



## Syllabus modulu

# 7. Realitní marketing

**Lektor: Ing. Tomáš Frýdek**

### Anotace modulu

V tomto pokročilém modulu získají studenti vhled do strategií a metodik využívání sociálních médií a obsahového marketingu v rámci realitního průmyslu. Cílem je nejenom porozumět významu těchto nástrojů pro moderní realitní makléře, ale také se naučit vytvářet a řídit komplexní strategie, které budou generovat vysoký příliv potenciálních klientů a posilovat důvěru ve značku. Tento modul klade důraz na propojení strategie s praktickým uplatněním a analýzou výsledků.

### Cíl modulu:

#### 1. Hlubkové porozumění role sociálních médií v realitním marketingu:

- Analyzovat a diskutovat o vývoji a trendech využívání sociálních médií v realitním průmyslu.
- Posoudit, jakým způsobem sociální média ovlivňují rozhodovací procesy klientů a dynamiku trhu.
- Hodnotit výhody a výzvy spojené s integrováním sociálních médií do celkové marketingové strategie realitního podniku.

## 2. Strategické plánování obsahového marketingu:

- Identifikovat cílovou skupinu a vytvořit strategii oslovení prostřednictvím relevantního obsahu.
- Formulovat dlouhodobé a krátkodobé cíle obsahového marketingu a strategii dosažení těchto cílů.
- Rozvinout schopnost analyzovat konkurenční prostředí a využívat tyto poznatky pro diferenciaci v obsahové strategii.

## 3. Tvorba a optimalizace obsahu:

- Rozvíjet dovednosti tvorby různorodého a zajímavého obsahu pro různé sociální platformy.
- Aplikovat principy storytellingu, vizuálního designu a psaní copy pro maximalizaci účinku obsahu.
- Naučit se techniky A/B testování a iterativního zlepšování obsahu na základě dat a zpětné vazby.

## 4. Strategie interakce a angažovanosti:

- Formulovat strategie interakce s klienty na sociálních médiích, které budují vzájemnou interakci a zájem.
- Rozpoznat možnosti pro zapojení klientů do dialogu, diskusí a spolupráce.
- Analyzovat metriky angažovanosti a vyhodnocovat úspěšnost strategií pro zvýšení klientovy účasti.

## Literatura

1. CLEAR J., Atomové Návyky, 1. vydání Jan Melvil, 2019, 296 s., ISBN: 978-80-222-0999-1
2. DŘÍMALKA, Filip. HOT: jak uspět v digitálním světě. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2020. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-101-6.
3. GODIN, Seth. Tohle je marketing!: zcela nový přístup k marketingu, prodeji a reklamě. Přeložil Eva MAŠKOVÁ KŘÁPKOVÁ. Praha: Grada, 2020. ISBN 978-80-271-2567-8.
4. KAHNEMAN, Daniel. Myšlení: rychlé a pomalé. V Brně: Jan Melvil, 2012. Pod povrchem. ISBN 978-80-87270-42-4.
5. LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ. Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2019. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-084-2.
6. NEWPORT, Cal. Digitální minimalismus: zkrotte návykové technologie a získejte zpět svůj čas a koncentraci. Přeložil Helena MIROVSKÁ. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2019. Žádná velká věda. ISBN 978-80-7555-088-0.
7. SCHWANK P., Buduj Značku, Podcast
8. SINEK S., Začněte s PROČ, 1. vydání Jan Melvil, 2019, 256 s., ISBN: 978-80-87270-58-5

### European School of Business & Management SE

Londýnská 376/57, 120 00 Praha 2  
IČ: 29299306, DIČ: CZ29299306

☎ + 420 221 620 232 ✉ info@esbm.cz  
☎ + 420 603 836 740 🖱 www.esbm.cz

Realitní marketing

