

Как измерять спрос на коттеджи с помощью Интернет-статистики

С.А. Мишин, январь 2012

Резюме. Предложение на рынке недвижимости можно измерять достаточно просто. Все объявления о продаже представлены в электронных и бумажных изданиях – их можно анализировать и делать разные аналитические выводы. Спрос измерять затруднительно. Оказывается, неплохую информацию о реальном спросе можно получать из Интернет-статистики. Для этого необходимо лишь желание издателей.

Предисловие

Всем, кто имеет хотя бы небольшое отношение к рынку недвижимости интересно знать параметры спроса и предложения. Под спросом мы понимаем количество лиц желающих купить недвижимость, а также параметры тех объектов, которые они намерены приобрести: цена, площадь и т.д. Под предложением понимаем количество продавцов и параметры продаваемых ими объектов.

Если участник рынка знает аналитику спроса и предложения, динамику и прогноз этой аналитики, ему будет гораздо легче определиться с параметрами своего объекта: по какой цене продавать или сколько будет стоить желаемый объект.

Текущая ситуация рынка недвижимости позволяет легко получить аналитику предложения, но параметры спроса скрыты в тумане. Такая разница обусловлена тем, что объявления о продаже публичны, а публичные объявления о покупке отсутствуют. Поэтому аналитику предложения может выполнить любой участник, просто потратив некоторое время на просмотр и анализ объявлений о продаже. Если не хочется тратить свое время можно воспользоваться теми аналитическими отчетами, которые есть в Интернете. Некоторые компании публикуют и отчеты о спросе, но сильного доверия эти отчеты не вызывают. Ни одна компания не раскрывает методику, не раскрывает тип и параметры базы данных, по которой строится аналитика. В большинстве случаев аналитические цифры носят относительный характер, например, «спрос увеличился на 20%». Абсолютные цифры никто не показывает. В то же время, хотелось бы знать, что такое эти 20%. Было 5 покупателей, стало 6, или было 100, а стало 120 – разница существенная.

В случае квартир какую-то информацию можно получить на основе количества заключенных сделок. Периодически Росстат публикует такие сведения. Какие данные можно получить из информации Росстата: количество покупателей, зарегистрировавших сделку. Это неплохая

информация. Вместе с тем, Росстат не дает информации о параметрах объектов сделок: расположение, площади и, тем более, цены.

По коттеджам информации от Росстата нет. Поэтому большинство продавцов, подав свое объявление, попадают в черный ящик. Рассчитать, или на крайний случай интуитивно понять, какую цену выставлять невозможно. Приходится в каждом случае действовать индивидуально, буквально «щупать» рынок. Выставил одну цену – смотришь реакцию, затем изменяешь цену, причем, не важно в какую сторону, можно и поднимать, и опускать – снова оцениваешь реакцию. Так может длиться год и более.

Оказывается можно анализировать спрос с помощью Интернет-статистики.

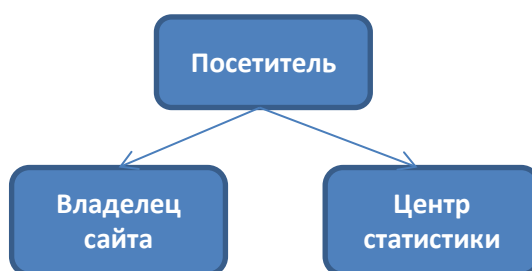
Что такое Интернет-статистика

Для тех, кто не знаком со статистикой Интернета приведу небольшую лекцию.

Сидя у компьютера у себя дома или в офисе за просмотром Интернет-страниц, нам кажется, что мы незаметны всему миру. На самом деле, как только мы открываем какую-то страницу, сразу же информация о нас попадает на десятки баз данных. Чем больше мы открываем страниц, тем больше информации о нас становится открытой, тем более детальной становится эта информация. Вы удивитесь, но специальные аналитические центры определяют даже пол и возраст посетителя страниц!

За счет чего происходит передача личной информации в Интернет. Во-первых, каждый посетитель Интернета имеет свой уникальный код, так называемый IP-адрес. Как правило, этот код сохраняется после выключения компьютера. Когда вы снова включаете компьютер и входите в Интернет, остальной Интернет видит тот же код. Кроме того, каждая страница, которую вы посещаете, оставляет следы на вашем компьютере – очень маленькие файлы, так называемые «куки». Если вы повторно открываете эту страницу или другую страницу с этого же сайта, то владелец сайта сразу делает запись в своей базе: посетитель с таким-то адресом зашел на сайт, открыл такую-то страницу. Дальше можно посмотреть какие страницы посещает это адрес и отсюда понять его предпочтения или даже профессию. Если вы смотрите много страниц в течение всего рабочего дня, значит, скорее всего, вы риелтор. Если смотрите в вечернее время, то вы, вряд ли риелтор. Если вы разместили объявление о продаже, и смотрите другие объявления, значит вы продавец. Информацию о вас собирают владельцы сайтов и так называемые независимые центры статистики. Независимые центры появились для того, чтобы сравнивать статистику разных сайтов.

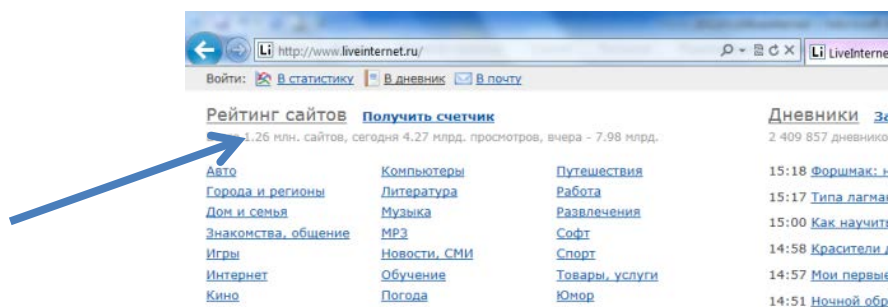
Таким образом, как только вы щелкнули мышкой, информация о вашем щелчке попадает владельцу сайта и независимому центру сбора статистики, как на следующем рисунке.



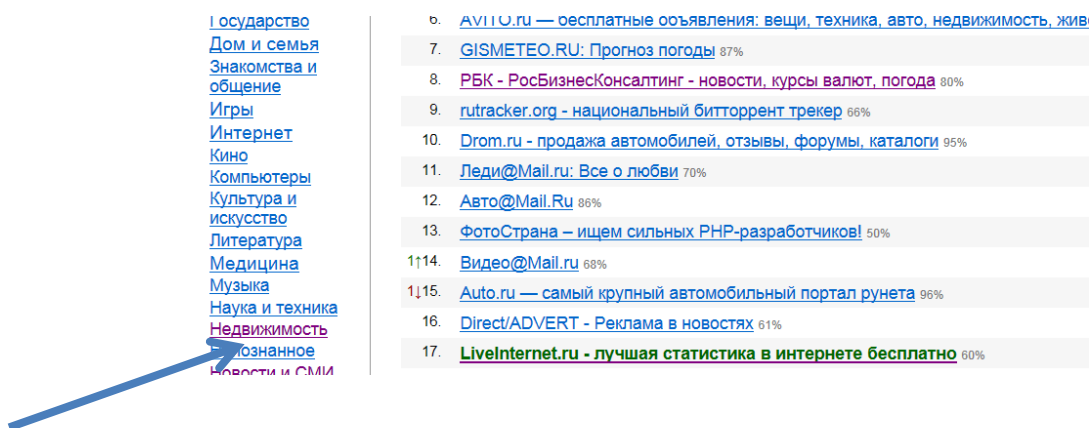
В Интернете немало центров статистики. Одним из наиболее известных центров в русском Интернете является LiveInternet – www.liveinternet.ru. Именно здесь измеряет свой рейтинг сайт «Недвижимость и Цены» <http://realty.dmir.ru/>. На сайте LiveInternet можно получить разнообразную статистику, в том числе и по своему объявлению, в частности, сравнить информацию от НиЦ и от независимого центра статистики.

Приведу несколько снимков с экрана, чтобы показать, как добраться до детальной информации.

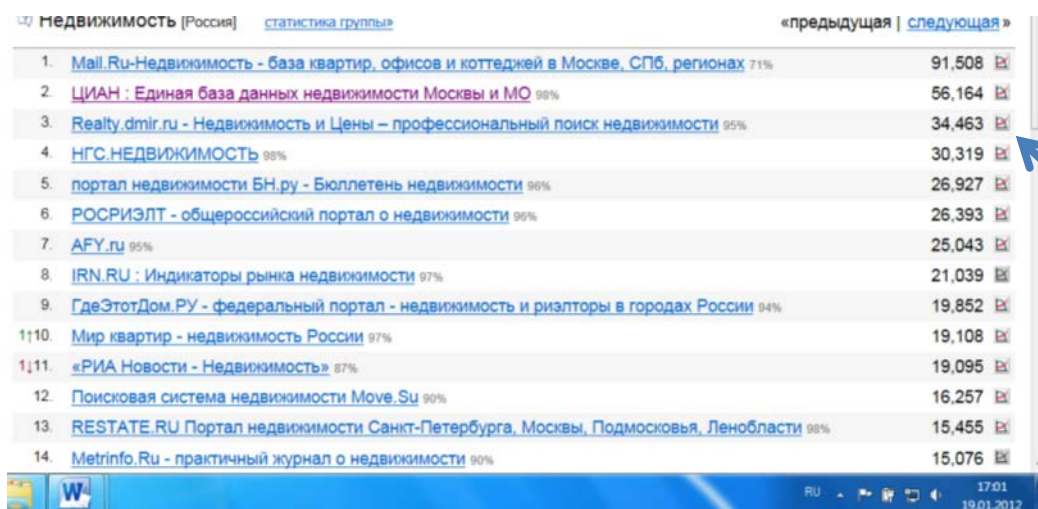
1. Заходим на сайт LiveInternet и переходим на страницу «Рейтинг сайтов».



2. На странице «Рейтинг сайтов» выбираем «Недвижимость»



3. На странице «Недвижимость» щелкаем по маленькой кнопке справа от Ниц и попадаем на страницу со статистикой НиЦ от независимого центра аналитики



4. Здесь видно, какой широкий спектр отчетов можно получить. Выбираем «Страницы»

LiveInternet • Рейтинг сайтов • Недвижимость • Realty.dmir.ru • Недвижимость и Цены - профессиональный

Статистика сайта: realty.dmir.ru

Среды: / spb msk

Предлагаем ознакомиться со сводным отчетом за декабрь >>> обновлено 19 января в 17:05

Титл и рг сайта
Раскрыть свой сайт самостоятельно!

<< 18 янв 19 января, четверг

отчет: основные показатели посещаемости

	19 января, четверг	18 января, среда	в среднем в четверг	в среднем за 7 дней
<input checked="" type="checkbox"/> Просмотры	187,924	336,697	244,162	348,806
<input type="checkbox"/> Сессии	44,750	80,124	57,296	85,243
<input checked="" type="checkbox"/> Посетители	37,500	64,861	47,020	69,694
<input type="checkbox"/> Хосты	34,334	58,351	42,957	61,884
<input type="checkbox"/> Перегрузки	349	724	522	1,406
<input type="checkbox"/> В среднем online	820	1,046	741	1,109
<input type="checkbox"/> В среднем активных online	446	580	405	609
<input type="checkbox"/> Средняя длительность (мин.)	3,7	3,8	3,6	3,7
<input type="checkbox"/> Просмотров на посетителя	5	5,2	5,2	5

перестроить график

За последние 15 минут на сайте были 1,554 посетителя, 860 просмотрели более одной страницы.
За последние 24 часа на сайте был 63,951 посетитель.

5. Здесь показаны данные по каждой странице сайта

отчет: количество просмотров разных страниц

	19 января, четверг	18 января, среда	в среднем в четверг	в среднем за 7 дней
<input checked="" type="checkbox"/> /	16,155 8.6%	28,579 8.5%	20,885 8.6%	34,298 9.8%
<input checked="" type="checkbox"/> msk/sale/city/flat/	11,404 6.0%	22,641 6.7%	14,088 5.8%	20,710 5.9%
<input checked="" type="checkbox"/> mo/sale/city/flat/	8,302 4.4%	15,173 4.5%	11,238 4.6%	14,799 4.2%
<input checked="" type="checkbox"/> user/objects/	6,215 3.3%	8,963 2.7%	6,145 2.5%	7,557 2.2%
<input checked="" type="checkbox"/> mo/sale/country/dacha/	4,901 2.6%	8,002 2.4%	6,629 2.7%	7,906 2.3%
<input type="checkbox"/> realty/add1.aspx	2,859 1.5%	4,547 1.4%	3,018 1.2%	3,842 1.1%
<input type="checkbox"/> realty/add2.aspx	2,840 1.5%	4,467 1.3%	2,803 1.1%	3,756 1.1%
<input type="checkbox"/> realty/addlast.aspx	2,577 1.4%	4,027 1.2%	2,578 1.1%	3,305 0.9%
<input type="checkbox"/> spb/sale/city/flat/	2,280 1.2%	4,475 1.3%	3,177 1.3%	5,960 1.7%
<input type="checkbox"/> mo/sale/country/cottage/	2,215 1.2%	5,040 1.5%	3,660 1.5%	4,661 1.3%
<input type="checkbox"/> сумма выбранных	46,977 24.9%	83,358 24.8%	58,985 24.2%	85,270 24.4%
<input type="checkbox"/> всего	188,860	336,697	244,162	348,807

перестроить график

Страницы: 1 2 3 ... 4332 4334

«предыдущая | следующая» Выводить по 10 строк на странице OK

Фильтр: только OK

Новая технология: продвижение за счет поведенческих факторов в Яндексе и Google

Чтобы добраться до информации об вашем объявлении, можно, листать страницы, а можно ввести в поле «фильтр» фразу **mo/sale/country/cottage/**

В результате нескольких щелчков мы добрались до рейтинга объявлений. На рисунке снимок лучших 10 объявлений на 19 января 2012 года.

отчет: количество просмотров разных страниц		по дням				по неделе	по месяцу		
		19 января, четверг	18 января, среда	в среднем в четверг	в среднем за 7 дней				
<input checked="" type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/	2,218	37.6%	5,040	77.0%	3,660	69.6%	4,661	73.9%
<input checked="" type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/4948448/	36	0.6%	43	0.7%	10	0.2%	20	0.3%
	mo/sale/country/cottage/11967016/	31	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
<input checked="" type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/5654534/	19	0.3%	28	0.4%	13	0.2%	23	0.4%
<input checked="" type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/5179274/	18	0.3%	11	0.2%	8.8	0.2%	14	0.2%
<input checked="" type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/11967211/	17	0.3%	5	0.1%	0	0.0%	0.71	0.0%
	mo/sale/country/cottage/11966847/	17	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
<input type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/3551237/	15	0.3%	16	0.2%	13	0.2%	12	0.2%
<input type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/11423418/	14	0.2%	38	0.6%	0	0.0%	9.4	0.1%
<input type="checkbox"/>	mo/sale/country/cottage/11784700/	12	0.2%	8	0.1%	2.5	0.0%	13	0.2%
<input type="checkbox"/>	сумма выбранных	2,308	39.1%	5,127	78.4%	3,693	70.2%	4,718	74.8%
<input type="checkbox"/>	всего	5,903		6,542		5,261		6,308	

Вот прямые ссылки на лучшие объявления. Посмотрите и получите сразу информацию, почему эти объявления пользуются наибольшим вниманием.

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/4948448/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/11967016/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/5654534/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/5179274/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/11967211/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/11966847/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/3551237/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/11423418/>

<http://realty.dmir.ru/mo/sale/country/cottage/11784700/>

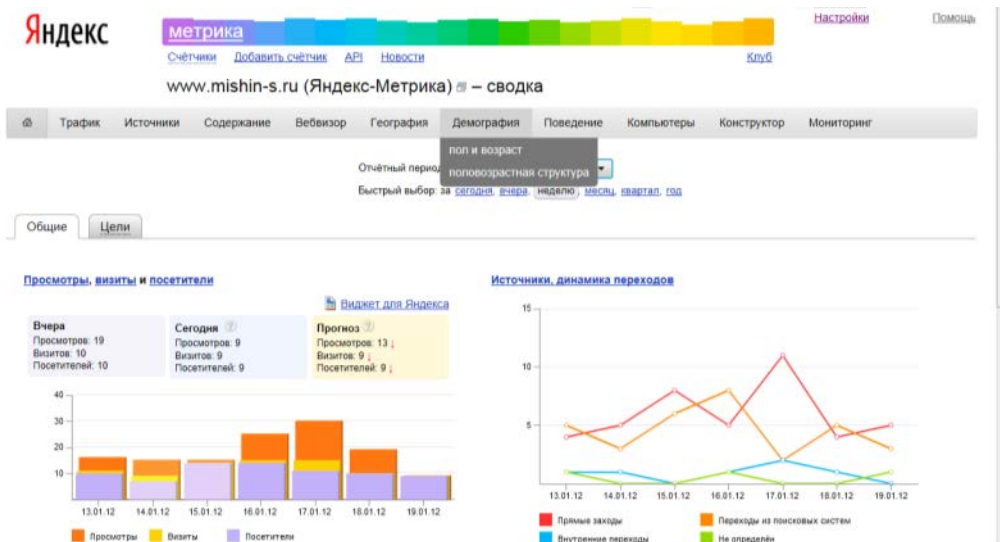
Другой интересный факт: LiveInternet показывает, что просмотры были у 2430 страниц. В тоже время, на сайте НиЦ размещено 27677 объявлений. **Только 8,7%** объявлений пользуются вниманием на отчетный период.

Если вы не нашли быстро отчет по своему объявлению, но знаете ID своего объявления, допустив 1234567, то введите в фильтр фразу **mo/sale/country/cottage/1234567** и получите независимый отчет только по своему объявлению. Сравните с отчетностью от НиЦ, у меня, по моему объявлению есть явный разницей. С чем это связано, не знаю, но не доверять LiveInternet у меня нет оснований.

Итак, даже этот краткий обзор показывает:

- Интернет статистика существует;
- ведутся базы данных, где собирается вся информация о просмотрах
- нет необходимости в разработке каких-то специальных инструментов, все уже есть.

Надо также сказать, что инструментов статистики большое множество. Например, для своего сайта (www.mishin-s.ru) я использую инструмент Яндекс-Метрика, который с оперативностью 10 минут отслеживает интерес к моему сайту (см. следующий рисунок). Обратите внимание на отчет «пол и возраст»



Какую информацию о спросе можно получить из Интернет-статистики

На мой взгляд, можно получить следующие показатели

1. Индекс интереса (еженедельно) по всему рынку

Сумма просмотров всех объявлений в течение недели. Индекс будет показывать связь интереса к покупкам с общей ситуацией в стране. В чем-то индекс похож на индексы финансовых бирж. Мы плохо знаем, как подсчитывается финансовый индекс, но почти все слышим об их динамике.

2. Рейтинг (курс) объявления.

Формула: рейтинг = количество просмотров * 10000 / Индекс интереса по рынку

Умножение на число 10000 позволяет получить число большее единицы. Деление на индекс позволяет убрать влияние общей ситуации в стране, например, длинные каникулы и появился всплеск интереса.

3. Таблицы рейтингов объявлений

В таблице содержатся объявления в порядке снижения рейтингов. Желательно таблицы рейтингов сегментировать по географии и ценам.

4. Структурирование посетителей

Уже имеющаяся статистика позволяет вычленять постоянных посетителей и случайных. К постоянным посетителям можно отнести тех, кто посещал сайт 5 раз в неделю на протяжении последних 3 месяцев, как правило, это риелторы. Соответственно можно получить долю просмотров от постоянных и не регулярных посетителей.

5. Структурирование по регионам.

Через IP-адрес можно получить информацию о регионе, в котором находится посетитель. Соответственно, можно получить информацию об интересе к объявлению по регионам.

6. Рейтинг риелтора

Формула: сумма рейтингов объявлений, которые разместил риелтор / количество объявлений. Благодаря этому появится новый показатель для выбора агента.

Можно строить и более изощренные индексы, например, в какое время дня смотрят объявление. Или: если человек посмотрел ваше объявление, то какие еще объявления смотрел этот человек. Наверное, многие видели подобное на Интернет-магазинах. Просматривая страницу с каким-то продуктом, страница тут же подсказывает вам, какие еще продукты смотрели другие посетители. Думаю, для начала достаточно выше приведенных показателей.

Как внедрить использование Интернет-статистики

Как было сказано, сама информация уже существует. Можно самостоятельно делать анализы через сайты, типа, LiveInternet. Это возможно, но неудобно. Гораздо лучше, если владелец сайта, тот же НиЦ раскроет эту информацию. Разработка дополнительных страниц займет примерно неделю для одного работника, что вполне приемлемо.

Другое дело, кому раскрывать эту информацию. Допускаю, что будут люди, которые не захотят раскрывать информацию о рейтинге своих объявлений. Здесь возможны разнообразные компромиссы. Например, раскрывать только владельцам объявлений. В этом случае, простой посетитель не увидит этой статистики.

В качестве завершения:

Желательно обсудить предложения. Понять, что полезно, что можно было бы улучшить.