

Klic že nekaj minut po objavi oglasa

Nepremičninske družbe poudarjajo, da je oglaševanje prek spleta zelo enostavno in učinkovito

Da splet pomeni izjemen oglaševalski kanal tudi v nepremičninski panogi, je jasno vsakomur. Agencije poudarjajo, da je portalov v Sloveniji dovolj, morda celo preveč, saj vsi niso prepoznavni.

Kljub temu pa ni nobene nepremičninske agencije, ki ponudbe ne bi oglaševala prek spleta, večinoma njihovo oglaševanje temelji prav na tem mediju. To oglaševanje dopolnjujejo še z objavami v tiskanih medijih in v vitrinah svojih poslovalnic.

Zamudno je le nalaganje fotografij

»Dogaja se, da se na oglas, objavljen v spletu, prvi morebitni kupec oglasi že po nekaj minutah,« pravi direktor nepremičninske agencije Kvadratni meter Iztok Remškar. Vendar se to zgodi zelo redko, nikakor pa tako hiter odziv ni naključje, saj so dobre in cenovno ugodne nepremičnine vedno zanimive, kupci pa ne čakajo dolgo na dodatne informacije in ogled nepremičnine. Med prednostmi oglaševanja na internetu



»Dogaja se, da se na oglas, objavljen na internetu, prvi morebitni kupec oglasi že po nekaj minutah,« pravi Iztok Remškar, direktor nepremičninske agencije Kvadratni meter.

počasno nalaganje fotografij, in hiter izbris oglasa, ki sledi uspešni prodaji.

Remškar trdi, da je splet najmočnejše oglaševalsko orodje, saj ima najboljši od-

spletnih straneh. Oglašujejo tudi v nekaterih tiskanih medijih, kjer ponudbo iščejo predvsem starejši in manj izobraženi, skratka tisti, ki ne uporabljajo računalnika.

njegovem mnenju v Sloveniji precej razvito. Meni pa, da je portalov, ki oglašujejo nepremičnine, preveč in da vsi niso prepoznavni. Kupci želijo, da bi vse agencije oglaševale na enem mestu, kar je tudi najbolj pregledno.

Splet je prvi

V Dodomi svojo ponudbo oglašujejo na lastnih straneh, splošnih in nepremičninskih oglasnih portalih, v družbenih omrežjih, pojavljajo se tudi s pasicami na različnih spletnih straneh. Strategija Dodome je popolnoma prilagojena komunikaciji z morebitnimi kupci in prodajalci. Strankam poleg oglaševanja na spletu, v tiskanih medijih, izložbenih oknih ponujajo tudi drugačne oblike promocije, kot so katalogi, letaki, nalepke, dnevi odprtih vrat in drugo.

Ksenija Brence, ki je v Dodomi odgovorna za trženje in informatiko, pravi, da ima oglaševanje nepremičnin prek spleta zagotovo prednost pred klasičnim oglaševanjem. Hiter razvoj interneta in drugih oblik oglaševanja nepremičnin-

Prednosti oglaševanja na spletu je po njenem mnenju veliko. V ospredje pa postavlja možnost odločanja, saj lahko posameznik sam določi, katere informacije bo izbral in ali bo vstopil v stik s prodajalcem. Poleg tega lahko nepremičninske družbe enostavno merijo uspešnost spletnih oglaševalskih akcij in jih glede na to sproti spreminjajo in dopolnjujejo.

Informacij bi lahko bilo še več, vendar ...

Direktor družbe Smuk nepremičnine Danijel Smuk opazuje, da je oglaševanje prek

oglasov bolj dodelani. »Država bi lahko bolj zavarovala nepremičninske posrednike,« pravi Danijel Smuk in razlaga, da so želeli svoje oglase dopolniti z videoposnetki, koordinatami lokacije nepremičnine in drugimi podatki. Vendar tega ne morejo storiti. Razlog je preprost. Kupci bi sami našli lastnike, agencija pa ne bi mogla dokazati, da so stik vzpostavili prek njih oziroma njihovega oglasa.

Glavni prednosti spletnega oglaševanja sta po njegovem mnenju preprosta uporaba in hiter dostop. Poleg tega je splet v Sloveniji dostopen širokemu krogu ljudi, informacije na spletu pa so jasne.

Danijel Smuk razlaga, da oglašujejo na lastnih spletnih straneh, Facebooku, nepremičninskih portalih in v tiskanih medijih. »Najbolj poudarjeno je oglaševanje v izložbah naših poslovalnic, ki stojijo na prometnih pritličnih mestnih lokacijah,« pravi Smuk. Pokazalo se je, da mimoidoči opazijo njihovo ponudbo in vstopijo v