

AI PROPERTY SUMMIT

Élményre tervezve - A digitalizált ingatlanmarketing

2026. 09. 08. 14:25

Future Lab

HUN · 20 perc

**Aladics-Szili-Tímea**Marketing és kommunikációs igazgató ·
Futureal-Cordia-HelloParks cégcsoport

Aladics-Szili-Tímea, a Futureal-Cordia-HelloParks cégcsoport marketing és kommunikációs igazgatója, a lakóingatlanok új marketingjének komplexitásáról és az AI és digitális eszközök stratégiai integrációjáról beszél, hogy bizalmat építsen és vizualizálja a nem létező termékeket.

MIRŐL VOLT SZÓ

Aladics-Szili-Tímea hangsúlyozza, hogy egy új lakás megvásárlása összetett, nagy értékű döntés, amely hosszú folyamatot és családi egyeztetéseket igényel. Mivel a termék a értékesítési szakaszban gyakran csak papíron létezik, a marketingstratégia inkább az élményalapú utazásra összpontosít, mint pusztán a műszaki specifikációk (pl. ár vagy helyszín) felsorolására. Például a vállalat kiváló minőségű vizualizációkat használ, hogy átadja a jövőbeli fejlesztés érzését, például egy Fonyódon, a Balaton közelében lévő projektben.

A prezentáció bemutatja, hogyan használja a Cordia a komplex digitális ökoszisztémát 400-500 különböző kreatív hirdetés egyidejű kezelésére. Bár a vállalat elkötelezett a személyes értékesítés mellett a bizalom megőrzése érdekében, mesterséges intelligenciát alkalmaz a médiakezeléshez, a big data elemzéshez és a magas minőségű kreatív tartalom létrehozásához. Például a vállalat nyomon követi a digitális térből származó 80-90%-os érdeklődést, hogy azonosítsa, mely konkrét formátumok generálják a legértékesebb érdeklődést. Ezek az elemek együttesen egy kiegyensúlyozott megközelítést mutatnak, ahol a technológia optimalizálja a háttérrendszert és a vizualizációt, míg az emberi interakció megőrzi a márka integritását.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- A Cordia 12 000 lakást adott el hat országban, köztük Magyarországon, Lengyelországban, Romániában, Németországban, az Egyesült Királyságban és Spanyolországban.
- A vállalat több mint 170 projektet kezel, összesen 1,8 millió fejlesztett négyzetméterrel.
- A digitális nyomkövetés lehetővé teszi a vállalat számára, hogy több száz különböző hirdetési formátum hatékonyságát mérje fel, és azonosítsa a legjövödelmezőbb csatornákat.

ÜZLETI HATÁS

Az AI és a big data integrációja lehetővé teszi a pontos médiamenedzsmentet és a nagy léptékű hirdetési kampányok valós idejű optimalizálását. A digitális eszközök használatával a még építés alatt álló ingatlanok élményének szimulálásával a Cordia hatékonyan értékesítheti az ingatlanokat, ezzel lerövidítve az érzelmi távolságot a vevő és a jövőbeli otthon között. Ez a technológiai csomag támogatja a 120 millió forintos átlagos lakásokhoz hasonló magas értékű eszközök értékesítését megbízható adatok és magával ragadó tartalom biztosításával.

KÖVETKEZTETÉS

Aladics-Szili-Tímea a sikeres AI-generált tartalomhasználatot emeli ki az elmúlt hónapokban a különböző kommunikációs csatornákon. Ajánlás, hogy ezeket az eszközöket óvatosan alkalmazzák, hogy erősítsék a márka értékeit anélkül, hogy veszélyeztetnék az ingatlanügyletekhez elengedhetetlen személyes bizalmat.

AI PROPERTY SUMMIT

Designed Around Experience: The Digitalization of Real Estate Marketing

2026. 09. 08. 14:25

Future Lab

HUN · 20 perc

**Aladics-Szili-Tímea**

Marketing & Communications Director ·
Futureal-Cordia-HelloParks Group of
Companies

Tímea Aladics-Szili-Tímea, Marketing & Communications Director at Futureal-Cordia-HelloParks Group of Companies, discusses the complexities of new apartment market marketing and the strategic integration of AI tools to build trust and visualize non-existent products.

WHAT WAS DISCUSSED

Aladics-Szili-Tímea emphasizes that purchasing a new apartment is a high-value, complex emotional journey rather than a simple technical transaction based on square meters or location. Because many products only exist on paper during the sales phase, the company focuses on creating an experiential journey that conveys a specific lifestyle and feeling. For example, the company uses high-quality visualizations to show what it will feel like to wake up in a specific project, even before construction begins.

The presentation details the use of a complex digital ecosystem and big data analysis to manage 400-500 different creative advertisements simultaneously. While the company remains committed to personal sales to maintain trust, they utilize AI for media management, efficiency, and generating high-quality creative content. For example, the company tracks 80-90% of leads originating in the digital space to identify which specific ad formats drive the most valuable interest. These elements combined signify a balanced approach where technology optimizes the reach while human interaction secures the final sale.

KEY TAKEAWAYS

- Cordia has sold 12,000 apartments across six countries and manages over 170 projects totaling 1.8 million developed square meters.
- Trust is the most critical factor in the decision-making process for high-value investments where the product does not yet physically exist.
- The company uses a digital ecosystem to track the entire customer journey from initial digital contact to the final purchase.

BUSINESS IMPACT

The integration of AI and big data allows for precise optimization of marketing spend by identifying which of the hundreds of active creatives generate the highest quality leads. By using digital tools to simulate the living experience, the company can effectively market projects in early development stages, such as those near Lake Balaton. This technological framework supports the sale of high-value assets, which average approximately 120 million forints in Hungary.

CONCLUSION

Aladics-Szili-Tímea concludes by highlighting the company's cautious but progressive adoption of AI-generated content in creative development. She recommends maintaining a balance between innovative digital tools and the preservation of brand values to ensure long-term customer trust.