



spoločnosť  
marketingovej  
komunikácie

# MARKETING REZIDENČNÝCH NEHNUTEĽNOSTÍ

Jana Klúčiková

1

# Definovanie problému..



- zúženie pojmu marketing na reklamu
- rezidenčná nehnuteľnosť – produkt ako každý iný – mali by platiť základné zákonitosti marketingu. Čo hovorí prax?
- charakteristika trhu (z hl'. potrieb a komunikácie)
- smerovania, riešenia (nové a existujúce projekty)
- ako na to?

## Teória a...

- základná matica marketingu – 4 (5)P  
*product, price, placement, promotion*  
*(people)*
- segmentácia trhu



## ... súčasná prax

- následnosť, bez súvislostí, s výsledkom  
*„guláš á la sushi“*
- marketing ≠ reklama
- marketingová komunikácia – liek na všetky neduhy?



## Ako na to? retrospektíva

- segmentácia trhu, definícia a charakteristika jednotlivých CS
- dispozičné riešenia – *akcia/reakcia* (éra panelákov, hlad po priestore, vytriezvenie)
- cena: *nad pomery/reálne možnosti* v duchu cena vs. výkon
- komunikácia: *príroda/mesto*, štandardné benefity a pekné obrázky nestačia; klient už vie čítať v „dovolenkových katalógoch“

*„ako vajce vajcu“* = uniformita v štýle, výbere prostriedkov vs. *nápaditosť, odvaha, odlišenie sa*

# Riešenie



- marketing pri investičnom zámere (kúpe pozemku, architektonickom návrhu...) – nie na konci
- existujúce/stagnujúce projekty – redefinovať mrkt. stratégiu
- tvoriť produkt s jasnými kontúrami šitý na mieru definovanej cieľovej skupine (lokalitou, stvárnením, dispozíciou, cenou)
- diferencovať (produkt, CS, komunikáciu....) – efektívna komunikácia s CS

# Riešenie



- využívať širokú škálu komunikačných kanálov – nebát sa nevyskúšaného
- stála podpora predaja - zvýhodnené ponuky, nové benefity; pritiahnutie záujemcu k predajcovi
- vytvárať vlastné databázy podľa CS
- výkonová reklama, merateľnosť, spätná väzba, dostať sa na prvé miesta vo vyhľadávačoch
- odklon od imidžu, príklon k faktom, informáciám (web)



## Na záver...

- uvažovať trhovo 😊 už vo fáze zámeru
- rozhodovať v súvislostiach, konať komplexne
- zabudnúť na seba, myslieť ako klient
- žiť/navrhovať nie pre súčasnosť ale budúcnosť
- inšpirácia v zahraničí