**Drzwi otwarte – sposób na sprzedaż nieruchomości rodem z Ameryki**

**Drzwi otwarte nieruchomości, z angielskiego Open House – moda ciesząca się dużą popularnością na zachodzie, która przywędrowała do Europy zza oceanu, wchodzi do Polski małymi krokami. Jak wynika z badań, aż 48% Amerykanów dowiaduje się, że dana nieruchomość jest na sprzedaż właśnie poprzez tę formę promocji. Natomiast ok. 14% osób sprzedających domy samodzielnie organizuje drzwi otwarte, by w ten nietypowy sposób zachęcić potencjalnych nabywców do zakupu .**

W dzisiejszych czasach, przy tak ogromnej ilości ofert nieruchomości wystawionych na sprzedaż, podstawowe formy promocji już nie wystarczają, aby szybko i skutecznie sprzedać mieszkanie lub dom. Potencjalni nabywcy lubią być zaskakiwani, a jeżeli chodzi o tak ważne transakcje jak zakup mieszkania czy domu - jednocześnie dobrze poinformowani, ponieważ zazwyczaj jest to długoterminowa inwestycja kapitału. Dlatego zarówno agencje nieruchomości, jak i deweloperzy prześcigają się w formach promocji sprzedawanych nieruchomości nierzadko wykorzystując jako narzędzie drzwi otwarte.

Mechanizm drzwi otwartych polega na zaproszeniu wszystkich klientów zainteresowanych nieruchomością do obejrzenia jej w tym samym momencie. Z tej okazji, sprzedawany dom bądź mieszkanie przygotowuje się specjalnie na odwiedziny oraz częstuje się gości drobnym cateringiem, aby w miłej atmosferze klienci mogli zapoznać się z wnętrzem i ewentualnie dopytać o szczegóły. Dla zwiększenia skuteczności drzwi otwartych stosuje się również dodatkowe mechanizmy polegające na zaoferowaniu korzystniejszej ceny w związku z wyrażeniem chęci zakupu akurat w ten dzień.

Odpowiednio zorganizowane drzwi otwarte, które gromadzą min. 4 klientów jednocześnie, pozwalają sprzedać nieruchomość dużo szybciej. Koncentracja potencjalnych nabywców w pomieszczeniach domu bądź mieszkania powoduje, że uaktywnia się zasada społecznego dowodu słuszności. Oznacza to tyle, że jeżeli inne osoby chcą kupić daną nieruchomość, to potencjalnie jest ona warta zakupu. Dodatkowo uruchamia się mechanizm rywalizacji polegający na chęci wykorzystania nadarzającej się okazji przed innymi potencjalnymi klientami.

*„Z naszych analiz wynika, że drzwi otwarte pozwalają sprzedać większość nieruchomości do 30 dni od wspomnianego wydarzenia. Korzystając z doświadczenia i wiedzy naszych partnerów z zachodu, w szczególności z USA, drzwi otwarte stały się dla nas ważnym aspektem sprzedaży. Organizacja takiego wydarzenia wymaga wiele czasu i środków na przygotowania, ale w ostatecznym rozrachunku jest niezwykle opłacalna i efektywna dla klienta.” –* ocenia Marta Kulawik, właścicielka katowickiego biura nieruchomości Re/Max Gold.

Bazując na doświadczeniu zachodnich biur nieruchomości można jednoznacznie stwierdzić, że organizacja drzwi otwartych jest skutecznym narzędziem promocji nieruchomości. W chwili obecnej, tego typu wydarzenia nie są jeszcze popularne w Polsce, jednak ta tendencja stopniowo się zmienia. Duży udział mają w tym deweloperzy intensywnie promujący takie rozwiązania, gdyż cieszą się one zainteresowaniem wśród potencjalnych nabywców, a co za tym idzie, skutecznie wspomagają sprzedaż nieruchomości.