Objektaufbereitung Preview

# Versionshistorie

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Vers.** | **Datum** | **Art der Bearbeitung** | **Bearbeiter** |
|  | 17.07.2009 | Entwurf | W. Berghaus |
|  | 30.09.2011 | Überarbeitung | H. Henkel |
|  | 25.02.2014 | Überarbeitung | SMD |

# Prozessziel

## Vom Alleinauftrag bis zum Vermarktungsstart

Der Prozess Objektaufbereitung startet mit der Auftragsvergabe an den Makler.

Im ersten Schritt wird die Immobilie nach technischen und juristischen Gesichtspunkten vom Makler geprüft. Ebenfalls wird geprüft, ob irgendwelche Umstände (beispielsweise könnte der Verkäufer eine Pinselrenovierung zugesichert haben, die noch nicht erfolgt ist) der Vermarktung im Wege stehen.

Nach dem „OK“ des Maklers kann der Innendienst die Objektakte anlegen und Grundrisse in Auftrag geben.

Inhalt

[Versionshistorie 1](#_Toc504322994)

[Ziel 3](#_Toc504322995)

[Aufbau 3](#_Toc504322996)

[Einführung 4](#_Toc504322997)

[Strukturierung 5](#_Toc504322998)

[Kaltakquise 6](#_Toc504322999)

[Warmakquise 6](#_Toc504323000)

[Installation 7](#_Toc504323001)

[Parameter in Add-In 7](#_Toc504323002)

[Portalseiten-Parameter 8](#_Toc504323003)

[Funktion und Darstellung 8](#_Toc504323004)

[Weitere Anwendungsmöglichkeiten 9](#_Toc504323005)

[Mögliche Planzahlen: 9](#_Toc504323006)

[Portalseite: 10](#_Toc504323007)

[Vertriebsreport: 10](#_Toc504323008)

[Excel-Vertriebssteuerung: 11](#_Toc504323009)

# Prozessvisualisierung



# Prozessbeschreibung

## Ablauf

Der Einkäufer/ Verkäufer hat den Auftrag akquiriert. Es folgt die Entscheidung, ob alles in Ordnung ist oder anschließend die "Nachbesserung". Letzteres kann unterschiedliche Aktionen auslösen, je nachdem, wie schwerwiegend der Mangel ist. Hier könnte auch die Rückgabe des Auftrags erfolgen, was hier nicht abgebildet ist.

Im nächsten Schritt wandert das Objekt zum Innendienst/ der Assistenz, um die Objektwerbung gemäß Checkliste vorzubereiten. Dazu gehört der Auftrag zur Erstellung von Grundrissen, der etwa zwei Tage beansprucht.

## Foto-Shooting

**Verkäufer und Werbe-Verantwortliche** besuchen gemeinsam die Immobilie, um Ideen für die Vermarktung zu erhalten. Für den Innendienst ist es wichtig, die Immobilie zu kennen, um das Foto-Shooting entsprechend vorzubereiten.

Anschließend widmet sich der Innendienst diesen Aufgaben, während

## Preview

**der Verkäufer** die Interessentenkartei sichtet, um 5 Besucher für ein exklusives Preview zu finden. (Unter diesen 5 Interessenten kann auch 1 interessanter Auftraggeber sein, den man von der Leistung überzeugen will).

Die Interessenten werden zu dem Foto-Shooting-Termin eingeladen. Die Botschaft ist:

* Für heiße Interessenten: Interessantes Objekt, neu und noch nicht in der Vermarktung, exklusive Möglichkeit, dem Fotoshooting beizuwohnen. Der Makler gibt aber vor, sich während des Termins nicht voll den Interessenten widmen zu können.
* Für normale Interessenten, die man einlädt, um auf genug Interessenten zu kommen: Neues Objekt, wahrscheinlich nicht 100% geeignet, aber Fotoshooting als besonderes Ereignis.
* Für Eigentümer: Besondere Chance, die Arbeit des Maklers (Fotoshooting) einmal in der Praxis zu erleben.

## Besondere Vorteile der Preview

* Intelligente Nutzung der Vorverkauf-Phase
* Würdigung der VIP-Kunden bzw. vorhandener Interessenten
* Verknappung durch mehrere Interessenten
* Zeit-Verkürzung durch drohenden Beginn des Verkaufsstarts
* Neugier durch Fotoshooting bei Interessenten
* Unterstützt den Einkauf (Eigentümer-Einladung)
* Straffung der Objektaufbereitung
* Kontaktmöglichkeit für Verkäufer durch Einladung
* Pflege, Wiederbelebung von Bestandskontakten
* Kein Verkaufsgespräch, keine Besichtigung – unverbindliches Zuschauen
* Lässt flexible Möglichkeiten der weiteren Vermarktung zu: Standard oder OpenHouse

## Mehrfach-Besichtigungen

Es sollten nur etwa vier Interessenten-Parteien im Abstand von ca. 20-30 Minuten eingeladen werden.