

amakoMedia



marketing

marketing

i reklama

reklama

na rynku

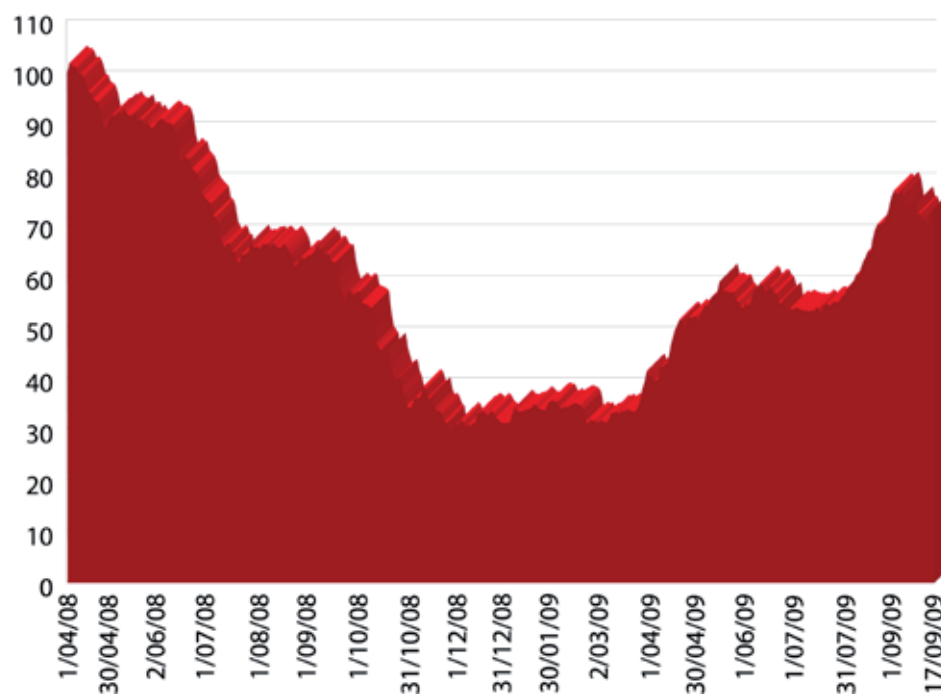
na rynku

deweloperskim

deweloper

zmiany na rynku inwestycji budowlanych
na przestrzeni ostatnich lat

- rynek nieruchomości
w latach 2006 i 2007
- przełomowy 2008
- kryzys rynku nieruchomości ?



reklama dźwignią handlu ?

- prosta wizualizacja już nie wystarczy...
- „kryzysowe” podejście do działań marketingowych



inwestycja w Ochmanowie - marketing „na własną rękę”

- dwa zdania o inwestycji
- działania marketingowe podjęte przez dewelopera
- efekty

"Ochmanów Park" to jedyne takie miejsce, gdzie harmonia otaczających wzgórz i zielonych pól, komponuje się z tradycją i przyjazną przyszłym mieszkańcom architekturą domów.

www.ochmanowpark.krn.pl



Sprzedaż prowadzi:
Kancelaria
"Czernecki-Kudyk" s.c.

012 421 95 70
0606 49 38 46

OCHMANÓW
PARK

inwestycja w Ochmanowie - marketing „na własną rękę”

- dwa zdania o inwestycji
- działania marketingowe podjęte przez dewelopera
- efekty

"Ochmanów Park" to jedyne takie miejsce, gdzie harmonia otaczających wzgórz i zielonych pól, komponuje się z tradycją i przyjazną przyszłym mieszkańcom architekturą domów.

www.ochmanowpark.krn.pl



Sprzedaż prowadzi:
Kancelaria
"Czernecki-Kudyk" s.c.

012 421 95 70
0606 49 38 46

OCHMANÓW
PARK

inwestycja w Ochmanowie - marketing „na własną rękę”

- dwa zdania o inwestycji
- działania marketingowe podjęte przez dewelopera
- efekty

"Ochmanów Park" to jedyne takie miejsce,
gdzie harmonia otaczających wzgórz
i zielonych pól, komponuje się z tradycją
i przyjazną przyszłym mieszkańcom
architekturą domów.

www.ochmanowpark.krn.pl



Sprzedaż prowadzi:
Kancelaria
"Czernecki-Kudyk" s.c.

012 421 95 70
0606 49 38 46

OCHMANÓW
PARK

**sprzedaż mieszkań i domów w dobie recesji.
strategia.**

obrazy przy okrągłym stole: klient - agencja - pośrednik

- **wstępne założenia**
- outsourcing działań marketingowych sposobem na optymalizację kosztów
- profesjonalny business plan (koszty marketingowe uzależnione od rodzaju i skali przedsięwzięcia)

**sprzedaż mieszkań i domów w dobie recesji.
strategia.**

obrazy przy okrągłym stole: klient - agencja - pośrednik

- wstępne założenia
- **outsourcing działań marketingowych sposobem na optymalizację kosztów**
- profesjonalny business plan (koszty marketingowe uzależnione od rodzaju i skali przedsięwzięcia)

**sprzedaż mieszkań i domów w dobie recesji.
strategia.**

obrazy przy okrągłym stole: klient - agencja - pośrednik

- **wstępne założenia**
- **outsourcing działań marketingowych sposobem na optymalizację kosztów**
- **profesjonalny business plan (koszty marketingowe uzależnione od rodzaju i skali przedsięwzięcia)**

**sprzedaż mieszkań i domów w dobie recesji.
czy istnieją skuteczne narzędzia?**

wolność a odpowiedzialność agencji

- **zasada partnerstwa**
- **nowe podejście do działań
marketingowych**

**sposób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.**

wyznaczenie celów kampanii reklamowej

- **przykładowe cele
kampanii reklamowej**
- **grupa docelowa**



**sposób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.**

analiza konkurencji

- uczmy się na błędach innych**
- właściwa analiza rynku drogą do sukcesu Twojej kampanii**



spółób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.

wyznaczenie założeń budżetowych

- jak kalkulować budżet ?
- czego unikać ?

sposób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.

budowa kreacji reklamowych

- jak się wyróżnić ?
- kreacja, która przynosi efekt



The screenshot shows a real estate website for "Ochmanów Park". At the top, there is a green header with a logo of crossed tools (wrench and screwdriver) and the text "SERWIS W BUDOWIE". Below the logo, it says "DO URUCHOMIENIA POZOSTAŁO 13 d. 20h. 30 m. 45 s.". The main content area displays a list of user comments:

- (joko2#)** Mieszkam w Krakó i jak sąsiad z bloku naprzeciwko pali w oknie papierosa to widzę jakiej marki?... żeby to jeszcze sąsiadka przynajmniej :P Więc własny domek to mi już od dłuższego czasu po głowie chodzi... a tu 10-arowa działka...
- (golflista)** Parę razy miałem w ręku kij golfowy, przyjemne, nie powiem :) I powiem Wam, trawka, drzewa, słońce... ech rewelka. Na marginesie, tutaj to by mi słońeczko wpadało prostu do kolektora na dachu i ogrzewało mi wodę w domu :)
- (Kuba 38)** Moim zdaniem zamiast gnieść się w kłacie na jakimś osiedlu lepiej kupić domek. Ochmanów jest akurat fajny, blisko Krakowa, Niepółmie, Wieńczki. No i Puszcza Niepółmiecka, Zamek, jest niedaleko też ośrodek gdzie można pojeździć konno...
- (masochista)** Ja tam wole gnieść się w mieście. Masochistą jestem :))))))
- (karol)** Wie ktoś może, kiedy zaczynają ten Ochmanów Park? Szukam czegoś blisko Niepółmie, bo tam mam pracę.

sposób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.

budowa kreacji reklamowych

- jak się wyróżnić ?
- kreacja, która przynosi efekt



**sposób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.**

konstruowanie media planu

- informacje zawarte w media planie**
- wybór nośników mediowych**

spółób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.

uruchomienie, kierowanie kampanią i raportowanie

- zaangażowanie „do końca”
- zawsze elastyczni i otwarci na dyskusję?
- statystycznie rzecz ujmując...

spółb na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.

uruchomienie, kierowanie kampanią i raportowanie

- zaangażowanie „do końca”
- zawsze elastyczni i otwarci na dyskusję?
- statystycznie rzecz ujmując...

sposób na sprzedaż w trudnych czasach.
etapy działań reklamowych.

uruchomienie, kierowanie kampanią i raportowanie

- zaangażowanie „do końca”
- zawsze elastyczni i otwarci na dyskusję?
- statystycznie rzecz ujmując...

recesja... jednak nie u wszystkich.

rezultaty działań reklamowych

- **spójny, wyróżniający się wizerunek**
- wiarygodność dewelopera
poprzez wiarygodność inwestycji
(marketing szeptany)
- **wynik finansowy:**
100%-owe zwycięstwo
- **wszystkim się opłaca!**
- **nowe wyzwania**
(nowe inwestycje)

recesja... jednak nie u wszystkich.

rezultaty działań reklamowych

- spójny, wyróżniający się wizerunek
- wiarygodność dewelopera
poprzez wiarygodność inwestycji
(marketing szeptany)
- wynik finansowy:
100%-owe zwycięstwo
- wszystkim się opłaca!
- nowe wyzwania
(nowe inwestycje)

recesja... jednak nie u wszystkich.

rezultaty działań reklamowych

- spójny, wyróżniający się wizerunek
- wiarygodność dewelopera
poprzez wiarygodność inwestycji
(marketing szeptany)
- **wynik finansowy:
100%-owe zwycięstwo**
- wszystkim się opłaca!
- nowe wyzwania
(nowe inwestycje)

recesja... jednak nie u wszystkich.

rezultaty działań reklamowych

- spójny, wyróżniający się wizerunek
- wiarygodność dewelopera
poprzez wiarygodność inwestycji
(marketing szeptany)
- wynik finansowy:
100%-owe zwycięstwo
- **wszystkim się opłaca!**
- nowe wyzwania
(nowe inwestycje)

recesja... jednak nie u wszystkich.

rezultaty działań reklamowych

- spójny, wyróżniający się wizerunek
- wiarygodność dewelopera
poprzez wiarygodność inwestycji
(marketing szeptany)
- wynik finansowy:
100%-owe zwycięstwo
- wszystkim się opłaca!
- nowe wyzwania
(nowe inwestycje)

wspaniała inwestycja, która się nie sprzedaje? ...czyli jak skutecznie przeciwdziałać dobrej sprzedaży.

- „sam najlepiej zareklamuję swoją inwestycję”
- „wiem najlepiej jakiej reklamy potrzebuję!”
- „reklama tak, public relations nie”
- „mój budżet nie udźwignie kosztownej kampanii”
- „zamieszczam reklamę tam, gdzie mi się podoba”
- kampania adresowana do wszystkich, czyli do nikogo
- zrobiliśmy kampanię – koniec działań marketingowych ?!
- „zatrudnię miłego sprzedawcę – on sprzeda inwestycję!”



dziękujemy

za
uwagę

amakoMedia 