

Wstęp

Rozdział I. Podstawy marketingu nieruchomości

Markowy świat konsumenta

Nowy paradygmat

Home branding

Rozdział II. Jak pracować z ofertą nieruchomości

Koncepcja 3k

Cykl życia oferty

Rozdział III. Układanie strategii sprzedaży

Cele sprzedaży

Szacowanie ceny nieruchomości

Analiza oferty

- Analiza konkurencyjności oferty
- Analiza SWOT
- Selling point

Idealny klient

- Co determinuje poszukiwania
- Typologia klientów
- Maksymalista vs satysfakcjonalista

Rozdział IV. Budowanie wizerunku – przygotowanie do sprzedaży

Home staging

- Pierwsze wrażenie
- Techniki budowania dobrego wrażenia

Fotografia nieruchomości

Opisy nieruchomości – skaranie boskie

- Historie sprzedają
- Treść
- Forma

Rzut

Rozdział V. Skuteczne strategie promocji

Marketingowy plan sprzedaży

Dziesięć podstawowych zasad promocji w Internecie

Jak skutecznie promować oferty

Narzędzia sukcesu

- Stare media
- Nowe media

Rozdział VI. Zarządzanie sprzedażą

Filary sukcesu

Wskaźniki wnioskowania

Marketingowe nawyki utrudniające sprzedaż

Sztuka prezentacji nieruchomości

Audiomarketing

Mity współczesnej sprzedaży

Koniec