

Skuteczność działania promocji i reklamy w pośrednictwie nieruchomości na przykładzie firmy Home Broker

Wstęp.....4

Rozdział I

Charakterystyka rynku nieruchomości w Polsce

1.1. Sytuacja na polskim rynku mieszkaniowym w ostatnich latach..... 11

1.2. Czynniki kształtujące rynek nieruchomości w Polsce w przyszłości..... 14

Rozdział II

Role pośredników na rynku nieruchomości

2.1. Konkurencja na rynku nieruchomości19

2.2. Zdobywanie przewagi konkurencyjnej na rynku nieruchomości..... 20

Rozdział III

Działania marketingowe mające na celu pozyskanie klienta

3.1. Marketing25

3.2. Marketing usług..... 44

3.3. Marketing w firmie pośrednictwa nieruchomości.....46

Rozdział IV

Badania własne

4.1. Cel i przebieg badań (Metodologia)..... 55

4.2. Analiza danych58

4.3. Omówienie wyników..... 63

Zakończenie73

Bibliografia59

Spis tabel i rysunków77