Książka prezentuje nowatorskie spojrzenie na sprzedaż nieruchomości, przez pryzmat wartości i pragnień klienta kupującego. Autor koncentruje się na relacjach, magii produktu i wizerunku. Jak mówi Łukasz Kruszewski "(...) cechy techniczne, użytkowe czy finansowe nie są wcale najważniejsze. Istotniejszy jest styl życia, który kupujemy. To właśnie ze względu na ów styl klienci szukają odpowiedniego piętra, powierzchni czy lokalizacji. Nigdy odwrotnie. A jeśli tak, to i sprzedaż powinna się od niego zaczynać."

W bardzo logiczny i uporządkowany sposób autor przechodzi od teorii przez praktykę do refleksji i dobrych wskazówek. Przedstawia wiele przykładów z własnego doświadczenia.

Koniecznie przeczytaj "Marketing nieruchomości. Home branding praktycznie" i dowiedz się:
- czym są fundamenty "życia oferty" i dlaczego koncepcja 3K stanowi kręgosłup pracy z ofertą
- jak stworzyć plan sprzedaży opierając się na zasadach marketingowych
- na czym polega home staging oraz jak wielka jest siła promocyjnej fotografii nieruchomości,
- jak skutecznie wypromować się w nowych mediach
- dlaczego trzeba tworzyć wartości dla klienta, a nie tylko zaspakajać jego potrzeby
- na czym należy się koncentrować aby budować “samonapędzającą się sprzedaż”.

Książka adresowana jest do praktyków. Polecamy ją również tym którzy są o krok od kariery w nieruchomościach, potrzebują tylko zachęty do rozpoczęcie swojej drogi w home brandingu.

- - - - - - - -

Bardzo podoba mi się zwrócenie uwagi na rolę emocji w procesie zakupu nieruchomości. Wydawałoby się, patrząc na ten rynek, że to głównie parametry techniczne decydują o wyborze. Na szczęście emocje są tu chyba najważniejsze. W końcu kupujemy dom, a pojęcie domu jest związane z chyba najsilniejszymi emocjami. Autor posuwa się jeszcze dalej. Wprowadza metafizykę. (..) Uważam, że jest to absolutnie unikalna pozycja na polskim rynku, a może nawet w ogóle. Z takim podejściem i rozumieniem marketingu nieruchomości nie spotkałem się.
Maciej Tesławski, strateg marketingowy, niezależny konsultant

Książka Łukasza Kruszewskiego przedstawia kluczowe elementy marketingu sprzedażowego mieszkań i domów, odnosząc się do najnowszych trendów rynkowych i zmieniającej się psychologii ludzkich zachowań. Od początku do końca, Łukasz w jasny i przejrzysty sposób omawia kwestie marketingu nieruchomości przekładając złożoną teorię behawioralną na praktyczne sytuacje i działania.
Adam Polanowski, ekspert rynku nieruchomości

Łukasz Kruszewski - z zawodu pośrednik nieruchomości, z zamiłowania filozof, z pasji marketer. Interesuje się komunikacją marketingową i socjologią kultury. Z branżą związany od 2008 roku. Zdobywał doświadczenie pracując jako agent nieruchomości, prowadząc własne biuro, współpracując z agencjami marketingowymi oraz koordynując realizację projektów unijnych m.in. w branży

nieruchomości i finansów. Związany z marką Freedom Nieruchomości, w której odpowiada za zarządzanie działem marketingu.

RECENZJE:

Najnowsze rozwiązania brandingowe w realiach polskiego rynku pośrednictwa nieruchomościami – tak w największym skrócie można podsumować książkę Łukasza Kruszewskiego „Marketing nieruchomości".(...) W książce Łukasza Kruszewskiego udało się przedstawić najnowsze trendy w marketingu, psychologii zachowań konsumenckich oraz antropologii, a następnie odnieść je do praktycznej rzeczywistości sprzedażowej agentów nieruchomości. To solidna dawka rzetelnej, zintensyfikowanej wiedzy – na zaledwie 142 stronach. Pełny tekst recenzji tutaj

Autor: Tomasz Piętowski

Uważasz, że wszystko doskonale wiesz i nie potrzebujesz żadnych rad od profesjonalisty zajmującego się marketingiem nieruchomości? A może tak Ci się tylko wydaje? Książka Łukasza Kruszewskiego przedstawia kluczowe elementy marketingu sprzedażowego mieszkań i domów, odnosząc się do najnowszych trendów rynkowych i zmieniającej się psychologii ludzkich zachowań. Od początku do końca, Łukasz w jasny i przejrzysty sposób omawia kwestie marketingu nieruchomości przekładając złożoną teorię behawioralną na praktyczne sytuacje i działania. Jestem przekonany, że książka będzie znakomitą i praktyczną lekturą zarówno dla pośredników w obrocie nieruchomościami, jak i dla osób planujących samodzielną sprzedaż nieruchomości.

Autor: Adam Polanowski, ekspert rynku nieruchomości

Książka, do której recenzji podchodziłem z rezerwą. Z rezerwą dlatego, że uważam, że nie ma wielu „marketingów" uzależnionych od branży, a jest jeden niezależny. Po pierwszych rozdziałach wiedziałem już, że autor uważa podobnie. Bardzo podoba mi się zwrócenie uwagi na rolę emocji w procesie zakupu nieruchomości. Wydawałoby się, patrząc na ten rynek, że to głównie parametry techniczne decydują o wyborze. Na szczęście emocje są tu chyba najważniejsze. W końcu kupujemy dom, a pojęcie domu jest związane z chyba najsilniejszymi emocjami.

Autor posuwa się jeszcze dalej. Wprowadza metafizykę. Tu również się z nim zgadzam, bo tym różni się dom od mieszkania. Wchodzimy dzięki autorowi w całą filozofię zakupu/sprzedaży czegoś tak bardzo materialnego jak nieruchomość. W technikach sprzedaży wprowadza nas w podstawowe rozumienie heurystyki. Jak miło. Uważam, że jest to absolutnie unikalna pozycja na polskim rynku, a może nawet w ogóle. Z takim podejściem i rozumieniem marketingu nieruchomości nie spotkałem się. Niestety nawet w innych, mniej „nieruchomościowych" branżach."

Autor: Maciej Tesławski, strateg marketingowy, niezależny konsultant

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