53936358-2	28/06/2016	ידיעות אחרונות - הנדל"ן	עמוד 64	1/3	25.71x31.55
וקבלנותשרון בן צבי - סמנכל מכירות בקבוצת לוינשטיי - 89427					

קוטג' לדוגמה בפרויקט "אלמוג המושבה הלבנה" בפרדס חנה. היזם: קבוצת אלמוג | צילום: בני ונטורה

קחו דוגמה

כל חברת בנייה שמכבדת את עצמה טורחת להציג דירה־לדוגמה, שמהווה כרטיס ביקור ואמצעי המחשה לרוכשים הפוטנציאליים. הדירות הללו מעוצבות, מושקעות ומפתות, אך לא תמיד הן אכן משקפות את מה שתקבלו בסוף. למה לשים לב וממה להיזהר? לפניכם כל מה שצריך לדעת כשמבקרים בדירה־לדוגמה ובמשרדי המכירות

>> עופר פטרסבורג

שרפנה גורן, 38, סוכנת נסי־עות, נשואה ואם לשניים, נכ־נסה לדירה־לדוגמה בפרויקט מגורים אחד בבאר יעקב שבו שקלה לקנות דירה, היא פשוט התאהבה. אלא שהתברר לה כי שבוע קודם לכן, הדירה ההיא כבר נמכרה. גורן לא ויתרה, יצרה קשר עם האדריכלית שעיצבה את הדירה, וביקשה ממנה לעצב גם את ביתה. התוצאה: דירה כמעט זהה. "בכל זאת אני לא רוצה שה־בית שלי יהיה קופי של הדירה של השכנים", מסבירה גורן, "אז עשינו וריאציה קצת אחרת".

הדירה־לדוגמה הפכה בשנים האחרונות למראה שעל הקיר בכל פרויקט חדש שמכבד את עצמו. היא נולדה כתוצאה מהתחרות האינטנסיבית בענף הנדל"ן שמא־לצת את היזמים לחפש אחר פתרונות שיווקיים שונים להצגת הפרויקטים שלהם לציבור הרחב. אחד הכלים הבולטים שעומדים לרשותם היא ההסבה של אחת מהדירות בפרויקט לדירה־לדוגמה, המאפשרת לקהל היעד להתרשם באופן מוחשי מהפוטנציאל הפונק־ציונלי והאסתטי של דירות סטנדרטיות בפרויקט.

"הדירה־לדוגמה ומשרד המכירות תמיד צריכים להיות נגישים לצרכן", אומר עובד זנגי, מנהל המכירות של 'קרן פייר'. "לא נמקם אותם בקומה גבוהה, אלא בחלל שלא צריך מעלית כדי להגיע אליו. הדירה והמשרד תמיד צריכים להיות מוארים, נקיים ומדיפים ריח טוב. אנחנו לא מרהטים ומאבזרים אותה ברהיטים יקרים מדי, כי רוב הרוכשים רוצים חלום בהישג יד. צריך שיהיו בה פרוספקטים מפורטים וחומרי גלם המשקפים את מה שהדייר יקבל כשירכוש את הדירה, תוכניות לובי ושטחים ציבוריים. הדירה־לדוגמה חייבת לעורר רצון לרכוש דירה בבניין".

שרון בן צבי, קבוצת משולם לוינשטין: "חשוב לברר האם הדירה־לדוגמה בנויה על פי הסטנדרט. אנחנו מאמינים בעיצוב דירות־לדוגמה כפי שהן תימסרנה לדייר. ככל שנבצע שינוי מבני, ניישם אותו גם לדייר ללא תוספת תשלום"

פאטה מורגנה

הדירה־לדוגמה היא מעין נווה מדבר, פינת חמד מעו־צבת למשעי בלב מדבר הבנייה, בין כל הברזלים, הק־רשים, גרמי המדרגות הלא גמורים, האבק וכלי העבו־דה. קל מאוד להתרשם ממנה, אבל כדאי להיזהר: אם להישאר לרגע בשדה הדימויים המדברי, הרי שלא פעם הדירה־לדוגמה עלולה להתגלות כפאטה מורגנה.

"לקוח צריך בראש ובראשונה להבין אם הסטנדרט בדי־רה־לדוגמה מייצג את סטנדרט הפרויקט, או לא רלוונ־טי לדירה במציאות", אומרת רחלי בריזל, סמנכ"לית השיווק של חברת אשדר. היא ממליצה לבחון גם את הפרטים הקטנים ביותר. "למשל, בדירה־לדוגמה יש מתגי חשמל ברמה גבוהה מאוד, כשבפרויקט בפועל הסטנדרט הוא מתגים פשוטים. ריצוף שאינו מופיע בס־טנדרט, מטבח עם אי, תוספת של נקודות תאורה ומחי־צות מזכוכית הם פרטים שנהוג להכניס לדירות־לדו־

» המשך בעמוד 66

53936362-7	28/06/2016	ידיעות אחרונות - הנדל"ן	עמוד 66	2/3	25.64x25.18
וקבלנותשרון בן צבי - סמנכל מכירות בקבוצת לוינשטיי - 89427					

דירה־לדוגמה בפרויקט דוניץ בקריית האמנים בראשון לציון. יזם: אחים דוניץ | צילום: אבי קקון

סלון בדירה לדוגמה בפרויקט all&more בנוה זמר רעננה. יזם: גיא ודורון לוי | צילום: יח"צ

קחו דוגמה

» המשך מעמוד 64

גמה על מנת להפוך אותן לכמה שיותר מפתות. לרוב יהיה מדובר בפרטים הקשורים ברמת המפרט הטכני", אומרת בריזל. "תקציב של דירה־לדוגמה נע בין 70־150 אלף שקל כאשר אנחנו נעזרים במעצבי פנים. תקציב פנטהאוז לדוגמה, יכול להגיע לכ־300 אלף שקל. חשוב להבין כי הדירה לדוגמה מהווה עבורנו כרטיס ביקור לפרויקט ואמצעי המחשה ממדרגה ראשונה".

השוואה של תכנון ומפרט הדירה־לדוגמה המופיעים בשרטוט על הנייר למה שמוצג בפועל, תיתן לכם מושג עד כמה היא משקפת את המוצר הסופי. במידה שתרצו לבצע בדירה שתרכשו שינויים בהתאם לצורכיהם ול־טעמכם האישי, באמצעות ההשוואה הזאת תוכלו להע־ריך ריאלית את העלויות הנדרשות לכך ולקבוע תקציב לשינויים ביתר קלות.

"ישנן חברות המציגות דירות 'ליד הדוגמה' ולא דירה על פי התוכנית המקורית שאותה מחזיק הרוכש הפו־טנציאלי", מזהירה שרון בן צבי, סמנכ"לית השיווק בקבוצת משולם לוינשטין. "יש בהן תוספות, שינויים ושדרוגים שאינם במפרט הטכני ושהרוכש לא תמיד ער להם, כמו הנמכות גבס דקורטיביות, הורדה או תוספת של קיר, תוספת של אי במטבח או כל שינוי מבני אחר. לכן קודם כל חשוב לברר האם דירה בנויה ומחולקת על פי הסטנדרט. אנחנו מאמינים בעיצוב דירות־לדוגמה כפי שהן תימסרנה לדייר. ככל שכן נבצע שינוי מבני, ניישם אותו גם לדייר ללא תוספת תשלום".

גם בחברת אפריקה ישראל מקפידים על נאמנות לסט־נדרט המקורי המוצע למכירה, במיוחד באשר לדירות־לדוגמה בשכונות עממיות. "אנו מודעים לכך שקהל הלקוחות בפרויקטים אלו מגביל עצמו לתקציב מוגדר, ולכן מעדיף לבצע בדירה שינויים הכרחיים בלבד על מנת לחסוך בהוצאות", מסבירה ליאת דנינו־ישראלי, סמנכ"לית שיווק ומכירות החברה.

"לא כל דירה־לדוגמה משקפת את מה שהדייר מקבל בדירה שלו, אלא בעיקר את הפוטנציאל", מסכים אושרי זפרני, סמנכ"ל שיווק ומכירות בחברת גיא ודורון לוי. "כך, למשל, בדירה־לדוגמה בפרויקט בש־כונת נווה זמר ברעננה הקפדנו להשאיר את החלוקה של הדירה כפי שהיא, אבל שדרגנו כלים סניטריים, רצפות ומטבח, אלמנטים שממילא הדיירים דואגים לשדרג והעלויות שלהם לא גבוהות במיוחד. במק־ביל, יצרנו דירה סטנדרטית לא מרוהטת ומאובזרת, הממחישה באופן מדויק דירה מוכנה למסירה. בדירה הזאת הדייר יכול לראות אחד לאחד איך נראית הדירה ללא שדרוגים ולהחליט אם ברצונו לשדרג אותה".

בפרויקט "אלמוג המושבה הלבנה" בפרדס חנה, שכונה של קוטג'ים דו־משפחתיים, עשו משהו דומה. קבוצת אלמוג הקימה שתי דירות־לדוגמה על מגרש אחד: האחת, סטנדרטית לחלוטין, מרמת התכנון ועד לחומרי הגמר, והשנייה – מעוצבת ומשודרגת. "הדירה הרא־שונה ייצגה את הבית על פי התוכנית המקורית ואת המוצרים הניתנים במסגרת המפרט הטכני", מסביר רז שרייבר, סמנכ"ל השיווק של הקבוצה. "בדירה השנייה הצמודה לה, שהייתה במקור אותה דירה בדיוק, נעשו שינויים בתכנון, הוקטן חדר אחד לטובת פינת משפ־חה, נוספו הנמכות דקורטיביות, גופי תאורה, מטבח עם יחידת אי, עבודות נגרות בחדרי הרחצה, גינה מטופחת, וילונות ועוד. הרעיון היה להראות ללקוחות את הבית עצמו מצד אחד ואת הפוטנציאל העצום שגלום בו.

"בדיעבד", מסביר שרייבר, "הדירה־לדוגמה המשודר־גת, תרמה רבות להחלטה הסופית של הרוכשים. חלק גדול מהלקוחות אף ביצעו שינויים בהשראתה – יצ־רנו מחירון נוח לכל שינוי. לקוחות שרכשו בית הביאו את המעצבים שלהם להתרשם ולקחו מהדירה רעיונות ברמת התכנון והעיצוב".

מצגים שיווקיים

בנוסף, חשוב לשים לב גם לשלב בו הפרויקט נמצא, האם זה שלב בו עדיין ניתן לבצע את השינוי שהוצג בדירה לדוגמה, ואם כן באיזה עלות. "קיים הבדל משמ־עותי בעלויות בין אם הדירה המוצעת כבר עומדת בנויה ומושלמת, או שעדיין ניתן לבצע בה שינויים", מדגישה שרון בן צבי. "אני מציעה לכל רוכש פוטנציאלי לבקש לראות עוד דירות בפרויקט כדי להתרשם".

לדברי ירון צוברי, סמנכ"ל השיווק בקרסו נדל"ן, עיתוי הבנייה משפיע גם על הדירה־לדוגמה. "בניגוד לעבר, יש כיום מגמה של הקמת דירות פרימיום־לדוגמה", הוא אומר. "זה קורה בין היתר מכיוון שכיום חלק גדול מהדירות נמכרות עוד בשלב חפירת המרתפים ולכן עד שמסיימים לבנות את הקומות הראשונות לא כדאי לבנות דירה־לדוגמה רגילה. דירות הפרימיום נמכרות לרוב בשלבי בנייה מתקדמים יותר".

בשל פער הזמנים בין תחילת השיווק של הפרויקט על הנייר לבין תחילת עבודות הבנייה באתר, לא פעם מו־

» המשך בעמוד 68

אושרי זפרני, חברת גיא ודורון לוי: "דירה־לדוגמה מביאה לידי ביטוי את הפוטנציאל בדירה. כך, למשל, בדירה־לדוגמה בשכונת נווה זמר ברעננה, הקפדנו להשאיר את החלוקה של הדירה אבל שדרגנו כלים סניטריים, רצפות ומטבח, שממילא הדיירים דואגים לשדרג"

53936393-1	28/06/2016	ידיעות אחרונות - הנדל"ן	עמוד 68	3/3	22.42x25.14
וקבלנותשרון בן צבי - סמנכל מכירות בקבוצת לוינשטיי - 89427					

דירה־לדוגמה בפרויקט "חלומות פארק חדרה". היזם: שיכון ובינוי נדל"ן | צילום: עוזי פורת

קחו דוגמה

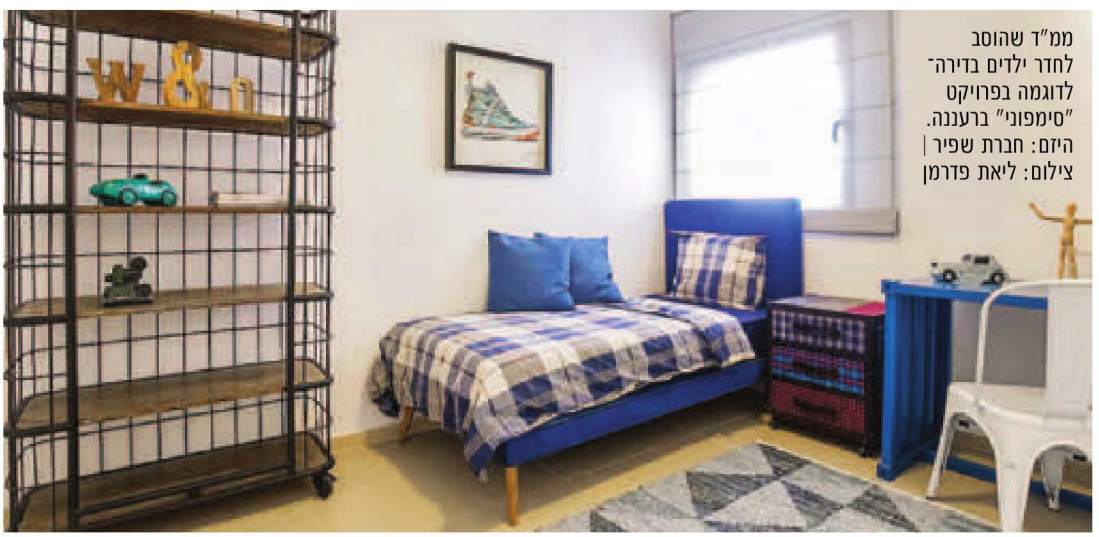
» המשך מעמוד 66

צגת הדירה־לדוגמה במשרד המכירות שנמצא במקום כבר מההתחלה. כשאתם מגיעים למשרד מכירות כזה קחו בחשבון שעלות ההשקעה הכספית בו תגולם בסוף במחיר הדירה שרכשתם, ושלא כל הנוצץ זהב.

במשרד המכירות תוכלו להתרשם מחומרים שיווקיים חזותיים, החל בהדמיות תלת־ממדיות וכלה בפרוספקטים מושקעים. בשום אופן אסור להסתפק בהם בלבד. לעיתים המפרטים המוצגים במצגים השיווקיים אינם מפורטים דיים, ואם לא תשימו לב, בהמשך עלולה להתווסף לתקציבכם הוצאה של אלפי שקלים. כדאי גם לדעת לנטרל אלמנטים שיווקיים מובהקים שעשויים לבלבל אתכם ולהקשות עליכם לקבל את ההחלטה הנכונה. "אנשי מכירות מקצועיים וישרים לא יתבלו את שיחת המכירה בסופרלטיבים אין־סופיים על הפרויקט, אלא יתנו מידע מהימן וענייני על המצב הסטטוטורי של הפרויקט, תמהיל הדירות והמפרט הטכני שלהן", מאמין ניב רום, סמנכ"ל שיווק וייזום קבוצת כנען.

"אסור להסתמך על מצגות וחומרים שיווקיים ככלי בלעדי לקבלת החלטה בדבר רכישת דירה", מבהיר גם גל קסטל, מנהל השיווק של חברת ארזים (ג.י.א) מקבוצת אורון אחזקות והשקעות. "לא בהכרח מה שזול זה מה שטוב. צריך להבין אם במחיר כלולים חניה ומחסן, מהו המפרט המוצע, כיוונים, מפגעים וכדומה. בדקו גם את הבטוחות שהקבלן מציע. אל תתפתו לרכוש דירה בתנאים מיוחדים מבלי לוודא שקיבלתם בטוחות לכספכם כדוגמת ערבויות חוק מכר. אם נתקלתם בקבלן שלא נותן ערבויות על פי החוק ומנסה לפתות אתכם במחיר מיוחד – התרחקו ממנו".

לדברי מאיר שמחה, מנהל ההנדסה בחברת אזורים, כשמגיעים למשרד המכירות, מעבר למפרט הטכני של הדירה והבניין בכלל, כדאי גם לבקש את תוכניות הפיתוח העירוניות של סביבת הנכס. "הרבה פעמים קיימת דיס־אינפורמציה לגבי תוכניות פיתוח עתידיות של האזור, הנובעת מאי־הבחנה לבין חזון הפיתוח של איש מכירות שאפתן לבין תוכניות מאושרות בפועל", הוא מזהיר.



ממ"ד שהוסב לחדר ילדים בדירה־לדוגמה בפרויקט "סימפוני" ברעננה. היזם: חברת שפיר | צילום: ליאת פדרמן

לובי לדוגמה

במקרים רבים, מכיוון שהדירה לדוגמה נמצאת למעשה בתוך אתר בנייה, יש חברות שמקפידות על שמירת הקו האסתטי לכל אורך דרכו של הלקוח בבניין. דורית סדן, סמנכ"ל השיווק של שיכון ובינוי נדל"ן, מספרת כי זו הסיבה שחברות רבות מקימות היום גם לובי קומתי לדוגמה, שמוביל לדירה. "כך ניתן לתת פרספקטיבה ברורה יותר ללקוח הפוטנציאלי מה הוא עתיד לקבל", היא מסבירה. "ברוב הפרויקטים שיצאו לשיווק, אנחנו מציגים דירה־לדוגמה מושקעת, אך בעיצוב שלא יהיה רחוק מאוד מהסטנדרט שאותו אנחנו מספקים, כדי לא להטעות את הלקוחות".

לסיכום, טלי כהן, סמנכ"ל השיווק בחברת שפיר מגורים, מציעה חמש שאלות שכדאי לשאול למראה הדירה־לדוגמה:

1. האם בוצעו בה שדרוגים?
2. מה מגיע לנו בדירה שאנחנו רוכשים, ומה לא?
3. האם המטבח זהה למטבח שאנחנו רוכשים (לרוב, המטבחים בדירות־לדוגמה משודרגים בגודל, בצבע ובאלמנטים השונים)?
4. שימו לב לגודל החדרים: אם ניתן להכניס ארון בגדים, אם המיטות בגודל הסטנדרטי, אם יש לילד מקום לאחסן משחקים. ברוב הדירות לדוגמה הריהוט בחדר הילדים הוא מינימליסטי כדי שהחלל ייראה גדול יותר
5. שימו לב לגובה התקרות ולפתחי החלונות, זה ייתן לכם מושג באיזו מידה הם מוארים ומאווררים.

רחלי בריזל, חברת אשדר: "תקציב של דירה־לדוגמה נע בין 70־150 אלף שקל כאשר אנחנו נעזרים במעצבי פנים. תקציב פנטהאוז לדוגמה, יכול להגיע לכ־300 אלף שקל. חשוב להבין כי היא מהווה עבורנו אמצעי המחשה ממדרגה ראשונה"