Digitalisierung in der Kundenkommunikation

Rufen morgen Sprachcomputer Maklerkunden an?

Viele Gewohnheiten, die Verbraucher von Online-Einkäufen kennen, wünschen sie sich auch beim Immobilienerwerb. So erwarten sie eine unmittelbare Reaktionszeit des Maklers und hohe Transparenz. Auf der anderen Seite sind sie zur Mitarbeit bereit, etwa wenn es um das Online-Ausfüllen einer Selbstauskunft geht oder um das Vervollständigen persönlicher Daten und Objektwünsche, die es dem Vermittler erleichtern, ihnen alternative Objekte anzubieten.

Von Stefan Mantl

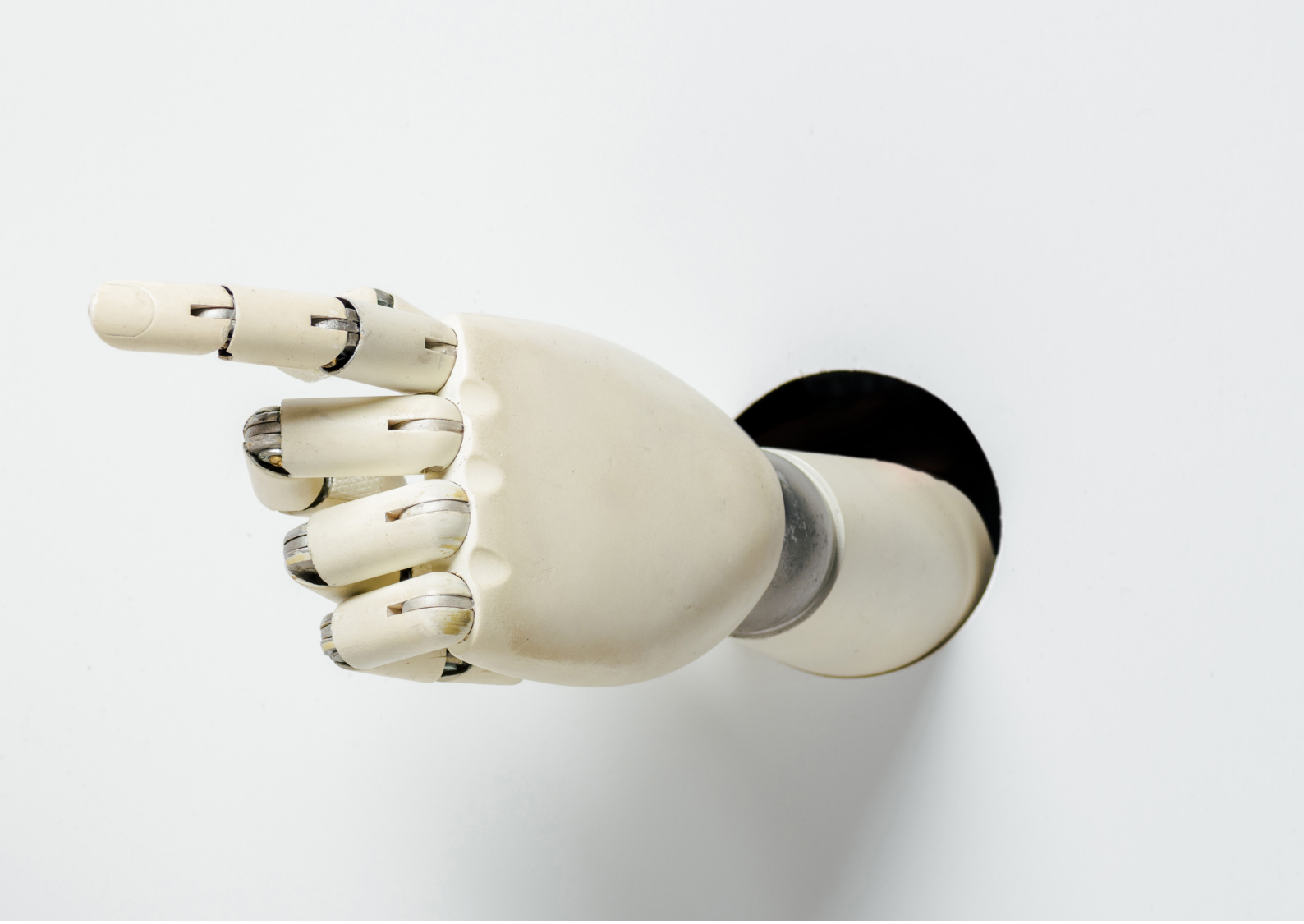
Professionelle Maklersoftware-Anbieter haben hierzu spezielle Module entwickelt, die wiederkehrende Aufgaben in großen Teilen standardisieren und automatisieren. Sie dienen aber nicht nur dem Kunden, sondern unterstützen auch den Makler: Dank dieser Technik erfährt er mehr von seinem Klienten und spart Zeit, die er für wichtige Dinge wie die Objektakquise einsetzen kann.

Ein Bereich, bei dem der Automatismus eingezogen ist, ist das selbsttätige Beantworten von Interessenten-Anfragen, die über Immobilienportale wie IVD24.de eingehen. Auf diese Weise lassen sich über 90 Prozent der Anfragen ohne Zutun des Maklers beantworten und zwar rund um die Uhr, wie es Kunden auch vom Online-Shoppen kennen. Erfragt ein Immobilieninteressent am Wochenende mehr Informationen zu einem Objekt und hat er seine relevanten Daten eingetragen sowie bestimmte Pflichtfelder abgehakt (Wiederrufbelehrung, Datenschutzhinweis etc.), dann erhält er in Sekundenschnelle das gewünschte Exposé. Früher musste er bis Wochenbeginn warten, bis der Makler im Büro seine Anfrage manuell beantwortete.

Der Interessent trägt dabei seine Daten in die Maklersoftware ein, was nur bei webbasierten Lösungen, wie sie onOffice seit über 15 Jahren anbietet, möglich ist. Auf der anderen Seite ermöglicht es diese Technik, mit anderen Server-Diensten Daten auszutauschen beziehungsweise Leistungen anderer Softwarefirmen zu integrieren.

Erste Makler arbeiten mit Online-Terminkalendern. Interessenten, die freigeschaltet sind, können selbsttätig ihre Besichtigungstermine eintragen, erhalten eine Terminbestätigung und vor dem Termin eine Erinnerung per SMS.

Foto: © VitaliKradko / depositphotos.com



Auch das Abbilden der Arbeitsabläufe in Prozessen unterstützt das automatisierte Arbeiten. Dabei werden wiederkehrende Abläufe mit Unterstützung der Software in einzelne Schritte unterteilt. Keine Schritte werden vergessen. Bei einem Prozess, der „Neuobjekt anlegen" heißen könnte, wird hinterlegt, welcher Mitarbeiter Unterlagen beim Grundbuchamt besorgt, wer Objektfotos anfertigt, wer das Exposé schreibt und über welche Kanäle das Objekt angeboten wird. Jeder Schritt kann mit einer Frist hinterlegt werden, die Software führt die Anwender automatisch durch die einzelnen Prozessschritte.

Selbst so gewöhnliche Tätigkeiten wie Telefonanrufe lassen sich zum Nutzen des Maklers automatisieren. Geht ein Anruf bei ihm ein und ist die Nummer in der Software mit einem Kontakt (Interessent, Eigentümer etc.) verknüpft, werden auf seinem Bildschirm automatisch die Kontaktdaten, bisherigen Aktivitäten etc. angezeigt. Bei Nachfragen kann so auch ein Kollege Auskunft geben. Außerdem schreibt er ein Memo zum geführten Telefonat bei den Kundendaten.

Wie oft gehen Informationen von Telefonaten verloren, weil diese nicht archiviert werden? Mit diesem Tool sind diese Zeiten passé. Gleichzeitig kann der Makler gegenüber Auftraggebern wie Bauträgern oder Verkäufern belegen, wie viele Anrufe er mit potenziellen Kunden führte. In naher Zukunft könnten zusätzlich Sprachautomaten Kunden für einfache Nachfragen anrufen. So könnten sie diese daran erinnern, dass sie die Wiederrufbelehrung nicht abgehakt haben.

Überhaupt steckt im Bereich der Kundenqualifizierung viel Automatisierungspotential. Fast jeder Makler kennt das Problem: Unzählige Verbraucher melden sich auf ein neues Objekt. Die Herausforderung besteht darin, die ernsthaft interessierten, die sich das Objekt leisten können und bereit sind, rasch zu kaufen oder zu mieten, herauszufiltern. Um dies zu schaffen, kann dem Interessenten nach der Besichtigung eine Nachricht mit der Frage geschickt werden, ob ihm das Objekt zusagt oder nicht, ob er alternative Angebote will etc. Die Ergebnisse werden automatisch in der Software hinterlegt.

Vermutlich werden auch bald Datenspuren, die der Interessent auf der Maklerwebsite, auf Portalen und in Social-Media-Kanälen hinterlässt, einfacher zusammenzuführen zu sein. Für den Vermittler wird ersichtlich, was und wie intensiv er sucht. Dann könnte er ihm gezielter Objektangebote zukommen lassen. ■

Stefan Mantl

Geschäftsführer
onOffice GmbH