

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na analýzu marketingové komunikace dvou významných realitních kanceláří, Orionis a Knight Frank. Cílem práce je porovnat přístupy a strategie obou společností, identifikovat jejich silné a slabé stránky a navrhnout možná zlepšení. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část poskytuje základní přehled o marketingových strategiích, včetně marketingového mixu, holistického marketingu a specifik marketingové komunikace v realitním sektoru. Praktická část se zaměřuje na konkrétní aplikaci těchto strategií ve společnostech Orionis a Knight Frank, včetně analýzy jejich marketingových kampaní, komunikačních kanálů a efektivity těchto aktivit. Výsledky analýzy ukazují, že efektivní marketingová komunikace musí být přizpůsobena specifickým potřebám a podmínkám trhu, na kterém společnost působí. Práce také přináší návrhy na zlepšení marketingových strategií obou společností, které by mohly vést k jejich dalšímu růstu a úspěchu na realitním trhu.