

# Akquise-Präsentation

Diese Seite bleibt ausgeblendet bzw. kann gelöscht werden.  
Den Namen Ihrer Besucher ändern Sie einheitlich über die  
Masterfolie (Ansicht > Folienmaster)  
Zur Nutzung der Präsentation klicken Sie rechts auf das Bild



Versionsnr.	Änderung	Datum
2.3	Neue Folie Nr. 20, Käuferpotenzial	24.3.2012
2.2.	Versionshistorie	17.3.2012
2.1	Begrüßung als Masterfolie (s.o.)	17.3.2012
2.0	Finale Version Franck Winnig	2011
1.0	1. Konzept Werner Berghaus	2011

**IMMOBILIEN**  
**PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Herzlich

Willkommen

Herr und Frau Berghaus!

**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Dürfen wir uns Ihnen  
kurz vorstellen?



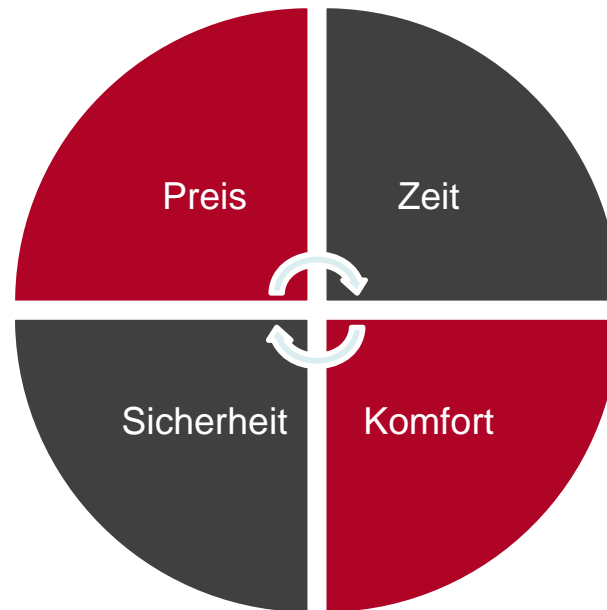
## Dürfen wir uns Ihnen kurz vorstellen?

- 20 Jahre Erfahrung in Musterstadt
- in zweiter Generation
- Marktführer im Gebiet Süd-Süd-West
- Spezialist für Wohnimmobilien
- Mitglied im Gutachterausschuss von Musterstadt
- Mitglied im CompetenceClub des ImmobilienProfi
- Mitglied im Immobilienverband Deutschland IVD

**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

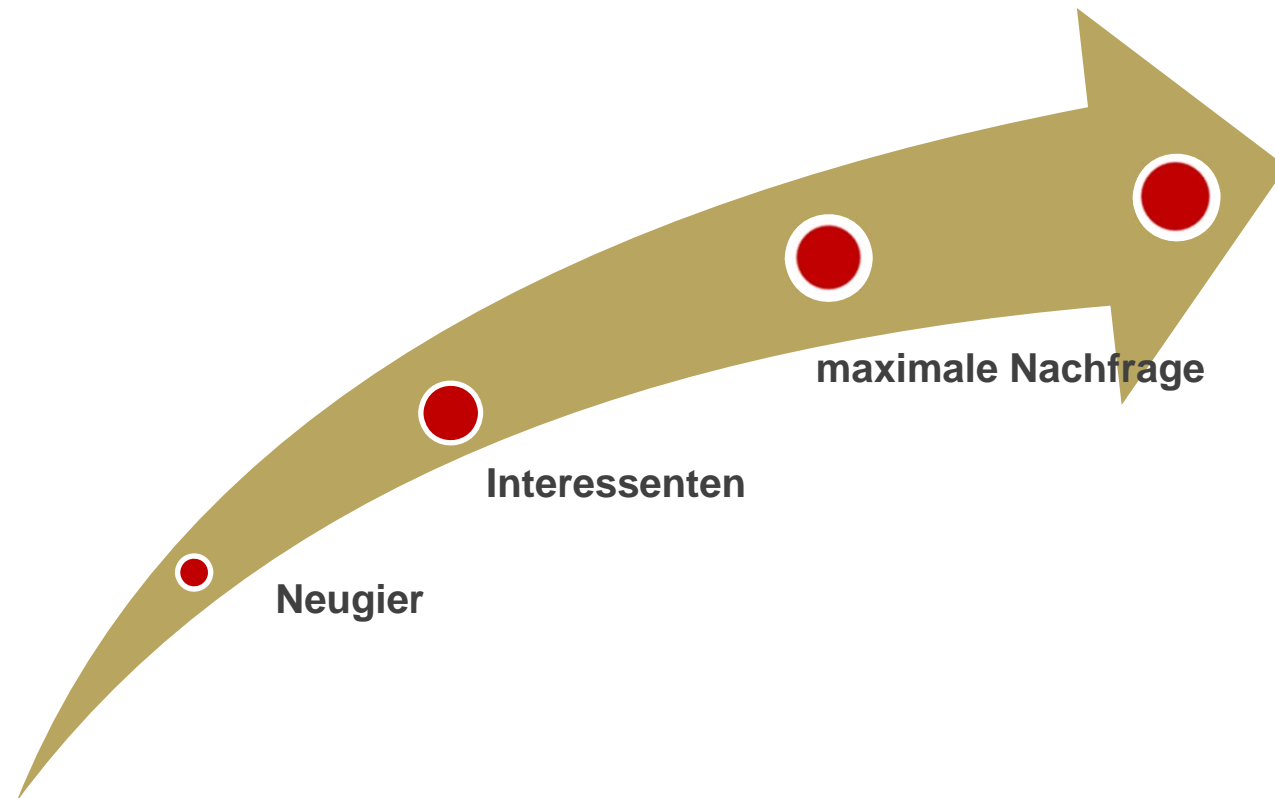
Das sind  
**unsere Ziele**  
beim Verkauf Ihrer Immobilie



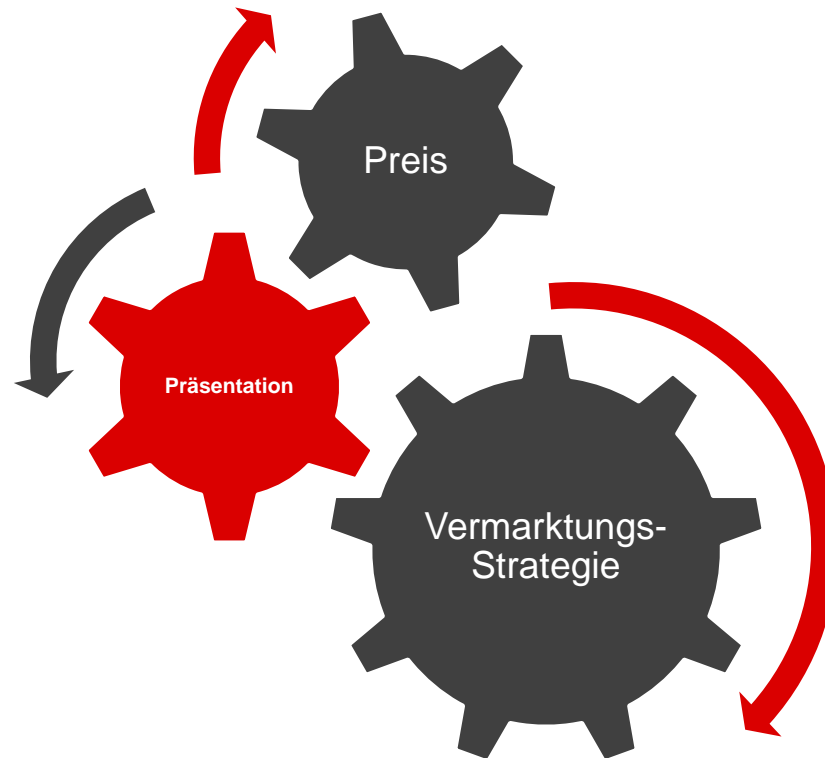
**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Das ist der  
**Erfolgsgarant:**  
Maximale Nachfrage



Das sind unsere  
**3 Erfolgsfaktoren**  
beim Immobilienverkauf



**IMMOBILIEN**  
**PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

In nur

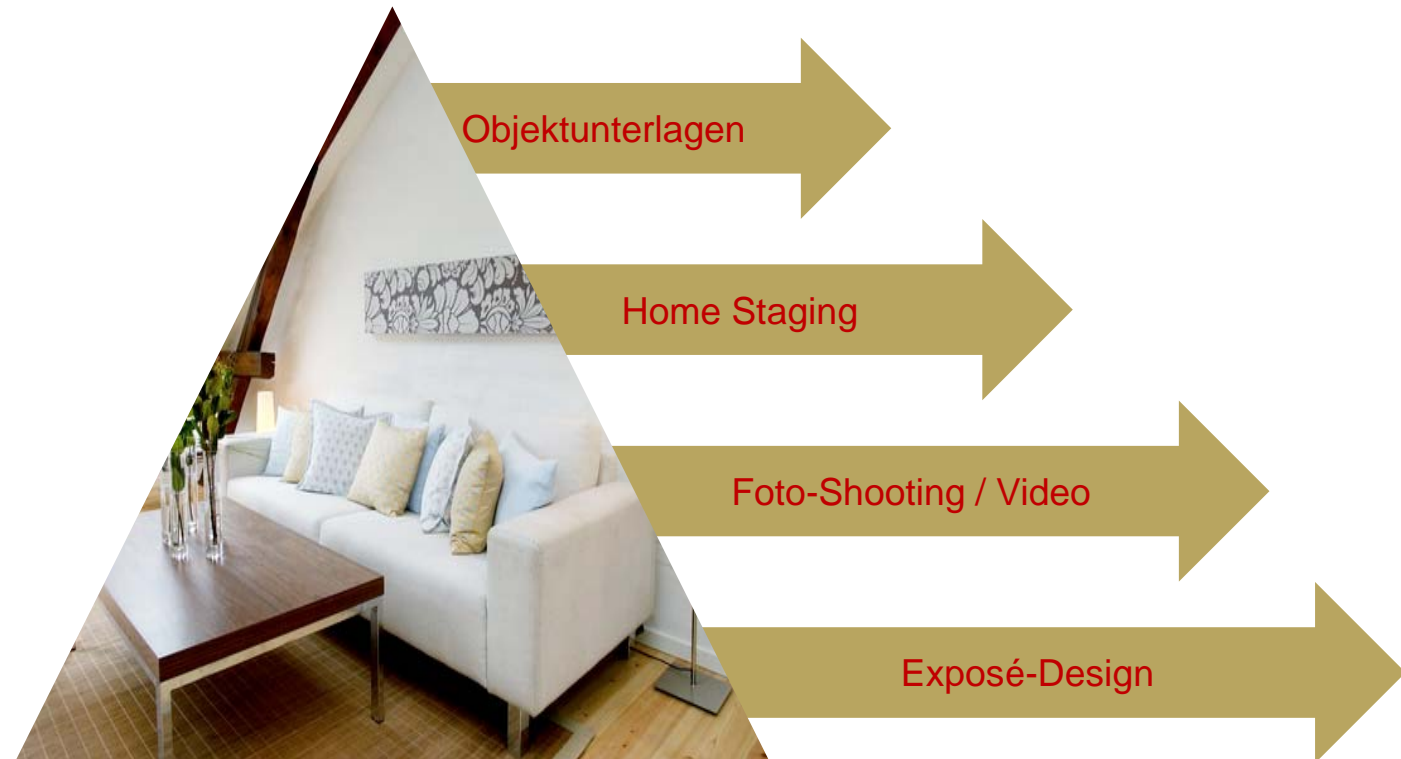
**7 Schritten**

ist Ihre Immobilie verkauft



## Schritt 1:

Wir setzen Ihre Immobilie  
gekonnt in Szene



**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Schritt 2:

# Datenbank-Marketing

Top5 vorhandener Interessenten



**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Schritt 3:

Marketing

im ganz direkten Umfeld



Schritt 4:

## Distanzmarketing Print

Tageszeitungen

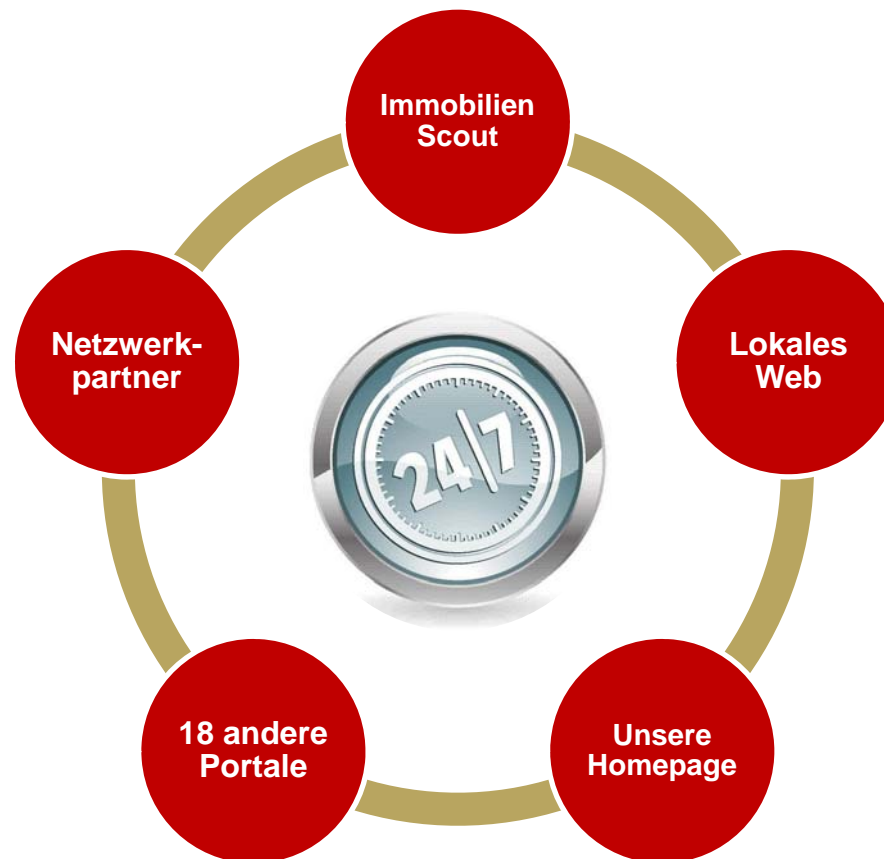
Wochenblätter

Gemeindeblatt

Spezial (Monatsmagazine)



Schritt 5:  
**Distanzmarketing Online**  
...erreicht weltweit aktiv Suchenden



Schritt 6:  
**Lokales Marketing**  
im ganz erweiterten Umfeld

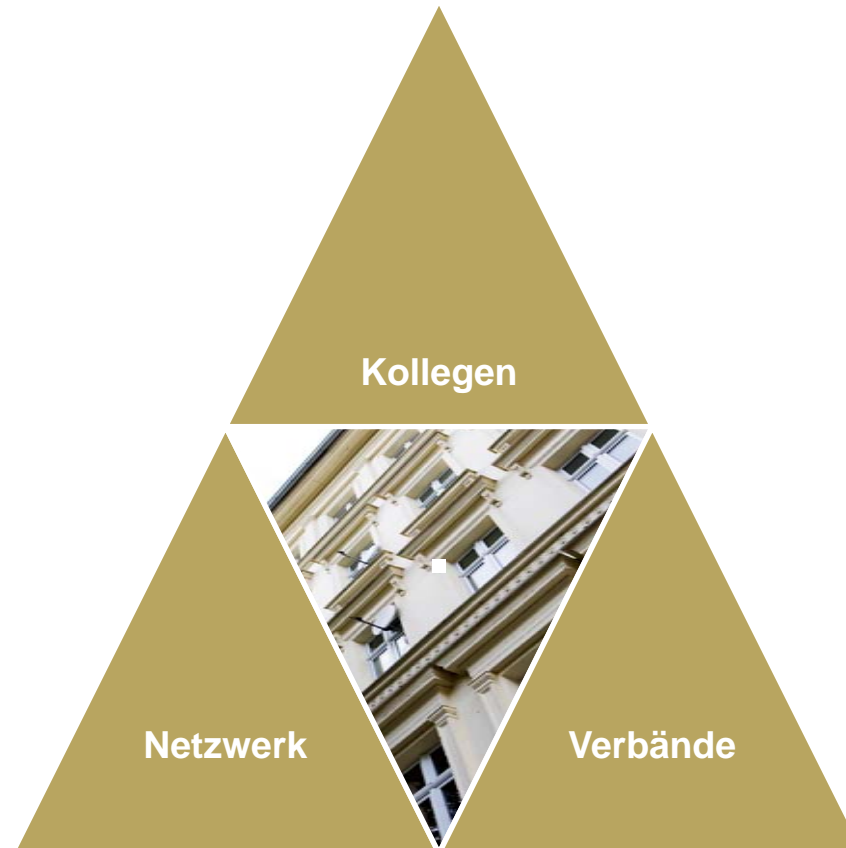
**Käufer aus 10-Minuten-Umkreis**



**Wahrscheinlichkeit  
80% \***

\* Wissenschaftlich gesicherte Erkenntnis über  
„Wanderungsbewegungen“ des iib-Instituts Schwetzingen

## Schritt 7: Kooperationen



**IMMOBILIEN**  
**PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Herzlich

Willkommen

Herr und Frau Berghaus!



**IMMOBILIEN**  
**PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Die clevere

# Wertstrategie

als Motor Ihres Immobilienverkaufs

Wie hoch ist der  
**gefühlte Wert**  
Ihrer Immobilie?

Ähnliche Angebote in Internet & Zeitungen

+ angebliche Preiserlöse meiner Nachbarn

+ eigene Investitionen

+ das eigene, persönliche Verhältnis

= der Wunschpreis meiner Immobilie

## Was könnten die Kaufmotive Ihrer möglichen Zielgruppe sein?

Gründe für den Kauf einer Immobilie:

- neue Alterssituation (z.B. altersgerechtes Wohnen)
- veränderte Lebenswelt (z.B. vom Paar zur Familie)
- andere finanzielle Situation
- neue Lebenssituation
- veränderter persönlicher Bedarf
- Wünsche & Träume

## Wie groß ist Ihre Zielgruppe?

Für Ihre Immobilie haben wir ein  
Käuferpotenzial von

17

Haushalten ermittelt

Wie setzt sich dieses Potenzial zusammen?

# IMMOBILIEN PROFI

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

## Die Typologie der **Interessenten** auf dem Immobilienmarkt...

### Typ 1

Anfänger, in der Erkundungsphase, meist noch ohne Finanzierungsscheck

### Typ 2

Erfahren, sucht bereits seit Monaten, kennt seinen finanziellen Rahmen

### Typ 3

Entertainer, schaut nur aus reinem Zeitvertreib

### Typ 4

Unentschieden, sucht seit fast zwei Jahren. Kann sich nicht entscheiden



**IMMOBILIEN**  
**PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Ihre Immobilie geht  
an den Markt:

Aber mit welchem Preis?

**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Szenario 1

Gefühlter Wert

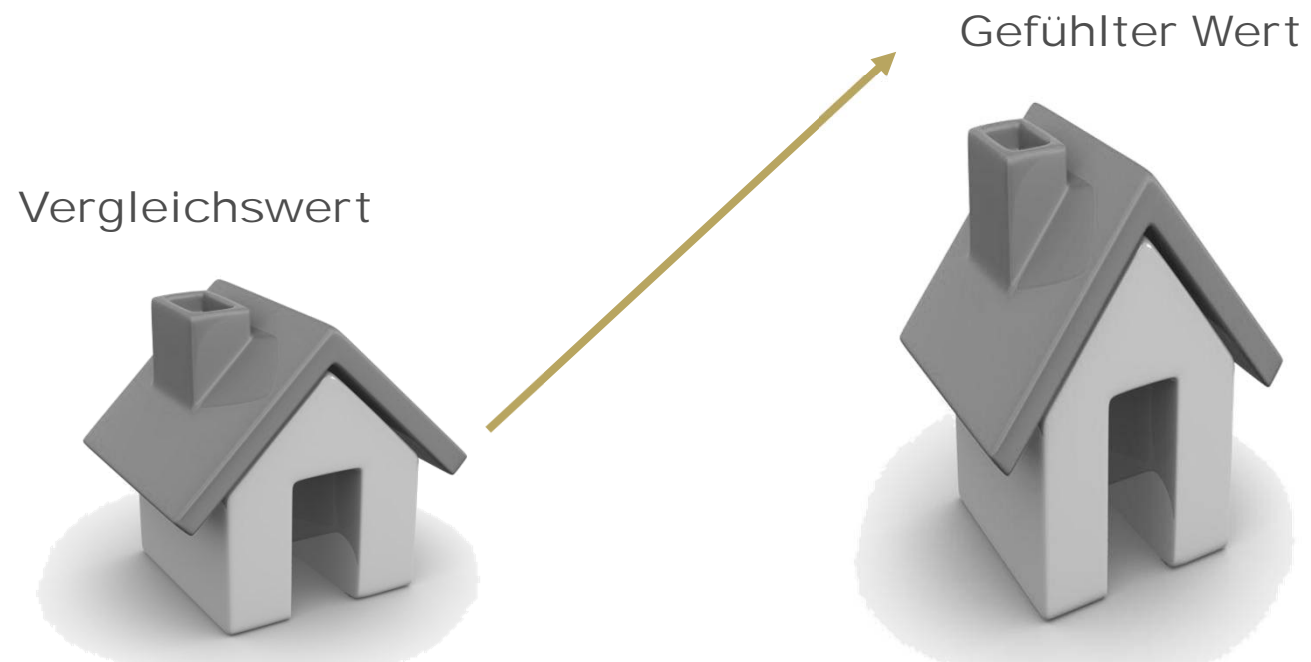
Lieber etwas teurer...

Denn: Meine Immobilie ist etwas ganz besonderes!

## Szenario 1

# Gefühlter Wert

Lieber etwas teurer...





## Szenario 1

# Gefühlter Wert

Lieber etwas teurer...

Nette Besichtigung mit Typ 1

Anfänger ohne Ahnung. Ihn stört der zu hohe Preis nicht. Aber er kauft eh' erst in den nächsten acht Monaten. **Kein Kauf!**



## Szenario 1

# Gefühlter Wert

Lieber etwas teurer...

Keine Besichtigung mit Typ 2

Der Erfahrene weiß: die Immobilie ist überteuert. **Kein Interesse!**



## Szenario 1

# Gefühlter Wert

Lieber etwas teurer...



Fröhliche Besichtigung mit Typ 3

Der Entertainer hat sichtlich Spaß an Ihrer Immobilie. Der Preis spielt keine Rolle – wieso auch, **er hat eh' keines!**

## Szenario 1

# Gefühlter Wert

Lieber etwas teurer...



Mäkelige Besichtigung mit Typ 4

Der Unentschlossene hat immer etwas an einer Immobilie auszusetzen. Aber auch bei ihm: **kein Kaufinteresse!**

**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

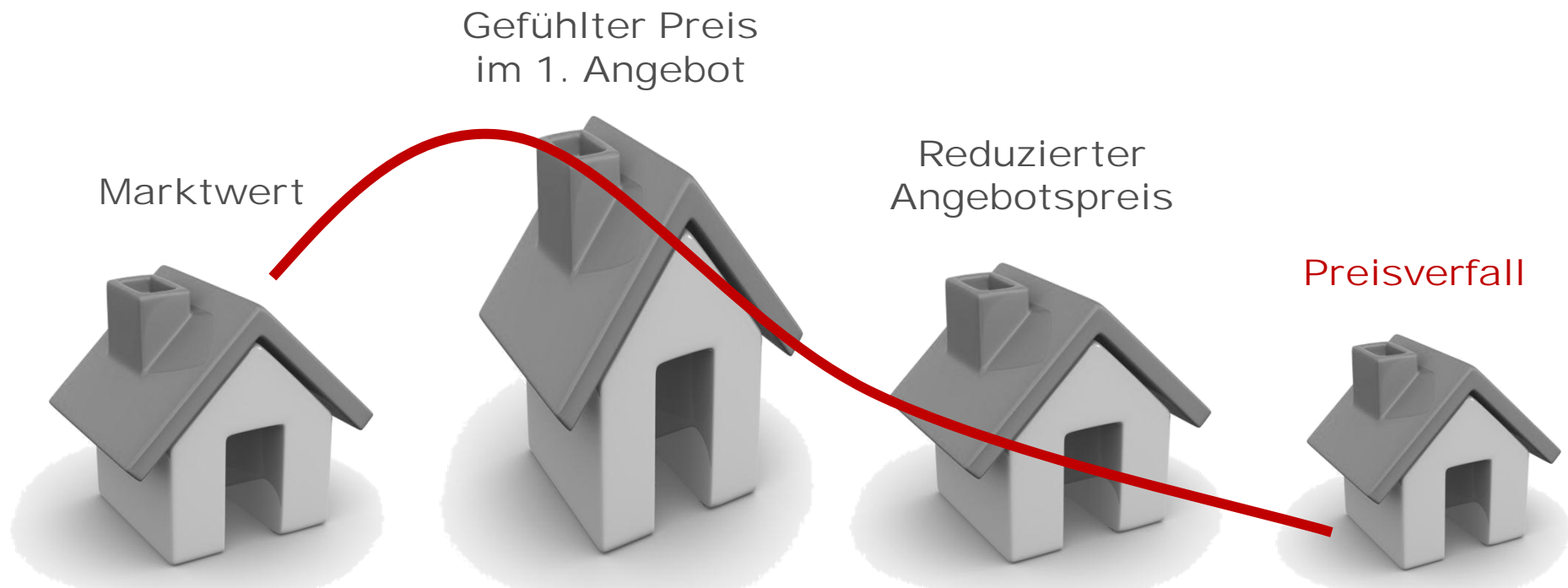
## Szenario 2

Den Angebotspreis  
später senken

Erst einmal etwas teurer versuchen!

## Szenario 2

Hoch pokern...  
... und später haushoch verlieren?





**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

## Szenario 2

# Hoch pokern...

... und später haushoch verlieren?



Wahrscheinlich keine Besichtigung mit Typ 2  
Der Erfahrene wartet jetzt erst einmal ab. **Wenig Interesse!**

**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Szenario 3

Echter Marktwert

Die Strategie der Makler!

Meine Immobilie soll gut verkauft werden!



## Szenario 3

# Echter Marktwert

Das ist die richtige Strategie!

Marktwert

=

Angebotspreis



## Szenario 3

# Echter Marktwert

Die Strategie der Makler!



Starke Besichtigung mit Typ 2

Der Erfahrene hat genug Zeit mit unpassenden Immobilien verbracht. Er weiß, was er will und wenn der Preis stimmt, hat er: **potentielles Kaufinteresse!**

## Szenario 3

# Echter Marktwert

Die Strategie der Makler!



Typ 2 – der Erfahrene

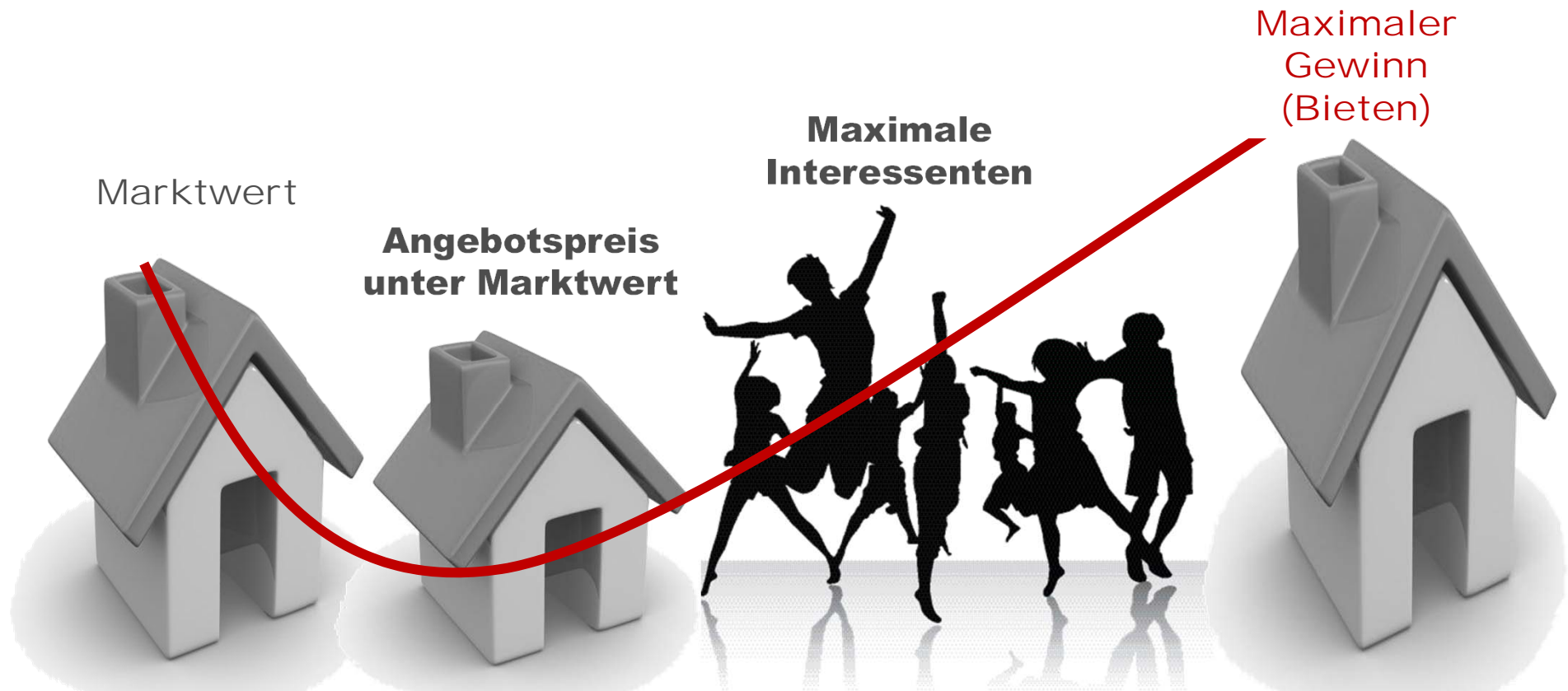
Konzentrieren wir uns auf diese Zielgruppe! Denn wir wollen keinen Besichtigungstourismus in Ihrer Immobilie!

## Szenario 4

# Unter dem Marktwert starten...

Maximale Anfragen steigern den Gewinn!

## Szenario 4 Unter dem Marktwert ...starten!



Die clevere  
**Wertstrategie**  
als Motor Ihres Immobilienverkaufs

- aktuelle Marktsituation
- Vergleichsanalyse Mitbewerber
- derzeitiges Käuferverhalten
- Faktor Zeit

Die clevere  
**Wertstrategie**  
als Motor Ihres Immobilienverkaufs

- Konzentration auf potente Kaufinteressenten
- strategische Marktpreisermittlung
- kompetentes Marketing zur Ansprache
- Screening echter Interessenten
- Interview mit Fragen nach Kaufmotiven
- kein Besichtigungstourismus

**IMMOBILIEN**  
**PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Herzlich

Willkommen

Herr und Frau Berghaus!



**IMMOBILIEN  
PROFI**

.....WIR SIND IHR EFFIZIENTER PARTNER BEI IHREM IMMOBILIENVERKAUF

Wir sagen: Herzlichen Dank  
für Ihr Interesse!