

Mit der eigenen Website neue Aufträge akquirieren

Gerade während der Pandemie erkennen viele Makler, wie wichtig Online-Marketing und damit verbunden eine professionelle Website ist. Weil persönliche Kontakte wegfallen, werden Makler teils seltener weiterempfohlen. Wie die Homepage für die Kundenakquise eingesetzt werden kann und wie sie in der Google-Ergebnisliste auf den vorderen Plätzen landet, erklärt onOffice.

Es gibt viele Gründe, die Maklerwebsite als Informations- und Vertriebsinstrument zu nutzen. Insetiert man Objektangebote auf der eigenen Homepage, spart man die Kosten für Großportale. Über die firmeneigene Website lassen sich Leads generieren, zum Beispiel über ein Online-Wertermittlungstool. Außerdem bleibt man Herr der Daten, die über die eigene Website ermittelt werden.

„In der Corona-Krise ist vielen Immobiliendienstleistern noch klarer geworden, wie wichtig Online-Marketing und die eigene Homepage sind, um Kunden anzusprechen, zu informieren und Services wie Ratgeberbroschüren anzubieten. Denn seit über einem Jahr fallen viele persönliche Kontakte weg, bei denen Makler weiterempfohlen werden. Das kann durch eine gut auffindbare Website mehr als wettgemacht werden“, beobachtet onOffice Geschäftsführer Stefan Mantl. Neben der Maklersoftware onOffice enterprise bietet das Unternehmen zahlreiche Dienstleistungen rund um Website-Erstellung, Suchmaschinenoptimierung und Online-Kundenbindungsinstrumente an.

Um diese Vertriebsziele zu erreichen, sollte die Website verschiedene Voraussetzungen erfüllen. Sie muss bei Google gut performen und relevante Informationen (Content) für Verkäufer bereitstellen. Außerdem sollte sie das Verhalten der Nutzer auf der Seite tracken, um darauf aufbauend die Interessen der Besucher zu erkennen und Seiteninhalte und Nutzerführung permanent zu verbessern.

Optimal ist es, wenn die ermittelten Daten automatisch in der Maklersoftware hinterlegt werden, um effizient mit ihnen zu arbeiten. Lädt beispielsweise jemand auf der Website eine Broschüre zum Thema „Immobilien im Erbfall“ herunter, kann der Makler oder die Maklerin einige Tage später bei dem potenziellen Verkäufer nachfassen, denn im Rahmen des Downloads hat dieser seine Kontaktdaten angegeben und diese wurden automatisch in der Software hinterlegt.

Das mit einer professionellen, bei Google gut auffindbaren Website verbundene Technikwissen kann ein Maklerunternehmen alleine kaum aufbauen, noch dazu wo dieses eine kurze Halbwertszeit hat und rasch veraltet. Sinnvoll ist es, wenn die Betreuung aus einer Hand erfolgt und nicht verschiedene Agenturen involviert sind.

onOffice bietet diese wichtigen Maklerleistungen für das Online- und Website-Marketing aus einem Guss und verknüpft diese mit der Software onOffice enterprise. Denn zu den rund 300 Mitarbeitenden der

Aachener Firma zählen nicht nur Expertinnen und Experten, die sich um die permanente Verbesserung der Softwaretechnik kümmern, sondern auch Profis für Suchmaschinen-Optimierung, das Texten von Keyword-relevanten Inhalten und automatisierten Prozessen, die es beispielsweise ermöglichen Anfragen nach einem ausführlichen Exposé, die über die Homepage kommen, auch außerhalb der Bürozeiten und ohne Zutun des Maklers zu beantworten.



onOffice unterstützt Makler bei der Optimierung ihrer Website.

Foto: © onOffice GmbH

■ Fünf verschiedene Design-Vorlagen für Websites plus individuelle Anpassung

Diesen Service hat onOffice vor Kurzem mit den Premium-Templates für Websites und drei unterschiedlichen SEO-Paketen weiter verbessert und erweitert.

Bei den Templates handelt es sich um fünf unterschiedliche Design-Vorlagen für Makler-Websites. Die Maklerin oder der Makler wählt das Design aus, das am besten gefällt. Die Webdesigner von onOffice passen die Vorlage an das Corporate Design des Immobilienunternehmens an, also an die vorhandene Firmenfarbe, Unternehmensschrift etc. Die Website wird mit der Maklersoftware verknüpft und ermöglicht so unter anderem die Objektübertragung mit nur einem Klick. Texte zum Maklerunternehmen, dem Tätigkeitsgebiet, Spezialisierungen etc. werden von der bisherigen Website übernommen, auf Wunsch neu verfasst.

Die Website-Vorlagen enthalten alle gängigen und wichtigen Funktionen. Dazu zählen unter anderem ein Kontaktformular, das aktuelle Immobilienangebot, die Darstellung des Unternehmens, der Ansprechpartner, eine Schnellsuchfunktion und ein Top-Immobilienangebot, das an prägnanter Stelle der Website gezeigt wird. Zudem werden Geo-Daten über Google-Maps angezeigt, so etwa der Firmensitz. Der Cookie-Bot sorgt für datenschutzkonforme Cookie-Hinweise und entsprechendes Tracking der Nutzer, falls diese den Cookie-Erklärungen zustimmen. Diese und weitere Basisleistungen sind Bestandteil aller drei Template-Pakete, die sich in „basic“, „plus“ und „pro“ unterteilen. Das „plus“-Paket beinhaltet zusätzliche Tools wie ein Newsletter-System oder den Interessenfinder. Dieser erlaubt es Eigentümern, die überlegen ihre Immobilie zu verkaufen, auf der Maklerwebsite nach hinterlegten Kaufinteressenten zu suchen, deren Suchkriterien zu dem Objekt passen. Die Breadcrumbs-Navigation des „plus“-Pakets sorgt dafür, dass sich Besucher noch besser auf der Website orientieren können, weil die einzelnen Rubriken nutzerfreundlich angezeigt werden.

Zum „pro“-Template zählen zusätzlich ein Lead-Generator, ein Modul zum Objekttracking sowie eine Merkliste für ausgewählte Immobilien. Selbstverständlich passen sich die Internetseiten an das jeweilige Gerät an, also die Bildschirmgröße von Smartphone, Tablet oder PC (responsives Design). „Außerdem werden die Auftraggeber bei der konzeptionellen Abstimmung und Umsetzung ihres Website-Relaunches von unseren onOffice Experten intensiv betreut“, erläutert Mantl. Dazu zählt auch, dass sie nach Projektabschluss wissen, wie sie die über ihre Website ermittelten Nutzerdaten analysieren können, um darauf aufbauend beispielsweise Nutzerführung, Verlinkungen, Inhalte etc. zu verbessern, um mehr Objekte zu akquirieren.

■ Drei SEO-Pakete zur Wahl für eine bessere Google-Auffindbarkeit

Neben einer guten Nutzerführung und professionell aufgearbeiteten Immobilienangeboten ist es ebenso wichtig, dass die Website bei der Google-Suche auf den vorderen Plätzen der Ergebnisliste landet. Denn fast jede Makler- und Immobiliensuche startet bei Google. Auch hierbei unterstützt onOffice Maklerinnen und Makler durch eine permanente Suchmaschinen-Optimierung ihrer Homepage (Search Engine Optimization: SEO).

Die SEO-Optimierung setzt sich aus zwei Bereichen zusammen. Nach einer Grundlagenoptimierung werden erstens technische Maßnahmen

zur Verbesserung der Auffindbarkeit getroffen. Dazu zählen unter anderem die Keyword-Analyse und die Anpassung bestehender Websitetexte (Überschriften, TextEinstiege etc.) an häufig gesuchte Suchbegriffe und Wortkombinationen.

Zweitens wird der Bereich der Inhalte (Content) permanent verbessert. Denn ein entscheidender Faktor für ein gutes Suchmaschinen-Ranking ist die Verweildauer der Nutzer auf der Maklerwebsite. Jeden Monat werden – je nach gebuchtem SEO-Paket von onOffice – ein, zwei oder mehr individuell geschriebene Texte eingepflegt. Dabei werden auch lokale Themen bearbeitet. Alle redaktionellen Inhalte werden im Vorfeld mit dem Kunden besprochen und von diesem freigegeben. Zu den Textformaten zählen beispielsweise Blogbeiträge, Website-Texte, News, Ratgeber oder die Überarbeitung bestehender Inhalte. Entscheidend ist, dass die Internetpräsenz nicht statisch ist, sondern Inhalte laufend aktualisiert und erweitert werden.

Ebenso wie bei den Website-Vorlagen gibt es auch bei der Suchmaschinenoptimierung drei verschiedene Pakete, die sich bezüglich Preisen und Leistungen unterscheiden und „SEO basic“, „SEO plus“ und „SEO pro“ heißen. Sie weichen unter anderem hinsichtlich der Zahl der monatlich produzierten Texte und der technischen Website-Optimierung voneinander ab. Bei Maklerunternehmen, die in einer Region mit geringem Wettbewerb tätig sind, kann das Basis-Paket ausreichend und die beste Wahl sein, gemäß den Erfahrungen der onOffice Experten. In Gebieten mit mehr Wettbewerb sollte ein umfangreicheres Paket gebucht werden, weil die Konkurrenz bekanntlich nicht schläft und auch andere Firmen über professionelle Internetauftritte verfügen.

Weil die Suchmaschine häufig ihren Algorithmus ändert, werden wichtige Neuerungen bei der Website-Pflege und SEO-Optimierung unmittelbar und automatisch von den Experten berücksichtigt. So brachte Google vor Kurzem ein „Page Experience Update“ heraus, eine zusätzliche Bewertungsmethode bei der Google-Suche. Eines der Kriterien ist die Frage, wie schnell sich eine Website aufbaut. Dass die onOffice Experten ihr Handwerk verstehen, sieht man auch an der eigenen Firmen-Website, die gerade überarbeitet wurde und viele neue Inhalte vorweist.

Weitere Infos: www.onOffice-com

Quelle: onOffice GmbH