

GIS w rynku nieruchomości: decyzje oparte na danych

Stany Zjednoczone stoją dziś przed poważnym kryzysem mieszkaniowym. Według szacunków Zillow na rynku brakuje nawet 4,5 miliona domów. Z kolei ekonomiści J.P. Morgan ostrożniej oceniają skalę problemu, wskazując na deficyt rzędu około 2,8 miliona nieruchomości. Niedobór ten jest efektem wielu czynników: zbyt małej liczby nowych inwestycji, restrykcyjnych przepisów dotyczących zagospodarowania przestrzennego, a także rosnących cen nieruchomości i wysokich stóp procentowych.

Rynek mieszkaniowy to nie tylko dane i wykresy. Deweloperzy i pośrednicy nieruchomości nie sprzedają domów statystykom, lecz ludziom – a ci mają bardzo różne potrzeby, marzenia i wyobrażenia o tym, jaki powinien być idealny dom.

Dla młodych rodziców, którzy właśnie spodziewają się dziecka, kluczowe mogą być: przestrzeń, garaż na dwa samochody oraz bliskość dobrych szkół. Dla emeryta wymarzonym miejscem do życia może być apartament nad morzem, z nutą luksusu, stanowiący nagrodę za lata ciężkiej pracy.

W firmie Taylor Morrison – jednym z największych deweloperów mieszkaniowych w Stanach Zjednoczonych – mapowanie i zaawansowana analityka odgrywają kluczową rolę w identyfikowaniu zmieniających się preferencji klientów oraz nowych trendów na rynku nieruchomości.

W kontekście inwestycji liczonych w miliardach dolarów, zakładających realizację 20 000 nowych domów do 2028 roku, technologie systemów informacji geograficznej (GIS) zyskują rangę kluczowego narzędzia strategicznego. Umożliwiają one dostarczanie aktualnych, opartych na danych analiz nabywcom gruntów, projektantom, zespołom marketingowym oraz kadrze zarządzającej najwyższego szczebla. W efekcie kluczowi

decydenci uzyskują spójny i bieżący obraz rynków mieszkaniowych w skali całego kraju.

W dziale analiz rynkowych i strategii Taylor Morrison analitycy GIS opracowują szczegółowe profile demograficzne i psychograficzne lokalnych społeczności. W ramach tych analiz identyfikują kierunki migracji ludności, monitorują tempo odsprzedaży nieruchomości oraz śledzą inne kluczowe wskaźniki aktywności na rynku mieszkaniowym.

Przygotowywane przez nich mapy stały się nieodzownym elementem procesu rozwoju rynku i planowania strategicznego. Wykorzystywane są na każdym etapie – od uzasadniania wniosków o pozwolenia i analiz inwestycyjnych, po prezentacje dla najwyższego kierownictwa, które służą jako podstawa rozmów o wynikach finansowych oraz decyzjach podejmowanych podczas posiedzeń zarządu.

„Dzięki tym danym możemy dziś podejmować decyzje w czasie rzeczywistym, zamiast czekać i ryzykować utratę marż lub ograniczać liczbę potencjalnych nabywców” – mówi Stephanie Soulé, starsza analityczka ds. analizy rynku i strategii w Taylor Morrison oraz jedna z użytkowników firmowych narzędzi GIS. – *„To pozwala nam działać szybciej i skuteczniej”*.

Analityczne zaplecze „głosu klienta”

Stephanie Soulé, która przez większą część swojej kariery zawodowej związana była z branżą budownictwa mieszkaniowego, po dołączeniu do Taylor Morrison zetknęła się z inną kulturą organizacyjną – opartą na bardzo silnym nacisku na zrozumienie potrzeb klientów.

Dział analiz rynkowych i strategii odgrywa kluczową rolę w realizacji firmowego hasła „Love the customer”. Zespół łączy dane lokalizacyjne z wynikami ankiet, wnioskami z badań

fokusowych oraz innymi wskaźnikami, tworząc spójny obraz tzw. głosu klienta.

Takie podejście jest szczególnie istotne na rynku, który dynamicznie się zmienia. Pokolenie milenialsów stanowi dziś najliczniejszą grupę klientów Taylor Morrison, a w 2024 roku – po raz pierwszy w historii firmy – największy udział w przychodach mieli klienci pochodzenia azjatycko-amerykańskiego.

W strukturach firmy mapy odgrywają kluczową rolę jako narzędzie komunikacji. Pozwalają one w przystępny sposób pokazać złożoną dynamikę rynku oraz to, gdzie i w jaki sposób zachodzą zmiany.

„Jeśli mówi się, że jeden obraz jest wart tysiąca słów, to przy zapracowanym zarządzie jego wartość można liczyć w milionach” – podkreśla Lacey Miller, dyrektor ds. inteligencji rynkowej i strategii w Taylor Morrison.

„To jeden z tych momentów, kiedy uświadamiasz sobie, że wokół jest znacznie więcej wartościowych danych, niż się wydaje – i że czasem wcale nie trzeba się tak bardzo napracować, żeby do nich dotrzeć. W systemach GIS wszystko jest już zintegrowane i dostępne w jednym miejscu.” – mówi Lacey Miller z Taylor Morrison.

Wielomiliardowa inwestycja w rozwój, oparta na potrzebach klientów

Taylor Morrison planuje zainwestować 12 miliardów dolarów w ciągu najbliższych trzech lat, aby uruchomić ponad 600 nowych osiedli mieszkaniowych. Firma działa obecnie w 12 stanach i 20 rynkach, w tym na szczególnie dynamicznych rynkach nieruchomości, takich jak Phoenix, Atlanta czy Dallas.

W Taylor Morrison GIS odgrywa kluczową rolę w planowaniu i analizie rynku, pomagając firmie identyfikować najbardziej obiecujące możliwości inwestycyjne i dostosowywać ofertę do konkretnych segmentów klientów.

„Nie stawiamy tylko czterech ścian i nie mówimy: ‘Przyjdź, kup’ – mówi Soulé. Zamiast tego pytamy: „Czy naprawdę damy klientom to, czego chcą?”

Jako przykład, Soulé geokodowała adresy klientów, aby upewnić się, że materiały marketingowe trafiają do najważniejszych odbiorców. Analiza danych GIS ujawniła przy tym, że wcześniejsze inwestycje firmy w promocję wzdłuż korytarza autostrady nie docierały do kluczowych nabywców. Dzięki takim wnioskom możliwe jest lepsze planowanie działań marketingowych i precyzyjne docieranie do najbardziej wartościowych segmentów rynku.

„Mamy kwartalne spotkania, podczas których zespół wykonawczy rozmawia z zarządem i Wall Street. Dzięki GIS możemy pokazać im wszystko w formie wizualnej, co znacznie ułatwia zrozumienie danych” – mówi Stephanie Soulé z Taylor Morrison.

Wykorzystanie inteligencji rynkowej i map – od pozyskiwania gruntów po sprzedaż

Miller, Soulé i inni specjaliści ds. analiz rynkowych ściśle współpracują z zespołem ds. nabywania gruntów Taylor Morrison, wspierając poszukiwania dużych działek pod nowe osiedla.

Dzięki mapowaniu i analizie danych GIS nabywcy gruntów mogą lepiej zrozumieć strukturę populacji w danym obszarze, przewidywać jej zmiany, ocenić bieżące ceny działek i domów oraz monitorować aktywność konkurencji.

Bez uwzględnienia kontekstu geograficznego same dane mogą być

mylące. Na pierwszy rzut oka wysoka sprzedaż domów w danym mieście może wyglądać atrakcyjnie, jednak lokalna demografia może faworyzować konkurencję. Tymczasem dzielnice, które kiedyś były popularne wśród młodych singli, mogą z czasem stać się atrakcyjne dla rodzin z dziećmi, poszukujących większych domów.

„Możliwość tworzenia map cen domów i map ciepłych, pokazujących, jak rynek zmieniał się w różnych lokalizacjach, jest naprawdę potężnym narzędziem”, mówi Miller. „Szczególnie jeśli robi się to raz w roku, aby ocenić kierunek rozwoju biznesu i zmiany zachodzące na rynku.”

Aby ocenić, czy dana działka nadaje się pod osiedle Esplanade w stylu resortowym, Soulé zaczyna od analizy innych inwestycji dla osób 55+ w okolicy. Mapa GIS pokazująca zakresy cen, powierzchnię domów i tempo sprzedaży w tej grupie wiekowej daje szybki obraz rynku. Następnie można nałożyć dane dotyczące odsprzedaży, aby zrozumieć granice cenowe, lub włączyć dane demograficzne, by sprawdzić, czy liczba potencjalnych nabywców wystarczy do wsparcia nowej inwestycji.

Po zakupie działki zespół Millera często współpracuje z projektantami Taylor Morrison, ponieważ analizy demograficzne i psychograficzne mogą wpływać nawet na drobne decyzje dotyczące układu mieszkań. Na przykład na rynku, gdzie ponad 15% klientów ma dzieci, Soulé zalecałaby rezygnację z dwupokojowych domów z garażami tandemowymi na rzecz domów trzypokojowych z garażami obok siebie.

Po otwarciu osiedla zespół ds. analiz rynkowych i strategii może współpracować z wiceprezesem ds. sprzedaży. Dokładne zrozumienie preferencji klientów, oparte na mapach i analizach, może wpływać na decyzje dotyczące rabatów, blokad stóp procentowych czy ulepszeń wewnątrz, mających na celu przyciągnięcie lokalnych nabywców.

Nauka o danych i radość z budowania domu

Inwestorzy i deweloperzy mieszkaniowi, tacy jak Taylor Morrison, działają w warunkach, w których koszty budowy są wysokie, a oprocentowanie kredytów hipotecznych nie zawsze wystarczająco niskie, by zachęcić wszystkich potencjalnych nabywców. W tym kontekście wiedza rynkowa oparta na danych umożliwia podejmowanie przemyślanych decyzji oraz tworzenie domów w pełni dopasowanych do oczekiwań klientów.

Technologie GIS dostarczają wiedzy rynkowej niezbędnej do tego, aby inwestycje firmy przynosiły realne zwroty, a klienci otrzymywali dokładnie to, czego oczekują. Dla Miller i jej zespołu jest to punkt, w którym zaawansowana analityka danych znajduje praktyczne zastosowanie w codziennej działalności zespołu.

„Nie ma nic bardziej osobistego niż możliwość dowiedzenia się, czego klient naprawdę chce” – mówi Miller. „Wiem, że to może brzmieć trochę jak romans, ale uwielbiam moją pracę właśnie z tego powodu: możliwość znalezienia dla kogoś odpowiedniego domu daje mi ogromną satysfakcję”