Immoportal.com
Immobilien-Wissen und Experten



5 Strategien für Makler, um sich gegen die PropTechs durchzusetzen

Gratulation, dass du dich für unser Strategiepapier angemeldet hast. Du willst sichtbar werden für Kunden? Sie sollen zuerst an dich denken, wenn sie verkaufen wollen, und nicht an die Großen? Wir zeigen dir in fünf Schritten, wie du dich gegen die PropTechs durchsetzen kannst.

Wie komme ich als Makler an neue Verkaufsaufträge?

Die Antwort klingt simpel: Indem ich als Immobilienmakler sichtbar werde – digital und regional. Potenzielle Kunden sollen dich wahrnehmen und im richtigen Moment an dich denken, wenn sie ihr Haus oder ihre Wohnung verkaufen wollen. Das Problem ist, viele Immobilienmakler fischen im selben Becken.

Alle machen das Gleiche und bieten Verkäufern die meist kostenlose Möglichkeit, möglichst schnell ihre Immobilie bewerten zu lassen. Keiner sticht mit seinem Angebot hervor, eine klare Hilfe und ein qualitativer Mehrwert ist für Eigentümer nicht ersichtlich. Hier heißt es, durch Kompetenz und Erfahrung aufzufallen und sich hervorzuheben.



Warum ist es so wichtig, sichtbar zu sein?

Der Verkaufsprozess (customer journey) beginnt für die meisten Immobilieneigentümer im Internet. Sie wollen als Kunde anonym gute Daten bekommen. Vor einer Beratung steht die eigene Recherche. Doch was finden sie und wen? Wer kann sich hervorheben und bleibt im Gedächtnis haften?

Die Fastfood-Kette, wenn ich Hunger habe, oder der nette, kleine Italiener um die Ecke, wo ich neulich ein fabelhaftes Risotto gegessen habe und dessen Tiramisu unvergleichlich war? Zugegeben, Qualität hat seinen Preis, aber sind wir nicht alle gerne bereit, etwas mehr zu bezahlen, wenn die Qualität stimmt?

Wie werde ich sichtbar? – 5 Strategien, sich hervorzuheben

1. Werde eine Marke:
Was macht dich aus? Was kannst du einem Kunden bieten? Eine wichtige Rolle spielt hier deine Bewertungskompetenz. Immobilienmakler verfügen über einen großen Erfahrungsschatz, kennen den Immobilienmarkt und regionale Besonderheiten genau.

Genau damit können sie punkten. Denn ein Bewertungstool stößt schnell an seine Grenzen. Es kann nur bestimmte Parameter einbeziehen, die regionalen Besonderheiten oder die Art eines Hauses kennt es nicht. Zeig dem Kunden deine Stärken – Marktkenntnis, Bewertungskompetenz, Fachwissen. Mach dich glaubwürdig mit deinem Wissen.





2. Positioniere dich richtig:
Wen willst du erreichen? Wer ist deine Zielgruppe? Suchst du willkürlich deutschlandweit nach Verkaufsaufträgen oder vielmehr regional und gezielt? Werde präsent für deine potenziellen Neukunden und lass nicht zu, dass jemand in deinem Revier wildert. Du bist der Fachmann – erfahren, authentisch, persönlich. Du bist nicht einer von vielen, du bist DER Makler in DEINER Region.

3. Baue eine Persönlichkeit auf:
Was macht dich aus? Was macht dich besonders? Zeige ein Gesicht und entsteige der Anonymität. Du verkaufst ein „unsichtbares Produkt“, eine Dienstleistung, die auf den ersten Blick nicht greifbar ist – kein Auto oder Haarschnitt. Es ist eine Dienstleistung, die auf Vertrauen aufgebaut ist und die darauf beruht, die Bedürfnisse des anderen zu kennen und ihn gut zu beraten.

Ein Immobilienmakler weiß, was das Objekt wert ist und kennt den Markt wie kein anderer, er muss seine Bewertung aber auch begründen können und nicht nur auf ein „Bauchgefühl“ schieben. Schafft er das, ist er klar im Vorteil. Der Immobilieneigentümer bekommt echte Argumente an die Hand, die nur ein Insider bieten kann. Das schafft Glaubwürdigkeit und Vertrauen.





4. Werde präsent - digital und regional:
Flyer, Werbebroschüren oder auch Online-Werbung funktionieren nicht über einen langen Zeitraum. Der Effekt verpufft zu schnell. Wer langfristig im Gedächtnis seiner Kunden haften bleiben will, muss persönlich, vor Ort und durch Fachwissen und Fachartikel im Internet wahrgenommen werden.

Auf die ersten Plätze kommen im Google-Ranking und sich einen Expertenstatus aufbauen, auf den Kunden gerne zurückgreifen. Nur so unterstreicht er seine Glaubwürdigkeit, Kompetenz und Relevanz.

5. Sende Botschaften:
Und möglichst immer die gleichen. Warum? Um wiedererkannt zu werden. Nur so kannst du die Wahrnehmung schärfen. Wer je nach Kunde immer wieder was anderes erzählt, wird unglaubwürdig. Die Botschaften verschwimmen und sind nicht klar ersichtlich für die Kunden.

Der Vertrieb deiner Dienstleistung muss Sicherheit vermitteln und Vertrauen aufbauen, du musst dem Kunden zeigen, dass er sich auf dich und deine Expertise voll und ganz verlassen kann.



Immoportal.com
Immobilien-Wissen und Experten

Wo fange ich nur an?

Viele gute Ratschläge, aber wie umsetzen? Wir helfen dir gerne, deine Marke, Persönlichkeit, Bewertungskompetenz und damit dein Fachwissen zu präsentieren. Wie? Mit einem persönlichen Expertenstatus, der dich und dein Unternehmen digital sichtbar macht – mit Fachartikeln, einem Foto, Informationen zu deinem Unternehmen.

In dem Moment, in dem ein Verkäufer die Idee hat, seine Immobilie zu verkaufen und ins Internet geht, wirst du sichtbar für ihn als bester Ansprechpartner. Wir helfen dir, damit du und deine Marke für Wertermittlungskompetenz stehen. So kannst du im Akquisitionstermin punkten.

Bei Fragen beraten wir dich gerne – vereinbare doch ein persönliches Gespräch mit uns.

+49 711 21 72 79-64
info@immoportal.com

Immoportal.com Verlags GmbH
Heusteigstr. 106
70180 Stuttgart

www.immoportal.com





Registriere dich gleich hier direkt und erstelle dein eigenes Profil!

www.immoportal.com/user/register