

DIRK ILLENBERGER UND ALEXANDER KROTH

Systematische Immobilienakquise (7)

Wie die Verwendung von Akquise-Werkzeugen bei der Vorbereitung von Besichtigungsterminen hilft.



Im Rahmen dieser Serie haben wir bereits auf die Wichtigkeit von Checklisten hingewiesen, die sicherstellen, dass nichts in Vergessenheit gerät. Daher ist es sicherlich nicht überraschend, dass wir bei einem derart wichtigen Termin wie dem einer Besichtigung auf solche Checklisten zurückgreifen.

Checkliste: Besichtigungstermin

- ◆ Terminbestätigung verschicken
- ◆ Deckblatt erstellen
- ◆ Aufnahmebogen ausdrucken
- ◆ Einkaufsmappe bestücken mit
 - Einkaufsbroschüren
 - Ausdruck: Vergleichsimmobilien
 - Leistungsbewertungen
 - Marketingplan
 - Beispiele eigener Werbeaktivitäten

Checkliste: Eigentümer-Dokumente

- ◆ Referenzen/Leistungsbewertung
- ◆ Maklervertrag
- ◆ Visitenkarten
- ◆ Terminbestätigung

Checkliste: Besichtigungstermin

Diesen Checklisten sorgen dafür, dass

Sie und Ihre Mitarbeiter immer einen vollständigen Satz an Einkaufsmaterialien bei jedem Besichtigungstermin parat haben. In den folgenden Abschnitten beschäftigen wir uns genauer mit den einzelnen Inhalten.

Terminbestätigung verschicken

Im letzten Artikel „Systematische Immobilien-Akquise Teil 6“ (online unter: www.immobilien-profi.de) haben wir schon auf die Wichtigkeit dieses Schrittes hingewiesen und warum Sie mit drei verschiedenen Briefvarianten arbeiten sollten. Kostenlose Vorlagen hierzu finden Sie auf www.niftybits.de/docs.

Durch unser Akquise-System sind Sie mit einigen Werkzeugen ausgestattet, die sinnvoll organisiert sein wollen. Vermeiden Sie, dass der Eigentümer bzw. Verkäufer sofort alle Ihre Dokumente sehen kann. Ihr Ziel sollte es sein, zum richtigen Zeitpunkt, das geeignete Werkzeug quasi aus dem Hut zu zaubern. Wir empfehlen Ihnen hierfür spezielle, gefächerte Ordnungsmappen mit Einschub auf der Vorderseite. Ins erste Fach legen Sie die Unterlagen, die Sie auf jeden Fall benötigen. Die weiteren Fächer bestücken Sie mit den

Einwandbehandlungsbroschüren, damit Sie direkten Zugriff auf sie haben.

Deckblatt erstellen

Im Marketing gibt es eine wichtige Regel: Telegrafieren Sie so oft wie möglich die Botschaft: „Kunde, Du bist mir wichtig!“ Deshalb sollte ein Deckblatt eingesetzt werden, auf dem der Name des Eigentümers in großen Lettern steht; dazu die Details des Termins und die der Immobilie. Es signalisiert, dass Sie sich gewissenhaft auf den Termin vorbereitet haben. Sie stecken dieses Blatt in den Einschub auf der Vorderseite Ihrer Ordnungsmappe, sodass der Verkäufer es sehen kann.

Aufnahmebogen ausdrucken

Ein Aufnahmebogen sollte zur Standardausstattung eines jeden Maklers gehören. Unser Aufnahmebogen unterscheidet sich nur dadurch, dass wir durch die Akquise-Software MaxX-Medien (www.maxXMedien.de) bereits die Eckdaten der Immobilie und den Namen des Verkäufers eintragen lassen.

Einkaufsmappe bestücken mit ...

Einkaufsbroschüren

Einkaufsbroschüren haben zum Ziel, den Privatverkäufer an die Dienstleistungen Ihres Maklerbüros heranzuführen. Sie erläutern, mit welchen Marketingaktivitäten Sie eine Immobilie verkaufen. Die Erklärungen sind zwar allgemein gehalten, aber durch die geschickte Integration Ihres speziellen Marketingplans erzeugen Sie hohe Neugier und verleihen den Broschüren Individualität.

Broschüre:

„Machen Sie auch diese drei Fehler beim Verkauf Ihrer Immobilie?“

Diese Broschüre kommt zum Einsatz, wenn der Verkäufer nicht bereit ist, mit einem Makler zusammenzuarbeiten. Sie hat zum Ziel, Schwierigkeiten beim Privatverkauf ans Licht zu bringen.

Broschüre:

„Tipps für Immobilienverkäufer“

Diese Broschüre kommt ebenfalls zum Einsatz, wenn der Verkäufer nicht bereit ist, mit einem Makler zusammenzuarbeiten. Sie gibt dem Leser wertvolle Tipps in Bezug auf seine Immobilie, die er unbedingt beachten sollte, wenn er keine Zugeständnisse beim Preis machen möchte.

Broschüre:

„Vorteile beim Verkauf durch Makler“

Dieser Artikel beschäftigt sich mit den Vorteilen, die ein Verkauf durch einen Makler bietet. Auf diese Weise bekommt der Verkäufer die Vorteile quasi mit den Worten eines neutralen Dritten erläutert.

Broschüre:

„Nicht alle Makler sind gleich“

Diese Broschüre setzen Sie ein, wenn Verkäufer sich dafür entschieden haben (oder kurz davor sind), einen anderen Makler mit dem Verkauf zu betrauen. Sie soll verhindern, dass der Verkäufer sich für einen anderen Makler entscheidet. Daher geben Sie ihm logische Anhaltspunkte, wie er selbst gute von durchschnittlichen Maklern unterscheiden kann.

Das Raffinierte an dieser Broschüre ist, dass Sie nicht einfach behaupten, dass Sie besser als die anderen sind. Das wäre zu banal und nur eine Behauptung. Stattdessen liefern Sie dem Verkäufer Auswahlkriterien, und er kommt selbst(!) zu dem Schluss, dass Sie deutlich mehr für ihn unternehmen als die anderen es würden. Das ist ein riesiger Unterschied! Mit der Broschüre verringern Sie die Anzahl der in Frage kommenden Makler dramatisch zu Ihren Gunsten.

Ausdruck: Vergleichsimmobilien

Dieser Ausdruck enthält Immobilien, die derzeit am Markt angeboten werden und mit der Immobilie des Verkäufers vergleichbar sind. Mit den Vergleichsimmobilien erreichen Sie zwei Ziele: Sie demonstrieren Ihre herausragende Marktkenntnis und haben ein wirksames Instrument, um über das heikle Thema Verkaufspreis anhand von Fakten zu sprechen.

Marketingplan

Mit dem Marketingplan erläutern Sie haarklein, welche Leistungen der Verkäufer von Ihnen erwarten kann, wenn er Ihnen den Alleinauftrag gibt. Wir empfehlen, für Häuser, Wohnungen und Grundstücke jeweils einen eigenen Marketingplan einzusetzen. Auf diese Weise kann man die Informationen kompakter anbieten und sich auf das Wesentliche konzentrieren. Es gibt nämlich nichts Schlimmeres, als wenn Sie dem Verkäufer erklären müssen, warum 70 Prozent der gelisteten Punkte für ihn irrelevant sind.



Alexander Kroth

Schon während seines Studiums der Betriebswirtschaft spezialisierte sich Alexander Kroth auf die Immobilienwirtschaft. Frühzeitig lernte er im familieneigenen Steuerbüro das Führen von Teams und die Prozessoptimierung.

Heute fließen seine Erfahrungen und innovativen Ideen in die Software MaxXMedien ein. In seinen lebhaften Seminaren spürt man die Praxisnähe, über die er als Gesellschafter eines Immobilienbüros noch immer verfügt.

Beispiele eigener Werbeaktivitäten

Sammeln Sie etwa einige Ihrer gestalteten Anzeigen, Online-Exposés und Farming-Karten und präsentieren Sie diese dem Verkäufer. Damit demonstrieren Sie Ihre geballte Marktpräsenz, die der Privatverkäufer allein nicht erreichen kann.

Checkliste: Eigentümer-Dokumente

Dies sind Dokumente, die für die nächsten Schritte benötigt würden. Bei einer Eigentumswohnung wären das z.B. Teilungserklärung und Protokolle der letzten drei Eigentümergebungen.

Referenzen/Leistungsbewertung

Egal was Sie als Geschäftsmann- oder -frau verkaufen wollen, Referenzen von zufriedenen Kunden spielen eine wichtige Rolle. Es ist erwiesen, dass Produkte, die mit Referenzen beworben werden, sich besser verkaufen. Jedoch erfordert es häufig viel Aufwand, einen Kunden dazu zu bewegen, sich die Zeit zu nehmen, eine Referenz zu schreiben. Genau hier setzt unser Vordruck an, den wir für die Leistungsbewertung erstellt haben (siehe auch IMMOBILIEN-PROFI 45, Seite 18; Referenzen)

Zusammenfassung

Wenn Sie alle diese Punkte der Checkliste beachten, sind Sie mit Sicherheit



Dirk Illenberger

Dirk Illenberger entwickelt seit über zehn Jahren Software für internationale Banken und berät Kunden im Bereich Geschäftsprozesse. Er bezeichnet sich als Spezialist für benutzerfreundliche Windows-Programme, die seine Kunden bei der täglichen Arbeit unterstützen. Er ist außerdem als Autor tätig. Sie erreichen ihn unter illenberger@niftybits.de

optimal vorbereitet und müssen sich nicht ausschließlich auf Ihre rhetorischen Fähigkeiten verlassen. Sie heben sich mit dieser Vorgehensweise ziemlich sicher von den meisten anderen Maklern ab und machen es Verkäufern leicht, sich für Sie zu entscheiden. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.niftybits.de.



**FAIRFIELD
DISPLAYS · GERMANY**

**Immobilien Starterkit
Immo R3D**



3x3 DIN A4
Postertaschen
Hochformat,
verspannt
an 3mm Stahl-
stangen von
der Decke
abgehängt,
ohne Kopfschild

20%
unter Listenpreis

für jetzt 202,64 €
zuzüglich Fracht, Verpackung und 19% MwSt.,
gültig bis 15.08.09

Tel. 0 68 31 / 96 67 60
www.fairfield-displays.de