

Timber Praha – rezidenční projekt

- Úspěšný prodej první vícepatrové dřevostavby v České republice
- Kompletní marketingová a obchodní strategie na klíč bourající předsudky a strach z vícepodlažních dřevostaveb

Zadání

Timber Praha představuje historicky první vícepodlažní bytový projekt v Praze postavený z masivních křížem vrstvených dřevěných panelů (CLT). Projekt cílil na prémiový segment klientů s důrazem na maximální udržitelnost, špičkové technologie a zdravé vnitřní prostředí. Celkem nabízel 62 bytů o dispozicích 1+kk až 4+kk, každá jednotka disponuje terasou nebo předzahrádkou. Realitní kancelář LEXXUS NORTON zajišťovala kompletní prodejní i marketingovou strategii, díky které byl úspěšně kompletně vyprodán.

Výzva:

Prosadit nový standard na konzervativním trhu

Pražský realitní trh je tradičně orientován na konvenční stavební materiály (cihla, beton). Uvést do prémiového segmentu vícepodlažní dřevostavbu s sebou neslo několik zásadních výzev a bylo potřeba tomu přizpůsobit marketingovou strategii:

- **Edukace trhu:**
Nutnost překonat případné předsudky spojené s dřevostavbami a vysvětlit technologickou vyspělost a odolnost CLT panelů.
- **Obhájení prémiové ceny:**
Argumentačně podložit hodnotu projektu, kde klient neplatí pouze za lokalitu a metráž, ale především za pokročilé technologie a zdravé mikroklima.
- **Zacílení na správnou cílovou skupinu:**
Najít a oslovit kupující, kteří u prémiové nemovitosti vyžadují nejen luxus, ale i vysokou míru udržitelnosti a technologické inovace.

Výsledek: Trh je připraven na inovace

Projekt Timber Praha byl vyprodán na začátku roku 2026 – tedy téměř 3 roky po spuštění prodeje. Tím potvrdil, že český trh s prémiovými nemovitostmi prochází transformací. Poptávka ukázala, že bonitní klienti jsou ochotni investovat do progresivních a ekologických řešení, pokud jsou spojena s nejvyšším standardem bydlení a uznávaným developerem s mnohaletou zkušeností. Prodej projektu prostřednictvím realitní kanceláře LEXXUS NORTON stanovil nový benchmark na pražském rezidenčním trhu. Případová studie dokazuje, že spojení vizionářského developmentu s cílenou a odbornou obchodní strategií dokáže úspěšně zavést a vyprodát zcela nový produktový segment i v konzervativnějším tržním prostředí.

