

PRZEWODNIK DEWELOPERA · KRAKÓW

Jesienny sezon sprzedaży

Przewodnik dewelopera po IV kwartale. Kalendarz przygotowań tydzień po tygodniu, audyt materiałów inwestycji, jawność cen i checklisty sezonu - w oparciu o aktualne dane rynkowe.

Spis treści

01	Dlaczego IV kwartał decyduje o roku
02	Otoczenie rynkowe przed sezonem
03	Kalendarz: tydzień po tygodniu
04	Audyty materiałów inwestycji
05	Żywa lista lokali i jawność cen
06	Zewnętrzny dział sprzedaży i success fee
07	Obsługa kupującego w szczycie
08	Checklisty dewelopera
09	Podsumowanie

Od autorów. W II kwartale 2026 roku deweloperzy wprowadzili w Krakowie do sprzedaży zaledwie 690 mieszkań – o 72% mniej niż kwartał wcześniej – ale cała oferta wciąż liczyła około 11,5 tys. lokali (BIG DATA RynekPierwotny.pl), a aktywność kredytowa w skali kraju rośnie w dwucyfrowym tempie. Deweloper, który wejdzie w IV kwartał z kompletem materiałów, aktualną stroną inwestycji i zespołem gotowym do obsługi zapytań, ma szansę wyróżnić się na rynku, na którym konkurencja pozostaje duża, a kupujący wracają po wakacjach.

Ten przewodnik prowadzi przez przygotowania tydzień po tygodniu: od sierpniowego audytu materiałów po grudniowy finał roku. Zebraliśmy w nim praktykę, którą wypracowaliśmy, działając na krakowskim rynku nieruchomości od 2015 roku, oraz dane rynkowe zweryfikowane u źródeł.

Dlaczego IV kwartał decyduje o roku

Rynek pierwotny ma swój rytm. Latem część kupujących odkłada decyzje: ogląda inwestycje, porównuje lokalizacje, ale z podpisaniem umowy czeka. Po wakacjach te odłożone decyzje zwykle wracają – i spotykają się z motywacją końca roku, gdy kupujący chcą zamknąć sprawy mieszkaniowe przed styczniem. W naszej praktyce obsługi sprzedaży inwestycji to właśnie jesienią zapytania najczęściej zamieniają się w rezerwacje i umowy.

Z tego rytmu wynika prosta zależność: sezon nagradza przygotowanych. Zespół, który we wrześniu ustala politykę cenową albo poprawia wizualizacje, obsługuje kupujących wolniej niż konkurencja – a jesienny kupujący porównuje kilka inwestycji jednocześnie i rzadko czeka. Dlatego przygotowania do IV kwartału zaczynają się w sierpniu, a ich sercem jest infrastruktura: materiały, strona inwestycji i ludzie.

Druga zależność dotyczy wiarygodności. Kupujący na rynku pierwotnym płaci za lokal, którego często jeszcze nie ma, więc każdy element porządku – aktualna lista lokali, jawne ceny, sprawna odpowiedź na pytania – pracuje na jego zaufanie. Jesienią, przy większym natężeniu zapytań, ta różnica staje się widoczna jak nigdy.

Zasada przewodnia. Jesienny sezon sprzedaży wygrywa się przed jego rozpoczęciem. Wszystko, co opisujemy dalej, jest rozwinięciem tego jednego zdania.

Otoczenie rynkowe przed sezonem

Trzy grupy liczb opisują warunki, w jakich krakowski deweloper wchodzi w IV kwartał 2026 roku.

Obszar	Wskaźnik	Wartość	Źródło
Podaż (Kraków)	Mieszkania w ofercie deweloperów	ok. 11,5 tys. (koniec czerwca 2026)	BIG DATA RynekPierwotny.pl, II kw. 2026
Podaż (Kraków)	Nowe wprowadzenia do sprzedaży	690 lokali w II kw. (-72% kw./kw., -65% r/r)	BIG DATA RynekPierwotny.pl, II kw. 2026
Sprzedaż (Kraków)	Mieszkania sprzedane w II kw.	-11% kw./kw.; wskaźnik wyprzedaży ok. 6,5 kwartału	BIG DATA RynekPierwotny.pl, II kw. 2026
Ceny (Kraków)	Średnia cena ofertowa rynku pierwotnego	ok. 17,1 tys. zł/m ² (+2% r/r)	BIG DATA RynekPierwotny.pl, II kw. 2026
Popyt (kraj)	Kredyty mieszkaniowe udzielone	+46,9% r/r liczbowo (maj 2026); refinansowania ok. 1/3 akcji	BIK, dane za maj 2026
Popyt (kraj)	Wartość zapytań o kredyty (na dzień roboczy)	+32,7% r/r; 45,09 tys. wnioskujących (maj 2026)	BIK Indeks Popytu, maj 2026
Koszt pieniądza	Stopa referencyjna NBP	3,75% od 05.03.2026; łącznie -2 p.p. wobec wiosny 2025	NBP, odczyt 19.08.2026

Co z tych liczb wynika dla planu sprzedaży? Po pierwsze, deweloperzy wyraźnie ograniczyli nowe wprowadzenia, ale cała dostępna oferta nie skurczyła się jeszcze zauważalnie – konkurencja pozostaje wysoka i nie zapewnia nikomu automatycznie lepszej ekspozycji. Po drugie, aktywność kredytowa w skali kraju rośnie, a niższa stopa referencyjna poprawia tło finansowania – przy zastrzeżeniu, że około 1/3 akcji to refinansowania, a dane nie wskazują, ilu kupujących trafi jesienią do krakowskich biur sprzedaży. Po trzecie, przy umiarkowanej dynamice cen o wyniku rozstrzyga jakość oferty i obsługi, nie wojna cenowa.

Dane BIK są ogólnopolskie – traktujemy je jako tło popytowe, nie jako statystykę krakowską ani prognozę liczby nabywców. Wszystkie odczyty aktualizujemy przy każdym projekcie przed ustaleniem polityki cenowej.

Kalendarz: tydzień po tygodniu

Poniższy kalendarz porządkuje przygotowania i sezon w rytmie tygodni. Traktujemy go jako szkielet – konkretne daty zależą od etapu budowy i stanu materiałów. Jeżeli plan startuje później, kolejność pozostaje ta sama, skraca się tylko czas na każdy krok.

SIERPIEŃ - FUNDAMENTY

Tydzień	Zadania
1. tydzień sierpnia	Przegląd stanu sprzedaży: które lokale schodzą, które czekają; inwentaryzacja materiałów (co się zdezaktualizowało)
2. tydzień sierpnia	Aktualizacja wizualizacji i zdjęć; sesja z drona z bieżącym postępem budowy; weryfikacja opisów lokali
3. tydzień sierpnia	Strona inwestycji: aktualizacja listy lokali i statusów, przegląd cen i historii zmian, treści o okolicy
4. tydzień sierpnia	Polityka cenowa i zasady rezerwacji na sezon; plan komunikacji wrzesień-grudzień; podział odpowiedzialności w zespole

WRZESIEŃ - OTWARCIE SEZONU

Tydzień	Zadania
1. tydzień września	Start intensywnej komunikacji; odświeżone ogłoszenia we wszystkich kanałach; gotowość do odpowiedzi tego samego dnia
2. tydzień września	Obsługa pierwszej fali zapytań; prezentacje układane w serie; bieżąca aktualizacja statusów
3. tydzień września	Przegląd tygodniowy: liczba zapytań, źródła, pytania kupujących; korekty komunikacji
4. tydzień września	Pierwsze wnioski sezonu: które układy i metraże budzą zainteresowanie; decyzje o akcentach oferty na październik

Kalendarz: szczyt i finał roku

PAŹDZIERNIK - SZCZYT

Pełny rytm operacyjny: prezentacje, umowy rezerwacyjne, cotygodniowa aktualizacja listy lokali i przegląd wyników. W szczycie liczy się przepustowość – każde zapytanie obsłużone tego samego dnia i kalendarz prezentacji bez przestojów.

LISTOPAD - DECYZJE

Kupujący, którzy oglądali we wrześniu i październiku, przechodzą do decyzji; częstym wątkiem są terminy procesów kredytowych. To także półmetek sezonu – moment na rzetelny przegląd: stan sprzedaży wobec planu, skuteczność kanałów, ewentualne korekty polityki cenowej.

GRUDZIEŃ - FINAŁ

Ostatnie tygodnie premiją porządek w formalnościach: sprawny obieg umów rezerwacyjnych i deweloperskich oraz dostępność zespołu do końca roku. Grudzień zamyka też pętlę planowania – podsumowanie sezonu staje się podstawą planu na I kwartał.

Punkty decyzyjne sezonu. Cztery momenty, w których warto zatrzymać się i spojrzeć na liczby: koniec sierpnia (czy materiały i strona są gotowe), koniec września (które układy i metraże budzą zainteresowanie), połowa listopada (stan sprzedaży wobec planu i skuteczność kanałów) oraz koniec grudnia (wnioski jako podstawa planu na I kwartał).

Audyty materiałów inwestycji

Materiały inwestycji to wszystko, co kupujący widzi przed pierwszą rozmową. W sierpniowym audycie sprawdzamy pięć obszarów – to te same elementy, które przygotowujemy w fazie materiałowej naszego procesu:

- **Identyfikacja wizualna inwestycji** – spójna we wszystkich kanałach: od strony www po materiały fizyczne
- **Wizualizacje wykończonych wnętrz** – pomagają kupującemu rozlokować się w przestrzeni i zobaczyć w lokalu przyszłe życie, a nie tylko rzut
- **Zdjęcia i materiały wideo, w tym z powietrza** – ujęcia z drona z wirtualnie umiejscowionym modelem 3D budynku pokazują lokalizację, zalety okolicy i bieżący postęp prac
- **Dedykowana strona www inwestycji** – z aktualną listą lokali (rozdział 5)
- **Fizyczne materiały reklamowe** – katalogi, karty lokali, oznakowanie terenu budowy, zależnie od potrzeb projektu

Najczęstszy problem, jaki spotykamy przy przejmowaniu sprzedaży, to materiały "zamrożone" na etapie startu budowy: wizualizacje niezgodne z wybranymi ostatecznie rozwiązaniami, zdjęcia placu budowy sprzed dwóch kwartałów, opisy lokali bez zmian wprowadzonych w projekcie. Kupujący porównuje takie materiały z rzeczywistością – a każda rozbieżność osłabia zaufanie do całej inwestycji.

Praktyczna zasada na sezon. Materiały aktualizujemy przed wrześniem, a postęp budowy pokazujemy regularnie przez cały IV kwartał. Budowa, która widocznie posuwa się naprzód, jest jednym z najmocniejszych argumentów sprzedażowych jesieni.

Żywa lista lokali i jawność cen jako standard

Obowiązek jawności cen wszedł w życie 11 lipca 2025 roku (ustawa z 21 maja 2025 roku, Dz.U. 2025 poz. 758); projekty, których sprzedaż rozpoczęto wcześniej, miały czas na dostosowanie do 11 września 2025 roku. Na własnej stronie deweloper publikuje informacje wymagane w art. 19a ustawy deweloperskiej, w tym cenę metra kwadratowego powierzchni użytkowej oferowanych lokali lub domów, ceny pomieszczeń przynależnych albo praw nieujętych w tej cenie oraz inne świadczenia pieniężne – z VAT – wraz z historią zmian. Adres strony z cenami podaje w reklamach, a dane przekazuje raz na dobę ministrowi właściwemu do spraw informatyzacji.

Można ten obowiązek traktować jak ciężar – albo jak standard, który dobrze poprowadzona inwestycja zamienia w przewagę. Drugim elementem tego standardu jest żywa lista lokali: publiczny wykaz wszystkich mieszkań z aktualnymi statusami "dostępne", "rezerwacja", "sprzedane".

Przykład z naszej praktyki. Tak działa strona inwestycji Kameralna Koszykarska na krakowskim Płaszowie, której sprzedaż prowadzimy. Według odczytu z 19 sierpnia 2026 roku lista pokazuje **25 lokali sprzedanych i 13 dostępnych** spośród 38 mieszkań, bez aktywnych rezerwacji – a budowa potrwa do I kwartału 2027 roku. Każdy może te statusy sprawdzić w dowolnym momencie na stronie inwestycji.

Co daje taka przejrzystość w sezonie? Trzy rzeczy. Kupujący widzi, co jest naprawdę dostępne, więc rozmowa zaczyna się od konkretnego lokalu, nie od dopytywania o podstawy. Statusy "sprzedane" przy kolejnych mieszkaniach komunikują wiarygodność projektu lepiej niż jakiegokolwiek zapewnienia. A zespół sprzedaży przestaje tracić czas na pytania o informacje, które są już w ogłoszeniu.

Zewnętrzny dział sprzedaży i model success fee

Deweloper może zbudować zespół sprzedaży wewnątrz organizacji albo powierzyć ten proces wyspecjalizowanemu biuru. Nasz model współpracy opisujemy publicznie na podstronie dla deweloperów – poniżej jego zasady, dokładnie tak, jak deklarujemy je klientom.

ZAKRES: CAŁY PROCES, NIE POWIELENIE OGŁOSZENIA

Przejmujemy planowanie sprzedaży, kontakt z klientami i dobór narzędzi marketingowych. Nasze działania są jakościowe, a nie ilościowe: jedna spójna komunikacja inwestycji w modelu wyłączności zamiast dziesiątek powielonych ogłoszeń, dzięki czemu każdy klient otrzymuje pełną uwagę, a zespół zna inwestycję od podszewki.

PROCES W TRZECH FAZACH

Faza	Zakres
A. Analiza i przygotowanie projektu	Wsparcie na poziomie planowania inwestycji; konsultacja projektu pod kątem lokalnego zapotrzebowania; pomoc w ustaleniu optymalnej ceny ofertowej i polityki cenowej
B. Przygotowanie materiałów	Identyfikacja wizualna; wizualizacje wykończonych nieruchomości; zdjęcia i wideo (w tym z powietrza) z modelem 3D inwestycji; wykonanie i utrzymanie dedykowanej strony www; materiały fizyczne wedle potrzeb
C. Obsługa sprzedaży	Aktywna promocja w wiodących kanałach internetowych i mediach społecznościowych z moderacją profilu; dedykowany sprzedawca; umowy rezerwacyjne i deweloperskie na podstawie pełnomocnictwa; sala konferencyjna w biurze lub pomoc w organizacji biura sprzedaży przy inwestycji

Rozliczenie: success fee

Współpraca nie generuje żadnych kosztów do momentu podpisania umowy deweloperskiej, a wszystkie materiały marketingowe przygotowujemy z własnych środków. To znacznie obniża koszty startowe – deweloper może przekierować całość finansowania na postęp prac budowlanych, a płaci wyłącznie za skuteczność.

W kontekście jesiennego kalendarza ten model ma jedną istotną właściwość: fazy A i B realizujemy przed sezonem, więc deweloper wchodzi w IV kwartał z gotową infrastrukturą sprzedaży bez angażowania budżetu, który jesienią jest potrzebny na budowie.

Co to zmienia w planie na jesień. Przygotowania z rozdziałów 3 i 4 – audyt materiałów, wizualizacje, sesja z drona, strona inwestycji z żywą listą lokali – w tym modelu nie obciążają budżetu inwestycji przed sezonem. Deweloper wchodzi we wrzesień z kompletem materiałów, a rozliczenie następuje dopiero po podpisaniu umowy deweloperskiej.

Obsługa kupującego w szczycie

Gdy przygotowania są zamknięte, o wyniku sezonu decyduje codzienna obsługa. Cztery zasady sprawdzają się w naszej praktyce niezmiennie.

ODPOWIEDŹ TEGO SAMEGO DNIA

Jesienny kupujący porównuje kilka inwestycji równolegle. Zapytanie, które czeka na odpowiedź dwa dni, często oznacza kupującego umówionego już gdzie indziej.

JEDNA OSOBA, KTÓRA ZNA PROJEKT

Rozmowę prowadzi dedykowany sprzedawca, pod osobnym numerem inwestycji – nie ogólna infolinia. Kupujący pyta o konkretne lokale, nasłonecznienie, terminy i harmonogram wpłat; każda odpowiedź "sprawdzę i oddzwonię" wydłuża proces o dni.

PREZENTACJE SERIAMI

Grupowanie spotkań w bloki porządkuje kalendarz zespołu i skraca czas oczekiwania kupujących. Przy inwestycji w budowie prezentacja obejmuje także okolicę – park, komunikację, codzienne zaplecze – bo kupujący najpierw musi zobaczyć w tym miejscu swoje życie, a potem pyta o cenę.

FORMALNOŚCI BEZ KOLEJKI

Umowy rezerwacyjne i deweloperskie zawierane sprawnie, na podstawie pełnomocnictwa, w przewidywalnym miejscu: sali konferencyjnej biura lub biurze sprzedaży przy inwestycji. W grudniu, gdy kupujący chcą zamknąć decyzje przed końcem roku, sprawny obieg dokumentów bywa ważniejszy niż kolejna kampania.

Checklisty dewelopera

Sierpień - fundamenty

- ☐ Przegląd stanu sprzedaży i wnioski: które lokale schodzą, które wymagają akcentu
- ☐ Audyt materiałów: identyfikacja wizualna, wizualizacje, zdjęcia, wideo, opisy lokali
- ☐ Sesja z drona z bieżącym postępem budowy
- ☐ Strona inwestycji: aktualna lista lokali ze statusami, ceny z historią zmian (obowiązek ustawowy), treści o okolicy
- ☐ Polityka cenowa i zasady rezerwacji na sezon
- ☐ Plan komunikacji wrzesień-grudzień i podział odpowiedzialności w zespole

Wrzesień - otwarcie

- ☐ Odświeżone ogłoszenia we wszystkich kanałach w pierwszym tygodniu
- ☐ Standard odpowiedzi: każde zapytanie obsłużone tego samego dnia
- ☐ Prezentacje układane w serie; osoba dedykowana do rozmów o inwestycji
- ☐ Cotygodniowy przegląd: zapytania, źródła, pytania kupujących, korekty
- ☐ Statusy lokali aktualizowane na bieżąco po każdej rezerwacji i umowie

Checklista szczytu i finału roku

Październik-grudzień - szczyt i finał

- ☐ Rytm tygodniowy: prezentacje, umowy rezerwacyjne, aktualizacja listy lokali
- ☐ Listopadowy półmetek: stan sprzedaży wobec planu, skuteczność kanałów, decyzje cenowe
- ☐ Obieg umów deweloperskich bez przestojów; dostępność zespołu do końca roku
- ☐ Regularne pokazywanie postępu budowy w komunikacji
- ☐ Grudniowe podsumowanie sezonu jako podstawa planu na I kwartał

Jak korzystać z checklist. Każdą pozycję warto przypisać konkretnej osobie i dacie jeszcze w sierpniu. Lista bez właściciela i terminu zostaje listą; lista z obydwoma staje się planem, który da się rozliczyć na cotygodniowym przeglądzie.

Sezon wygrywa się przed jego rozpoczęciem

Jesienny sezon sprzedaży wygrywa się przed jego rozpoczęciem. Sierpień buduje fundamenty: zaudytowane materiały, aktualna strona inwestycji z żywą listą lokali i jawnymi cenami, ustalona polityka cenowa. Wrzesień otwiera sezon zdyscyplinowaną komunikacją i obsługą pierwszej fali zapytań. Październik i listopad wymagają przepustowości – odpowiedzi tego samego dnia, prezentacji seriami, cotygodniowych przeglądów. Grudzień zamyka rok sprawnymi formalnościami i wnioskami na kolejny kwartał.

Otoczenie rynkowe wymaga przygotowania: nowe wprowadzenia w Krakowie silnie wyhamowały (690 lokali w II kwartale, -72% kw./kw.), ale cała oferta wciąż liczy około 11,5 tys. mieszkań, więc konkurencja pozostaje duża (BIG DATA RynekPierwotny.pl). Aktywność kredytowa w skali kraju rośnie (BIK: +46,9% r/r udzielonych kredytów w maju 2026, z refinansowaniami stanowiącymi około 1/3 akcji), a stopa referencyjna jest o 2 punkty procentowe niższa niż przed obniżkami z wiosny 2025 roku. Lepsze tło popytowe i wciąż szeroka konkurencja to okoliczności, w których wygrywa jakość przygotowania.

Deweloper nie musi budować całej tej infrastruktury samodzielnie. Model, w którym biuro przejmuje proces sprzedaży i rozlicza się za efekt, pozwala wejść w sezon z gotowym zapleczem – i skupić się na tym, co na jesieni najważniejsze: budowie.

Trzy rzeczy do zrobienia jeszcze w sierpniu. Audyt materiałów inwestycji, aktualizacja strony z żywą listą lokali i jawnymi cenami oraz ustalenie polityki cenowej na sezon. Reszta kalendarza opiera się na tych trzech fundamentach.

Kto przygotował ten przewodnik

Od 2015 roku prowadzimy w Krakowie obsługę sprzedaży nieruchomości, w tym pełną obsługę sprzedaży inwestycji deweloperskich w modelu wyłączności i success fee: od analizy projektu i pomocy w ustaleniu optymalnej ceny ofertowej, przez przygotowanie materiałów i dedykowanej strony inwestycji, po prowadzenie sprzedaży z umowami rezerwacyjnymi i deweloperskimi. Zasady współpracy opisujemy na podstronie gamp-krakow.pl/dla-deweloperow.

ŹRÓDŁA DANYCH (ODCZYTY: 19.08.2026)

Raport BIG DATA RynekPierwotny.pl za II kwartał 2026 – podaż, wprowadzenia, sprzedaż i ceny rynku pierwotnego w Krakowie · komunikaty prasowe BIK – popyt kredytowy, dane ogólnopolskie za maj 2026 · NBP – stopa referencyjna 3,75% od 05.03.2026 · kameralnakoszykarska.pl – statusy lokali, odczyt 19.08.2026 · ustawa z 21.05.2025, Dz.U. 2025 poz. 758 oraz art. 19a ustawy deweloperskiej, t.j. Dz.U. 2026 poz. 880 – jawność cen.

KONTAKT

Grupa Gamp Sp. z o.o.

ul. Filipa Eisenberga 11/9, 31-523 Kraków

Dział współpracy z deweloperami: +48 12 312 5337

gamp-krakow.pl/dla-deweloperow