

**Mr. sc. Kenan Mahmutović, asistent**  
Ekonomski fakultet Univerziteta u Bihaću

## **INTERNET OGLAŠAVANJE AGENCIJA ZA NEKRETNINE**

*Prethodno priopćenje*

### **Sažetak**

*U radu se govori o primjeni Interneta kao medija za oglašavanje agencija za nekretnine. Autor definira djelatnost agencija za nekretnine i glavne primarne društvene interesne grupe sa kojima agencije za nekretnine komuniciraju putem Interneta, a potom predstavlja miks online alata za marketing komuniciranje agencija za nekretnine u svih pet faza kupoprodajnog procesa. Online oglašavanje je dominantna marketing komunikacijska aktivnost u prvoj i drugoj fazi kupoprodajnog procesa. Kroz empirijsko istraživanje online oglašavanja agencija za nekretnine u Bosni i Hercegovini, Republici Hrvatskoj i Srbiji, autor utvrđuje način i intenzitet korištenja Interneta kao medija za oglašavanje i ispituje stavove agencija za nekretnine o utjecaju intenzivnijeg online oglašavanja na profitabilnost i efikasnost poslovanja. Rezultati istraživanja pokazuju da su najučestalije metode online oglašavanja agencija za nekretnine: oglašavanje na prostorima za organizirano oglašavanje i oglašavanje putem displej oglasa, dok su manje zastupljene metode kontekstualnog oglašavanje i online sponzoriranje sadržaja. 67,5% ispitanih agencija u online marketing troši više od 10% svog marketing budžeta, što je 5 puta više od prosječnih ulaganja preduzeća u Internet kao medij u promatranim državama. Ispitivanjem stavova agencija, autor dolazi do zaključka da agencije smatraju Internet troškovno najefikasnijim medijem, te da intenzivnije oglašavanje i komuniciranje putem Interneta omogućuje profitabilnije i efikasnije poslovanje agencija.*

**Ključne riječi:** *internet, oglašavanje, online oglašavanje, agencije za nekretnine*