

Das Methoden Handbuch

Für Baufinanzierer

Wie du deine Kunden an dich bindest und dein Angebot kreativ präsentierst.



Vorwort

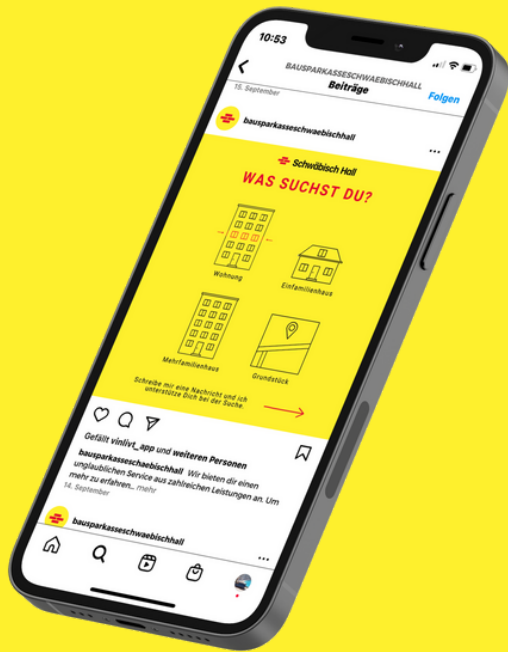
Wir haben nun in den letzten 5 Monaten, spezifisch durch die steigenden Zinsen, verschiedene Arten des Umgangs mit Kunden beobachten können. Dabei haben sich einige Marketingmaßnahmen als besonders erfolgreich herausgestellt. Genau auf diese wollen wir heute eingehen.

In diesem kleinen Methodenhandbuch zeigen wir Dir drei Ideen, um Deinen Bekanntheitsgrad zu steigern und Deine Kunden mehr an Dich zu binden. Anhand von geprüften, erfolgreichen Methoden kannst Du Dich inspirieren lassen. Zusätzlich haben wir Vorlagen für Dich aufbereitet, um Dir diese zur Verfügung zu stellen.

Was Dich in diesem Handbuch erwartet

1. **Social Media Präsenz** inkl. Vorlage zum Posten
2. **Werbeanzeigen** zur Leadgewinnung von Suchprofilen
3. **Beratungsgespräch**, den Menschen kaufen von Menschen

Social Media



Schnelllebigkeit zeichnet heutzutage den Alltag der meisten Menschen aus. Kurze Pausen werden genutzt, um schnell durch den neuen Instagram Feed zu scrollen oder auf den aktuellsten Tweet zu reagieren. Viele Informationen in so kurzer Zeit wie möglich.

Und weißt du was? Genau dort, kannst auch Du ansetzen.

Wahrscheinlich
findest Du
um die

70%

Deiner Kunden
auf Social Media.

Fange an, **Storys** auf Instagram aufzunehmen oder **Posts** zu erstellen:

- Grafiken mit Wissen
- Videos aus Deinem beruflichen Alltag
- humorvoller Content aus der Branche
- praktische Fakten.

Gehe auf das Ziel Deines Kunden ein: den Kauf einer Immobilie. Mach ihm klar, dass Du die den Wunsch möglich machen kannst. **Die Postings, die bisher am besten konvertiert haben, findest Du im Anhang zu dieser PDF.**

Werbe- anzeigen

Du erreichst genau die Kunden, die Du suchst oder bietest
Deinen Kunden genau das, was sie suchen. Durch
Werbeanzeigen kannst Du nicht nur neue Kunden
akquirieren, sondern auch die Vorzüge Deines Angebots
prägnanter präsentieren.

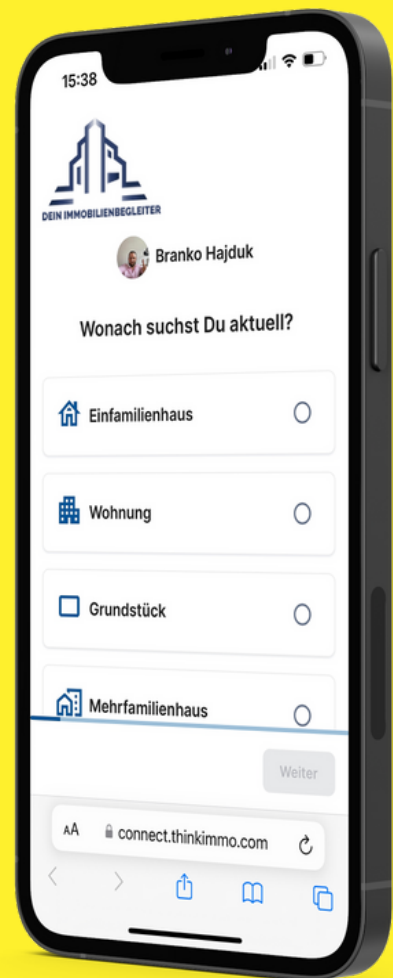
**Erreiche den Kunden, wenn er
startet, nicht wenn er aufhört!**

Mit Abstand am besten haben
Werbeanzeigen über Google und
Facebook funktioniert. Je nach
Standort und Personengruppe
kann man Leads schon ab 20 €
akquirieren.

**"Du suchst gerade eine
Immobilie in Hamburg? Dann
solltest Du mal auf unsere
Webseite schauen"**

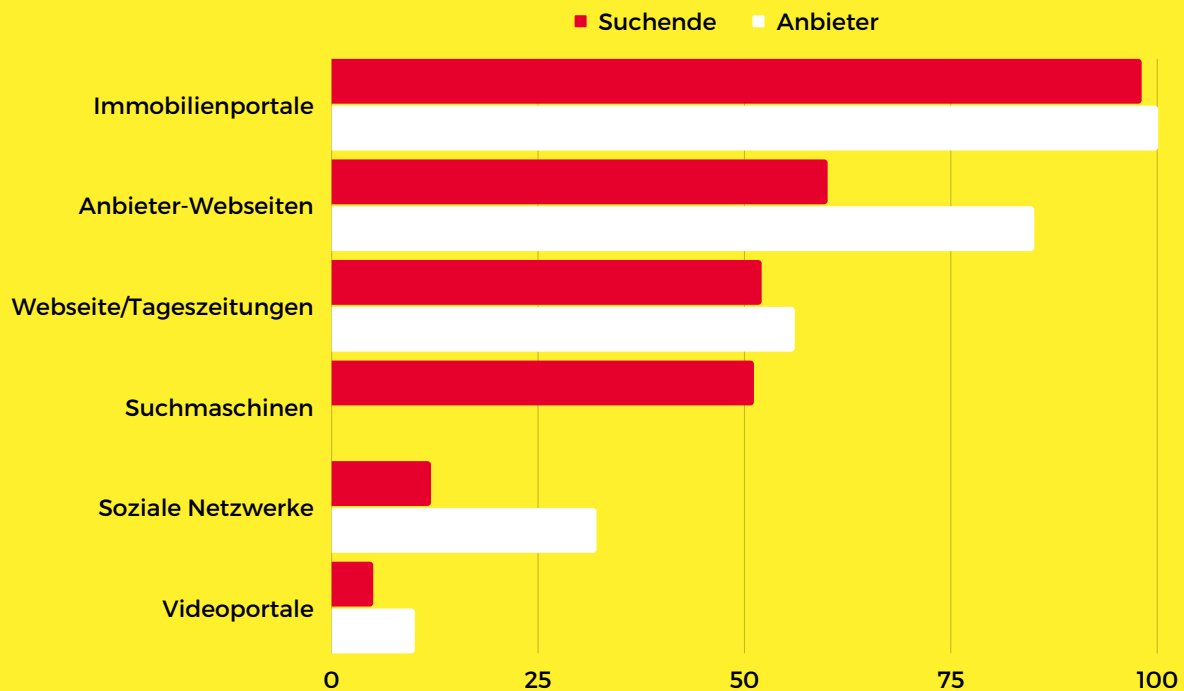
Das ist der Sprech oder
Lesetext, den Du in den meisten
Anzeigen finden wirst.

**Suchprofil ThinkImmo
= interaktives Element
= hohe Conversionrate bei Ads
= noch mehr profitable Leads**

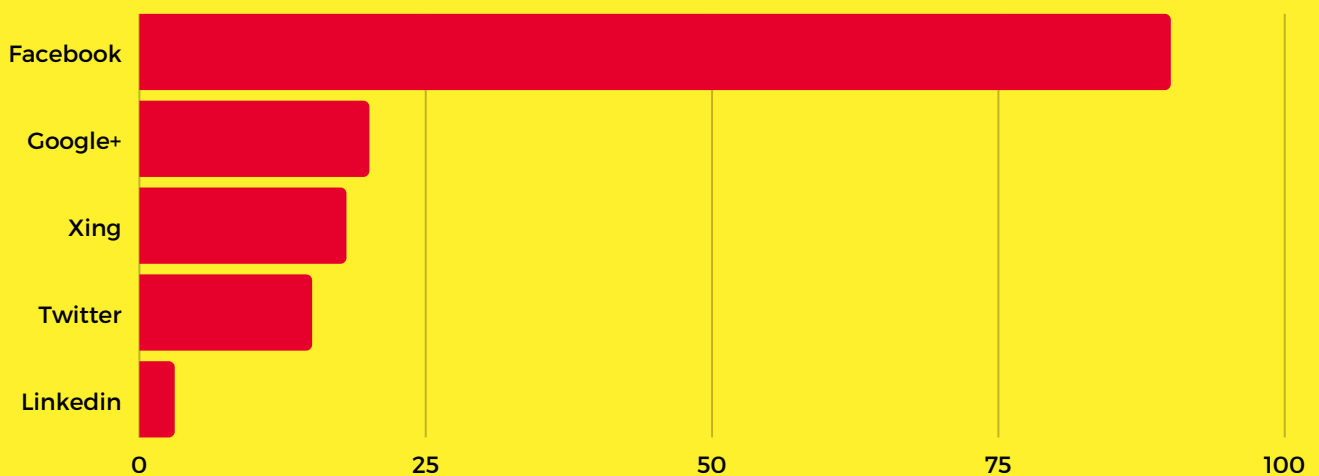


Statistiken

Nutzung digitaler Medien durch deutsche Immobiliensuchende und -anbieter
(Immostudie)



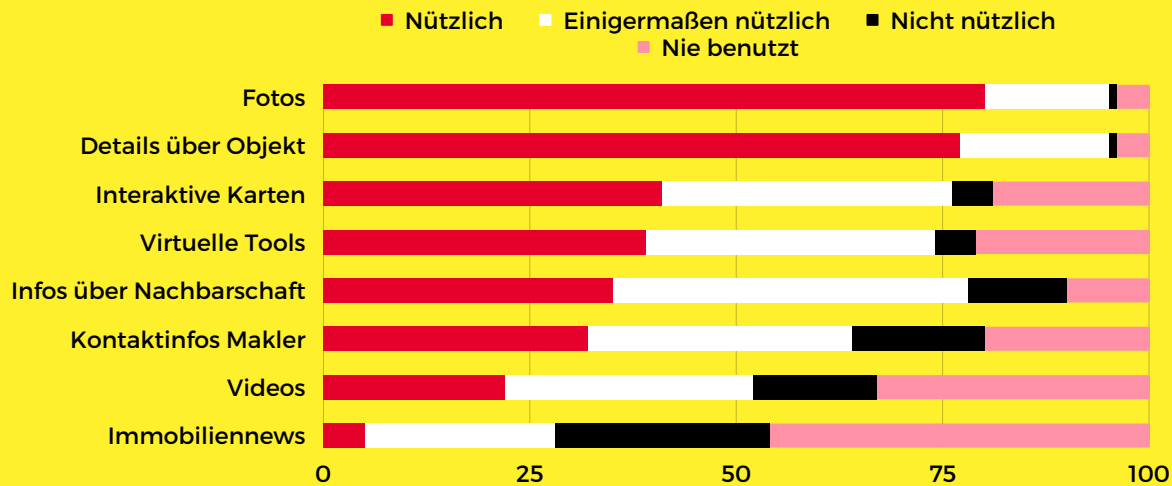
Genutzte soziale Netzwerke bei der Immobiliensuche
(Immobilien.net)



Schwäbisch Hall

Statistiken

Nutzen von Elementen und Merkmalen auf Webseiten (NAR, 2014)



Leadkosten, die bekannte Finanzdienstleister investieren

REGION HAMBURG

Budget	Status	Optimierungsf.	Kampagnentyp	Klicks	Impr.	CTR	Durchschn. CPC	Kosten	Gebotsstrategi	Conv.-Rate	Conversion:	Kosten/Conv
4,00 € pro Tag <input checked="" type="checkbox"/>	Aktiv	62,9 %	Suchnetzwerk	322	110.900	0,29 %	0,36 €	116,97 €	Conversions maximieren	3,42 %	11,00	10,63 €
11,00 € pro Tag <input checked="" type="checkbox"/>	Aktiv	62,6 %	Suchnetzwerk	636	346.113	0,18 %	0,55 €	347,85 €	Conversions maximieren	2,04 %	13,00	26,76 €
6,50 € pro Tag <input checked="" type="checkbox"/>	Aktiv	57,5 %	Suchnetzwerk	541	109.812	0,49 %	0,36 €	193,00 €	Conversions maximieren	1,11 %	6,00	32,17 €
20,00 € pro Tag <input checked="" type="checkbox"/>	Aktiv	76,5 %	Suchnetzwerk	222	81.650	0,27 %	0,56 €	125,08 €	Conversions maximieren	0,00 %	0,00	0,00 €
		—		1.721	648.475	0,27 %	0,45 €	782,90 €		1,74 %	30,00	26,10 €

REGION MÜNCHEN

Kampagnentyp	↓ Klicks	Impr.	CTR	Durchschn. CPC	Kosten	Gebotsstrategi	Conv.-Rate	Conversion:	Kosten/Con
Suchnetzwerk	3.806	1.016.782	0,37 %	0,43 €	1.650,21 €	Conversions maximieren (Ziel-CPA)	2,76 %	105,00	15,72 €
Suchnetzwerk	1.735	529.538	0,33 %	0,43 €	751,09 €	Conversions maximieren (Ziel-CPA)	2,77 %	48,00	15,65 €
	5.541	1.546.320	0,36 %	0,43 €	2.401,30 €		2,76 %	153,00	15,69 €

Beratungs- gespräch

Digitalisierung, neuen Werbeideen und Social Media - so praktisch und effizient diese Methoden oft auch sein mögen, ein persönliches Beratungsgespräch werden sie nie ersetzen.

Mit ThinkImmo kannst Du die Beratung erweitern und zum Start jeder Beratung die Frage stellen: Was ist das Ziel? Was suchst Du?

Damit gibst Du einen klaren Rahmen und einfache Bindungsmöglichkeiten. Der Kunde fragt: Warum sollten wir noch meine Versicherungen optimieren? Damit wir eine bessere Liquidität für die Immobilie haben. Das Gesamtkonzept ist das Wichtige!

1

Ziele setzen - einen klaren Rahmen setzen

Fülle mit dem Kunden live ein Suchprofil aus. Er wird sich mit jeder E-Mail an das Gespräch erinnern. Mit dem geschaffenen Rahmen hat jeder Kontakt ein klares Leitbild, die Immobilie.

2

Retargeting - Halte Deine Kontakte warm

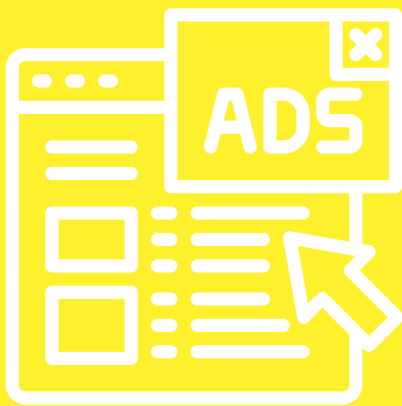
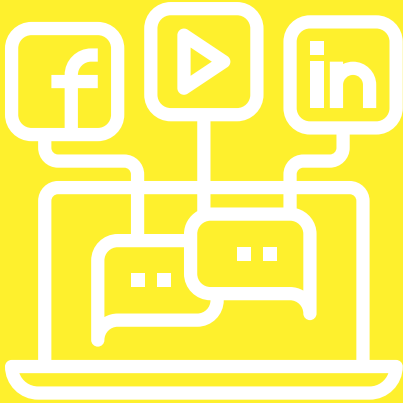
Durchschnittlich brauchen Menschen 7 Berührungspunkte, um sich zu entscheiden. Bleibe also an Deinen Kontakten dran, auch wenn nicht direkt im ersten Gespräch ein Geschäft entsteht. Genau

3

Liquidität optimieren

Viele Berater, die ThinkImmo nutzen, beraten nicht nur die Immobilie, sondern eben auch die Versicherung. Und genau dafür ist der Kunde offen, wenn das Ziel der Immobilie im Vordergrund steht!



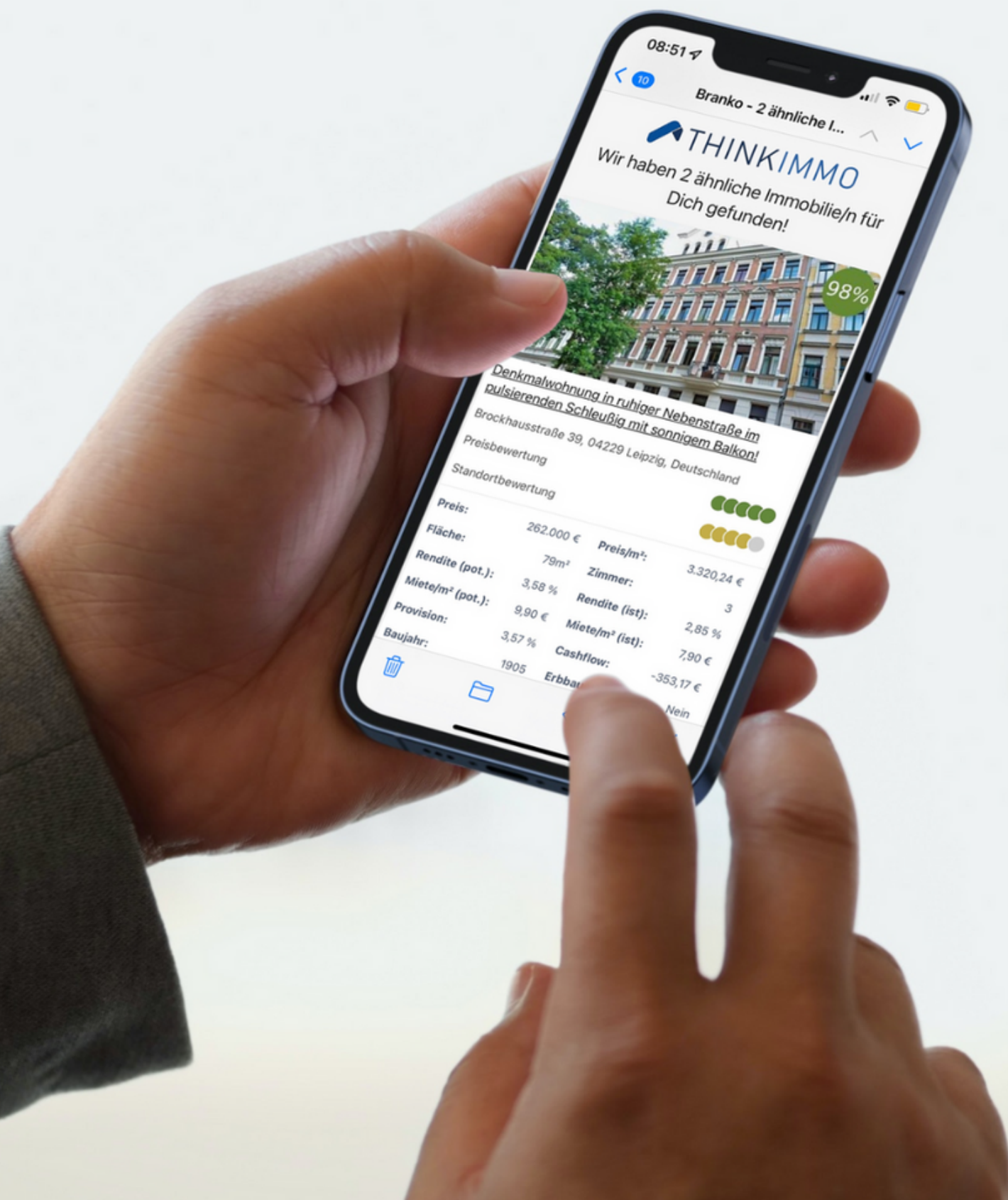


**Das Piano in der
gesamten Breite
spielen!**

Bedeutet also mehrere
Maßnahmen zu
kombinieren, um neue
Kunden zu
akquirieren, diese an
Dich zu binden und
Dein Angebot kreativ
und ansprechend zu
gestalten.



Schwäbisch Hall



WENIGER AUFWAND, MEHR ABSCHLÜSSE, STÄRKERES WACHSTUM.