MUSTERMANN IMMOBILIEN

Auftragsgewinnung

Darstellung der Auftragsgewinnung (AGW) für Mustermann Immobilien nach dem Konzept der Makeln21-Arbeitsgruppe West[1].

Versionshistorie

Vers.	Beschreibung	Datum	Bearbeiter
0.8	Zusammenfassung der Ergebnisse aus Makeln21-Arbeitsgruppensitzung	28.1.2013	W. Berghaus
0.9	Ergänzung Gesprächsleitfaden und Prozess „Marktbeobachtung“	22.1.2013	W. Berghaus
1.0	Finalversion abgestimmt	22.3.2013	W. Berghaus
2.0	Anpassung auf aktuelle Änderungen Makeln21: Kaltakquise mit Gesprächsleitfaden	11.6.2013	W. Berghaus
2.1.	Weitere Ergänzung des Gesprächsleitfadens für Folgetelefone und Terminvereinbarung	9.11.2015	W. Berghaus
2.2.	Originaldokument Visualisierung des Gesprächsablauf eingefügt	29.4.2016	W. Berghaus

Inhalt

Versionshistorie 1
Einleitung 2
High Probability Selling 2
Strategie 2
Position in der Makeln21-Matrix 2
Visualisierung der Strategie 3
Prozesse 4
Kaltakquise 4
Der Ersttermin 8
Visualisierung des Ersttermins 9
Beschreibung des Ersttermins 9
Gesprächsleitfaden Ersttermin 10
Der Zweittermin 11
Der Dritttermin 12
Vorbereitung 12

[1] Das ursprüngliche Konzept stammt quasi unverändert von Andreas Kischkel, Kischkel Immobilien in Dinslaken und hat sich in der Praxis bewährt.

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Termin-Durchführung 12
Gesprächsleitfaden Dritt-Termin 12
Visualisierung des Dritttermins 13
Marktbeobachtung 14
Tools und Vorlagen 14
Kennziffern 14
Akquise-Trichter 15
Definitionen / Glossar 16

Einleitung

Die vorliegende Prozessbeschreibung stellt das Ergebnis der Makeln21-Arbeitsgruppe „West“ zum Thema Auftragsgewinnung dar. Dargestellt wird der Ablauf nach der Strategie von Andreas Kischkel für das fiktive Unternehmen Max Mustermann Immobilien.

High Probability Selling

Die vorliegende Akquise-Strategie basiert auf den Verkaufstechniken des „High Probability Selling“ (HPS) wie es im gleichnamigen Buch von Jaques Werth, Nicolaes Ruben und Michael Franz (dtsch. Ausgabe) beschrieben werden. HPS geht von folgenden Annahmen aus:

1. Es gibt genug kaufbereite (hier entscheidungsbereite) Interessenten auf dem Markt. Aufgabe des Verkäufers ist es, diese möglichst schnell zu identifizieren.
2. Das schnelle Herausfinden kaufbereiter Interessenten geschieht schneller und zuverlässiger durch Dis-Qualifikation und nicht durch herkömmliches Qualifizieren.
3. Interessenten die disqualifiziert werden, obwohl sie kaufbereit sind, werden sich dagegen zur Wehr setzen. Es ist also nicht möglich, kaufbereite Interessenten irrtümlich aus dem Verkaufsprozess zu entfernen.
4. HPS vermeidet jede Form von Manipulation und Verkaufsdruck. Der Verkäufer zieht sich zurück, wenn der Interessent das Angebot nicht annehmen will. Dadurch bleibt die Beziehung „sauber“ und es sind mehrere Kontakte möglich.

Strategie

Der Unternehmensbereich Auftragsgewinnung (AGW) versorgt das Unternehmen Mustermann mit Alleinaufträgen zur Vermarktung von Wohnimmobilien.

Position in der Makeln21-Matrix

In der Makeln21-Matrix ist der Bereich Auftragsgewinnung (AGW) zwischen der Eigentümergewinnung (EGW) und der Leistungserbringung (LEB) angeordnet (siehe Glossar).

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

MAKELN 21	EGW	AGW	LEB	MGM	FHG	MKT	FIN
Strategien	●	●	●	●	●	●	●
Prozesse	●	●	●	●	●	●	●
Tools / Vorlagen	●	●	●	●	●	●	●
Kennziffern	●	●	●	●	●	●	●
Definitionen	●	●	●	●	●	●	●

Abb.1: Die Makeln21-Matrix, Stand Okt. 2012

Visualisierung der Strategie

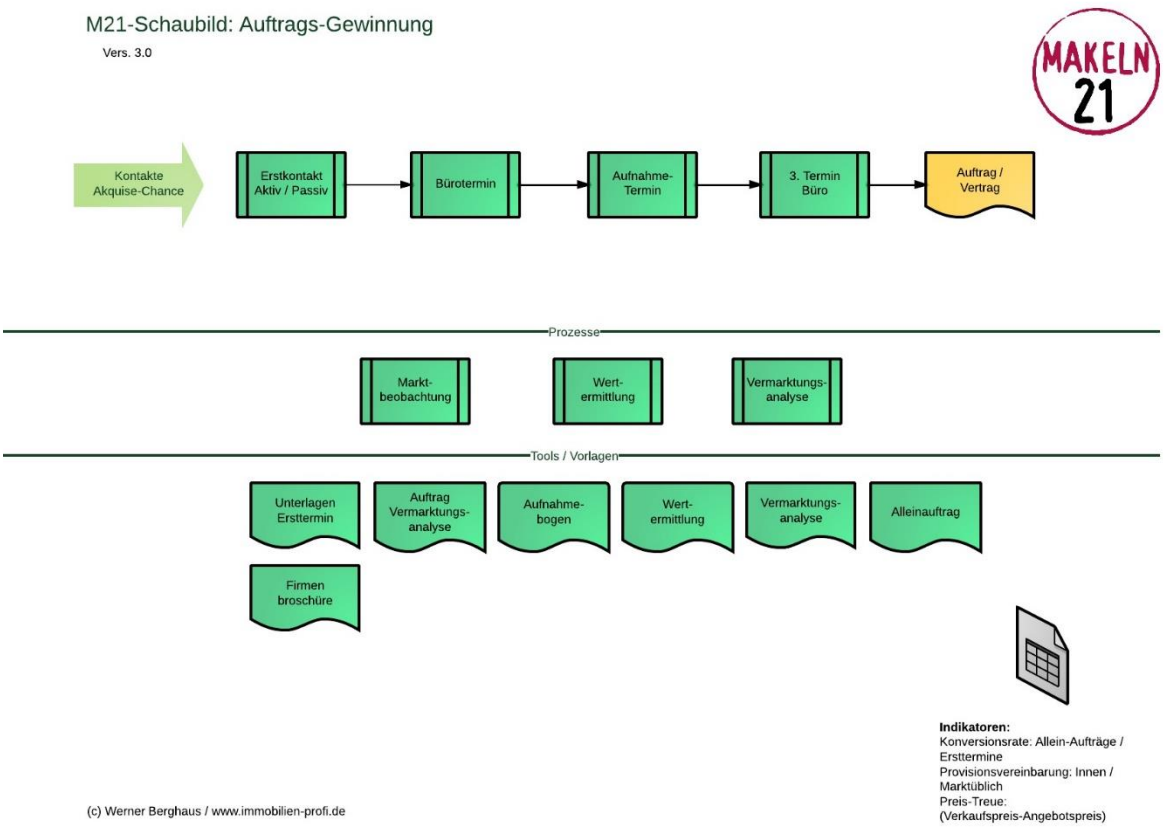


Abb. 2: Schaubild Auftragsgewinnung

Das Schaubild zeigt im oberen Bereich den Musterablauf sowie die Schnittstellen zu den Unternehmensbereichen „Eigentümer-Gewinnung“ (links) und der Leistungserbringung (rechts). Der

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Musterablauf stellt den idealen Ablauf dar und dient dazu, das sachkundige Dritte die Strategie für die Akquise schnell verstehen.

Die Auftragsgewinnung (AGW) startet mit dem persönlichen Erstkontakt zum Eigentümer. Dieser Kontakt kann passiv oder aktiv (Kaltakquise) erfolgen.

Die vorgelagerte Eigentümergewinnung (EGW) sorgt dafür, dass der Makler von Eigentümern angesprochen wird oder Eigentümer aktiv ansprechen kann und ist deshalb in der Farbe der EGW hellgrün eingefärbt.

In der Mitte des Schaubild sind die zentralen Sub-Prozesse und im unteren Bereich die verwendeten Unterlagen (Tools, Vorlagen, etc.) aufgeführt.

An Ende der AGW soll ein Alleinauftrag mit dem Eigentümer entstehen, der entsprechend in der Farbe der Leistungserbringung, orange, gekennzeichnet wird. Die weiteren Ziele sind: Die Vereinbarung eines marktgerechten Verkaufspreises und des Erfolgshonorars mit dem Eigentümer.

Diese Ziele werden über drei Gesprächstermine mit den Eigentümern erreicht. Der Ersttermin findet im Maklerbüro statt, der Zweittermin dient der Objektaufnahme und im dritten Termin wird der Auftrag fixiert. Sofern der Eigentümer unsere Leistung und die notwendigen Rahmenbedingungen bereits kennt entfällt der erste Termin.

Die Prozessschritte und die verwendeten Unterlagen werden in den nachfolgenden Kapiteln beschrieben.

Der untere Bereich des Schaubilds zeigt die verwendeten Tools und Vorlagen.

Prozesse

Die AGW nutzt vier Hauptprozesse:

- Die Kaltakquise
- den ersten Termin im Maklerbüro,
- die Objektaufnahme und den
- dritten Termin wieder im Maklerbüro.

Falls die angestrebten Teil-Ziele der einzelnen Prozesse nicht erreicht werden, startet der Prozess „Marktbeobachtung“. Die Prozesse „Wertermittlung“ und „Vermarktungsanalyse“ dienen der Vorbereitung des Dritt-Termins.

Kaltakquise

Im Mai 2013 wurde die Kaltakquise von der Eigentümer-Gewinnung in den Bereich der Auftraggeber-Gewinnung verschoben.

Beschreibung der Kaltakquise

Das Grundkonzept der hier dargestellten Kaltakquise folgt dem Buch „High Probability Selling“ von Jaques Wert. Die Kernthese des Buches ist es, dass heute nicht mehr durch Druck (Überreden, etc.) verkauft wird, sondern über gezielte Fragen herauszufinden, ob mit den Interessenten zeitnah ein Geschäft möglich ist.

Ziel ist es, diese Interessenten möglichst schnell zu identifizieren. Alle anderen werden entsprechend aussortiert und **für den Moment(!)** aus dem Verkauf- bzw. Einkaufsprozess entfernt. Die meisten

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Eigentümer werden also zu einem späteren Zeitpunkt erneut kontaktiert, sofern Sie sich nicht ausreichend dis-qualifiziert haben. Es zählt die Häufigkeit der Kontakte!

Insbesondere wird kein Termin verkauft! Viele Verkäufer ignorieren Ein- und Vorwände der Interessenten beharrlich und steuern einzig den Termin an in der Hoffnung dann ausreichend überzeugen zu können. In den meisten Fällen erweist sich dies als Zeitverschwendung.

Der nachfolgende Gesprächsleitfaden zielt auf das „Nein" des Interessenten und schafft Termine nur dort, wo eine echte Bereitschaft zur möglichen Zusammenarbeit vorhanden ist. Hier ist auch zu beachten, dass im weiteren Verlauf der erste Termin im Maklerbüro stattfindet.

Gesprächsleitfaden Kaltakquise

Der hier dargestellte Gesprächsablauf ist in der Praxis mit großem Erfolg getestet worden.

Erstkontakt

Art	Text	Erklärung
Aussage	*"Guten Tag! Mein Name ist [XX XX] von der Firma [YYYY] Immobilien, wir verkaufen und vermieten Immobilien in [ZZZ], [ZZZ] und [ZZZ]. Ich rufe Sie an, weil ich auf Ihr Inserat in der Zeitung/Internet aufmerksam geworden bin."*	Standard-Eröffnungstext, weitere Beispiele unten
Frage	*"Spreche ich mit dem Eigentümer / Anbieter?"*	Wenn nicht der Eigentümer am Telefon ist, dann Termin für neuen Anruf erfragen und den Vorgang offen lassen
Frage	*"Wo befindet sich die Immobilie und bewohnen Sie diese noch?"* Falls nicht: *"Wie lautet Ihre Adresse?"*	Sollte der E. seine und die Objektadresse nicht nennen, wird der Gesprächs-Leitfaden fortgesetzt. Evtl. können die Daten dann im weiteren Verlauf erfahren werden.
Frage	*"Können Sie mir noch etwas über Ihre Immobilie mitteilen, das Sie nicht in Ihrer Anzeige/Inserat beschrieben haben?"*	Notieren!
Frage	*"Sind Sie daran interessiert, dass Ihre Immobilie von einem kompetenten und engagierten, ortsansässigen Makler verkauft wird?"*	Hier wird der Wille abgeprüft, die Arbeitsweise des Maklers wird noch nicht erklärt! Wenn dies verneint wird, wird der Grund hinterfragt und - sehr wichtig für das weitere Vorgehen - notiert! **Der E. soll nicht überredet werden. Es wird kein Termin verkauft!**

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Bei "Ja"	*"Dann möchten wir Sie gerne in unser Büro einladen".* *(...)* *"Wann passt es Ihnen in den nächsten Tagen?"*	Der Termin im Maklerbüro ist erste Wahl und bietet eine spätere Erfolgschance auf den Alleinauftrag von annähernd 100% (Praxiserfahrung)
Bei "Nein"	*"Wenn wir Ihre Einwände ausräumen können, wären Sie dann bereit uns Ihre Immobilie zum Verkauf anzuvertrauen?"*	Wird dies weiter verneint wird der Status der Immobilie / des Eigentümers anhand der vorliegenden Absage festgelegt und das Gespräch höflich beenden. Ggf. Wiedervorlage.
Falls Adresse nicht bekannt	*"Können wir Ihnen noch etwas zusenden? Beispielsweise unseren Besichtigungs-Leitfaden oder unsere "Tipps für Privatverkäufer?"*	

Weitere Eröffnungen:

Die Eröffnung des Gesprächs beginnt immer mit der Vorstellung des Anrufers und einer Beschreibung des Unternehmens oder einer besonderen Leistung. Anschließend folgt die erste Frage. Zunächst wird überprüft ob es sich um den richtigen Ansprechpartner handelt. Die eigentliche Abschlussfrage folgt im Gegensatz zur HPS-Strategie verzögert. Jedoch wird mit offenen Karten gespielt. Es wird das Unternehmen genannt und keine angeblichen Interessenten in Aussicht gestellt. Alternativen:

„Hier ist [Vorname, Name] von [XX Immobilien]. Guten Tag, [Herr / Frau YY], wird sind als Immobilienmakler spezialisiert auf das [Dichterviertel] in [Musterstadt]“

oder: „ wir haben in den letzten Jahren xx Immobilien in [Musterstadt] vermittelt…

Folgekontakte

Wenn die erste, kalte Kontaktaufnahme „überstanden“ ist, verfällt die Akquise-Kraft gerne in das gewohnte Muster und versucht den Termin zu verkaufen. Dies soll aber vermieden werden, weil es der Beziehung zum Eigentümer schadet.

Resultat der Prüfung	Aktion / Einstieg	Reaktion	Aktion
Objekt nicht mehr aktiv	„Haben Sie Ihr Objekt verkauft?“	Nein, wir verkaufen nicht mehr	„Warum?“ Ergebnis dokumentieren
		Ja, wir haben bereits verkauft!	„Haben Sie schon einen Notartermin?“ „Wollen Sie, dass wir Ihnen behilflich sind?“

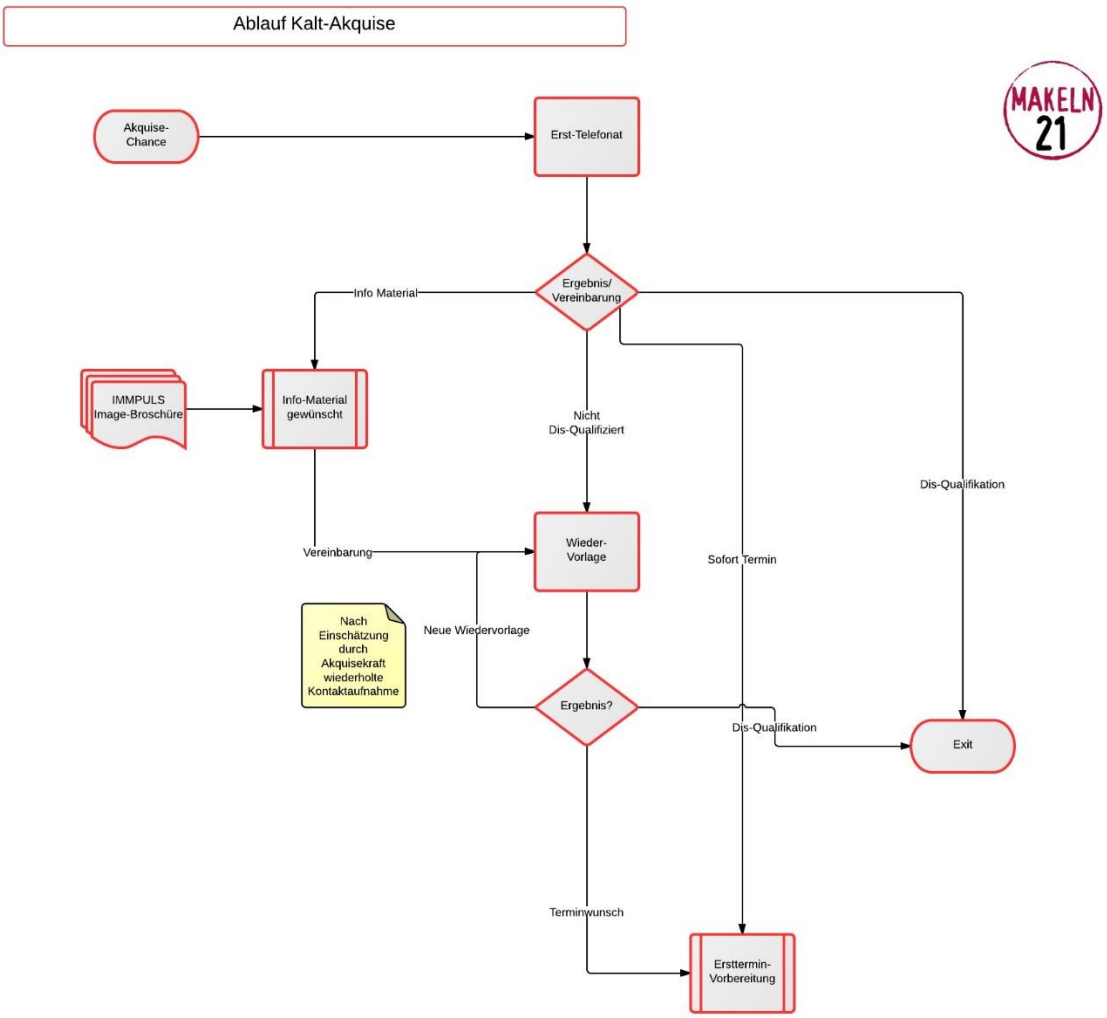
© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

			„Sind Sie mit dem Ergebnis zufrieden?“ Wiedervorlage in 20 Tagen stellen
Objekt wieder aktiv bzw. Wiedervorlage aus Reaktion – „Wir haben verkauft!“	„Gibt es irgendwelche Probleme bei der Abwicklung bei denen wir Sie beraten oder helfen können?“	???	Je nach Reaktion erwünscht: Telefontermin mit Makler absprechen. Helfen: evtl. Kaufvertrag sichten! Wiedervorlage wie oben
Objekt wird durch einen anderen Makler angeboten	„Warum haben Sie sich für diesen Makler entschieden?“	???	Auf Wiedervorlage ca. 60 Tage legen. Grund dokumentieren.
Objekt ist noch aktiv	„Was denken Sie, warum bisher noch kein Interessent gekauft hat?“	???	Infos zukommen lassen, wenn noch nicht versendet. Abfragen der Maklerleistung (siehe oben). Einladen zu Info-Veranstaltungen.
Mehrfache Kontaktaufnahme ohne Reaktion	„Gibt es irgendwelche Probleme bei der Abwicklung bei denen wir Sie beraten oder helfen können?“	???	Keine weitere Wiedervorlage. Oder es gibt bestimmte Gründe für eine Wiedervorlage

Die Terminvereinbarung: Aktiv / Passiv

- Passiv: In der Regel kommen ca. 50 Prozent der Termine dann auf Anregung des Eigentümers zustande mit dem man seit geraumer Zeit im telefonischen Kontakt steht. Auch unangekündigte Besuche im Maklerbüro sind nicht unüblich
- Aktiv: Die Akquise-Kraft bietet den Termin aktiv an, wenn die Verunsicherung des Eigentümers erkennbar wird. Typische Signale sind „Wir wissen auch nicht mehr weiter“, „da brauchen wir wohl Unterstützung“, etc.

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI



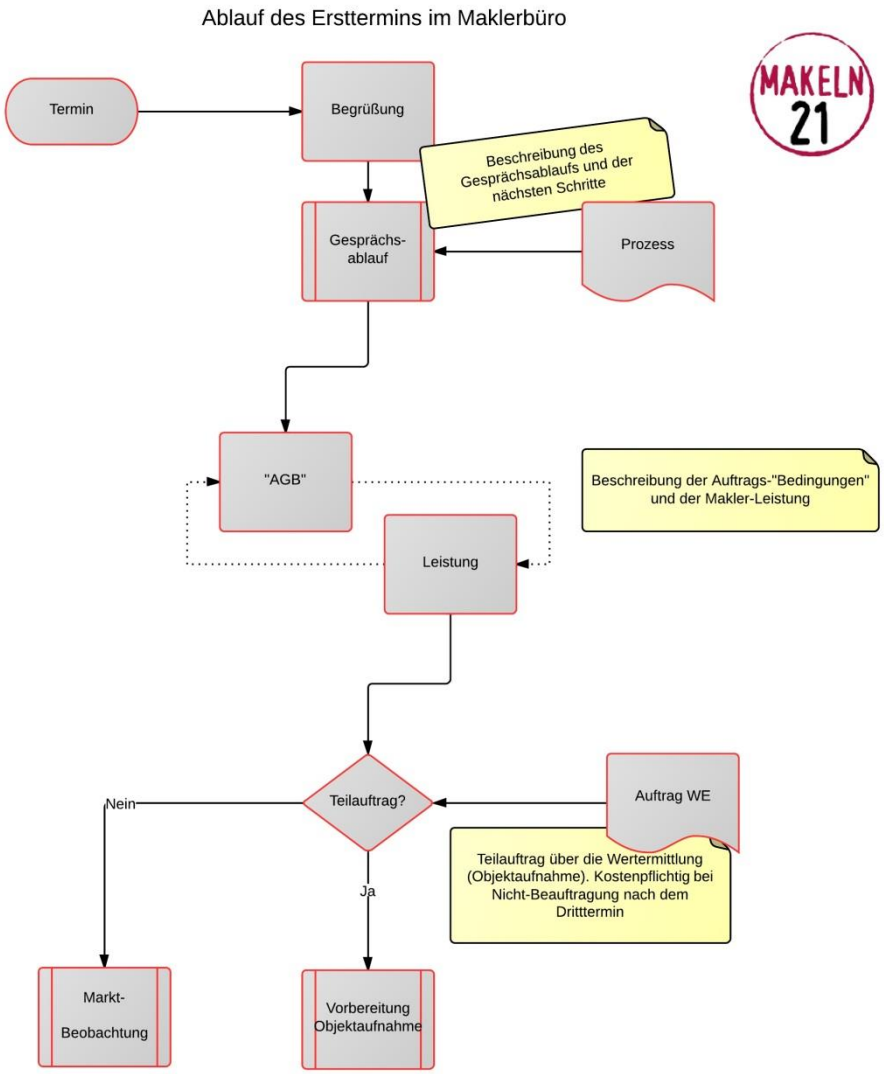
Der Ersttermin

Die strategischen Ziele des Prozessschritts Ersttermin sind:

- Kennenlernen der Eigentümer und deren Motive
- Erforschung der Preisvorstellungen der Eigentümer
- Aufbau einer Beziehung für die spätere Zusammenarbeit
- Operativ wird der Ersttermin mit der Vereinbarung der Objektaufnahme zwecks Vermarktungsanalyse erfolgreich abgeschlossen.

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Visualisierung des Ersttermins



Beschreibung des Ersttermins

1. **Der Trigger (Auslöser)** des Ersttermins ist die Terminvereinbarung mit dem Eigentümer.
2. **Prozessschritt „Gesprächsablauf“** Nach der Begrüßung erfolgt die Präsentation des Gesprächsablaufs. Hierzu wird den Eigentümern der gesamte Ablauf über alle drei Termine bis zum Vermarktungsauftrag mittels Prozessvisualisierung erläutert. Insbesondere wird auf die Entscheidungsknoten bzw. die Möglichkeit des Abbruchs der Verhandlungen hingewiesen um Sicherheit zu vermitteln und Vertrauen aufzubauen.
   Die Unternehmenspräsentation wird lediglich als Broschüre übergeben.
3. **„AGB“ und Leistung.** Im nächsten Schritt wird der Maklerauftrag erläutert. Es wird zuerst die Verkäufer-Provision angesprochen und geklärt. Jeder Punkt des Maklerauftrags wird mit der Präsentation der Vermarktungsleistung begründet.
4. **Mindestpreis:** Im Rahmen des ersten Gesprächs sollte er Mindestpreis der Eigentümer in Erfahrung gebracht werden.

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

5. **Teilauftrag**: Der Arbeitstermin endet mit der Vereinbarung des Teilauftrags über die Vermarktungsanalyse.
    a. Die mündliche Vereinbarung des Aufnahmetermins ist ausreichend.
    Es wird **nicht** auf eine Unterschrift gedrängt. Der Vertrag über die Erstellung der Vermarktungsanalyse wird den Eigentümern ausgehändigt und kann dann vor dem Aufnahmetermin unterzeichnet werden.
    b. Diese Analyse wird mit einmalig 357 Euro berechnet. Die Eigentümer haben jedoch die Gelegenheit, diesen Auftrag auch nach Erstellung der Analyse zu stornieren. Wird der Auftrag zur Vermarktung vergeben, entfällt die Berechnung der Analyse.

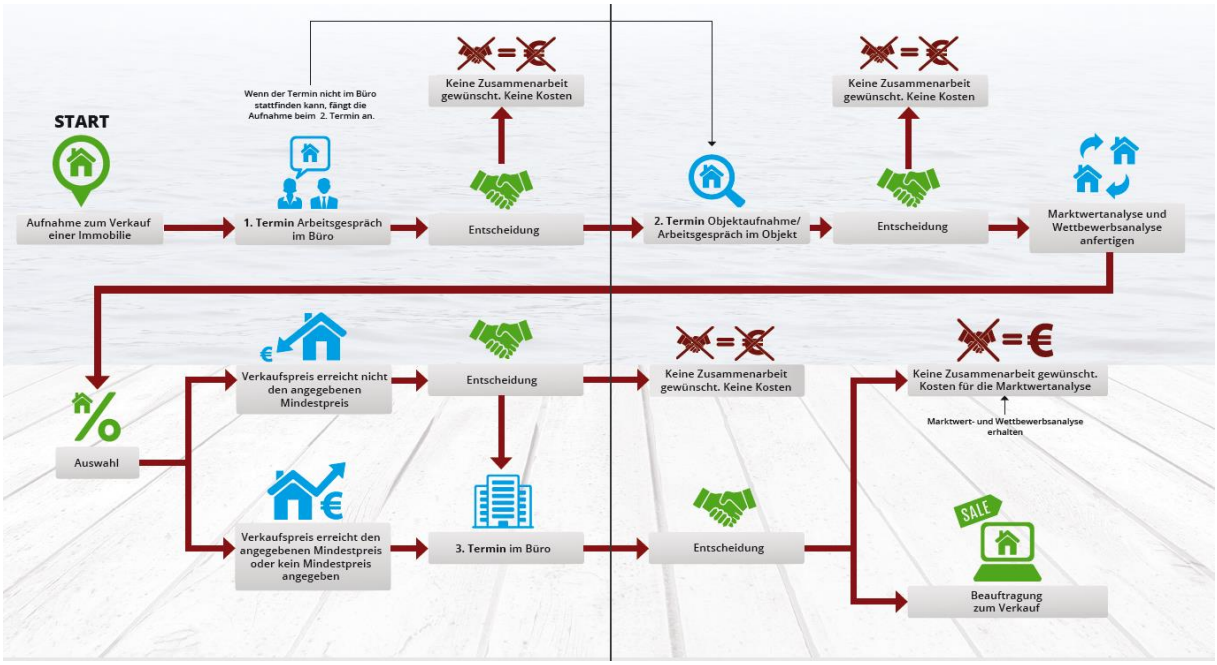


Abb.: Visualisierung des Gesprächsablaufs im Original (© Kischkel Immobilien)

Gesprächsleitfaden Ersttermin

Gesprächsablauf: Die Interessenten sitzen zunächst einige Zeit allein im Besprechungsraum. Es läuft eine Präsentation mit Referenzobjekten. Nach der Begrüßung durch den Makler und ein wenig Small Talk, geht es schnell zur Sache:

„Wir haben Sie zu uns ins Büro eingeladen um Ihnen unsere Arbeitsweise und Geschäftsbedingungen vorzustellen. Es geht heute NICHT um Ihre Immobilie, sondern um die Frage, ob Sie am Ende dieses Termins eine Zusammenarbeit mit uns wünschen oder nicht".

„Heute lernen wir uns ja kennen, alles Weitere erkläre ich Ihnen anhand des Ablaufplans

oder

„Ich erzähle ihnen jetzt, was so passieren wird / was auf Sie zukommt…"

AGB und Leistung:

„Wenn wir zusammen arbeiten müssen *Sie uns ja beauftragen…"*

„Sollte das funktionieren bekommen bei der erfolgreichen Vermittlung eine Provision von Ihnen. Die Provision errechnet sich aus dem Verkaufspreis und den müssen wir ermitteln….

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

An dieser Stelle entstehen in der Regel die meisten Einwände. Da die Provision gleich zu Beginn angesprochen wird, steht dies anschließend dem Auftrag nicht mehr im Wege. Eine mögliche Erklärung wäre:

„Wir erbringen Dienstleistung und wir kosten Geld.
Es gibt zwei Provisions-Möglichkeiten, entweder die klassische Provisionsteilung, drei Prozent von jeder Seite oder wir rechnen die gesamte Provision in den Angebotspreis rein. Was für Sie besser ist ergibt sich aber erst aus der Vermarktungsanalyse".

Sollten die Interessenten der Argumentation nicht folgen, wird das Gespräch beendet und der Prozess „Marktbeobachtung" (erneut) gestartet.

Mindestpreis erfragen:

Wir müssen Ihren Mindestverkaufspreis kennen... entweder Sie haben einen, den wir notieren und wir müssen dann schauen ob das erreichbar ist oder nicht.

„Generell interessiert mich nicht, was Sie haben wollen, sondern was wir erzielen können."

Interview:

„Was werden Sie tun, wenn wir Ihren „Wunschpreis" nicht erzielen können?" (Disqualifikation?)

„Gibt es eine konkrete Vorstellung Ihrerseits wie die Zusammenarbeit mit einem Makler funktioniert oder haben Sie schon mal einen Makler beauftragt Ihre Immobilie zu verkaufen?

Hier dann ergänzend auf den Muster-Verkaufsauftrag hinweisen und anhand dessen die Bedingungen erläutern. Hier den Zusammenhang des Mindestverkaufspreises zur Provision erklären. Der Mindestverkaufspreis ist die Summe, die ohne Abzug für den Auftraggeber mindestens zu erzielen ist. Provisionsmodelle erläutern: 3% - 3% oder 6% Innen.

„Werden Sie uns die Möglichkeit geben, bei einer Beauftragung durch Sie, die Immobilie ohne Eigentümer zu besichtigen?"

„Haben Sie noch Fragen oder gibt es etwas was Sie mit mir in Bezug auf einen Immobilienverkauf durch uns klären müssen?"

Teilauftrag:

„Passt das alles für Sie? Sollen wir einen Termin zur Objektaufnahme / zur Bewertung vereinbaren?"

oder

„Möchten Sie einen Termin zur Begehung Ihrer Immobilie mit mir absprechen?"

Der Zweittermin

Der Zweittermin dient der Objektaufnahme. Hierzu ist lediglich eine Checkliste hinterlegt (hier nicht verfügbar).

Nach Fertigstellung verabschiedet sich der Makler mit dem Hinweis, dass er sich persönlich meldet, wenn der angestrebte Preis nicht erreicht wird. Andernfalls meldet sich das Büro zwecks Terminvereinbarung zur Besprechung der Vermarktungsanalyse.

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Der Dritttermin

Im Dritt-Termin wird die Vermarktungsanalyse mit Verkaufsempfehlung besprochen und nach Möglichkeit der Auftrag finalisiert.

Vorbereitung

Der Dritt-Termin wird telefonisch vereinbart. Die Eigentümer wurden zuvor über folgende Regelung informiert:

a) Wird der Mindestpreis der Eigentümer erreicht, oder wenn kein Mindestpreis genannt wurde, wird das Büro den Termin telefonisch vereinbaren.
b) Falls der Mindestpreis unterschritten wird meldet sich der Makler persönlich um die „schlechte Nachricht“ zu verkünden und um zum Dritt-Termin zu laden.

Die Eigentümer haben nun wieder Gelegenheit, die weitere Zusammenarbeit aufzukündigen.

Wird der Dritt-Termin wahrgenommen ist die Vermarktungsanalyse für die Auftraggeber jetzt kostenpflichtig. Nur bei einer Beauftragung innerhalb etwa einer Woche entfällt die Rechnung über 357 Euro.

Termin-Durchführung

Im Termin wird lediglich die Vermarktungs-Analyse mit Verkaufsempfehlung erläutert und der Abschluss des Maklervertrags angestrebt.

Die Vermarktungsanalyse basiert auf einer Wertermittlung (Sachwert) in Kombination mit der aktuellen Marktlage, z.B. Wettbewerbsangebote, eigene Marktbeobachtung.

Die Vermarktungsanalyse enthält, wie schon beschrieben, auch eine Empfehlung zur Provisionsregelung oder ggf. zum Bieterverfahren.

Gesprächsleitfaden Dritt-Termin

Der eigentliche Auftrag ist mit allen Rahmenbedingungen bereits im ersten Termin abgesegnet worden. Intensive Verhandlungen sind demnach nicht erforderlich, da kein Widerstand mehr gehen die Beauftragung besteht.

Auftrag: Nach Erläuterung der Vermarktungsanalyse

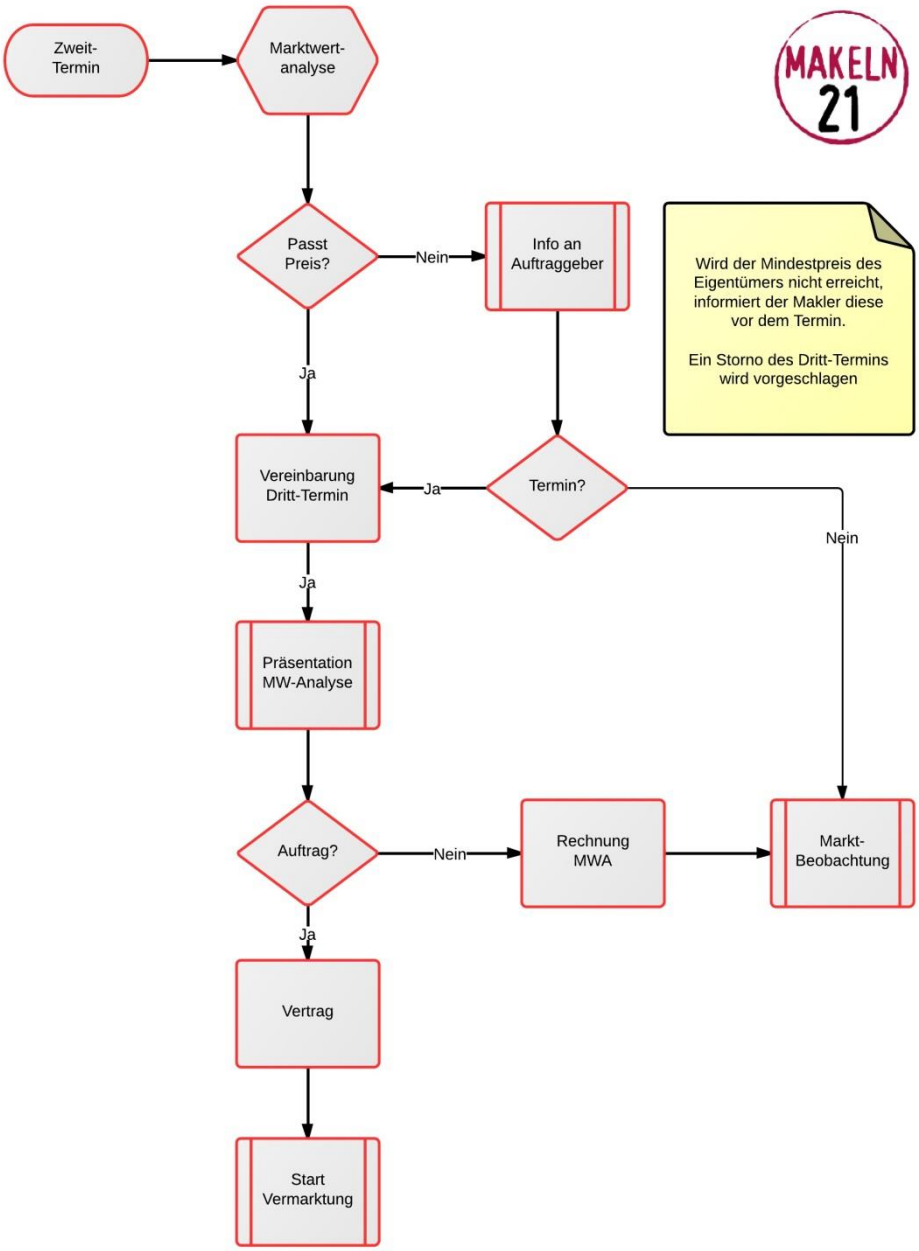
„Sollen wir es so machen?“

„Machen wir es so?“

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Visualisierung des Dritttermins

Ablauf des Dritt-Termins im Maklerbüro



© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Marktbeobachtung

Beim Prozess Marktbeobachtung (MBO) wird der lokale Markt regelmäßig beobachtet und Kontakt zu Eigentümern aufgenommen, die Immobilien privat anbieten. Sollten Eigentümer aus dem Akquise-Prozess aussteigen, werden sie wieder der Marktbeobachtung übergeben.
Die MBO wird von der Rolle „Kaltakquise“ durchgeführt. Nach Maßgabe dieser Rolle werden Eigentümer ca. 6-8 Wochen nach Start der MBO kontaktiert. Die weitere Vorgehensweise entspricht dem Muster der Kaltakquise.
Sollten die Eigentümer erfolgreich verkauft haben, wird versucht, den Verkaufspreis zu erfragen.

Tools und Vorlagen

Dokument (Beispiele)	Datei (Beispieldateien[2])
Firmenbroschüre	(hinterlegt bei Werbeagentur)
Aufnahmebogen	AGW2-Aufnahmebogen.docx
Vermarktungsanalyse	AGW2-Vermarktungsanalyse.docx
Alleinauftrags-Formular	AGW2-Alleinauftrag.docx

Kennziffern

Die Qualität der Akquise wird für jeden Einkäufer und auch für das Gesamtunternehmen mit folgenden Indikatoren gemessen:

Konversionsquote (KQ)	Verhältnis der Alleinaufträge zur Gesamtzahl der vereinbarten Ersttermine
Preis-Treue	Abweichung des Verkaufspreises vom Angebotspreis in Prozent
Provisionsvereinbarung	Anteil der vereinbarten Innenprovision vom Zielwert (3 Prozent)

[2] Diese Dateien dienen als Beispiele und stehen nicht zum Download zur Verfügung

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Akquise-Trichter

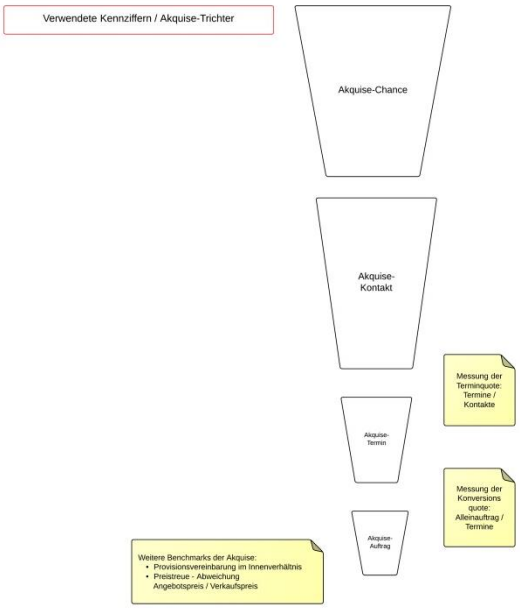
Die Messung der Qualität / des Erfolgs in der AGW ist durch den Akquise-Trichter leicht durchführbar.

Akquise-Chance: Alle Objekte, die für das Unternehmen interessant sind.

Akquise-Kontakt: Aktive oder passive Kontaktaufnahme zum Eigentümer

Akquise-Termin: Daraus entstandene Gesprächs-Termine (nur Ersttermin werden gezählt)

Akquise-Auftrag: Daraus entstandene (Allein-) Aufträge



© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI

Definitionen / Glossar

Eigentümer-Gewinnung (EGW) sorgt dafür, dass Kontakte zu Eigentümern entstehen mit denen Termine (qualifizierte Leads) vereinbart werden können. Ziel der EGW ist es, dass der Makler von Eigentümern direkt angesprochen wird, trotzdem zählt die „Kaltakquise“ zu diesem Unternehmensbereich, weil dies bereits in einer 1:1-Beziehung stattfindet.

Auftragsgewinnung (AGW) startet mit der ersten direkten Kontaktaufnahme (aktiv oder passiv) und endet nach Möglichkeit mit dem Alleinauftrag.

Leistungserbringung (LEB) ist die Vermarktung der Immobilie. Die dem Eigentümer zugesagte Leistung wird erbracht.

Qualifizierter Lead: Termin mit dem Eigentümer bei dem für beide Seiten Klarheit darüber herrscht, dass es um den Vermittlungsauftrag geht. Zu unterscheiden z.B. von Terminen zur (kostenlosen) Wertermittlung o.ä.

High Probability Selling - Verkaufen mit hoher Wahrscheinlichkeit: So denken und handeln Spitzenverkäufer!, Jaques Werth

Anhang / Verweise

Hier finden Sie weitere Informationen:

Medien

IMMOBILIEN-PROFI Nr. 70

IMMOBILIEN-PROFI 73

Mitschnitt der Tele-Konferenz mit Andreas Kischkel

Buch: „High Probability Selling“ ISBN: ISBN: 3938358556, 2008, 228 Seiten

Seminare und Workshops

Seminar mit Andreas Kischkel unter www.events.immobilien-profi.de

© Andreas Kischkel / Werner Berghaus 2012-2015 für IMMOBILIEN-PROFI