

Rozhořel se boj o on-line inzerci

1. dubna 2010 - Server Sreality.cz ustoupil v obchodních podmínkách velkým realitním kancelářím. Ty se totiž obávaly internetových útoků kvůli extrémní konkurenci.

PRAHA Inzertní realitní server Sreality.cz dnes spouští novou verzi svého portálu. Souběžně s tím změnil své obchodní podmínky. Jejich původně plánovaná podoba představovala pro realitní trh doslova Pandořinu skříňku. Tři velké realitní společnosti dokonce přerušily s Sreality.cz spolupráci. Server však kritikům nakonec v něčem ustoupil. Vzdal se plánované platby za proklik a v platnosti ponechal jen zrušení velkoobchodní slevy. Platba za proklik? Noční můra Když se Sreality.cz rozhodly v polovině února změnit paušální platbu za inzeráty na platbu za každé detailní zhlédnutí inzerátu, zvedla se obrovská vlna odporu. Velké realitní kanceláře se totiž bály, že nový platební systém okamžitě zneužije jejich konkurence. Na adresu těch firem, které se k Sreality.cz rozhodly bez připomínek přidat, prý dorazily v tomto směru i konkrétní výhrůžky. Podle nejmenovaného zdroje hrozilo, že těmto společnostem budou jejich konkurenti klikat na inzeráty záměrně, aby jim zvýšili náklady na inzerci. „Realitní trh v Česku je velmi roztržštěný. Ještě pořád nedošlo k jeho konsolidaci a je mnoho menších firem, které nepřejí těm větším,“ řekl LN ředitel RE/MAX Česká republika Hanuš Němeček.

Podle Michala Picha, jednatele společnosti **EuroNet Media**, která provozuje například realitní portály www.Realitymorava.cz a www.Realitycechy.cz, kolovaly dokonce v internetových diskusích odkazy na programy umožňující cíleně klikat na vybrané webové stránky a zvyšovat tak jejich provozovatelům náklady na inzerci.

Konkurence je extrémní „Netušili jsme, jaké reakce může platba za proklik na realitním trhu vyvolat. Tento obchodní model funguje například na Szboží.cz již několik let a nikdo si nestěžoval,“ říká Michal Heisig, obchodní ředitel společnosti Seznam.cz, které portál Sreality.cz patří. „Je-li tedy konkurence v prodeji zboží vysoká, mezi realitními kancelářemi je přímo extrémní,“ dodává. Podle něj chtěl Seznam platbou za proklik docílit pročištění inzerátů na portálu. „Chtěli jsme, aby některé realitní kanceláře přestaly na Sreality.cz uveřejňovat inzeráty typu dům za tisíc korun a podobně,“ uvedl Heisig. Firma se také chtěla zbavit některé duplicitní inzerce.

Na základě reakcí velkých realitních hráčů však firma svůj obchodní koncept nakonec přehodnotila. „Rozhodli jsme se vrátit k původnímu obchodnímu modelu, tedy koruna za inzerát a den,“ řekl LN Heisig.

Konec velkoobchodním slevám Realitní portál nicméně zrušil velkým realitním kancelářím velkoobchodní slevy. Známostou katalogovou cenou je koruna za inzerát a den, velcí hráči však měli dosud v tomto případě značné slevy. „Tito klienti jsou pro nás ale důležití, a tak jsme se snažili kompenzovat jim tuto změnu jinde,“ řekl Heisig s tím, že nižší ceny mohou realitní kanceláře očekávat u doprovodných služeb, jako jsou například banery.

Podle Hanuše Němečka to však nijak zajímavá kompenzace není. „Nemovitosti prodávají inzeráty, ne banery. Ty prodávají maximálně značku firmy,“ řekl Němeček.

Podle Miroslava Jonáše, obchodního ředitele realitní společnosti M&M reality holding, je navíc inzerce na Sreality.cz už tak dost drahá. „Jsou pro nás šestkrát dražší než třeba Reality.cz. Nemyslím si, že by služby Reality.cz byly šestkrát horší než konkurenčního webu,“ dodal Jonáš.

Podle zjištění M&M reality holding se dnes zájemci o nové bydlení rozhodují v průměru tři měsíce. Před dvěma lety se prodávalo v podstatě okamžitě téměř cokoli. „Klienti nyní pracují s nabídkou mnohem lépe, více hledají, srovnávají více nemovitostí,“ vysvětlil Jonáš, proč mu nevadí, pokud inzeráty jeho firmy nebudou momentálně plnit stránky Sreality.cz.

Čeká nás nový realitní web Navzdory tomu jednání velkých realitních firem se zástupci Sreality. cz nadále pokračují. Fakt, že RE/MAX Česká republika, Sting a M&M reality holding odstoupily od spolupráce s Sreality.cz, podle Heisiga neznamena, že dojde k masovému odcházení dalších realitních společností. „Nemáme zatím ani žádné další informace o tom, že by od nás chtěla odejít další velká realitní společnost,“ řekl Heisig.

Velké realitní společnosti chtějí v současnosti směřovat svou nabídku jak na své domovské stránky, tak na konkurenční realitní weby. „V posledních měsících opravdu evidujeme zvýšený zájem realitních kanceláří o možnosti prezentace nemovitostí na našich zpravodajských a realitních portálech,“ potvrdil Michal Pich.

Další možností je vytvoření nového databázového systému, jaký existuje například ve Spojených státech, kde má už silnou základnu. Jde v podstatě o realitní web soustředující různé realitní nabídky. „Spolu s dalšími realitními společnostmi usilujeme o jeho spuštění. Nejdříve by to bylo možné za tři měsíce, ale může to být i později,“ řekl Hanuš Němeček.

Je-li konkurence v prodeji zboží vysoká, mezi realitními kanceláři je přímo extrémní