

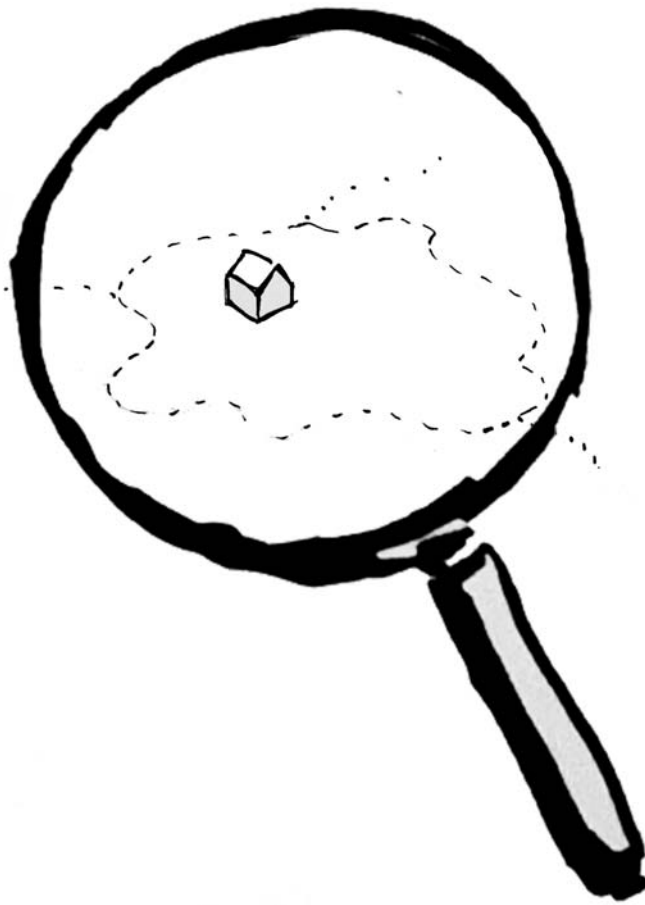


5 Marketing-Tipps für Immobilienprofis



Inhalt

1. Ihre Webseite
2. Der erste Kontakt
3. Prelisting-Package
4. Kundennähe
5. Weiterempfehlungen



Insbesondere in schwächer besiedelten Gebieten kann ein einziger Auftrag entscheidend sein. Klar, dass Sie hierbei nicht der Einzige sind, der den Interessenten von einer der vielen freistehenden Immobilien überzeugen will. Der Kampf beginnt oft sogar schon lange im Voraus, wenn es darum

geht, den Auftrag des Verkäufers zu erhalten. Wir haben einen Marketing-Guide für Sie zusammengestellt, damit Sie in Zukunft nie wieder leer ausgehen.



1. Ihre Website



In der Regel gewinnen potenzielle Kunden den ersten Eindruck von Ihnen über das Internet. Neben einer übersichtlichen Website, ist es natürlich wichtig, dass man Sie überhaupt findet. Machen Sie den Test und googeln Sie „Immobilienmakler“ + Ihre Region. Erscheinen Sie nicht unter den ersten Einträgen, sollten Sie Ihre

Website für Suchmaschinen optimieren. Falls Sie sich selbst damit nicht auskennen, können Sie sich die Grundlagen leicht im Internet aneignen oder Sie fragen in Ihrem Bekanntenkreis nach! Wer etwas mehr Geld in die Hand nehmen will, kann natürlich auch eine der zahlreichen spezialisierten Agenturen beauftragen.

Checkliste - Was macht eine gute Webseite aus?

- ✓ Bieten Sie unterschiedliche Kontaktwege an (Telefon, Fax und E-Mail sind Pflicht).
- ✓ Stellen Sie aktuelle Informationsmaterialien (z.B. Exposés) und Publikationen zum Download bereit.
- ✓ Sorgen Sie dafür, dass andere Webseiten auf Ihre Seite verlinken. So wird Ihre Seite als "wichtig" eingestuft und wird besser gefunden.
- ✓ Achten Sie darauf, dass Sie Begriffe, die von der Zielgruppe Ihrer Webseite oft bei Google gesucht werden, in den Texten Ihrer Seiten häufig verwenden. So weiß Google, dass Ihre Seite für den Suchmaschinen-Nutzer genau die richtige ist.
- ✓ Sorgen Sie für eine sinnvolle Navigationsstruktur, gerade wenn Sie viele Unterseiten haben. Nichts bringt Interessierte schneller dazu, Ihre Webseite zu verlassen und zu der des Konkurrenten zu wechseln, als das Gefühl, das Gesuchte nicht schnell genug zu finden.
- ✓ Gestalten Sie Ihre Webseite klar und aufgeräumt. Viele Farben, blinkende Inhalte, automatisch startende Videos und Bilder in allen Größen überfordern schnell.
- ✓ Große Bild-, Video- oder Sound-Dateien verlängern die Ladezeiten Ihrer Webseite. Dauert es zu lange, bis die nächste Seite geladen ist, vergeht der Spaß beim Durchstöbern Ihrer Seiten schnell.
- ✓ Achten Sie darauf, dass Ihre Webseite in allen gängigen Internetbrowsern funktioniert.

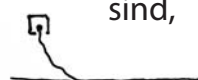


2. Der erste Kontakt

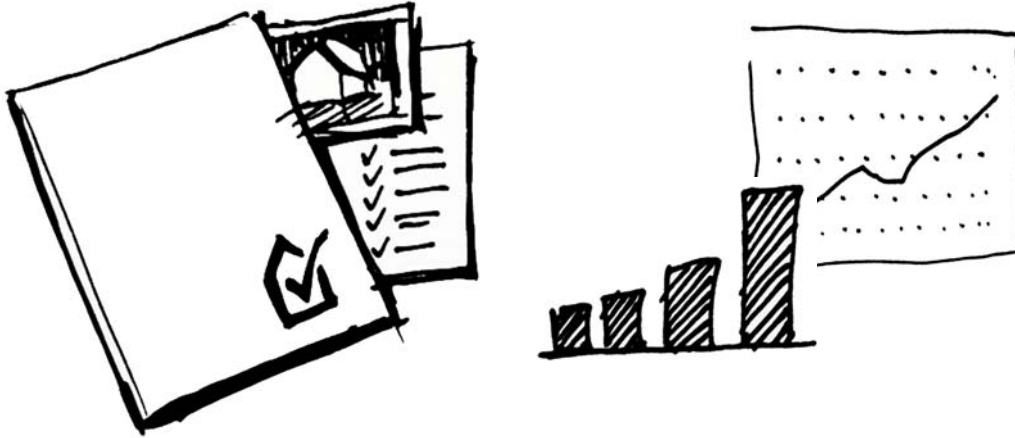


Der erste Kontakt findet in der Regel telefonisch statt. Kritisch wird es zum einen, wenn Sie den ersten Kontaktversuch verpassen, denn dann ist dies nicht selten auch der letzte. Zum anderen besteht die Gefahr, dass sie der erste Anruf in einer unpassenden Situation überrascht und Sie nicht in der Lage sind, Ihrem Anrufer die

gewünschten Informationen zu geben. Um keinen unprofessionellen Eindruck zu erwecken, ist es praktisch, wenn Sie sich im Vorfeld auf das anstehende Telefonat vorbereiten können. Hierbei ist ein Telefonsekretariat die richtige Wahl. So wissen Sie vorab, mit wem Sie es zu tun haben und können sich die wichtigsten Informationen und Argumente zurechtlegen. Die Sekretärinnen informieren Sie bei eingehenden Anrufen über die vom Anrufer gewünschten Informationen, Gesprächsinhalte und Rückrufbitten, sodass Sie Ihre Anrufe in Ruhe bearbeiten können.



3. Prelisting-Package



Bei dem Prelisting-Package handelt es sich um eine Mappe, die den potenziellen Verkäufer auf den Verkaufsprozess seiner Immobilie vorbereitet. Vielleicht kennen Sie dieses Instrument bereits, doch leider nutzen nur die wenigsten Immobilienmakler das volle Potential dieses wichtigen Marketing-Tools. Das Prelisting-Package sollte nach dem ersten Zeichen von Interesse oder vor dem ersten Termin an den potenziellen Verkäufer versandt werden, sodass er sich auf das erste Treffen mit Ihnen vorbereiten kann. Was den Inhalt

betrifft, ist Ihre Kreativität gefragt. Denken Sie an die Bedürfnisse des Verkäufers und fassen Sie sich kurz. Verwenden Sie zum Beispiel Fotos, Unternehmensinformationen, Charts und Übersichten über erforderliche Dokumente für einen reibungslosen Ablauf des Verkaufsprozesses. Prelisting ist der neue Immobilien-Marketing Trend aus den USA – Seien Sie darum der erste Immobilienmakler in Ihrer Region, der mit dem Prelisting-Package schon im Vorfeld überzeugt und den Akquise-Prozess beschleunigt!



4. Kundennähe



Sowohl Interessenten als auch Verkäufer verlangen Ihre permanente Aufmerksamkeit und einen Ansprechpartner, an den sie sich jederzeit wenden können. Andernfalls wendet man sich möglicherweise frustriert an die Konkurrenz. Damit Sie Ihren Anrufern stets ein offenes Ohr bieten können, ohne dafür Besichtigungstermine oder Meetings mit anderen

Kunden unterbrechen zu müssen, können die Sekretärinnen eines Telefonsekretariats Ihre Anrufe in solchen Fällen abfangen und sorgen dafür, dass Ihr Unternehmen stets persönlich und freundlich repräsentiert wird. Durch diese Nähe, können sie Ihre Kundenbindung und Ihr Unternehmensimage verbessern!

5. Weiterempfehlungen



Zufriedene Kunden und Käufer empfehlen Sie gerne in ihrem Umfeld weiter. Achten Sie darauf, einen positiven Eindruck zu hinterlassen, der länger andauert als die Unterzeichnung des Kaufvertrags. Marketingexperten sind sich des

Phänomens bewusst, dass Immobilien(ver)käufer im Nachhinein an ihrer (Ver-)Kaufentscheidung zweifeln. Verleihen Sie ihnen doch ein gutes Gefühl, in dem Sie ihnen ein paar Tage später nochmals mit einer Flasche Prosecco gratulieren!

*Wir nehmen Ihre Anrufe in
Ihrem Firmennamen entgegen.
Auf Wunsch 24h täglich, an 365
Tagen im Jahr*

 **ebuero AG**
Das Büro der Zukunft

ebuero AG | Hauptstraße 8 | im Meisenbachhaus | 10827 Berlin



* Die Wirtschaftszeitung PRO:FIT (Südkurier GmbH, Ausgabe 11/2006) hat 6 Büroservice-Anbieter überprüft. Die ebuero AG wurde Testsieger im Bereich Telefonservices.