

3D-РЕНДЕРИНГ КАК ИННОВАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НЕДВИЖИМОСТИ НА ВЫСТАВКЕ

Одним из инструментов, который в последние годы становится все более популярным, является 3D-рендеринг экстерьера. Эта технология позволяет организациям реалистично демонстрировать недвижимость, обеспечивая многочисленные преимущества для маркетинга и продаж. Представляя себя и свой продукт на выставке, организация может привлечь гораздо больше внимания потенциальных инвесторов и покупателей с помощью 3D-рендеринга недвижимости.

Рендеринг недвижимости (англ. rendering — «визуализация») — архитектурная визуализация, т.е. созданное на компьютере трехмерное изображение экстерьера или интерьера здания. В результате изучения данной инновации был выделен ряд ключевых преимуществ 3D-рендеринга для позиционирования организации недвижимости на выставке:

- визуальный реализм. 3D-рендеринг обеспечивает трехмерное представление объекта недвижимости в высоком разрешении, позволяя потенциальным покупателям исследовать и понимать объект недвижимости так, как если бы они физически присутствовали на нем, что может существенно повлиять на процесс принятия решений потенциального клиента;

- экономическая эффективность. Создание физических моделей или прототипов для маркетинговых целей может оказаться весьма затратным. 3D-рендеринг — это экономически эффективная альтернатива, которая устраняет необходимость в дорогостоящей физической подготовке и также позволяет легко вносить изменения и обновления;

- настройка. 3D-рендеринг экстерьера можно адаптировать в соответствии с брендом и стилем организации недвижимости. Представляя коммерческое предложение на выставке недвижимости, в него можно включить логотип, цветовую схему и другие элементы брендинга;

- конкурентное преимущество. Включение 3D-рендеринга в маркетинговую стратегию организации демонстрирует, что она дальновидна и стремится предоставить своим клиентам наилучший сервис;

- улучшение коммуникации: 3D-рендеринг экстерьера облегчает общение между агентами по недвижимости, застройщиками и покупателями. Предлагая общий визуальный образец как на выставке недвижимости, так и за ее пределами, все участвующие стороны могут лучше понять потенциал и уникальные преимущества объекта. Такое

улучшение коммуникации приводит к более плавным транзакциям и более удовлетворенным клиентам.

Таким образом, включение 3D-рендеринга экстерьера в коммерческое предложение недвижимости может обеспечить существенное конкурентное преимущество. Это позволяет организации представить недвижимость визуально реалистично, сократить расходы и охватить глобальную аудиторию. Способность 3D-рендеринга — улучшать презентацию недвижимости, экономить ресурсы, а также улучшать коммуникацию, что может существенно изменить стратегию маркетинга недвижимости организации.

Источники

1. Архитектурная 3D визуализация: что это, кем создается и где используется? [Электронный ресурс] // CGI School. — Режим доступа: <https://cgischool.ua/ru/arkhitekturnaya-3d-vizualizatciya-opredeleniye/>. — Дата доступа: 28.11.2023.

2. The 10 Benefits of 3D Exterior Rendering for Real Estate Marketing [Electronic resource] // LinkedIn. — Mode of access: <https://www.linkedin.com/pulse/10-benefits-3d-exterior-rendering-real-estate-marketing-nrtvf>. — Date of access: 28.11.2023.