

WIE KOMME ICH AN KUNDEN

▶ Block 3

2 wichtige Faktoren als Immobilienmakler:in

Objekteinkauf

Objektverkauf

Welche Erfahrungswerte haben Sie?

Customer Journey

1. Immobiliensuche zum Verkauf:

- ▶ Online
- ▶ Zeitung
- ▶ Social Media
- ▶ Kosten Hauswurfsendung: ca. 30 € / 1.000 Haushalte
- ▶ Kostenlose Immobilienbewertung anbieten (online)

2. Kontaktaufnahme:

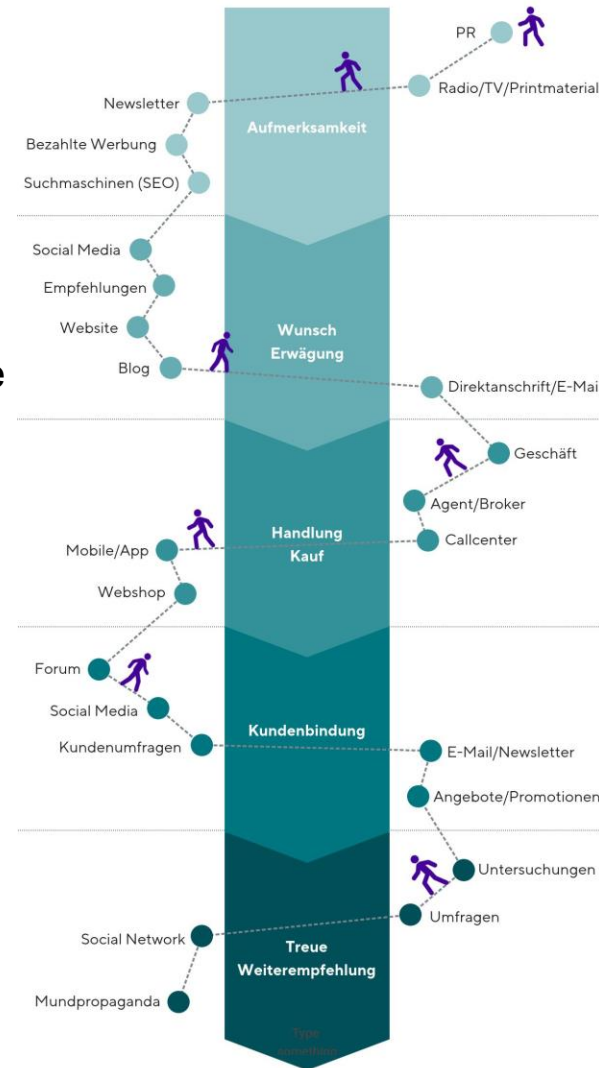
- ▶ Anrufen -> ich möchte helfen
- ▶ Freebies bspw. „50 Tipps für den Immobilienkauf“
- ▶ Was ist Dein Mehrwert?

3. Prospekt / Geschenk zusenden:

- ▶ Freue mich auf unseren Termin
- ▶ Gesetz der Reziprozität

4. Terminbestätigung:

- ▶ Über OpenOffice automatisch



Bildquelle: <https://www.gryps.ch/kmu-lexikon/customer-journey/>

Customer Journey

5. Besuch beim Kunden:

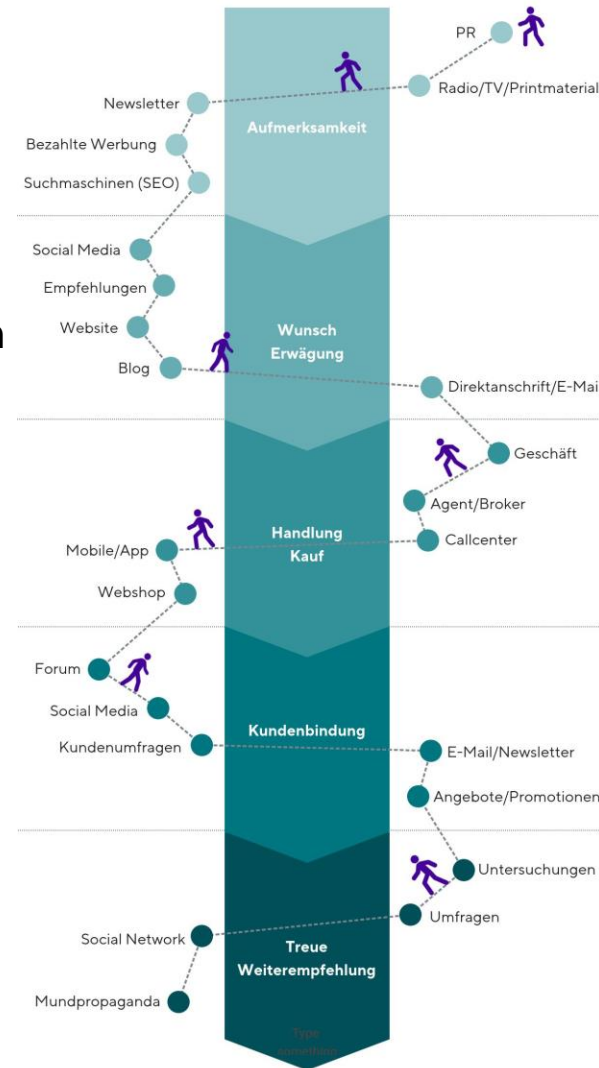
- ▶ Kamera / Stativ mitnehmen um vorbereitet zu wirken
- ▶ Saubere Schuhe / Kleidung
- ▶ Augenhöhe, nicht überdimensioniert bei Autos, Uhren
- ▶ Vorbereitung zur Infrastruktur / grobe Bewertung
- ▶ Maklervertrag mitnehmen
- ▶ Evtl. Zweitermin vereinbaren
- ▶ Checkliste wegen Unterlagen
- ▶ Evtl. Immobilienordner

6. 48h nach Kauf:

- ▶ Kd. bestätigen bspw. über WhatsApp
- ▶ WhatsApp Status nutzen für Verkauf
- ▶ Ersten Post auf Social Media ("kommt bald")

7. Unterlagen nachfassen:

- ▶ Was fehlt noch?



Bildquelle: <https://www.gryps.ch/kmu-lexikon/customer-journey/>

Customer Journey

8. Veröffentlichung:

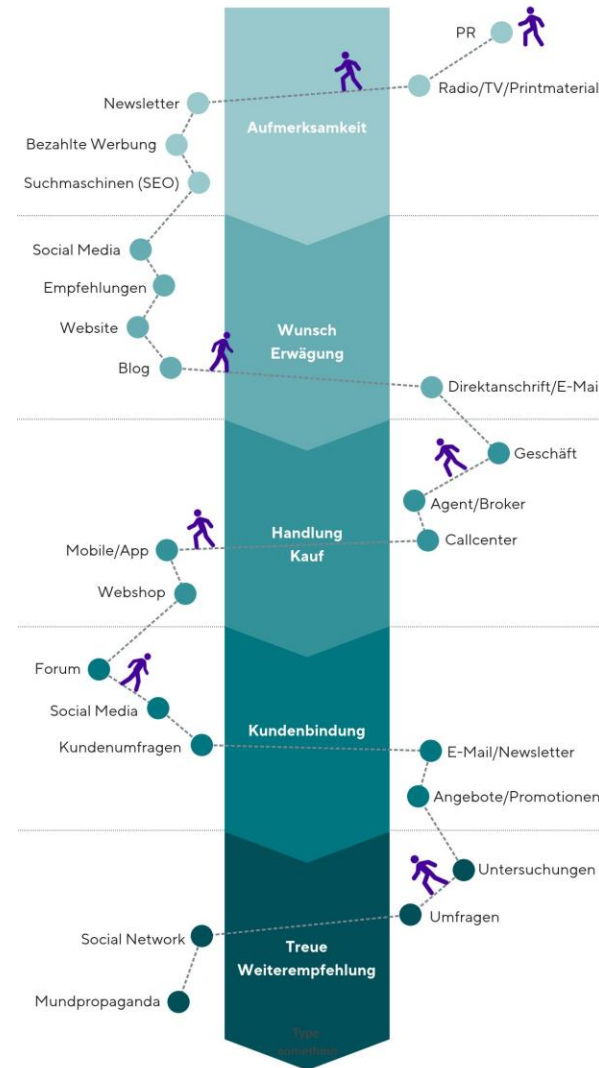
- ▶ Ab Tag x Kd. auflisten wo Objekt eingestellt wurde
 - bspw. Immoscout, Zeitung, Flyer etc.
- ▶ Empfehlung einfordern!

9. Besichtigung:

- ▶ Argumente vorbereiten
- ▶ Interessenten kennenlernen (Was sucht er?)
- ▶ Interessenten in Kartei aufnehmen, wenn Immo nicht passt

10. Mail:

- ▶ Anschreiben an alle Interessenten (z.B. Open Office)
- ▶ Keine „info@“ Mails
- ▶ Automatisiertes E-Mail-Marketing (z.B. Klick Tipp)



Bildquelle: <https://www.gryps.ch/kmu-lexikon/customer-journey/>

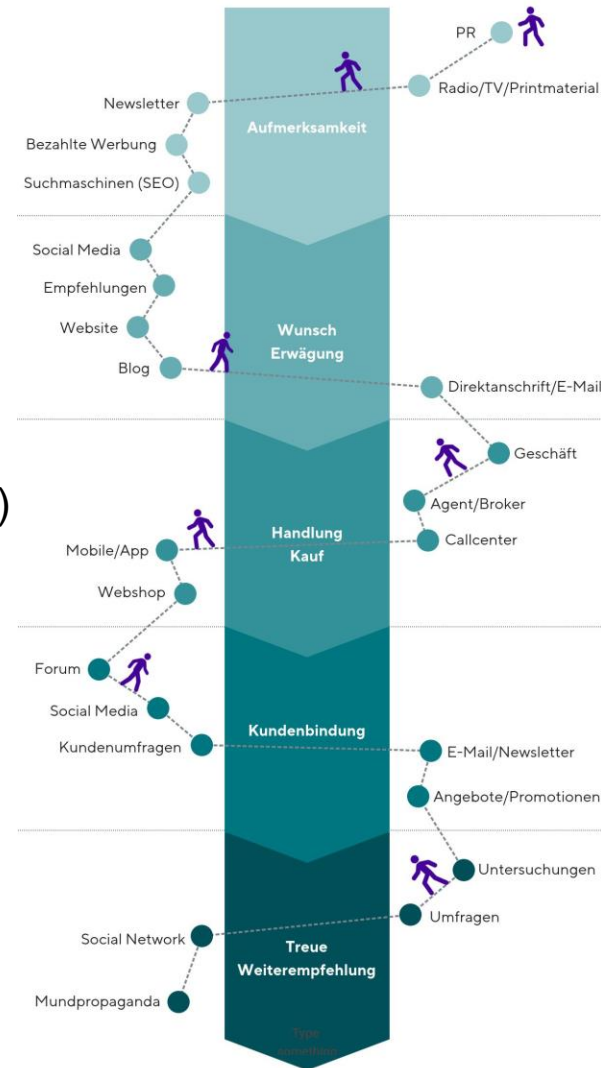
Customer Journey

11. Kd. will kaufen:

- ▶ Vereinbarung Notartermin
- ▶ Finanzierungsbestätigung

12. Übergabe:

- ▶ Mit Kd. sporadisch in Kontakt bleiben (WhatsApp/SM)
- ▶ After Sale Geschenk



Bildquelle: <https://www.gryps.ch/kmu-lexikon/customer-journey/>

Objekteinkauf

Eigentümergeakquise:



Der Makler kann aktiv auf Eigentümer zugehen und ihnen seine Dienstleistungen anbieten, um ihre Immobilie zu verkaufen oder zu vermieten.

Netzwerk:



Ein gut vernetzter Makler kann über sein Netzwerk von Kollegen, Kunden, Freunden und Bekannten von Immobilien erfahren, die zum Verkauf oder zur Vermietung stehen.

Online-Portale:



Der Makler kann sich bei Online-Portalen anmelden, auf denen Immobilien zum Verkauf oder zur Vermietung angeboten werden und dort nach passenden Objekten suchen.

Zeitungsanzeigen:



Der Makler kann in Zeitungen und Anzeigenblättern nach Immobilien suchen, die zum Verkauf oder zur Vermietung angeboten werden.

Social Media:



Der Makler kann sich auf allen gängigen Plattformen anmelden; z.B. Instagram, LinkedIn... WhatsApp nicht vergessen!

Persönliche Kontakte:



Der Makler kann seine persönlichen Kontakte nutzen, um Immobilien zu finden, die zum Verkauf oder zur Vermietung angeboten werden.

Objekteinkauf

- ▶ Ein Immobilienmakler kann Objekte auf verschiedene Arten vermarkten, darunter:

1 Online-Präsenz:

- ▶ Der Makler kann die Immobilie auf seiner Website und auf Online-Immobilienportalen wie Immobilienscout24, Immonet und anderen bewerben.



Quelle: <https://www.immox1.de/blog/immobilienportale>

PRO

- Es ist einfacher online zu verkaufen, weil man nicht von Tür zu Tür gehen muss.
- Viele Menschen suchen online nach Immobilien, sodass man eine größere Reichweite hat.
- Man kann selbst entscheiden, wie viel Informationen man preisgibt und an wen.
- Onlineplattformen bieten in der Regel einen guten Kundenservice.

CONTRA

- Es entstehen Kosten für den Immobilienmakler
- Es kann schwierig sein, die richtige Plattform für den Verkauf zu finden.

Objekteinkauf

2 Social-Media-Marketing:

- ▶ Der Makler kann die Immobilie auf sozialen Medien wie Facebook, Twitter und Instagram bewerben.



PRO

- Social Media hat eine große Reichweite und kann potenziell viele Kunden ansprechen.
- Verbreitung von Informationen ist schnell und einfach.
- Mithilfe von gezielten Werbekampagnen können Sie Ihre Zielgruppe genau ansprechen.
- Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Sie Ihre Inhalte auf Social Media platzieren können (z.B. als bezahlte Werbung oder kostenloser Content).

CONTRA

- Es besteht die Gefahr, dass Ihre Inhalte in der Flut an anderen Beiträgen untergehen.
- Wenn Sie nicht regelmäßig neue Inhalte veröffentlichen, kann es schwierig sein, die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe zu behalten.
- Social Media ist ein schnelllebiges Medium, was bedeutet, dass es schwierig sein kann, mit den neuesten Trends und Entwicklungen Schritt zu halten.

Objekteinkauf

3 Printwerbung:

- ▶ Der Makler kann Anzeigen in lokalen Zeitungen und Immobilienmagazinen schalten.



Quelle: <https://hsb-akademie.de/immobilienportale-so-sieht-eine-gute-anzeige-aus/>

PRO

- Möglichkeit, die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zu lenken.
- Mit attraktiven und ansprechenden Designs können mehr Menschen angesprochen werden.
- Es gibt eine größere Chance, dass potenzielle Kunden Interesse an der Immobilie haben.

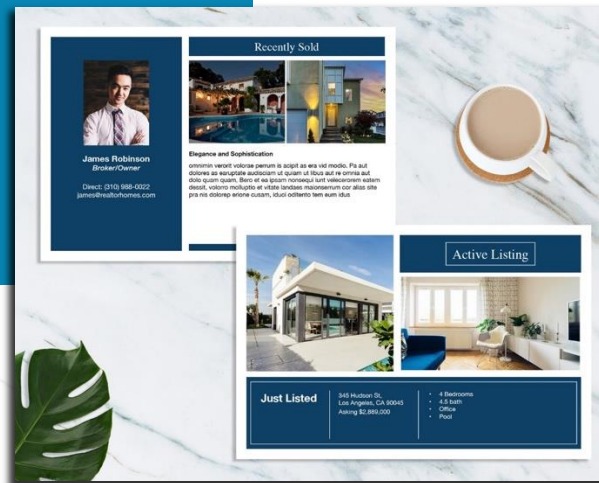
CONTRA

- Es ist teurer als andere Methoden der Immobilienwerbung.
- Printwerbung verschwindet schnell und muss daher regelmäßig aktualisiert werden.
- Werbung in Zeitungen und Zeitschriften erreicht oft nur ein begrenztes Publikum.

Objekteinkauf

4 Direktmarketing:

- ▶ Der Makler kann Flyer und Postkarten an potenzielle Käufer in der Umgebung senden.



Quelle: <https://www.etsy.com/de/listing/690164551/immobilien-postkarte-vorlage-marketing>

PRO

- Kunden können sich ein genaues Bild von der Immobilie machen.
- Das Angebot kann personalisiert werden.
- Direkter Kontakt zum Kunden.
- Erhöht die Chance, dass der Kunde sich für die Immobilie interessiert.

CONTRA

- Es besteht das Risiko, dass Kunden belästigt werden.
- Unprofessionelles Erscheinungsbild.
- Es gibt keine Garantie, dass der Kunde die Medien überhaupt wahrnimmt.

Objekteinkauf

5 Besichtigungen:

- ▶ Der Makler kann offene Häuser individuelle Besichtigungen organisieren, um potenzielle Käufer anzulocken.



Quelle: <https://jensen-und-doe.ring.de/blog/einzelansicht/hausbesichtigung-worauf-sollte-man-dabei-achten>

PRO

- Die Preise für die Immobilien könnten steigen, weil viele Menschen das Haus besichtigen und den Preis nach oben treiben.
- Offene Besichtigungen ermöglichen es mehr Menschen, das Haus zu sehen.
- Käufer können sich sofort ein Bild von dem Haus machen.

CONTRA

- Gefahr von Diebstahl oder Vandalismus
- Menschen, die nicht ernsthaft an einem Kauf interessiert sind, können die Besichtigung stören.

Objekteinkauf

6 Netzwerk:

- ▶ Der Makler kann sein Netzwerk von Kontakten und Kunden nutzen, um die Immobilie zu bewerben und potenzielle Käufer zu finden.



Quelle: https://www.freepik.com/free-photo/female-real-estate-agent-communicating-with-couple-while-showing-them-new-apartment_26345008.htm#query=Immobilien%20kunde&position=0&from_view=search&track=ais

PRO

- Makler haben hoffentlich ein großes Netzwerk und können so die Reichweite des Verkaufs erhöhen.
- Es entstehen keine Kosten.

CONTRA

Objekteinkauf

7 Professionelle Fotos und Videos:

- ▶ Der Makler kann professionelle Fotos und Videos von der Immobilie erstellen lassen, um sie online und in Printmedien zu präsentieren.



Quelle: <https://www.pixolum.com/blog/fotografe/immobilien-fotografieren/> <https://www.pixolum.com/blog/fotografe/immobilien-fotografieren/> <https://offenblende.de/fotografe/immobilienfotograf/>

PRO

- Es kann die Attraktivität einer Immobilie steigern und somit den Verkauf anregen.
- Professionell aufgenommene Fotos und Videos wirken vertrauenswürdiger als selbstgemachte und mindern damit das Risiko, dass Käufer abspringen.
- Der Aufwand für die Erstellung ist geringer als der potentielle Mehrwert, den sie bringen.

CONTRA

- Der Kostenfaktor - professionelle Fotos und Videos können teuer sein.
- Es besteht das Risiko, dass die Erwartungen der Käufer zu hoch sind und sie enttäuscht werden.

Wie KI im Immobilienmaklergeschäft unterstützen kann:



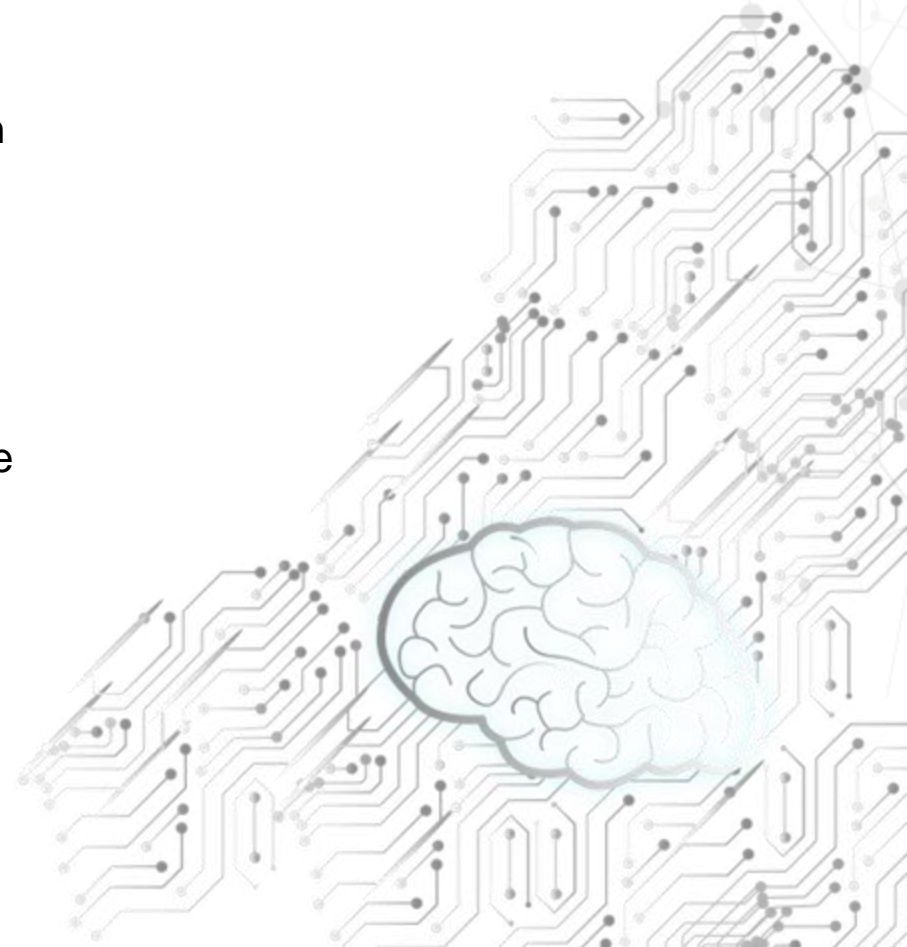
1. Immobilienbewertung: KI kann Daten wie Standort, Größe, Alter und Ausstattung einer Immobilie analysieren und eine genaue Bewertung erstellen, die dem Verkäufer hilft, den richtigen Preis festzulegen.



2. Zielgruppenanalyse: KI kann Daten über potenzielle Käufer sammeln und analysieren, um zu bestimmen, wer am wahrscheinlichsten an der Immobilie interessiert ist. Dies hilft dem Verkäufer seine Marketingstrategie zu optimieren und die richtigen Käufer anzusprechen.



3. Virtuelle Besichtigungen: KI kann virtuelle Touren durch die Immobilie erstellen, die potenziellen Käufern eine realistische Vorstellung von der Immobilie geben. Dies kann den Verkaufsprozess beschleunigen, da Käufer die Immobilie bereits vor Ort besichtigen können.



Wie KI im Immobilienmaklergeschäft unterstützen kann:

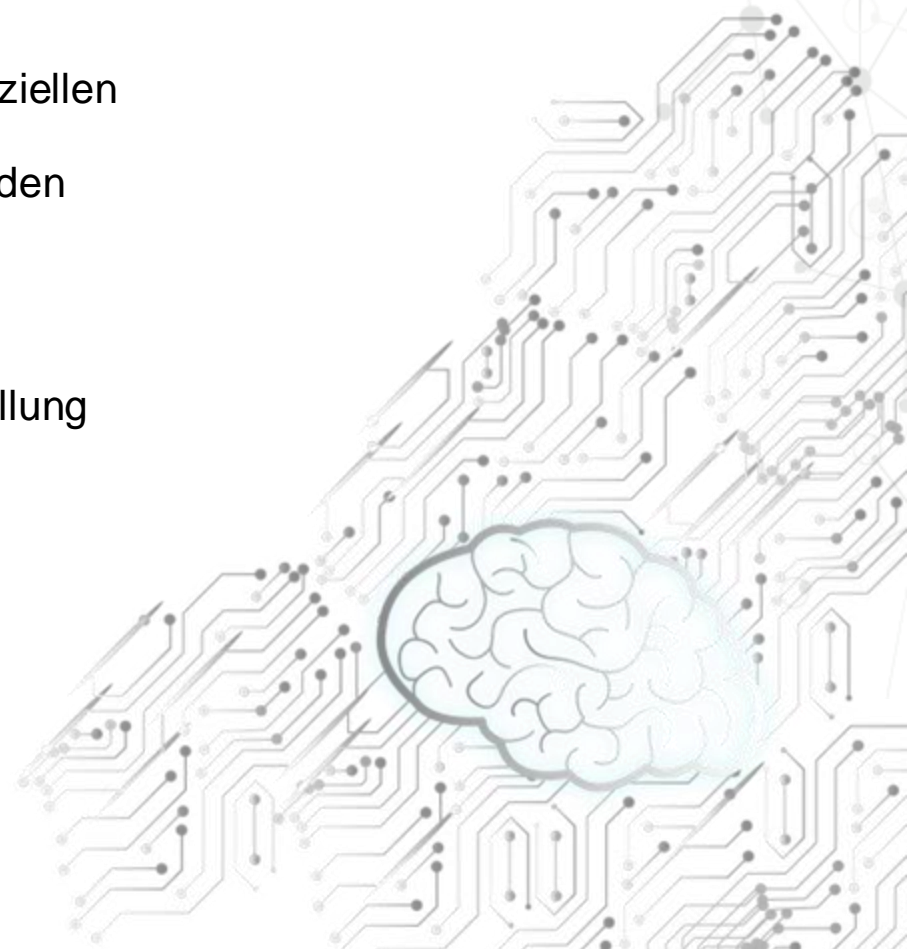


4. Chatbots: KI-basierte Chatbots können Fragen von potenziellen Käufern beantworten und ihnen helfen, Informationen über die Immobilie zu erhalten. Dies kann den Verkäufer entlasten und den Verkaufsprozess beschleunigen.

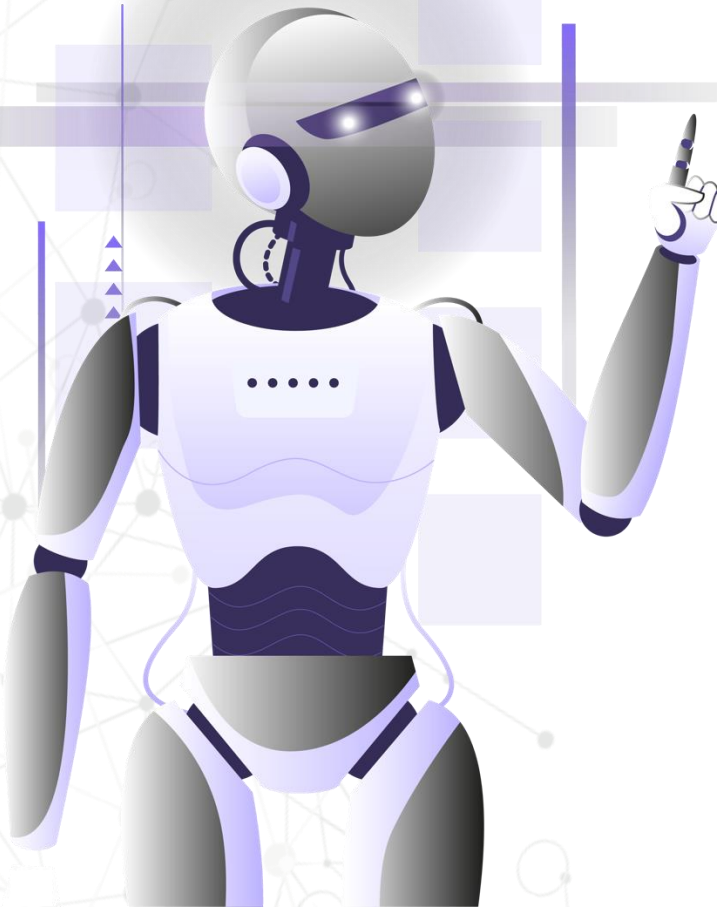


5. Automatisierte Dokumentation: KI kann bei der Erstellung und Verwaltung von Dokumenten wie Verträgen und Kaufvereinbarungen helfen. Dies kann den gesamten Verkaufsprozess beschleunigen und den Verkäufer entlasten.

► **Insgesamt kann KI dem Verkäufer helfen, den Verkaufsprozess zu optimieren und zu beschleunigen, indem sie genaue Bewertungen erstellt, die richtigen Käufer anspricht und den Verkaufsprozess automatisiert.**





Was KI heute schon kann?



Immobilienbewertung

z.B. Institut Hettenbach 

Exposé erstellen:

z.B. Neuroflash,  
ChatGPT

Vertriebsunterstützung:

- ▶ E-Mails
- ▶ Werbetexte
- ▶ Angebotserstellung
- ▶ Akquise
- ▶ Werbebanner-Text
- ▶ LinkedIn
- ▶ Instagram
- ▶ Google Anzeige

WICHTIGLISTE

WICHTIGLISTE

WICHTIGLISTE