

Dienstleister 4.0 Immobilienmakler

Wie setzt man als z.B. Immobilienmakler Online Marketing richtig ein?

Als Immobilienmakler bietet man dem Kunden verschiedene Immobilien zum Besichtigen und kaufen an.

Dies ist aber mit einem erheblichen Zeitaufwand verbunden. Dies könnte man jedoch ganz einfach mit Online Marketing lösen.

Hier könnte man verschiedene Szenarien anwenden und testen.

Nummer 1:

Man erstellt eine Unterseite auf seiner Webseite mit z.B. mit der Wohnung im Lehel München

Auf dieser Seite stellt man ein Video in dem man, persönlich oder per Folien, das größte erklärt. Es sollte aber nur so viel sein, dass der Kunde noch Interesse an dem nächsten Video hat.

Jetzt bietet ihr im an, dass er sich darunter doch bitte in eure E-Mailliste einträgt, wenn er noch mehr über die Wohnung erfahren will, hier erhält er noch 2-3 weitere Videos über diese Wohnung und das alles natürlich kostenlos. (Was außerdem schon einen psychologischen Effekt auf den Kunden hat)

Ihr macht es am einfachsten so das ihr per Video einen Rundgang in der Wohnung macht, ihr zeigt jedoch am besten im ersten Video den besten Teil der Wohnung, damit der Interessent neugierig wird.

Wenn der Kunde seine Videos zu diesem Thema angesehen hat, könnt ihr ihm anbieten ob er nicht einfach einen Termin mit euch ausmachen will um ausstehende Fragen zu klären bzw. um die Wohnung selbst genau zu besichtigen

Mit dieser Mail schickt ihr ihn automatisch zu eurem Online-Terminplaner, hier kann er sich selbst seinen Termin raussuchen wann es dem Interessenten am besten passt.

Nummer 2:

Man erstellt zum Thema ein Webinar. In diesem gebt ihr eine komplette Besichtigung der Wohnung

Entweder schickt man den Kunden danach direkt auf seine Online Terminbuchungsseite.

Oder.

Man schickt ihn in seine E-Mail Liste in der er vielleicht noch ein oder zwei Spezial Videos zu der Wohnung erhält und danach auf seine Terminbuchungsseite.

Nummer 3:

Man erstellt ein FAQ mit Fotos über die Wohnung zum Runterladen, dieses erhält der Kunde jedoch nur per E-Mail, das heißt er muss sich in deine E-Mail Liste eintragen.

Im weiteren Verlauf erhält er noch zwei oder drei Tipps zu der Wohnung oder E-Mails mit den „danach“ meistgestellten Fragen.

Danach wieder die E-Mail mit dem Link zur Terminbuchungsseite.

Der ganze Vorteil an der Geschichte liegt natürlich auf der Hand, denn nicht jeder der eine Wohnung besichtigt kauft sie auch. Der Zeitaufwand aber für die Besichtigung ist sehr hoch! Bei dieser Methode habt ihr dem Interessenten schon mal die Wohnung grob gezeigt, wenn sie ihm gut gefällt trägt er sich bestimmt in die Emailliste ein. Wenn ihr ihm noch weiteren Mehrwert in den Emails bietet steigert das mit Sicherheit das Vertrauen und wenn er wirklich Interesse hat dann trägt er sich auch für eine Besichtigung ein. Wenn er kein Interesse hat, verschwendet er auch keine Zeit bei einem Besichtigungstermin, eine Win-Win Situation.