

Käufermarkt: Der Makler muss näher am Käuferkunden sein

Stefan Mantl

In nahezu allen Regionen hat sich seit Frühjahr der Immobilienmarkt verändert. Häuser verkaufen sich nicht mehr so leicht wie in der zurückliegenden Dekade: Makler müssen aktiver verkaufen, ihre Käuferkontakte intensiver pflegen, tatsächliche Erwerber schneller qualifizieren. Dabei unterstützt sie eine professionelle Software, verbunden mit einem klugen Prozessmanagement, das die Customer-Journey weitgehend automatisiert abbildet. So lässt sich der mit den neuen Marktanforderungen verbundene Mehraufwand begrenzen.

In jedem Maklerunternehmen sollten digital ausgelöste Käuferkontakte besser gepflegt werden als früher. Das heißt, dass in einem zweiten Schritt Kaufinteressierte persönlich angesprochen werden sollten. Denn bei allen technischen Möglichkeiten, welche unter anderem die Maklersoftware onOffice enterprise bietet, ist es weiterhin essenziell, Verkäufer und Käufer individuell zu betreuen, ihre Bedürfnisse und Wünsche zu kennen.

Ein Szenario im neuen Käufermarkt kann sein, dass Verbraucher auf Immobiliensuche über ein Portal oder die Maklerwebsite ein interaktives Web-Exposé anstatt eines Exposés als PDF-Datei erhalten. Nach dem Versand sollte der Vertriebsmitarbeiter möglichst unmittelbar das Gespräch suchen, ihn beispielsweise anrufen und auf Basis seines Nutzerverhaltens gezielte Fragen stellen, etwa, ob die Immobilie für ihn infrage kommt, ob er eine Besichtigung wünscht und ob er schon mit einem Finanzierungsexperten gesprochen hat beziehungsweise eine Finanzierungszusage über einen gewissen Betrag vorlegen kann. Falls eine solche Bankzusage existiert, sollte der Makler diese erbitten und in der Software bei den Kundendaten hinterlegen.

Feedback geben ohne Medienbruch. Außerdem ist es wichtig, von Kaufinteressierten möglichst niederschwellig Feedbacks zu holen. So kann ein Interessent, der ein Web-Exposé liest, dort unmittelbar eine Nachricht hinter-

”

Eine regelmäßige Datenabfrage per E-Mail führt dazu, dass die Kundendaten immer aktuell sind. Diese lässt sich in regelmäßigen Abständen über ein Prozessmanagement steuern. Angepasste Daten fließen dann automatisch in die Software ein.

lassen und beispielsweise um einen Besichtigungstermin bitten.

Auch nach einer Objektbegehung sollte der Makler die Möglichkeit nutzen, vom Interessenten eine Einschätzung zu erhalten. Bei der Software onOffice enterprise ist dies mit dem ImmoFeedback möglich. Diese E-Mail kann zeitversetzt nach einer Besichtigung, einem Beratungsgespräch oder einer Objektaufnahme automatisch an die Teilnehmer verschickt werden. Die Ergebnisse der einzelnen Feedbacks zum jeweiligen Objekt werden in der Software automatisch gespeichert; die Antworten den Kunden sowie Objekten zugeordnet. Zudem können sie analysiert und grafisch dargestellt werden.

Diese Feedback-Möglichkeiten sollten in Prozessketten gegossen werden. Bei einem positiven Feedback nach einer Besichtigung sollte in diesem Prozess etwa der Objektbetreuer im Maklerbüro, der diese Nachricht erhält, die Kaufinteressierten direkt anrufen und weiter qualifizieren.

Social-Media-Kanäle für Recherchen nutzen. Die meisten Maklerinnen und Makler nutzen Social-Media-Kanäle für ihren Vertrieb sowie den Aufbau ihrer Marke. Dabei lassen sich über Instagram, Facebook, LinkedIn & Co. zusätzlich relevante Informationen über potenzielle Käufer gewinnen. Das sind unter anderem Hinweise zum Familienstand, ihrem Arbeitgeber, Wohnort, ihrer aktuellen

→



Wohnsituation und ihren Hobbys. Diese Daten, die für eine Immobiliensuche wichtig sind, lassen sich in der Maklersoftware von onOffice in zusätzlichen Feldern anlegen, die mit wenigen Klicks erstellbar sind.

Viele Makler nutzen seit Jahren eine Käuferdatenbank, in der potenzielle Kaufinteressierte ihre Suchkriterien hinterlegt haben. Die meisten verwenden sie bislang eher, um gegenüber Verkäufern ihre Kundengröße darzulegen, also dem Eigentümer zu demonstrieren, dass sie über eine Vielzahl von Interessenten verfügen, die für sein Objekt infrage kommen.

Die Kunden-Datenbank ist in der aktuellen Marktsituation Gold wert. Daher sollte mit ihr intensiver gearbeitet werden als in der Vergangenheit. Vielleicht muss mancher Käufer mittlerweile beim Kaufpreis Abstriche machen oder anstatt eines frei stehenden Hauses kann er sich auch ein Reihenhaus oder eine Eigentumswohnung vorstellen. Oder er hat seinen Suchradius erweitert, weil er öfter Homeoffice machen darf und nicht mehr jeden Werktag ins Büro pendeln muss. Diese Informationen sollten erfragt werden und mit ihnen gründlicher gearbeitet werden, um Kaufinteressierten passgenaue Objekte anbieten zu können. Dies gelingt gegebenenfalls mit einem VIP-Service, der dem Kaufinteressenten passende neue Objekte offeriert, bevor diese über die großen Portale vermarktet werden.

Auf der anderen Seite ist dies die Zeit der Profis: Die neue Marktlage wird vermutlich dazu beitragen, dass sich der Markt in vielen Regionen bereinigt.

Eine regelmäßige Datenabfrage per E-Mail führt dazu, dass die Kundendaten immer aktuell sind. Diese lässt sich in regelmäßigen Abständen über ein Prozessmanagement steuern. Angepasste Daten fließen dann automatisch in die Software ein.

Auch sollten sich Maklerunternehmen bei Kaufinteressierten mit einem E-Mail-Marketing im Gedächtnis halten. Solche Mails lassen sich ebenfalls über das Prozessmanagement planen und verschicken. Dabei können verschiedene Themen, Checklisten, Podcasts oder weiterer Content verbreitet werden. Haben sich Interessenten mehrere Tage nach einer Besichtigung nicht dazu geäußert, ob die Immobilie für sie infrage kommt, kann automatisch eine Erinnerung, etwa das Immofeedback per Mail verschickt werden.

Newsletter mit relevanten Informationen anbieten. Die wirtschaftliche Situation im Allgemeinen und die Lage am Immobilienmarkt im Besonderen sind aktuell großen Veränderungsprozessen ausgesetzt. Da ist der Informationsbedarf der Käufer zu Fragen der Finanzierung, zur passenden Dämmung und Heiztechnik, zu Fördermöglichkeiten, alternativen Energieträgern etc. immens. Immobiliendienstleister können sich in Newskanälen als Experten profilieren und ihre Kunden binden. onOffice kooperiert hierbei mit dem Newsletter-Anbieter Mailchimp. Die Technik ermöglicht es, genau zu erkennen, wie viele Abonnenten den Newsletter öffnen, welche Texte sie lesen und welche nicht. Diese gewonnenen Daten werden wiederum in onOffice enterprise den einzelnen Kunden zugeordnet. Auch daraus können Vertriebsmitarbeiter wichtige Informationen ziehen.

Weitere Dienstleister, mit denen das Aachener Unternehmen im Rahmen des Marketplaces kooperiert, sind Anbieter von virtuellem Home Staging. Diese sind ein wichtiges Tool im Käufermarkt, entsprechend verbuchen die Unternehmen seit Frühjahr 2022 ein stark gestiegenes Interesse an virtuell optimierten Objektfotos oder 360-Grad-Touren: Wenn nicht mehr jedes angebotene Haus automatisch eine große Nachfrage generiert, sollte die Präsentation verbessert werden. Das gelingt einfach, schnell und günstig mit Anbietern wie Ogulo, Space Renovator oder Roomeo & Julia.

Beim virtuellen Home Staging werden, im Gegensatz zum klassischen Home Staging, keine bestehenden Räume verändert. Vielmehr werden auf Basis von Objektfotos des Maklers die Flächen virtuell in 3D nachgebaut und mit

zeitgemäßen Möbeln, Wandfarben und Bodenbelägen versehen. Diese sogenannten Renderings geben Käufern ein Gefühl, wie die Immobilie aussehen kann, wenn sie renoviert ist oder zwei Räume zu einem zusammengelegt werden.

Eine solche Immobilienpräsentation spricht Kaufinteressierte weitaus eher an, erzielt mehr Klicks und Besichtigungsanfragen als Objektfotos von leer stehenden, nicht renovierten Räumen oder von Zimmern, die nicht mit zeitgemäßen Möbeln eingerichtet sind. Dabei ist klar ersichtlich, dass die Räume in der Realität (noch) anders aussehen. So sind bei fast allen Anbietern die Vorher- und Nachher-Bilder nebeneinander angeordnet. Mit einem selbsterklärenden

„Schieber“ kann mit der Maus, dem Finger oder einem Touchpad zwischen den beiden Ansichten variiert werden.

Für die meisten Makler bringt der Käufermarkt es mit sich, dass sie mehr Arbeit haben. Neben der Interessenpflege ist es weiterhin wichtig, neue Objekte zu akquirieren. Auf der anderen Seite ist dies die Zeit der Profis: Die neue Marktlage wird vermutlich dazu beitragen, dass sich der Markt in vielen Regionen bereinigt. Und jeder Käufer wird möglicherweise eines Tages zu einem Verkäufer. War er mit der Dienstleistung des Maklerunternehmens zufrieden, wird er es wahrscheinlich noch einmal beauftragen. Auch hierbei helfen Tools, wie ein automatischer Versand von

Glückwünschen, etwa zum Geburtstag des Verkäufers und Erwerbers einer Immobilie oder einen Gruß zum „Immobilien-Geburtstag“, also dem Tag der Kaufvertragsunterzeichnung beziehungsweise des Einzugs in die Traumimmobilie. ■



Der Autor

Stefan Mantl ist Geschäftsführer der onOffice GmbH. Die Maklersoftware onOffice enterprise hat über 35.000 Anwender.

NEU: Künstliche Intelligenz

Exposé-Text-Generator

- ✓ Autoregressives Sprachmodell
- ✓ Deep Learning KI



- ✓ Trainierte Textmodelle von Textosé
- ✓ Deutsch & Englisch
- ✓ Keine Textbegrenzung (unlimited)

Textosé
Exposé-Text-Generator

www.expose-text-generator.de

