

CĂTĂLIN PRISCORNIȚĂ, CEO BLITZ:

## "Estimăm o evoluție pozitivă pe piața imobiliară până la finalul anului"

*Pandemia a adus o scădere drastică a cererii pe piața imobiliară în cel de-al doilea trimestru din 2020, însă activitatea a dat semne de revenire începând din vară, iar prognozele pentru finalul de an sunt optimiste.*

*Clujul continuă să conducă detașat în ceea ce privește prețul*

*pe mp construit, în ciuda provocărilor din ultimele luni. Cătălin Priscorniță, CEO Blitz, ne-a explicat cum se vede viitorul imobiliarelor din perspectiva omului care a pus bazele agenției în urmă cu 10 ani și care sunt soluțiile pentru ca piața să se profesionalizeze.*

**Reporter:** Blitz are deja 10 ani pe piața imobiliară. Cum a luat naștere agenția?

**Cătălin Priscorniță:** Povestea Blitz, o agenție cu capital sută la sută românesc, a început în Cluj-Napoca acum 10 ani. Compania a crescut an de an pe piață, iar în 2019 am încheiat anul cu o cifră de afaceri de peste 2,3 milioane de euro. Valoarea totală a proprietăților tranzacționate în 2019 a depășit 50 de milioane de euro, această valoare fiind echivalentul a peste 1.200 de tranzacții. În prezent avem peste 160 de agenți, angajați și colaboratori, ce activează în 3 birouri, 2 în județul Cluj și 1 în județul Brașov.

Blitz este membru fondator al Comunității Elitelor în Imobiliare din România (C.E.I.R.), una din cele mai active și mai vizibile asociații profesionale din domeniu.

**Reporter:** Prin ce vă deosebiți de alte agenții de pe piață?

**Cătălin Priscorniță:** În primul rând, punem clientul în centrul a tot ceea ce facem, prin gama completă de servicii integrate oferite,

înainte, în timpul și după finalizarea tranzacției, dar și prin oferta bogată pe toate tipurile de proprietăți. Acoperim orice fel de solicitări și putem prezenta clienților o paletă largă de opțiuni, atât pe segmentul rezidențial, cât și pe cel comercial.

În practică, punem la dispoziția clienților noștri un call center dedicat, agenți specializați pe departamente și tipuri de tranzacții, asistență juridică și consiliere financiară gratuită, facilitare de servicii de design interior, servicii de mutare și de curățenie, dar și programe de fidelizare în colaborare cu partenerii noștri. Nu în ultimul rând, etica și standardele profesionale sunt valorile de căpătâi după care ne conducem atât în relațiile cu clienții, partenerii dar și cu angajații noștri. Toate aceste lucruri sunt posibile datorită programelor noastre complete de formare și dezvoltare profesională continuă.

**Reporter:** Ce planuri de dezvoltare aveți pentru business în viitor?

**Cătălin Priscorniță:** Încă dinainte de declanșarea pandemiei am tra-

sat un plan de extindere pe piețe noi în următorii 3 ani și continuăm acest demers. Țintim cu prioritate principalele centre economice ale țării care au piețe imobiliare cu potențial de creștere sustenabilă pe termen lung. La selecția viitoarelor locații, am luat în calcul mai mulți factori care țin atât de specificul piețelor locale și de potențialul local al business-ului, cât și de indicatori macroeconomici de la nivel regional.

Vrem să realizăm această extindere printr-un model propriu de business, un model diferit de cele existente pe piață. Astfel, planul este să deschidem direct noi birouri, în cadrul cărora să extindem gama de servicii integrate, dar și să sprijinim, printr-un sistem flexibil de francizare, deschiderea de noi birouri de către viitorii noștri parteneri locali.

**Reporter:** Care credeți însă că ar putea fi principalele provocări legate de extindere?

**Cătălin Priscorniță:** Atunci când am demarat acest proiect, am făcut o analiză riguroasă a oportunității

de extindere, dar și a potențialelor provocări legate de extindere.

Una din principalele provocări va fi să identificăm partenerii potriviți pe care să-i atragem în sistemul nostru de dezvoltare. Astfel, am pus la punct un sistem complex de recrutare și selecție pe mai multe canale. Este foarte important să găsim persoanele potrivite care să demonstreze nu doar experiență managerială sau antreprenorială, ci mai ales o potrivire cu valorile și misiunea Blitz.

O altă potențială provocare ține de dinamica piețelor locale în care ne vom extinde. În funcție de evoluția acestor piețe și de contextul socio-economic local, suntem pregătiți să ne extindem rapid, sau să ne restrângem activitatea, dacă situația o va impune în actualul context sanitar.

Procesele, sistemele și procedurile interne reprezintă, de asemenea, o potențială provocare, deoarece vor trebui adaptate pentru a asigura servicii de calitate și unitare în locații multiple, cu un management administrativ complex.

A man with a beard and short hair, wearing a white button-down shirt, is sitting at a wooden desk. He is looking directly at the camera with a slight smile. On the desk in front of him are a blue mug, a smartphone, and a small black box with the word "BLITZ" on it. Behind him, the word "BLITZ" is written on the wall in large, green, moss-like letters.

# BLITZ

## **CĂTĂLIN PRISCORNIȚĂ:**

"Nivelul de activitate l-a atins pe cel de dinaintea instaurării pandemiei. Vânzările noastre din primele opt luni ale acestui an au atins cifra de 1,5 milioane de euro, depășind astfel perioada similară a anului precedent cu 100.000 de euro".

**Reporter:** Cât de greu este să atrageți, să pregătiți și să mențineți agenți profesioniști?

**Cătălin Priscorniță:** Piața imobiliară și activitatea de broker imobiliar sunt atractive chiar și în contextul actual. În Blitz însă, ne bucurăm de rezultatele unei munci începute cu mai mulți ani în urmă, de profesionalizare și de dezvoltare a ocupației de broker imobiliar. Recrutăm agenții cu ajutorul tehnologiilor moderne, cum ar fi quiz-urile pe audiențe specifice targetate online. Am înlocuit CV-ul clasic cu o abordare mai naturală și conversațională.

În al doilea rând, ne pregătim temeinic agenții. Pentru formarea lor, am pus la punct încă din 2017 - Blitz Camp - un program complex de inducție, training și pregătire permanentă a brokerilor.

În cadrul acestui program, viitorii brokeri imobiliari primesc într-o formă structurată toate cunoștințele de care au nevoie pentru a fi agenți cu succes, direct de la profesioniști cu experiență. Programul acoperă o gamă vastă de materii: de la tehnici de vânzare, de prezentare a ofertei și de negociere, la elemente juridice de evaluare a unei proprietăți și tehnici de comunicare, customer service, și instrumente

de marketing online și offline.

De asemenea, tot în acest program e cuprinsă familiarizarea cu structurile și departamentele companiei, precum și cu procedurile noastre interne. Am profitat de răgazul pe care ni l-a oferit perioada de restricții și am revizuit fundamental acest program. Blitz Camp a fost astfel reactualizat și a primit o nouă față. Cursurile au fost transferate pe o platformă online, unde toate sesiunile de instruire se desfășoară sub formă de video-uri și prezentări, accesibile oricând și de oriunde. Platforma permite inclusiv urmărirea progresului în învățare, precum și evaluarea cunoștințelor sub forma unor teste grilă.

Pentru manageri am dezvoltat un program similar, Academia de Management Blitz, cu suportul unor trainerii de talie națională, recunoscuți în domeniile lor de expertiză. Acest program, cu un conținut la un nivel demn de un MBA, acoperă subiecte esențiale pentru managementul modern într-o organizație dinamică: analiza pieței, planificare strategică, leadership, vânzări și negocieri, tehnici de recrutare și train-the-trainers, comunicare, managementul schimbării, managementul conflictelor. Cu ajutorul Acade-

miei de Management Blitz vom crea o înțelegere comună la nivel de middle-management asupra strategiei, proiectelor și instrumentelor organizaționale.

Pentru echipa de vânzări, am dezvoltat conceptul de Blitz Evolution, un instrument specific de motivare și retenție pentru cei care vor să atingă nivelul următor în vânzări. Astfel, am stabilit o serie de stimulente financiare și non-financiare ce pot fi accesate de brokerii imobiliari, pe praguri, în funcție de experiență și încasări. Cu alte cuvinte, creșterea performanței este recunoscută și răsplătită.

**Reporter:** Cât de afectată a fost piața imobiliară în contextul pandemiei? Care sunt estimările pentru finalul de an și începutului lui 2021?

**Cătălin Priscorniță:** Am început anul promițător în primul trimestru cu o creștere accelerată a cererii cu 11% față de aceeași perioadă a anului precedent. Incertitudinea din piață, dar și restricțiile impuse de autorități au determinat însă ca al doilea trimestru să fie marcat de scăderea cererii de tranzacționare cu până la 70%!

Începând cu finalul lunii mai, piața imobiliară și-a reluat trendul po-

zitiv, revenind la un nivel de cereri similar cu cel al lunii martie. Din iunie am înregistrat o revenire a volumului de cereri la un nivel ușor peste cel al lunii februarie. În iulie, cu toată perioada de concedii specifice sezonului estival, trendul de creștere a continuat. Nivelul de activitate l-a atins pe cel de dinaintea instaurării pandemiei. Vânzările noastre din primele opt luni ale acestui an au atins cifra de 1,5 milioane de euro, depășind astfel perioada similară a anului precedent cu 100.000 de euro.

Estimăm o evoluție pozitivă până la finalul anului, cu o creștere stabilă a pieței în următoarele luni.

Deși anul acesta a fost unul atipic, piața dă semne de revenire la un ritm normal de activitate după lunile de scădere, urmate de cele de stagnare. Experiența noastră în domeniu ne arată că în principalele centre economice ale țării există în continuare o creștere robustă, în corelație cu tendințele generale economice, și ne așteptăm la un final de an destul de bun.

**Reporter:** Credeți că actuala criză va influența evoluția pieței imobiliare în ceea ce privește comportamentul cumpărătorilor?

**Cătălin Priscorniță:** E important să punctăm că actuala situație nu este similară cu criza financiară din 2008-2010, când accesul la finanțare și la creditare a fost restrâns drastic. Anul acesta am asistat mai degrabă la un blocaj generat de restricțiile impuse de autorități, care au pus pe așteptare categorii largi de clienți, vânzători și cumpărători.

După un început de an în forță, multe tranzacții au fost suspendate. După ridicarea restricțiilor, acestea au fost finalizate. Firește, au fost categorii sociale și profesionale afectate. De exemplu, HoReCa abia recent și-a reluat activitatea. Însă, per total, cei cu intenții ferme de tranzacționare nu au renunțat de tot la planurile lor pe durata lunilor de restricții. Acest fapt a permis reluarea rapidă a activității după "relaxare". Bineînțeles că a fost nevoie de multă adaptare și flexibilitate, atât din partea agenților, cât și din partea clienților. Noi am venit în întâmpinarea nevoilor clienților, oferindu-le, spre exemplu, posibili-



*"Punem la dispoziția clienților noștri servicii de mutare și de curățenie".*





*"Oferim clienților noștri un call center dedicat, agenți specializați pe departamente și tipuri de tranzacții, asistență juridică și consiliere financiară gratuită, facilitare de servicii de design interior".*

tatea de a viziona proprietățile online, în mod gratuit.

În ceea ce privește comportamentul consumatorilor, tendințele au fost evident diferite, explicabile prin restricțiile specifice perioadei. Spre exemplu, am observat o creștere a cererii pentru case sau apartamente mai spațioase, care să permită instalarea unui birou pentru munca de acasă.

O altă tendință observată a fost pe piața chiriilor. Această piață a fost dramatic afectată de absența marilor festivaluri și evenimente culturale și sportive din sezonul estival, precum și de lipsa studenților și a lucrătorilor sezonieri. Această absență a afectat însă piața chiriilor și apartamentele în regim hotelier pe termen scurt. Cererea de chirii a revenit în forță la finalul trimestrului 3. Marii angajatori din sectorul de servicii au anunțat re-deschiderea parțială a birourilor, iar o parte din facultăți își vor relua cursurile.

Am remarcat în această perioadă și o schimbare de mentalitate a antreprenorilor, pe zona de spații comerciale și birouri. Aceștia au început să-și ducă afacerile cât mai aproape de clientul final. E vorba în special de afacerile de tipul magazinelor de proximitate, a birourilor și a micilor spații de prestări servicii, patronii cărora au ales astfel să scurteze durata necesară clientului pentru a se deplasa.

Această tendință a venit pe fondul restricțiilor, care au impus scur-

tarea și eficientizarea deplasărilor în afara domiciliului, pentru a diminua riscul expunerii. Antreprenorii au început să se orienteze astfel spre spațiile comerciale din zonele rezidențiale, atât în cartierele mai noi, cât și în cele vechi, din zone cu vad pietonal asigurat, și clientelă preponderent dintre locuitorii din vecinătate. Au fost căutate astfel spațiile de la parterul blocurilor, apartamentele transformate, cât și spațiile comerciale dedicate, cu posibilități de compartimentare și de adaptare la dimensiuni mai reduse.

**Reporter:** Prețurile în Cluj continuă să rămână cele mai ridicate din țară în ciuda crizei. Care este explicația?

**Cătălin Priscornică:** Conform statisticilor noastre interne, dar și a altor studii de pe piață, observăm într-adevăr că prețurile medii din municipiul Cluj-Napoca, atât la vânzări, cât și la închirieri, depășesc, uneori cu mult, prețurile la proprietăți similare din alte centre economice. Scăderile din trimestrul al 2-lea nu au corectat aceste diferențe între Cluj și alte orașe. La acest fapt au contribuit mai mulți factori. Principalul factor a fost, probabil, atractivitatea Clujului ca centru regional de business și investiții. În Cluj-Napoca există o cultură antreprenorială ce alimentează constant mediul de business, fapt ce generează noi locuri de muncă și atrage forță calificată din alte zone.

Bineînțeles, există și aportul universităților, recunoscute pe plan

național și internațional, ai căror absolvenți aleg să se angajeze după studii în oraș, căutându-și astfel locuința. Nu în ultimul rând, Clujul are o emigrație scăzută, clujenii rămân în oraș și rareori se mută. Iar cei mutați, fie la București, fie în străinătate, se întorc pentru a investi în economia locală.

Toți acești factori au atras, bineînțeles, investitori de prestigiu, companii multinaționale, care și-au deschis sedii, birouri, fabrici și centre de servicii, sporind astfel atractivitatea orașului.

Acest cumul de influențe și factori alimentează atât pe termen scurt, cât și pe termen mediu, cererea de locuințe. Putem astfel previziona că piața imobiliară locală va rămâne în continuare robustă și într-o continuă creștere, evident corelată cu economia locală.

**Reporter:** Piața imobiliară autohtonă este o piață destul de eterogenă. Avem atât agenți independenți, cât și agenții cu tradiție, iar bunele practici și reaua-credință se întâlnesc adesea la același colț de stradă. Ce soluții aveți pentru profesionalizarea acestei piețe?

**Cătălin Priscornică:** Este adevărat că piața imobiliară este foarte fragmentată. Cel mai elocvent indicator al acestei situații este faptul că peste 90% din agențiile imobiliare nu au reușit să depășească pragul de 5 agenți. Este nevoie de multă sistematizare, de standarde profesionale și de formare profesională în această industrie.

În acest sens, în cadrul CEIR (Comunitatea Elitelor Imobiliare din România), împreună cu alte asociații profesionale reprezentative, am inițiat și susținem inițiativa parlamentară de legiferare a profesiei de agent imobiliar.

Consider că această inițiativă legislativă este vitală pentru susținerea dezvoltării continue a industriei de profil în România. Am demarat deja în acest sens o serie de întâlniri de lucru pentru formularea de propuneri de îmbunătățire a legii, astfel încât statutul de agent imobiliar să fie cât mai clar definit în relația cu autoritățile și clienții.

Printre noutățile prevăzute de inițiativa legislativă se află dobândirea calității de agent imobiliar după absolvirea unui curs de pregătire, pe baza unui examen, precum și perfecționarea continuă a agenților. De asemenea, propunerea legislativă include și un articol conform căruia agenții imobiliari să fie înscrși într-un registru oficial, pentru a spori în felul acesta încrederea clienților în tranzacții imobiliare intermediare de agenți imobiliari.

Inițiativa legislativă își propune să profesionalizeze domeniul și aduce numeroase beneficii atât clienților, cât și agenților, oferind mai multă claritate, dar și servicii de calitate prestate de profesioniști.

**Reporter:** Cu ce cifră de afaceri ați încheiat 2019 și care sunt estimările pentru 2020?

**Cătălin Priscornică:** Ne propunem să recuperăm scăderile din cel de-al doilea trimestru și să încheiem anul cu o cifră de afaceri de 3 milioane de euro, ceea ce ar reprezenta o creștere de 30% față de cifra de 2,3 milioane de euro în 2019.

**Reporter:** Vă mulțumesc!