

существенно повысить трафик на сайте агентства и привлечь новых клиентов. При запросе в поисковых системах пользователь будет видеть не только самые популярные агентства, но и те, что находятся ближе к нему. Адаптация к современным маркетинговым тенденциям и постоянное совершенствование клиентского опыта являются ключевыми факторами успеха на рынке жилой недвижимости.

### **Источники**

1. Facts and Figures 2023 // ITU. — URL: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2023> (date of access: 15.11.2024).

2. Персонализация: первые шаги // Cossa.ru. — URL: <https://clck.ru/3EpX37> (дата обращения: 15.11.2024).

3. How AR VR Technology is Reshaping the Real Estate Market Landscape // LinkedIn. — URL: <https://clck.ru/3EpWxy> (date of access: 15.11.2024).

4. Каково текущее значение локального SEO для бизнеса? // Fox-Data. — URL: <https://clck.ru/3EpWzt> (дата обращения: 15.11.2024).

*СНИЛ «Коммерсант»*

**Н. М. Глушакова, Т. А. Новиков**  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — С. В. Стасюкевич*

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ**

Цифровизация радикально трансформирует риелторский бизнес, цифровые платформы не только обеспечивают беспрецедентную ясность и вовлеченность участников рынка, но и становятся мощным катализатором его развития. В условиях стремительной эволюции технологий агентства недвижимости сталкиваются с необходимостью адаптации к новым условиям для повышения эффективности и конкурентоспособности. Однако многие агентства все еще опираются на традиционные методы работы, что приводит к низкой эффективности бизнеса [1].

Внедрение облачных CRM-систем позволяет агентствам централизованно хранить данные о клиентах и объектах недвижимости. Искусственный интеллект и аналитика данных помогают персонализировать предложения, оптимизировать цены. Мобильные приложения и онлайн-платформы обеспечивают доступ к объектам и возможность онлайн-бронирования. Виртуальные туры демонстрируют изменения и дизайн интерьера, экономят время и ресурсы. Цифровизация повышает эффективность рекламы через таргетинг и персонализацию.

Она позволяет проводить автоматизированные рассылки и анализировать результаты в реальном времени. Чат-боты и голосовые помощники обеспечивают круглосуточную поддержку клиентов и ускоряют обработку заявок, разгружая персонал. Инвестирование в обучение персонала цифровым навыкам повышает квалификацию сотрудников, улучшает качество обслуживания и формирует инновационную корпоративную культуру [2].

Применение цифровых технологий способствует ускорению поиска объектов, увеличению продаж, улучшению репутации агентства, расширению клиентской базы [3].

Однако реализация этих инициатив сопряжена с определенными проблемами и возможными угрозами: высокие инвестиционные затраты на внедрение; необходимость технического обслуживания программных и технических средств также увеличивает расходы; слабая защищенность персональных данных в цифровой среде и связанная с этим неспособность современных правовых средств в полной мере осуществить регулирование и защиту интересов их владельцев; сопротивление изменениям со стороны персонала и т.д.

В заключение следует отметить, что цифровизация агентств недвижимости не только соответствует текущим трендам, но и является необходимостью для устойчивого развития в условиях современного конкурентного рынка. Внедрение предложенных мер позволит повысить эффективность работы, улучшить качество обслуживания и открыть новые возможности для роста.

### Источники

1. Битва за риелтора: куда свернула цифровизация агентств недвижимости // RB.RU. — URL: <https://rb.ru/opinion/bitva-za-rieltora-kuda-svernula-cifrovizaciya-agentstv-nedvizhimosti/> (дата обращения: 17.11.2024).

2. Чекаров, Е. Цифровые технологии в недвижимости: как автоматизация бизнес-процессов помогает агентствам и риелторам / Е. Чекаров // Pampadu. — URL: <https://pampadu.ru/blog/5239-tsifrovyye-tehnologii-v-nedvizhimosti-kak-avtomatizatsiya-biznes-protsessov-pomogaet-agentstvam-i-rieltoram/> (дата обращения: 17.11.2024).

3. Чурилова, В. Р. Сервис и цифровизация в сфере недвижимости / В. Р. Чурилова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. — 2020. — № 2. — С. 224–234.