианта: сауна с комнатой отдыха, спальня для обслуживающего персонала с собственной мини-кухней и санузлом, кабинет и просторная гардеробная.

1 этаж

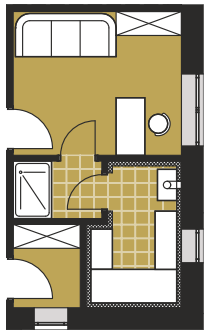
вариант 1



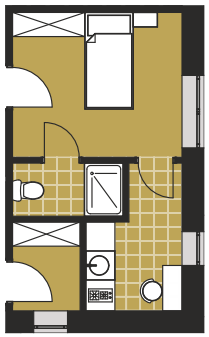
вариант 2



вариант 2 А



вариант 2 Б



2 этаж

ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 1-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Тамбур	5,1	5,1
2	Топочная	4,9	4,9
3	Гардероб	2,8	2,8
4	Кладовая	5,5	5,5
5	Санузел	1,9	1,9
6	Кабинет-спальня	10,5	10,5
7	Холл	4,6	4,6
8	Кладовая	0,6	0,6
8а	Кладовая продуктовая	1,0	1,0
9	Кухня	8,3	8,3
10	Гостиная-столовая	19,1	19,1
11	Терраса	5,6	18,8
12	Крыльцо	1,4	4,5
	Итого по этажу:	**71,3**	**87,6**

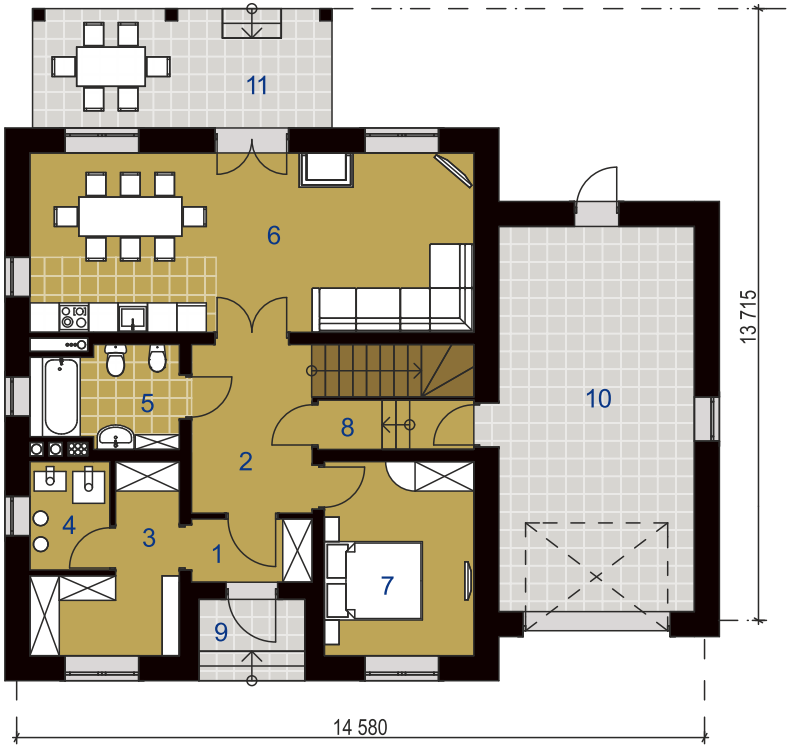
ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 2-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Лестница	3,0	5,3
2	Холл	8,8	8,1
3	Спальня 1	13,2	13,2
4	Спальня 2	17,0	17,2
5	Спальня 3	17,2	17,2
6	Санузел 1	2,8	2,8
7	Санузел 2	4,1	4,5
	Итого по этажу:	**66,1**	**68,3**

Итого по этажам площадь БТИ: 137,4 м²

ЮПИТЕР 180 м^2

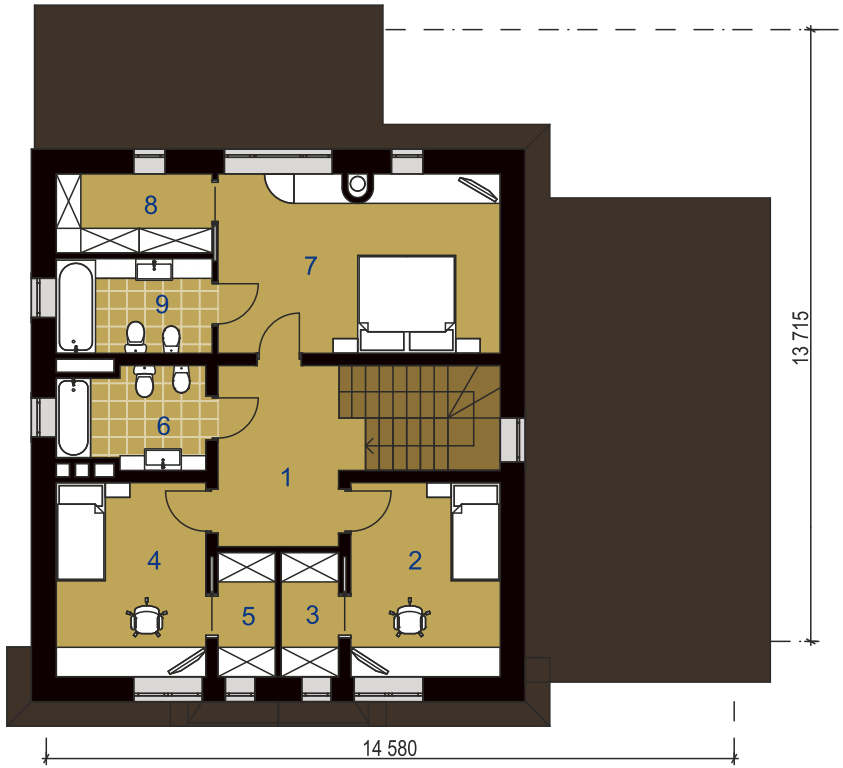
Индивидуальная ванная комната в хозяйской спальной и гардеробные в симметричных детских комнатах – практичные и востребованные решения покупателей домов бизнес-класса.

1 этаж



ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 1-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Тамбур 1	3,2	3,2
2	Холл	12,0	12,0
3	Кладовая	8,0	8,0
4	Топочная	3,6	3,6
5	Санузел	5,9	5,9
6	Кухня-гостиная	33,2	33,2
7	Спальня гостевая	12,1	12,1
8	Тамбур 2	3,2	3,2
9	Крыльцо	1,7	3,5
10	Гараж	32,2	32,2
11	Терраса	7,4	14,9
	Итого по этажу:	**122,5**	**131,8**

2 этаж



ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОМЕЩЕНИЙ 2-ОГО ЭТАЖА			
№	Наименование	Площадь БТИ, м²	Площадь пола, м²
1	Холл	10,3	10,3
2	Спальня 1 (детская)	12,1	12,1
3	Гардероб 1	3,0	3,0
4	Спальня 2	12,1	12,1
5	Гардероб 2	3,0	3,0
6	Санузел общий	5,9	5,9
7	Спальня 3	20,8	20,8
8	Гардероб 3	5,1	5,1
9	Санузел	6,1	6,1
	Итого по этажу:	**78,4**	**78,4**

Итого по этажам площадь БТИ: 200,9 м²

ВНЕШНЯЯ ОТДЕЛКА

В зависимости от стилевых предпочтений можно выбрать цветовую гамму строения:

- холодный коричневый – яркое свежее решение,
- теплый коричневый – солнечный и очень летний,
- серый – пастельная классика.

КОРИЧНЕВЫЙ ТЕПЛЫЙ

КОРИЧНЕВЫЙ ХОЛОДНЫЙ

СЕРЫЙ

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ

Поселок Планета – эффективное решение для собственников одного или нескольких небольших земельных участков под девелопмент в сфере малоэтажной недвижимости.

Сетевая концепция – гарантированный финансовый результат под крылом сильного бренда компании Vesco Group.

КОМПАНИЯ VESCO GROUP

- является одним из ведущих девелоперов загородного рынка,
- уже более 10 лет специализируется исключительно на загородной недвижимости,
- имеет в своем составе консалтинговое и строительное подразделение, собственное архитектурное бюро, а также несколько самостоятельных риэлторских компаний, включая офис в олимпийском Сочи,
- является признанным лидером по консалтинговому направлению – в активе Vesco Consulting более 200 проектов, связанных с работой над земельными участками в России и ближайшем зарубежье.

Алексей Аверьянов
Генеральный директор Vesco Group
Тел.: 8 (495) 669 58 52
E-mail: Alexey_Averyanov@vesco.ru