# Бизнес план агентства недвижимости

## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Капиталовложения в недвижимость являются одними из самых надежных видов вложений. К тому же, со временем она не обесценивается. Спрос в этой сфере всегда остается высоким. Для людей жилищный вопрос имеет первостепенное значение. Для решения этой проблемы чаще всего обращаются в агентства недвижимости. Даже в кризисное время этот рынок не испытывает серьезных потерь.

Зачастую агентство открывают люди, знакомые с бизнесом в области недвижимости — бывшие риэлторы или эксперты по оценке объектов недвижимости, имеющие опыт работы и наработавшие собственную базу клиентов. Кажущаяся легкость открытия данного бизнеса подвела многих начинающих предпринимателей, в результате неумелых действий которых закрывается большинство агентств. Разумный вариант — это поработать не менее 6 месяцев в данной сфере, возможно даже в нескольких компаниях, приобрести некоторый опыт в поиске клиентуры и общении с людьми, завести важные контакты, собственную базу клиентов. И уже только после этого можно вкладывать средства в осуществление проекта.

Для создания перспективной организации необходимо иметь четкий план реализации задач. В данном бизнес-плане рассмотрены важные аспекты этого дела.

Основные факторы успеха реализации проекта:

* огромное количество потребителей;
* высокое количество предлагаемых ресурсов;
* свободный вход на рынок;
* низкий уровень первоначальных затрат;
* высокая доходность сделок.

Сумма первоначальных инвестиций составляет **428 000 рублей.**

Точка безубыточности достигается **в первый месяц работы**.

Срок окупаемости составляет от **6 месяцев**.

Внутренняя норма рентабельности –**88%.**

Средняя чистая ежемесячная прибыль–**77 275.**

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Агентство недвижимости предоставляет услуги по покупке, продаже, сдаче в аренду недвижимости. Основными клиентами являются физические лица, но также планируется оказывать услуги и юридическим лицам. Как таковой сезонности в данном бизнесе нет. Главное — выстраивать свою работу правильно, быть гибким к внешним условиям и их изменению.

**Основные функции агентства недвижимости:**

Поиск возможных покупателей, арендаторов, общение и установление с ними деловых контактов. Подбор вариантов недвижимости по запросу покупателя или арендатора, ознакомление с выбранным объектом недвижимости.

1. Проводя сделку, агентство помогает своему клиенту в сборе и своевременном оформлении пакета документов, согласовывает условия договора. Именно специалисты следят за правильным оформлением документации в соответствии с местными и федеральными законами, которые действуют на данный момент.
2. Агентство может посредничать, представляя интересы клиента, когда необходимо взаимодействие с другими учреждениями или специалистами, которые участвуют в сделке.
3. Агентство должно предоставлять клиенту полную и правдивую информацию о том объекте недвижимости, который фигурирует в сделке, об условиях этой сделки. Кроме того, специалисты по недвижимости также напоминают и предлагают клиенту страховку рисков утраты собственности на то жильё, которое клиент приобретает, или рисков порчи этого объекта недвижимости.
4. Риэлторы должны хранить тайну сделки и всю конфиденциальную информацию, которую в ходе своей работы получают о клиенте или о сделке. Также необходимо отметить, что агентство отвечает за сохранность документов, которые ему были доверены в ходе работы.
5. Специалисты по недвижимости должны изучать рынок, осуществлять поиск предложений и мониторинг спроса на недвижимость.

Для максимизации прибыли организации также будут оказываться **дополнительные услуги**, такие как:

* консультационные услуги;
* юридические услуги;
* сбор и оформление документов;
* комплексные оформительские услуги.

Риэлторское агентство будет работать по **следующему графику**:

* 10:00 –21:00 в рабочие дни;
* 9:00 –18:00 в выходные дни.

## 3. Описание рынка сбыта

Клиентами агентства недвижимости являются лица, которые заинтересованы в аренде, покупке, продаже или сдаче недвижимости. Потенциальный покупатель имеет возраст 30-55 лет.

**Общие моменты целевой аудитории:**

1. **Социальное положение.** Средний класс и выше, поскольку позволить себе покупку квартиры даже в ипотеку могут люди с более высокой заработной платой.
2. **Материальное положение.** Средний семейный доход составляет от 70 000 до 120 000 рублей. Данная категория может позволить себе ипотечный кредит с ежемесячным платежом от 15 до 30 тыс. руб. Для покупателей с более низким доходом нужно рассматривать дополнительные, более экономные варианты приобретения жилья.
3. **Семейное положение.** 60% семейные пары, 30% –одинокие молодые девушки или молодые люди, 10% –остальные.
4. **Образование.** Высшее –80%, Среднее специальное –10%, Остальное –10%.

**Цели приобретения жилья:**

* в личное пользование;
* для осуществления коммерческой деятельности;
* инвестиционный проект (покупка на разных этапах строительства с возможной перепродажей или сдачей в аренду).

С каждым годом число квартир в России стабильно увеличивается. Динамику можно увидеть в таблице ниже (данные Росстата). А, следовательно, и количество осуществляемых сделок тоже возрастает. Таким образом, спрос на услуги риэлторских агентств также повышается.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Число построенных квартир в Российской Федерации и их средний размер** | | | | | | | | |
|  | **2000** | **2001** | **2002** | **2003** | **2004** | **2005** | **2006** | **2007** |
| **Число квартир, тыс.** | 373 | 382 | 396 | 427 | 477 | 515 | 609 | 722 |
| **Их средний размер, м2 общей площади** | 81,1 | 83,1 | 85,3 | 85,4 | 86,0 | 84,5 | 83,1 | 84,7 |
| *Из них по видам квартир, в процентах от общего ввода:* | | | | | | | | |
| **однокомнатные** | 20 | 20 | 21 | 23 | 25 | 28 | 29 | 31 |
| **двухкомнатные** | 29 | 30 | 30 | 31 | 31 | 32 | 32 | 32 |
| **трёхкомнатные** | 34 | 33 | 32 | 31 | 29 | 27 | 25 | 24 |
| **четырёхкомнатные и более** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Число построенных квартир в Российской Федерации и их средний размер** | | | | | | | | |
|  | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| **Число квартир, тыс.** | 768 | 702 | 717 | 786 | 838 | 929 | 1124 | 1195 |
| **Их средний размер, м2 общей площади** | 83,4 | 85,3 | 81,5 | 79,3 | 78,4 | 75,8 | 74,9 | 71,4 |
| *Из них по видам квартир, в процентах от общего ввода:* | | | | | | | | |
| **однокомнатные** | 33 | 33 | 34 | 36 | 38 | 39 | 41 | 43 |
| **двухкомнатные** | 32 | 31 | 32 | 31 | 32 | 31 | 31 | 30 |
| **трёхкомнатные** | 23 | 23 | 23 | 21 | 20 | 20 | 19 | 18 |
| **четырёхкомнатные и более** | 12 | 13 | 12 | 12 | 10 | 10 | 9 | 9 |

## 4. Продажи и маркетинг

В нише агентств недвижимости конкуренция высока. Поэтому для осуществления наиболее эффективной деятельности особое внимание следует уделить рекламе. Использовать сразу все имеющиеся способы продвижения не нужно. Во-первых, не все они являются эффективными. Во-вторых, это может не только снизить рентабельность, но и вовсе лишить вас прибыли. Подходите к выбору способов рекламы разумно.

**Рекомендуемые способы продвижения:**

1. **Газеты бесплатных объявлений.** По названию понятно, что стоимость такой рекламы нулевая. Такой вид рекламы может принести свои плоды, к тому же, вы за неё не платите. Причём можно размещать рекламу не об агентстве, а о квартирах.
2. **Размещение рекламы в специализированных изданиях.** Это может быть, например, журнал или газета о недвижимости. Чаще всего таким способом можно привлечь клиентов, являющихся юридическими лицами, или подкованных в данной сфере людей.
3. **Размещение информации в местных интернет-каталогах.** Многие люди осуществляют поиск риэлторского агентства через подобные сайты, там же обычно размещают информацию, контактные данные. А пользователи, как правило, могут оставить свои отзывы.
4. **Собственный сайт.** Один из наиболее эффективных методов продвижения. Во-первых, люди могут сразу же ознакомиться с прейскурантом, спектром услуг, специалистами и многим другим. Важно максимально наполнить сайт, сделать его таким, чтобы он привлекал людей, был понятным и качественным. Можно разработать систему обратной связи, онлайн-консультирования.
5. **Реклама в интернете.** Особенно актуален этот вид рекламы будет, если вы имеете свой сайт. Сразу же пойдут отклики, просмотры. Стоит подумать о размещении информации на Яндекс.Директ, Avito.ru.

## 5. План производства

Ключевая цель – открытие агентства недвижимости и максимизация его прибыли.

**1 этап:**

Оформление необходимых документов.

К основным мероприятиям и правилам относятся:

* регистрация предприятия (это может быть ИП или ООО);
* нужно использовать следующие коды ОКВЭД – 70.31.1 «Предоставление посреднических услуг при покупке, продаже и аренде недвижимого имущества»;
* лицензированию данный вид деятельности не подлежит;
* предприниматель имеет возможность выплачивать ЕНВД; он также может использовать УСН «Доходы» 6% или УСН «Доходы минус расходы» 15 % (для расчета данного бизнес-плана используется ЕНВД);
* открытие расчётного счёта.
* также для риэлтерского агентства желательно иметь печать, хоть закон и не обязывает (клиентам будет спокойнее иметь на руках договора с печатями).

**2 этап:**

Обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения.

Основные требования к помещению:

* площадь: 15-20 м2;
* желательно наличие парковки для 5 автомобилей и более;
* месторасположение — центр города. Оптимальный вариант – аренда недвижимости в каком-либо презентабельном здании: торговом комплексе или бизнес-центре.

**3 этап:**

* ремонт помещения;
* закупка необходимой мебели, техники и пр.;
* поиск персонала;
* обучение персонала;
* проведение рекламной кампании;
* начало деятельности агентства.

## 6. Организационная структура

План по персоналу:

* директор;
* риэлторы (4 чел);
* юрист (1 чел);
* офис-менеджер (1 чел);
* уборщица (1 чел).

Особое внимание следует обратить на кадровый состав вашего агентства. Поскольку работа связана с общением с людьми, выбор сотрудников крайне важен. Коммуникабельность, доброжелательность и выдержка — вот минимальный набор качеств для успешного агента по недвижимости.

На начальном этапе работы агентства вам потребуется штат агентов численностью около 4 человек. Опыт работы в сфере риэлтерской деятельности и недвижимости для руководителя и части персонала обязателен.

Нужно отметить, что текучесть кадров в риэлтерском бизнесе очень высока. Всё это связано с тем, что заработок у агентов, а соответственно у агентства, нестабильный. Если сотрудник неактивен, то он может работать без дохода достаточно долгое время. Если вам нужно предотвратить это, то стоит задуматься о каких-либо социальных пакетах для сотрудников или минимальной ставке.

Обучение каждого риэлтора начинается со знакомства с кругом основных обязанностей. В разных компаниях функционал менеджера по недвижимости может отличаться, но основные направления деятельности схожи, необходимо:

* искать клиентов;
* вести переговоры и консультации;
* сопровождать сделки (сбор документов, оценка недвижимости, заключение договоров);
* проводить мониторинг рынка недвижимости.

Клиент и риэлтор обязательно заключают письменный договор, в котором расписан порядок оказания услуг. Агент представляет интересы клиента по этому договору и должен действовать в соответствии с законами. Жилищный, семейный, земельный кодексы, нормативы и правовые акты, инструкции и положения, – все эти и другие необходимые в деятельности юридические документы менеджеру по недвижимости нужно знать. Бывает, что в обязанности агента входит и обслуживание клиента после продажи.

В штате агентства недвижимости обязательно должен быть опытный юрист для решения правовых вопросов.

За решение текущих офисных задач и обработку входящих запросов будет отвечать офис-менеджер.

Зарплата риэлтора формируется следующим образом: 10 000 руб. оклад и премиальная часть, которая составляет 40% от сделанной работы. Все остальные сотрудники получают фиксированный оклад.

**Фонд оплаты труда 1-ого года реализации проекта**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Затраты на оплату труда, руб.** | | | | | |
| **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Риелтор (4 чел.), окладная часть** | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 |
| **Риелтор (4 чел.), премиальная часть** | 150 400 | 162 000 | 173 600 | 182 200 | 197 200 | 183 400 |
| **Директор** | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| **Юрист** | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 |
| **Офис-менеджер** | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 |
| **Уборщица** | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| **Страховые взносы (30% ФОТ)** | 37 500 | 37 500 | 37 500 | 37 500 | 37 500 | 37 500 |
| **Итого:** | **272 900** | **284 500** | **296 100** | **304 700** | **319 700** | **305 900** |
|  | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| **Риелтор (4 чел.), окладная часть** | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 |
| **Риелторы (4 чел.), премиальная часть** | 170 600 | 176 600 | 172 600 | 150 000 | 192 200 | 154 200 |
| **Директор** | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| **Юрист** | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 | 25 000 |
| **Офис-менеджер** | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 |
| **Уборщица** | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| **Страховые взносы (30% ФОТ)** | 37 500 | 37 500 | 37 500 | 37 500 | 37 500 | 37 500 |
| **Итого:** | **293 100** | **299 100** | **295 100** | **272 500** | **314 700** | **276 700** |

## 7. Финансовый план

Инвестиции в открытие агентства недвижимости.

|  |  |
| --- | --- |
| **Статья расходов (на организацию бизнеса)** | **Затраты, руб.** |
| Оформление документов | 20 000 |
| Аренда помещения (3 месяца) | 48 000 |
| Ремонт | 40 000 |
| Мебель | 50 000 |
| Техника | 120 000 |
| Создание сайта | 50 000 |
| Рекламная кампания | 100 000 |
| **Итого:** | **428 000** |

Ежемесячные расходы включают в себя следующие статьи затрат.

|  |  |
| --- | --- |
| **ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ЗАТРАТЫ, руб.** | |
| **Статья расходов (ежемесячно).** | **Затраты, руб.** |
| Аренда помещения | 16 000 |
| Услуги связи | 3 000 |
| Транспортные расходы | 5 000 |
| Коммунальные услуги | 3 000 |
| Средний ФОТ | 294 583 |
| Реклама | 30 000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 3 000 |
| **Итого:** | **354 583** |

В плане продаж представлены усредненные данные. Возможны ситуации, когда один месяц выручка не будет перекрывать всех расходов, а в другой компания может получить сверхприбыль. В таблице представлены средние проценты комиссии за сделку. Они сильно варьируется в разных регионах.

В дополнительные услуги входит следующий перечень услуг.

|  |  |
| --- | --- |
| **Дополнительные услуги** | |
| **Виды услуг** | **Стоимость, руб.** |
| 1. Консультационные услуги | |
| 1.1. Устная консультация. Первичный анализ ситуации, общие рекомендации. | 250 |
| 1.2. Оценка объекта недвижимости (без выдачи сертификата оценки) | 250 |
| 2. Юридические услуги | |
| 2.1. Составление гражданско-правового договора. | 1 000 |
| 2.2. Комплексное юридическое сопровождение сделок с объектами недвижимости. | от 5 000 |
| 3. Сбор и оформление документов. | |
| 3.1. Выписка из домой книги. | 1 000 |
| 3.2. Архивная справка с места предыдущей регистрации. | 1 000 |
| 3.3. Справка о неучастии в приватизации с прежнего места жительства . | 1 000 |
| 3.4. Технический / кадастровый паспорт. | 1 000 |
| 3.5. Разрешение органов опеки и попечительства. | 1 000 |
| 3.6. Выписка из ЕГРП. | 1 000 |
| 3.7. Оформление дубликата правоустанавливающего документа, взамен утраченного. | от 5 000 |
| 4. Комплексные оформительские услуги | |
| 4.1. Приватизация. | от 10 000 |
| 4.2. Оформление наследства. | от 10 000 |
| 4.3. Оформление пакета документов для отчуждения объекта. | от 10 000 |

**Планируемые объемы выручки в первый год работы, руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Покупка, продажа жилой недвижимости** | Комиссия (от сделки) | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Количество сделок в месяц | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| Средняя сумма сделки | 2500000 | 2500000 | 2500000 | 2500000 | 2500000 | 2500000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 150 000 | 150 000 | 150 000 | 150 000 | 225 000 | 225 000 |
| **Покупка, продажа коммерческой недвижимости** | Комиссия (от сделки) | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Количество сделок в месяц | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Средняя сумма сделки | 2700000 | 2700000 | 2700000 | 2700000 | 2700000 | 2700000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 81 000 | 81 000 | 81 000 | 81 000 | 81 000 | 81 000 |
| **Сдача жилья в аренду** | Комиссия (от арендной ставки) | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% |
| Количество сделок в месяц | 10 | 12 | 14 | 15 | 10 | 11 |
| Средняя сумма сделки | 15 000 | 15 000 | 15 000 | 15 000 | 15 000 | 15 000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 75 000 | 90 000 | 105 000 | 112 500 | 75 000 | 82 500 |
| **Сдача офисов и торговых помещений в аренду** | Комиссия (от ежемесячного платежа) | 70% | 70% | 70% | 70% | 70% | 70% |
| Количество сделок в месяц | 5 | 6 | 7 | 8 | 8 | 5 |
| Средняя сумма сделки | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 70 000 | 84 000 | 98 000 | 112 000 | 112 000 | 70 000 |
| **Дополнительные услуги** | | 10 000 | 12 000 | 17 000 | 18 000 | 22 000 | 24 000 |
| **Выручка (доход) итого, руб.** | | **386 000** | **417 000** | **451 000** | **473 500** | **515 000** | **482 500** |
|  | | 7 месяц | 8 месяц | 9 месяц | 10 месяц | 11 месяц | 12 месяц |
| **Покупка, продажа жилой недвижимости** | Комиссия (от сделки) | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Количество сделок в месяц | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Средняя сумма сделки | 2500000 | 2500000 | 2500000 | 2500000 | 2500000 | 2500000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 150 000 | 150 000 | 75 000 | 150 000 | 150 000 | 150 000 |
| **Покупка, продажа коммерческой недвижимости** | Комиссия (от сделки) | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Количество сделок в месяц | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Средняя сумма сделки | 2700000 | 2700000 | 2700000 | 2700000 | 2700000 | 2700000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 81 000 | 81 000 | 162 000 | 81 000 | 162 000 | 81 000 |
| **Сдача жилья в аренду** | Комиссия (от арендной ставки) | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% | 50% |
| Количество сделок в месяц | 13 | 15 | 11 | 8 | 15 | 15 |
| Средняя сумма сделки | 15 000 | 15 000 | 15 000 | 15 000 | 15 000 | 15 000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 97 500 | 112 500 | 82 500 | 60 000 | 112 500 | 112 500 |
| **Сдача офисов и торговых помещений в аренду** | Комиссия (от ежемесячного платежа) | 70% | 70% | 70% | 70% | 70% | 70% |
| Количество сделок в месяц | 7 | 7 | 8 | 6 | 4 | 3 |
| Средняя сумма сделки | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги | 98 000 | 98 000 | 112 000 | 84 000 | 56 000 | 42 000 |
| **Дополнительные услуги** | | 27 000 | 26 000 | 21 000 | 17 000 | 15 000 | 24 000 |
| **Выручка(доход) итого, руб.** | | **453 500** | **467 500** | **452 500** | **392 000** | **495 500** | **409 500** |

**Прогнозирование деятельности компании в первый год работы, руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Выручка (доход)** | 386 000 | 417 000 | 451 000 | 473 500 | 515 000 | 482 500 |
| **(-) Ежемесячные затраты** | 336 900 | 349 300 | 362 900 | 371 900 | 388 500 | 375 500 |
| **(=) Валовый доход** | 49 100 | 67 700 | 88 100 | 101 600 | 126 500 | 107 000 |
| **(-) Налоги ЕНВД** | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| **(=) Чистая прибыль** | 39 100 | 57 700 | 78 100 | 91 600 | 116 500 | 97 000 |
| **(=) Чистая прибыль нарастающим итогом** | 39 100 | 96 800 | 174 900 | 266 500 | 383 000 | 480 000 |
|  | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| **Выручка (доход)** | 453 500 | 467 500 | 452 500 | 392 000 | 495 500 | 409 500 |
| **(-) Ежемесячные затраты** | 363 900 | 369 500 | 363 500 | 339 300 | 380 700 | 346 300 |
| **(=) Валовый доход** | 89 600 | 98 000 | 89 000 | 52 700 | 114 800 | 63 200 |
| **(-) Налоги ЕНВД** | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| **(=) Чистая прибыль** | 79 600 | 88 000 | 79 000 | 42 700 | 104 800 | 53 200 |
| **(=) Чистая прибыль нарастающим итогом** | 559 600 | 647 600 | 726 600 | 769 300 | 874 100 | 927 300 |

**При горизонте планирования 1 год можно выделить следующие экономические показатели:**

* срок окупаемости – 6 месяцев;
* дисконтированный срок окупаемости – 7 месяцев;
* чистый дисконтированный доход – 378 348 руб.;
* индекс прибыльности – 1,88;
* внутренняя норма рентабельности – 88%.

## 8. Факторы риска

На первый взгляд открытие агентства недвижимости выглядит делом простым и не требующим особых усилий. Все, что нужно – это снять офис, поставить мебель, компьютер и телефон, и можно работать. Но на самом деле не все так просто.

Во-первых, отсутствие высокого порога вхождения в этот бизнес привело к тому, что агентств на рынке большое количество. Они появляются и исчезают с одинаковой скоростью, создавая огромную конкуренцию. Практически все клиенты стремятся обращаться только в крупные агентства, опасаясь мошенничества и обмана.

**Основные угрозы:**

* отсутствие имени на рынке;
* очень высокая конкуренция среди сотен аналогичных компаний;
* самые интересные для агентства клиенты – это люди, покупающие недвижимость, – квартиры для личных нужд, а не для перепродажи. Но как раз именно эта категория покупателей и продавцов стремится выбрать крупное и известное агентство недвижимости, осознавая собственную неопытность.

Однако при осуществлении грамотной политики можно с легкостью преодолеть все эти трудности, находиться в постоянном росте и получать стабильную прибыль.