IMMOBILIEN PROFI

Prozessbeschreibung: Akquise-Wiedervorlage

Versionshistorie

Version	Beschreibung	Datum	Autor
Entwurf	Entwurf des Ablaufs		W. Berghaus / Georg Ortner
1.0	Erste Fassung	28.6.2011	W. Berghaus / Georg Ortner
1.8	Neukonzeption für Flowfact-Automatisierung	20.9.2011	W. Berghaus
1.9	Überarbeitung und Ergänzung Briefe	5.12.2011	W. Berghaus
2.0	Rohfassung Vers. 2.0	14.12.2011	W. Berghaus
2.1	Chiffre-Anschreiben integriert	15.12.2011	W. Berghaus
2.2.	Kleine Korrekturen	13.12.2016	W. Berghaus
2.2.2	Kleine Korrekturen	02.12.2022	W. Berghaus

© inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Inhalt

Versionshistorie 1
Vorbemerkung 3
Prozessbeschreibung 3
Aufbau der Wiedervorlagen 3
Schematischer Ablauf 4
Wiedervorlagen Akquise 5
Prozess-Start 5
Briefaufbau 6
Frequenz und telefonische Wiedervorlage 7
Teasertexte 1: Kein Termin 7
W1-Brief1: Maklerauswahl (2 Seiten) 7
Checkliste: Der richtige Partner für Sie 8
W1-Brief 2: Preis 9
W1-Brief 3: Besichtigung 9
W1-Brief 4: Besichtigung 9
Teasertexte 2: Kein Zweittermin 10
W2-Brief 1: Der falsche Preis 10
W2-Brief 2: Verhandeln 10
W2-Brief 3: Nachfassen 10
W2-Brief 4: Preisfindung 11
Teaser-Texte 3: Kein Abschluss 11
W3-Brief 1: Unser Erfolgshonorar 11
W3-Brief 2: Wettbewerbsanalyse 12
W3-Brief 3: Kein Alleinauftrag 12
W3-Brief 4: Die Wert-Strategie 12
Der Abschiedsbrief 13
Wx-Brief5 13
Gesprächsleitfaden Kaltakquise 14

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Vorbemerkung

Die hier vorliegende Version bietet ca. 13 Mustertexte für Nachfassbriefe, geordnet nach dem Stand der Akquise-Bemühungen.

Prozessbeschreibung

Prozessziel: Der dargestellte Prozess organisiert die Wiedervorlage innerhalb der Akquise. Primäres Ziel ist es, den Kontakt mit dem Eigentümer zu halten.

Status	Ziel	Tools
Chiffre	Adresse des Eigentümers ausfindig machen	Wiedervorlage 1
Anzeige	Adresse des Eigentümers / des Objekts, Terminvereinbarung	Telefon-Leitfaden, Wiedervorlage 2
Ersttermin	Zweittermin vereinbaren, Motive des Eigentümers	Wiedervorlage 3
Zweittermin	Auftragsrahmen vereinbaren	Marketingplan, Wiedervorlage 4
Zweittermin	Angebotspreis vereinbaren	Wettbewerbsanalyse, Wiedervorlage 4

Die Bearbeitung von Chiffreanzeigen ist in einem gesonderten Prozess beschrieben. Für jede Wiedervorlagen-Serie stehen je 4 Briefe zur Verfügung. Der letzte Brief 5 ist ein „Abschiedsbrief“, der den Prozess beendet.

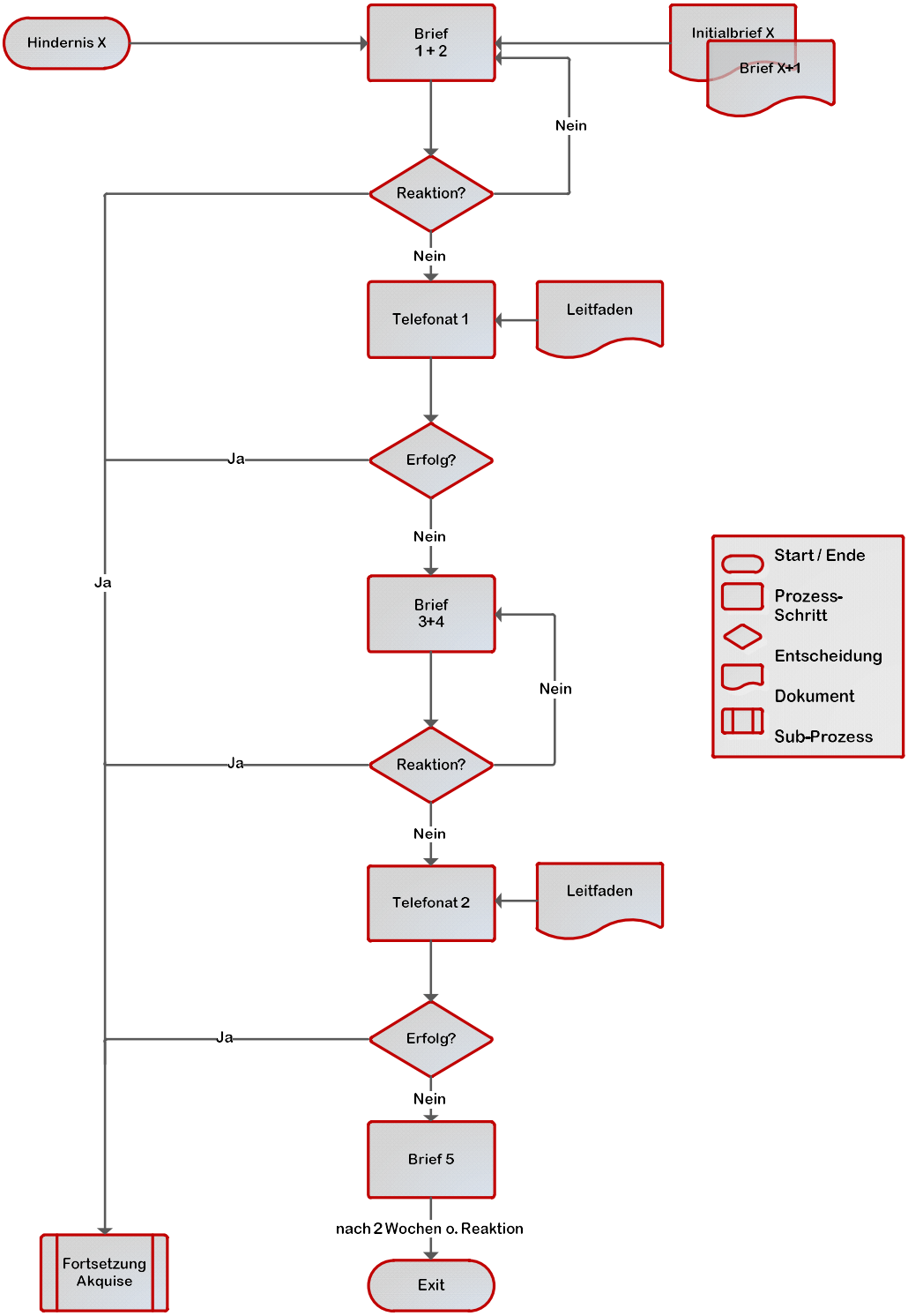
Aufbau der Wiedervorlagen

Gelingt es beispielsweise nicht, den Termin zu vereinbaren, weil der Privatverkäufer keinen Makler beauftragen will, startet eine entsprechende Wiedervorlage.

Es wird im Weiteren jedoch vermieden, den Privatverkäufer immer mit dem gleichen Thema, beispielsweise „Warum man einen Makler braucht“, zu bearbeiten. Die Wiedervorlage nimmt nur im ersten Schritt den Grund auf, warum es nicht zum nächsten Schritt kommt. In den nächsten Prozessschritten werden allgemeine Informationen zugestellt. Das Ziel ist es, den Eigentümer für typische Probleme zu sensibilisieren und den Kontakt zu halten. Dabei soll aber die Basis für die weitere Zusammenarbeit „sauber bleiben“ und nicht durch permanente Belehrungen belastet werden.

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Schematischer Ablauf



© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Wiedervorlagen Akquise

Chiffre	**Wiedervorlage1**	Ziel: Adresse	AGW2-W1-Brief1	
			AGW2-W1-Brief2	
			AGW2-W1-Brief3	
			AGW2-W1-Brief4	
Kaltakquise	**Wiedervorlage 2**	Keinen Makler	AGW2-W2-Brief1	
		Selber versuchen	AGW2-W2-Brief2	
		Hat Interessenten	AGW2-W2-Brief3	
		andere Gründe	AGW2-W2-Brief4	
Ersttermin	**Wiedervorlage 3**	Keinen Makler	AGW2-W3-Brief1	
		Provision	AGW2-W3-Brief2	
		Preis	AGW2-W3-Brief3	
		Andere Gründe	AGW2-W3-Brief4	
Zweittermin	**Wiedervorlage 4**	Preis	AGW2-W4-Brief1	
		Provision	AGW2-W4-Brief2	
		Alleinauftrag	AGW2-W4-Brief3	
		Andere Gründe	AGW2-W4-Brief4	

Die genannten Dokumente AGW2-Wx-Brief usw. sind keine eigenständigen Dateien, sondern alle in diesem Dokument enthalten. Die Dateinamen nach dem Makeln21-System sind Empfehlungen. AGW für Auftragsgewinnung, dann 2 für Vorlagen/Tools und freier Text.

Prozess-Start

Der Prozess startet, wie oben beschrieben, mit dem jeweiligen Anlass, der die weitere Zusammenarbeit zwischen Makler und Eigentümer verhindert oder, wenn keine Einigung bezüglich der exklusiven Makler-Beauftragung erzielt wird, der Kunde also lediglich einen Allgemeinauftrag vergeben will. Die Systematik der Briefe für die Automation ist oben beschrieben.

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Briefaufbau

Anschrift des Eigentümers

Mein Tipp für Privatverkäufer Nr.[x]

Sehr geehrte....

ich möchte mich auf diesem Weg nochmals für unseren Gesprächstermin bedanken. Für Ihr weiteres Vorgehen habe ich Ihnen weitere Informationen zusammengestellt:

[Überschrift]

[Teaser-Text:

]

Mit freundlichen Grüßen

[Unterschrift Makler]

[Vorname Nachname]

PS: Bei Interesse stelle ich Ihnen gerne unsere ausführliche Broschüre zum Thema Privatverkauf kostenfrei zur Verfügung. Einfach unter [(555)123456] anrufen oder senden Sie mir eine Nachricht unter [mustermann@top-makler.info]

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Sofern das aktuelle Akquise-Hindernis der fehlende Alleinauftrag ist, folgt nun Brief 3 mit dem Thema Alleinauftrag. Dies dient in erster Linie einer späteren Auswertung in der Makler-Software. Der nächstfolgende Brief ist dann Nr. 4 und anschließend geht es mit Brief Nr. 1, Nr. 2 weiter. Die Kampagne beendet dann Brief 5.

Frequenz und telefonische Wiedervorlage

Der erste Brief wird einen Tag nach dem auslösenden Ereignis versendet. Die nachfolgenden Briefe folgen im Abstand von 10 Tagen. Ziel des Briefes ist es, eine Reaktion z.B. einen Rückruf oder die Bestellung weiteren Infomaterials durch den Eigentümer auszulösen. Erfolgt die gewünschte Reaktion, kann der Akquise-Prozess entsprechend fortgesetzt werden. Andernfalls wird der Wiedervorlage-Prozess mit den restlichen Briefen weitergeführt.

Nach dem zweiten und dem vierten Brief innerhalb der Kampagne erfolgt ein persönliches Telefonat des Maklers mit dem Eigentümer.

Wenn auch der anschließende fünfte Brief keinen Erfolg bzw. keine Reaktion des Eigentümers auslöst, wird der Prozess beendet. Weitere Akquiseversuche versprechen kaum noch Erfolg und schließlich sind seit Prozessstart ca. sieben Wochen vergangen

Teasertexte 1: Kein Termin

W1-Brief1: Maklerauswahl (2 Seiten)

Der richtige Partner für Sie

Mit der übersichtlichen Checkliste können Sie für sich selbst kurz und knapp herauszufinden, wer Ihre Immobilie bestmöglich verkaufen kann.

Sollten Sie sich am Ende doch für einen Makler entscheiden, würde ich mich freuen, Ihr erster Ansprechpartner zu sein.

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

(Fortsetzung auf Seite 2)

Checkliste: Der richtige Partner für Sie

	Ortner Immo.	Makler 2	kann ich selbst
Arbeit im Maklernetzwerk mit qualifizierten Kollegen	☐	☐	☐
Wertermittlung und Wettbewerbsanalyse vom Profi	☐	☐	☐
Regelmäßige Inserate in Tageszeitungen	☐	☐	☐
Sehr gute telefonische Erreichbarkeit, auch am Wochenende	☐	☐	☐
Geeignete Geschäftsräume	☐	☐	☐
Mehrere fachlich kompetente Ansprechpartner mit Berufsausbildung und Studium	☐	☐	☐
Teilnahme an regelmäßigen Fortbildungen zur Immobilienvermarktung	☐	☐	☐
Darstellung der Immobilie in über 15 Internetportalen	☐	☐	☐
Branchenübergreifende Partnerschaften	☐	☐	☐
Teilnahme an regionalen Immobilien-Messen	☐	☐	☐
Von der IHK anerkannter Ausbildungsbetrieb	☐	☐	☐
Ein Fotograf macht erstklassige Fotoaufnahmen	☐	☐	☐
Vermarktungsplan für Ihre Immobilie mit Garantie	☐	☐	☐
Bonitätsprüfung von Mietern in der Vermieterschutzkartei	☐	☐	☐
Marktbeobachtung & -auswertung von über 40.000 Immobilien aus den vergangenen 15 Jahren	☐	☐	☐

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

W1-Brief 2: Preis

Der richtige Preis)

Beim Verkauf von Immobilien wirkt sich entscheidend aus, wie der Angebotspreis festgelegt wird.

Ein hoher Startpreis führt in vielen Fällen zu empfindlichem Preisverfall. Ein gezielt etwas niedriger angesetzter Angebotspreis kann dagegen später zu einem höheren Verkaufspreis führen. Welche Strategie ist die Richtige in der aktuellen Marktlage?

Fordern Sie einfach unsere kostenlose Broschüre „Die Wertstrategie“ bei mir an. Anruf genügt!

W1-Brief 3: Besichtigung

Die perfekte Besichtigung

Sie haben Ihre Immobilie annonciert und sicherlich schon die ersten Besichtigungen durchgeführt. Bestimmt fällt es nicht leicht, fremde Menschen durch das eigene Zuhause zu führen, oder?

Haben Sie alles so vorbereitet, damit Sie mit einem Minimum an Besichtigungen den richtigen Käufer finden? Mit Hilfe unserer kostenlosen Checkliste „Die perfekte Besichtigung“ können Sie dies schnell prüfen und Ihre Verkaufschancen verbessern. Wir senden Ihnen diese Checkliste gerne kostenlos und unverbindlich zu. Anruf genügt!

W1-Brief 4: Besichtigung

Vorsicht Interessenten!

Sie bieten Ihre Immobilie privat an und sicher haben Sie schon viele Interessenten bei Ihnen angerufen und nach weiteren Informationen gefragt.

Hier ist Vorsicht geboten! Achten Sie darauf, welche Informationen Sie fremden Menschen am Telefon geben. Möglicherweise verraten Sie dabei, zu welchen Zeiten regelmäßig niemand zu Hause ist...

Gerne stellen wir Ihnen unseren Leitfaden: „Vorsicht beim Immobilienverkauf“ kostenlos zur Verfügung. Anruf genügt!

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Teasertexte 2: Kein Zweittermin

W2-Brief 1: Der falsche Preis

Haben Sie die richtigen Interessenten?

Sie bieten Ihre Immobilie privat zum Kauf an. Sicherlich haben Sie schon mehrere Interessenten durch Ihr Zuhause geführt. War noch kein Käufer dabei?

Wenn Sie viele Neugierige, aber kaum echte Käufer kennenlernen, dann kann das an einer falschen Gestaltung Ihres Angebots liegen. Gerne zeigen wir Ihnen, wie Sie Ihren Verkauf wieder auf Touren bringen. Anruf genügt!

W2-Brief 2: Verhandeln

Verhandeln mit Interessenten

Es ist so weit, Sie haben vielleicht schon den ersten Kaufinteressenten – nun beginnt die Verhandlung.

Zunächst einmal ist es ein gutes Zeichen. Denn nur wer echtes Interesse hat, will auch handeln. Doch jetzt geht es um Ihren größten Vermögenswert. Wir möchten Ihnen vier Tipps vorstellen, die Ihnen helfen, jede Verhandlung zu meistern:

Seien Sie bereit, jederzeit auszusteigen.

Vermeiden Sie Emotionen, auch wenn Interessenten Ihre Immobilie schlecht reden um einen besseren Preis rauszuholen.

Treffen Sie sich niemals „in der Mitte“ – erst recht nicht, wenn es um den Kaufpreis Ihrer Immobilie geht.

Die Verhandlungen sind erst beendet, wenn beim Notar unterschrieben wurde. Viele Interessenten versuchen noch im letzten Moment, Vorteile herauszuschinden.

Mehr Informationen über professionelles Verhandeln bei Immobiliengeschäften erhalten Sie mit unserer Broschüre für Privatverkäufer. Anruf genügt!

W2-Brief 3: Nachfassen

Was tun mit angeblichen Käufern?

Sie bieten Ihre Immobilie privat zu Kauf an. Haben Sie schon erste Angebote erhalten? Wie gehen Sie mit Interessenten um, die sich den Kauf noch einmal „durch den Kopf gehen lassen“ wollen?

Wollen Sie abwarten und die Vermarktung derweil ruhen lassen? Ist es besser, die Verkaufsanstrengungen unverändert beizubehalten? Können Sie telefonisch nachfassen, ohne dass dadurch der Eindruck entsteht, dass Sie nur einen Interessenten haben?

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, was Sie bei angeblichen Käufern tun können, senden wir Ihnen gerne kostenlos und unverbindlich unsere Info-Broschüre „Was tun, wenn sich Interessenten nicht mehr melden?“ zu. Anruf genügt!

W2-Brief 4: Preisfindung

So finden Sie Ihren Angebotspreis

Immobilienkäufer betrachten im Internet bis zu 300 Immobilien und besichtigen danach im Schnitt etwa 20 davon, bevor sie tatsächlich kaufen. Entscheidend ist hier Ihr Angebotspreis.

Um den bestmöglichen Angebotspreis zu ermitteln, müssen Sie herausfinden, wer Ihre Mitbewerber sind. Durchsuchen Sie alle Maklerhomepages in der Umgebung und recherchieren Sie auch auf den großen Internet-Plattformen.

Anschließend gilt es, das gleiche nochmals mit den lokalen Zeitungen zu wiederholen. Aus meiner Erfahrung inserieren viele Menschen bei uns im Landkreis in den [Musterstädter Nachrichten], im [Immobilien Blatt] sowie dem [Kreisboten].

Weitere Informationen zum Thema: „Wettbewerbsbeobachtung“ stellen ich Ihnen gerne kostenlos und unverbindlich in unserer Broschüre zur Verfügung. Anruf genügt!

Teaser-Texte 3: Kein Abschluss

W3-Brief 1: Unser Erfolgshonorar

Unser Erfolgshonorar – Ihr Nutzen

Das Erfolgshonorar des Immobilienmaklers ist Ihr Vermarktungsbudget, damit Sie erfolgreich, schnell und zum bestmöglichen Preis Ihre Immobilie verkaufen.

Sie kennen bereits unsere Leistungsgarantie und wissen, dass wir für Ihren Erfolg einen großen Aufwand betreiben. Ich verrate Ihnen nichts Neues, wenn ich Ihnen erzähle, dass dieser Aufwand mit Kosten verbunden ist.

In keiner anderen Branche geht ein Dienstleister für Sie mit Zeit und Geld in einem vergleichbaren Umfang in Vorleistung, während Sie diese Leistung ausschließlich im Erfolgsfall honorieren. Denken Sie an einen Anwalt oder Arzt, der Ihnen, unabhängig vom Ergebnis, eine Rechnung für sein Bemühen präsentieren wird. Als Ihr Immobilienmakler übernehmen wir für Sie das volle Risiko!

Dies ist nur ein Aspekt. Der andere ist, dass die professionelle Vermarktung einer Immobilie nur mit einem entsprechenden Marketingbudget durchführbar ist. Selbstverständlich kenne ich auch Angebote von Kollegen, die ihre Leistung „kostenfrei für den Eigentümer“ anbieten. Aber ist das wirklich ein gutes Angebot für Sie? Hier stellen sich gleich mehrere Fragen:

Ein Makler, der sich billig anbietet, kann auch weniger für Sie tun. Zahlen Sie vielleicht beim späteren Verkauf drauf?

Warum verzichten diese Makler auf einen erheblichen Teil des Honorars?

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Sind Zugeständnisse beim Maklerhonorar schon die Vorboten weiterer Zugeständnisse, wenn es um den Preis Ihrer Immobilie geht?

W3-Brief 2: Wettbewerbsanalyse

Wer sind Ihre Konkurrenten?

Meine Aufgabe als Makler ist es, Ihnen alle Leistungen detailliert aufzuzeigen, welche wir im Falle einer Beauftragung bieten können, sowie herauszufinden, welche Immobilien zurzeit mit Ihrer im direkten Wettbewerb stehen.

Echte Immobilienkäufer besichtigen im Internet 200-300 Immobilien, um dann 15-20 direkt zu besichtigen, bevor sie kaufen. Mit einer Wettbewerbsanalyse können wir diese 15-20 Immobilien exakt herausfiltern, so dass Sie Ihre direkten Wettbewerber erkennen, um dann den höchstmöglichen Marktpreis zu erzielen.

Nachdem ich Ihnen unsere Leistung präsentiert habe, können Sie immer noch entscheiden, ob Sie mich oder einen anderen Makler beschäftigen wollen oder die Sache selbst in die Hand nehmen.

Bei einer wichtigen Entscheidung, wie den Verkauf einer Immobilie sollten Sie alle Aspekte kennen.

W3-Brief 3: Kein Alleinauftrag

Viele Köche verderben den Brei!

Dies liegt daran, dass sie sich nicht genügend abstimmen und jeder Koch einen etwas anderen Geschmack hat. Dieses Beispiel bedeutet beim Immobilienverkauf, dass man ***entweder nur einen oder keinen Makler*** beauftragen sollte.

Befragen Sie alle Makler, die zu Besuch kommen, welche Leistungen Sie Ihnen bieten und welchen finanziellen Aufwand und auch Zeit die einzelnen Unternehmen bereit sind, in die Vermarktung Ihrer Immobilie zu investieren. Erst wenn Sie diese elementaren Dinge kennen, können Sie wirklich vergleichen, wer für Sie der Beste ist. Einen Teil unserer Leistungsgarantie können Sie unter [www.top-makler.info] abrufen.

Mit diesem Leistungsspektrum bzw. diesen „Angeboten“ in der Hand ist es Ihnen nun auch möglich, Ihre Kosten für die einzelnen Leistungen (Fotos, Grundrisse, Texte für Zeitung und Internet.....) zu kalkulieren und Ihren Zeitaufwand zu erfassen (Besichtigungen, Zeit am Computer und Telefon).

W3-Brief 4: Die Wert-Strategie

Der richtige Preis Ihrer Immobilie

Der strategisch wichtigste Punkt beim Verkauf einer Immobilie ist der Angebotspreis.
Hier gibt es drei Möglichkeiten:

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Darf es etwas mehr sein? Private Verkäufer bieten ihre Immobilien gerne mit einem etwas „Verhandlungsspielraum“ an. Diese Strategie erscheint auf dem ersten Blick vernünftig, weil viele Interessenten sowieso handeln wollen. Jedoch birgt diese Strategie auch die meisten Risiken für Ihr Vermögen.

Wie die anderen? Andere versuchen, zum Preis vergleichbarer Immobilien anzubieten, aber welche Angebote sind mit Ihrem wirklich vergleichbar? Und warum sind die anderen Immobilien noch auf dem Markt?

Der strategische Angebotspreis sorgt für hohe Nachfrage und schnellen Verkauf. In der Regel ist der spätere Verkaufspreis höher als erhofft.

Gerne stellen wir Ihnen die unterschiedlichen Wege zur professionellen Vermarktung Ihrer Immobilie in einem persönlichen Gespräch vor. Anruf genügt!

Der Abschiedsbrief

Wx-Brief5

[Kein Vorspann]

Was nun?

Wir haben uns sehr darum bemüht, Ihr Immobilienmakler zu werden. Leider vergeblich, denn anscheinend haben Sie nun verkauft.

Ist alles glatt gelaufen?

Waren Sie schon beim Notar? Ist das Geld schon auf Ihrem Konto?

In vielen Fällen werden Verkäufer nach dem vermeintlichen Abschluss noch lange hingehalten. Meistens melden sich die Käufer nicht mehr oder verlangen anschließend schmerzhafte Zugeständnisse.

Vorsicht bei Käufern, die sich noch mit ihrer Bank beraten müssen. Banken verkaufen auch Immobilien und in vielen Fällen wird Ihr Käufer abgeworben.

Dies als letzter Tipp an Sie. Sollten wir Ihnen mit unseren Tipps "auf die Nerven gegangen" sein, so bitte ich um Entschuldigung. Immobilienmakler ist nicht nur mein Beruf, sondern auch meine Leidenschaft und ich war sicher, dass wir für Ihre Immobilie den passenden Käufer schnell gefunden hätten.

Alles Gute für die Zukunft wünscht Ihnen Ihr

[hier kein P.S. mehr]

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de

Finden Sie beispielsweise in der Gesamt-Darstellung der Auftragsgewinnung bei IMMOBILIEN-PROFI.de und Makeln 21 > Akquise > Prozesse der Auftragsgewinnung oder hier:

http://www.immobilien-profi.de/makeln21-das-konzept/akquise/prozesse-der-auftrags-gewinnung-agw/

Weitere Anleitungen und Akquise / AGW auf der Downloadseite.

© 2016 inmedia Verlag GmbH Mohrenstr. 1-3 50670 Köln www.IMMOBILIEN-PROFI.de