



ALS IMMOBILIENMAKLER

MONATLICH 2-3 AUFTRÄGE GEWINNEN,

DIE SICH AUCH VERKAUFEN LASSEN

Unsere Akquisestrategie, um planbar **TOP-Objekte** mit **drastisch kürzeren Vermarktungszeiten** zu akquirieren.

REPORT

INHALTE

SCHRITT 1

FIRMENSTRUKTUR OPTIMIEREN

Seite 8

1.1 Generalistische vs. spezialisierte Firmenstruktur

Seite 10

1.2 Akquiseabteilung aufbauen

Seite 12

1.3 Vermarktungsabteilung aufbauen

Seite 14

SCHRITT 2

AKQUISEPROZESSE IMPLEMENTIEREN

Seite 16

2.1 Offline Akquise

Seite 18

2.1.1 Recherche

Seite 19

2.1.2 Aufträge gewinnen

Seite 21

2.2 Netzwerk Akquise meistern

Seite 24

2.2.1 Recherche

Seite 25

2.2.2 Netzwerkpartner gewinnen

Seite 26

2.2.3 Kampagnen mit diesen Partnern schalten

Seite 27

2.3 Empfehlungen

Seite 29

2.3.1 Direkte Empfehlungen

Seite 30

2.3.2 Indirekte Empfehlungen

Seite 32

SCHRITT 3

AKQUISE AUSLAGERN

Seite 34

3.1 Systeme und Prozesse

Seite 36

3.2 Mitarbeiter gewinnen

Seite 38

3.3 Mitarbeiter aus- und weiterbilden

Seite 40

WEITERE THEMEN

Fallstudien

Seite 42

Die Firmengruppe

Seite 48

Nächsten Schritte

Seite 50

ÜBER DIESEN

REPORT

Nichts entscheidet mehr über den Erfolg eines Immobilienmaklers, als die Qualität seiner Akquiseprozesse. Diese Sache haben wir aus der Zusammenarbeit mit über 500 Immobilienmaklern gelernt.

Wir haben Makler kennengelernt, die seit 20 Jahren am Markt sind und solche, die seit zwei Monaten am Markt sind.

Makler, welche eine geniale, teure Webseite haben und Makler, welche gar keine Webseite haben. Makler mit vielen Mitarbeitern und Makler, die alles komplett alleine machen.

Makler, welche ausgebildet und zertifiziert sind und Makler, welche Quereinsteiger ohne Vorerfahrung sind.

Doch all diese Faktoren waren nicht ausschlaggebend für den Erfolg der jeweiligen Makler. Egal in welcher Größe die Maklerunternehmen waren, wir konnten immer eine direkte Korrelation zwischen der Qualität der Akquiseprozesse und dem Erfolg der Firma feststellen.

Das bedeutet, dass die Qualität der Akquiseprozesse den für den Erfolg entscheidenden Faktor darstellt. Das bedeutet aber auch, dass je besser Sie Ihre Akquiseprozesse aufsetzen, desto erfolgreicher Sie mit Ihrem Maklerunternehmen sein werden - unabhängig von Ihrer aktuellen Firmengröße

und Situation. Selbst im aktuellen Käufermarkt, wo wieder mehr Objekte zu gewinnen sind, sind die Akquiseprozesse entscheidend.

Warum ist das so? Durch gute Akquiseprozesse erhalten Sie viele Immobilienangebote für die Vermarktung. Durch die volle Pipeline haben Sie den (aktuell notwendigen) Luxus, sich nur die Objekte in den Bestand zu nehmen, die sich auch im aktuellen Markt wirklich verkaufen lassen.

Für wen ist dieser Report?

Für Einzelmakler, die Schritt für Schritt lernen wollen, wie sie aus ihrer Arbeitszeit mehr hochwertige Objekte gewinnen, die sich am Markt auch verkaufen lassen und wie sie sich auch gegen größere Firmen erfolgreich durchsetzen können.

Auch lernen Sie, wie Sie die Akquise im zweiten Schritt an einen passenden Mitarbeiter abgeben können, damit Sie sich auf die Dinge fokussieren können, welche Sie gerne machen und Ihnen auch den maximalen Mehrwert liefern.

Wenn Sie **Geschäftsführer einer kleineren Maklerfirma** mit 2-3 Mitarbeitern sind, lernen Sie ganz genau, wie Sie die Effizienz Ihrer Mitarbeiter durch bessere Firmenstrukturen und optimierte Akquiseprozesse drastisch steigern können. So werden Ihre Mitarbeiter mehr Umsatz einspielen und Sie können sich von Ihren Akquiseaufgaben lösen.

Wenn Sie **Geschäftsführer einer großen Maklerfirma** sind, lernen Sie, wie Sie Ihre bestehenden Akquiseprozesse nochmals optimieren können und welche zusätzlichen Akquisewege es gibt, die Ihr Team wahrscheinlich noch nicht oder zumindest noch nicht optimal nutzt. So können Sie noch mehr aus Ihren Mitarbeitern holen, was sich am Ende natürlich direkt positiv auf Ihr Geschäft auswirkt.

Also egal wo Sie gerade stehen, dieser Report dient dazu, Ihnen detailliert aufzuzeigen, wie auch Sie Ihre Akquiseprozesse sofort optimieren und dadurch mit Ihrer Maklerfirma erfolgreicher sein können.

Viel Spaß und Erfolg beim Bearbeiten,

A handwritten signature in white ink, reading "R. Michel Junior".

Ihr Robert Michel Junior

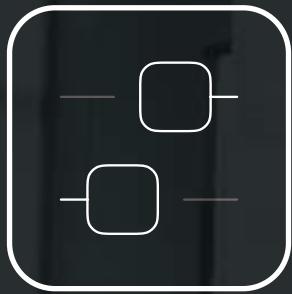
& das Team der Scale PROP



SCHRITT 1

FIRMENSTRUKTUR

OPTIMIEREN



Im ersten Teil des Reports schauen wir uns die Wichtigkeit einer spezialisierten Firmenstruktur an und warum diese die Grundlage für eine effiziente Akquisestrategie ist.

Hierfür vergleichen wir eine generalistische mit einer spezialisierten Firmenstruktur, um Ihnen ganz genau die Vorteile einer Spezialisierung aufzuzeigen.

Dafür teilen wir eine Maklerfirma immer in zwei Abteilungen auf und zwar in die Akquise- und die Vermarktungsabteilung.

Wir zeigen Ihnen ganz genau, wie Sie diese Abteilungen strukturieren müssen, damit Sie 2-3 Aufträge pro Monat gewinnen und diese so effizient wie möglich innerhalb der nächsten 3 Monate vermarktet bekommen.

FIRMENSTRUKTUR OPTIMIEREN

1.1 GENERALISTISCHE

VS. SPEZIALISIERTE FIRMENSTRUKTUR

Die meisten Immobilienmakler haben eine allgemeine Firmenstruktur.

Das bedeutet, dass die Mitarbeiter sich sowohl um den Einkauf als auch um den Verkauf kümmern.

Dies bringt aber drei große Nachteile mit sich :

1. ist es schwierig, an gute qualifizierte Mitarbeiter zu kommen, da diese Mitarbeiter sämtliche Tätigkeiten eines Immobilienmaklers beherrschen müssen.
2. sind diese Mitarbeiter teuer, da sie über verschiedene Qualifikationen und Arbeitserfahrungen verfügen müssen.
3. Wenn ein Mitarbeiter gewonnen ist, muss er länger ins Unternehmen eingeschult werden und die Gefahr ist relativ groß, dass der Mitarbeiter das

Unternehmen in Zukunft verlassen wird, um sich selbstständig zu machen, da er nun alles gelernt hat. Deshalb höre ich von Einzelmaklern auch immer wieder folgenden Satz:

” Mitarbeiter zu beschäftigen habe ich versucht,
das hat nicht funktioniert.
Ich mache lieber alles selbst. “

Meistens liegt das Problem aber nicht an den Mitarbeitern, sondern an der Firmenstruktur. Deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihre Firma in die Bereiche “Einkauf” und “Verkauf” aufteilen.

Durch eine spezialisierte Firmenstruktur :

1. verhindern Sie die Inkonsistenz bei der Objektakquise, da Sie eine spezialisierte Akquiseabteilung haben,
2. ist die Mitarbeitergewinnung viel einfacher (und günstiger), da Sie weniger erfahrene Leute benötigen,
3. können die neuen Mitarbeiter viel schneller eingeschult werden und bleiben dem Unternehmen länger treu.

So schaffen Sie es, dass Ihre Mitarbeiter ein Boost für Ihr Unternehmen sind und keine Belastung (egal, ob Sie bereits Mitarbeiter haben oder dies noch vor Ihnen steht). Schauen wir uns die einzelnen Abteilungen einmal etwas detaillierter an.



1.2 AKQUISEABTEILUNG AUFBAUEN

Zuerst sollten Sie eine Akquiseabteilung aufbauen, da diese für die Gewinnung von neuen, verkaufbaren Aufträgen zuständig ist und somit das weitere Firmenwachstum finanziert.

Die Akquiseabteilung gilt es wiederum in zwei Stufen aufzuteilen. Sie haben Akquisiteure, welche telefonisch Termine legen und Closer, welche diese Vor-Ort-Termine dann durchführen und in Aufträge umwandeln.

Je nach Größe Ihres Unternehmens können Sie die Akquisiteure für einzelne Bereiche nochmals weiter spezialisieren. Zum Beispiel einen für Kaltakquise, einen für die Leadbearbeitung, einen für den Aufbau von Netzwerkpartnern usw. (mehr dazu in Teil 2 dieses Reports).

EINKAUF

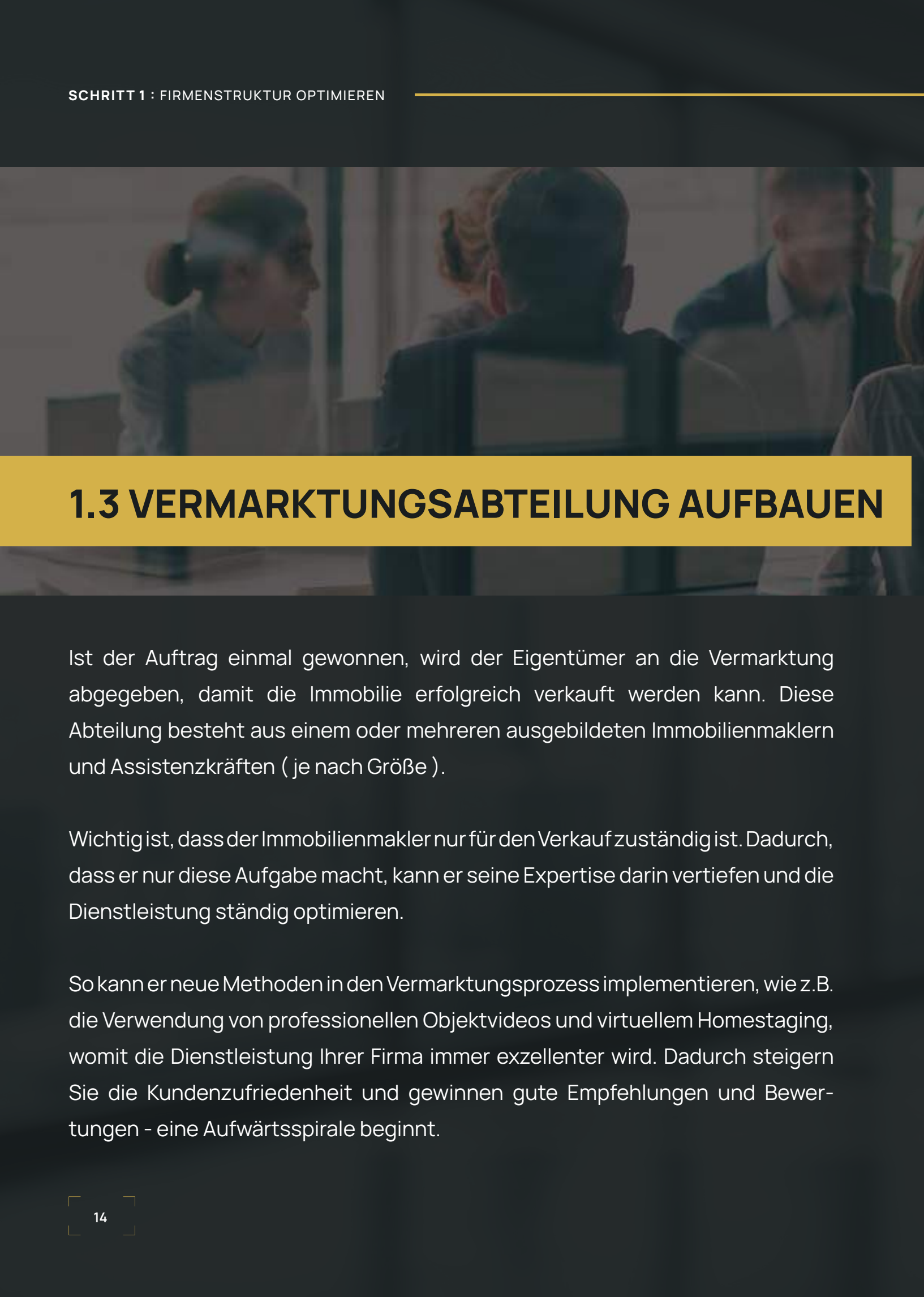
CLOSER
AUFTRAGSGEWINNUNG

QUALIFIER 1
OFFLINE AKQUISE

QUALIFIER 2
LEAD-BEARBEITUNG

QUALIFIER 3
PARTNER NETZWERK

TIPP: Je detaillierter Sie die Mitarbeiter einteilen, desto besser werden Sie in den jeweiligen Teilbereichen.



1.3 VERMARKTUNGSABTEILUNG AUFBAUEN

Ist der Auftrag einmal gewonnen, wird der Eigentümer an die Vermarktung abgegeben, damit die Immobilie erfolgreich verkauft werden kann. Diese Abteilung besteht aus einem oder mehreren ausgebildeten Immobilienmaklern und Assistenzkräften (je nach Größe).

Wichtig ist, dass der Immobilienmakler nur für den Verkauf zuständig ist. Dadurch, dass er nur diese Aufgabe macht, kann er seine Expertise darin vertiefen und die Dienstleistung ständig optimieren.

So kann er neue Methoden in den Vermarktungsprozess implementieren, wie z.B. die Verwendung von professionellen Objektvideos und virtuellem Homestaging, womit die Dienstleistung Ihrer Firma immer exzellenter wird. Dadurch steigern Sie die Kundenzufriedenheit und gewinnen gute Empfehlungen und Bewertungen - eine Aufwärtsspirale beginnt.

AUFTRAGSGEWINNUNG

•

VERKÄUFER

•

ASSISTENZ

•

BACKOFFICE



SCHRITT 2

AKQUISEPROZESSE

IMPLEMENTIEREN



Nachdem Sie Ihre Firma richtig strukturiert, sprich in Einkauf und Verkauf aufgeteilt haben, zeigen wir Ihnen, wie eine erfolgreiche Objektakquise wirklich funktioniert. Sie denken vielleicht, dass Sie das alles schon kennen und seit Jahren erfolgreich umsetzen.

Wenn Sie aber noch nicht konstant 300.000 € Umsatz pro Jahr als Einzelmakler, bzw. 300.000 € Umsatz pro Jahr pro Mitarbeiter machen, dann haben auch Ihre Akquiseprozesse noch Verbesserungspotenzial!

Das Schöne bei Akquiseprozessen ist ja, dass sich jede Optimierung direkt auf den Umsatz und Gewinn Ihres Unternehmens auswirkt. Deshalb sollte Ihr Anspruch sein, sich selbst und Ihre Mitarbeiter im Bereich Akquise ständig weiterzuentwickeln.

Deshalb zeigen wir Ihnen jetzt, welche drei fundamentalen Strategien Sie nutzen müssen, um jeden Monat zwei bis drei TOP-Objekte gewinnen zu können - und wie Sie diese Akquiseprozesse ständig weiter optimieren können.

AKQUISEPROZESSE ETABLIEREN

2.1 OFFLINE AKQUISE

Die erste Akquisestrategie, welche Sie zwingend in Ihrem Unternehmen etablieren müssen, ist die Offline Akquise. Gerade im aktuellen Markt gibt es zahlreiche Immobilienbesitzer, welche vor ein paar Monaten der Meinung waren, dass sie die Immobilie auch ohne Makler verkauft bekommen. Mittlerweile realisieren diese Eigentümer, dass dies nicht der Fall ist.

Diese Privatverkäufer sind verzweifelt und brauchen Hilfe - auch wenn sie das vielleicht zu Beginn nicht immer zugeben wollen.

Da die großen Prop-Techs die Privatverkäufer sowieso anrufen werden, sehe ich es als Ihre Aufgabe, den Menschen in Ihrer Region eine lokal verankerte Alternative zu den Prop-Techs zu bieten und ihnen zumindest einmal aufzuzeigen, wie Sie ihnen weiterhelfen könnten. Je besser Ihnen dies gelingt, desto eher werden Sie am Ende den Auftrag erhalten. Schauen wir nun, wie Sie dies erfolgreich in die Praxis umsetzen können.



2.1.1 RECHERCHE

Als erstes müssen Sie alle Privatverkäufer in Ihrer Region ausfindig machen. Erst dann wissen Sie, welchen Immobilienverkäufern Sie wirklich weiterhelfen können. Stellen Sie dafür Suchaufträge für alle regional auf den Markt kommenden Immobilien auf den gängigen Portalen ein. Erstellen Sie dann eine Liste der privat Inserierenden, die ohne Makler verkaufen und stellen Sie sicher, dass Sie diese Liste laufend aktualisieren.

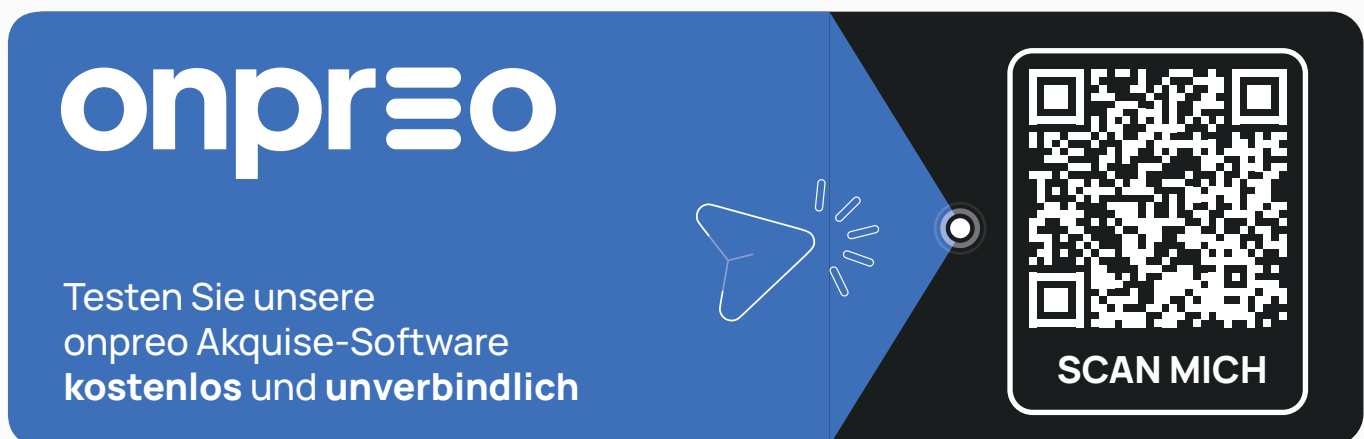
 **TIPP** Sie können sich auch Datenlisten kaufen, zum Beispiel von Anbietern wie <https://www.imv-online.de/> - durch diese Listen kommen Sie auch vermehrt direkt an die Telefonnummer der Verkäufer.

In dieser Tabelle lohnt es sich, Notizen zum Bearbeitungsstand der einzelnen Leads zu machen, damit Sie nicht den Überblick verlieren.

Mit der Zeit werden Sie aber merken, dass das Arbeiten in einer Excel-Tabelle ziemlich unübersichtlich wird.

Deshalb empfehlen wir immer, dass Sie für die Akquise eine professionelle Akquise-Software nutzen. Wir empfehlen dabei onpreo, die erste deutschsprachige Akquise-Software für Immobilienmakler mit standardisierten Akquise-Pipelines.

Durch diese Akquise-Pipelines haben Sie ständig alle potenziellen Aufträge im Überblick, Sie erhalten automatisierte Nachfassaufgaben und können per Knopfdruck passende E-Mail-Kampagnen starten.

A promotional banner for onpreo. The left side has a blue background with the 'onpreo' logo in white. Below the logo, it says 'Testen Sie unsere onpreo Akquise-Software kostenlos und unverbindlich'. In the center, there is a white line-art icon of a funnel with arrows pointing into it. The right side of the banner has a black background with a white QR code. Below the QR code, it says 'SCAN MICH' in white capital letters.

onpreo

Testen Sie unsere
onpreo Akquise-Software
kostenlos und unverbindlich

SCAN MICH

Sie brauchen mehrere funktionierende Akquiseprozesse in Ihrem Unternehmen. Diese Akquiseprozesse müssen absolut optimiert und standardisiert sein. Je besser die Akquiseprozesse sind, desto mehr profitiert Ihr Unternehmen davon.



2.1.2 AUFTRÄGE GEWINNEN

Nachdem Sie alle privat inserierenden Verkäufer ausfindig gemacht und in Ihre Tabelle oder besser Ihre Akquise-Software eingetragen haben, geht es jetzt darum, diese telefonisch zu kontaktieren und zu fragen, wie der Verkauf läuft.

Die meisten Verkäufer werden mit der Zeit zugeben, dass der Verkauf nicht wie gewünscht läuft. Fragen Sie dann, ob der Verkäufer denn bereit wäre, die Immobilie an einen Ihrer Kunden zu verkaufen oder ob er bereit wäre, mit Ihnen als Makler zusammenzuarbeiten.

Sobald der Eigentümer dies bejaht, machen Sie ihm klar, dass Sie die Immobilie einmal persönlich anschauen müssen, um abzuklären, ob sie für Ihren potenziellen Käufer passen könnte bzw. ob Sie dem Eigentümer beim Verkauf weiterhelfen können.

 **TIPP** Damit Sie auch rechtlich keine Probleme bei der Offline Akquise haben, müssen Sie sicherstellen, dass Sie Suchaufträge von potenziellen Käufern haben, in dessen Auftrag Sie sich über die Immobilie informieren.

Entscheidend für den Erfolg in der Offline Akquise sind Ihre verkäuferischen Fähigkeiten. Ein guter Akquisiteur schafft es, aus 10 Telefonaten zwei bis vier Termine vor Ort zu gewinnen, während ein schlechter Akquisiteur keinen einzigen Termin erhält.

Deshalb ist es essenziell, dass Sie die Gesprächseröffnung, die Bedarfsbegründung, die Nutzenvermittlung und die Einwandbehandlung in diesen Telefonaten von A bis Z meistern. Sie müssen also genau wissen, was Sie einem Privatverkäufer sagen müssen, damit er Ihnen überhaupt zuhört und wie Sie auf Aussagen wie “ich will keinen Makler”, oder “ich will privat verkaufen” reagieren können.

 **TIPP** Wir haben eine 90-minütige Verkaufsschulung zum Thema Akquiseprozesse. In dieser stellen wir auch einen detaillierten Leitfaden und die wichtigsten Einwandbehandlungen vor. Bei Interesse melden Sie sich gerne bei uns.

Sie können die Offline Akquise natürlich auch an einen motivierten Mitarbeiter auslagern. Dennoch empfehlen wir, die Offline Akquise erstmal selbst umzusetzen, damit Sie wissen, was man einem Mitarbeiter später auch schult (dazu mehr in Schritt 3).

WIE KÖNNEN WIR SIE UNTERSTÜTZEN?

Egal auf welcher Stufe Sie mit Ihrem Unternehmen stehen, wir können Sie in allen Phasen unterstützen.

01. Die ersten Schritte als selbstständiger Immobilienmakler

Wir helfen Ihnen, Ihr Immobilienunternehmen erfolgreich aufzubauen, planbar neue Verkaufsaufträge zu gewinnen und Ihre Vermarktung zu professionalisieren.

02. Der Weg vom selbstständigen Immobilienmakler zum Unternehmer

Wir helfen Ihnen, Ihr bestehendes Geschäft mit Mitarbeitern und Prozessen auszubauen, um sich langfristig aus dem operativen Tagesgeschäft herauszuziehen.

03. Der Aufstieg zum Marktführer in Ihrer Region

Wir helfen Ihnen durch die Digitalisierung Ihrer Akquise und Vermarktung zum regionalen Marktführer aufzusteigen und machen Sie zu dem Makler in der Region!

Wenn Sie jetzt wissen wollen, wie wir Sie mit Ihrem Immobilienunternehmen unterstützen können, dann sichern Sie sich hier ein kostenloses Strategiegeläch.



Kostenloses Erstgespräch



AKQUISEPROZESSE ETABLIEREN

2.2 NETZWERK AKQUISE MEISTERN

Nachdem die Offline Akquise etabliert ist, sollten Sie als nächstes die Netzwerk Akquise in Ihrem Unternehmen etablieren.

Bei der Netzwerk Akquise geht es nicht darum, dass Sie viele Leute in Ihrer Region kennen, welche Sie in unregelmäßigen Abständen an potenzielle Verkäufer weiterempfehlen - das sind keine wirklichen Netzwerkpartner.

Es geht vielmehr darum, effizient an Firmen zu gelangen, welche auch Immobilienbesitzer als Kunden haben und welche Ihr Unternehmen und Ihre Dienstleistungen mindestens einmal im Jahr an all ihre Kunden weiterempfehlen.

Doch wie gelingt Ihnen dies am besten?



2.2.1 RECHERCHE

Um gute Netzwerkpartner zu akquirieren, müssen Sie zuerst auf Google nach Dienstleistungen suchen, welche Hausbesitzer benötigen. Beispiele dafür sind Fassadenreinigungen, Malerbetriebe, Dachdecker, Versicherungen etc.

Suchen Sie sich dann regionale Firmen aus, welche selbst auch Google-Werbung in der Region schalten. Wenn eine Firma Google-Werbung schaltet, will sie in der Regel auch mehr Kunden gewinnen, wodurch es erfahrungsgemäß einfacher wird, diese Firmen dann auch als Partner zu gewinnen.

 **TIPP** Erstellen Sie für jede Branche eine Liste mit fünf bis zehn möglichen Partnerfirmen und gehen Sie diese der Größe nach durch, um am Ende bestenfalls in jedem Bereich ein bis zwei passende Partner zu gewinnen.



2.2.2 NETZWERKPARTNER GEWINNEN

Im nächsten Schritt nehmen Sie telefonisch mit dem Netzwerkpartner Kontakt auf und fragen ihn, ob es für ihn denn spannend wäre, wenn Sie ihm Kunden vermitteln könnten.

Erklären Sie, dass Sie seine Werbung gesehen haben und Kunden haben, die an seiner Dienstleistung interessiert sein könnten.

In den meisten Fällen, ist die Firma daran sehr interessiert und unter dieser Grundlage auch gerne bereit, eine Kooperation in die Wege zu leiten.

Sobald der Partner bereit dazu ist, können Sie mit ihm auch aushandeln, dass er als Gegenleistung natürlich auch Sie an seine Kunden weiterempfehlen soll - meistens sind die Firmen gerne bereit dazu.



2.2.3 KAMPAGNEN MIT DIESEN PATRERN SCHALTEN

Einen Netzwerkpartner nur zu gewinnen, reicht nicht aus. Mit jedem Netzwerkpartner müssen ganz konkrete Empfehlungskampagnen geplant werden. Nur Firmen, welche Sie einmal im Jahr an all deren Kunden weiterempfehlen, sind Netzwerkpartner.

Damit diese Kampagnen vom Partner auch in die Praxis umgesetzt werden, müssen Sie sicherstellen, dass Sie ihm möglichst die komplette Arbeit abnehmen.

Bieten Sie dem Partner an, Flyer, Briefe und Broschüren selbst zu erstellen, damit der Partner möglichst wenig Arbeit hat. Im besten Fall muss er am Ende also nur noch die Werbematerialien verschicken lassen.

Da die Firma ebenfalls Eigentümer als Kunden hat, werden durch die gemeinsa-

men Kampagnen auf einen Schlag sehr viele Eigentümer auf Sie aufmerksam.

Wenn Sie dann noch ein gutes Angebot anbieten, zum Beispiel in Form einer kostenlosen Wertermittlung, können Sie durch nur eine einzige Kooperation zahlreiche Anfragen und Aufträge generieren.

 **TIPP** Mit jedem Netzwerkpartner müssen ganz konkrete Empfehlungskampagnen geplant werden. Nur Firmen, welche Sie einmal im Jahr an all deren Kunden weiterempfehlen, sind Netzwerkpartner.



The screenshot shows the onpreo website homepage. At the top, there is a navigation bar with the onpreo logo, links for 'Lösungen', 'Preise', 'Ressourcen', and 'Unternehmen', a phone number '+49 43 888 34 38', a 'Login' button, and a 'Jetzt kostenlos starten' button. The main content area features the headline 'Die innovativste Akquise-Software für Makler unserer Zeit'. Below this, there is a sub-headline 'Wie Sie mit onpreo IT in 9/10 Fällen Marktführer von Immobilien-Vermittlungsunternehmen werden, bis zu 350% mehr Aufträge gewinnen und die Vermarktungszeit so drastisch reduzieren.' To the right of the text is a graphic showing a map with location pins and a bar chart. At the bottom of the main content area, there are two buttons: 'Jetzt kostenlos testen!' and 'Demo-Termin buchen'.

onpreo

Testen Sie unsere
onpreo Akquise-Software
kostenlos und **unverbindlich**



AKQUISEPROZESSE ETABLIEREN

2.3 EMPFEHLUNGEN

Nachdem die Offline und Netzwerk Akquise implementiert wurde und auf hohem Level umgesetzt wird, geht es nun darum, das Empfehlungsgeschäft zu erweitern.

Die meisten Immobilienmakler leben von Weiterempfehlungen, betreiben diesen Akquiseweg aber nur passiv. Das heißt, Sie warten nach getaner Arbeit darauf, dass Sie von zufriedenen Kunden weiterempfohlen werden. Dabei wird aber viel Potenzial verschenkt.

Gerne zeigen wir Ihnen auf, wie Sie durch aktive Empfehlungen nochmals deutlich mehr Aufträge aus Ihren zufriedenen Kunden gewinnen können.

2.3.1 DIREKTE EMPFEHLUNGEN

Nutzen Sie am besten Empfehlungskampagnen. Dabei werden zufriedene Käufer und Verkäufer regelmäßig, zum Beispiel einmal im Jahr, telefonisch, per E-Mail und/oder postalisch kontaktiert. In unserer Maklerfirma nutzen wir zum Beispiel die Kampagne "Ihre Empfehlung ist uns Gold wert".

Dabei machen wir alle ehemaligen Kunden einmal im Jahr darauf aufmerksam, dass sie eine Goldmünze erhalten, falls durch ihre Empfehlung ein Auftrag erfolgreich gewonnen und abgewickelt wird.

So bleiben Sie regelmäßig im Kopf und der ehemalige Kunde vergisst Sie nicht - was zu mehr Empfehlungen und Folgeaufträgen führt.

Zusätzlich sollten Sie Nachbarschaftsbriefe erstellen, um die bestehende Nachfrage zu nutzen.

Anrede
Name
Strasse
PLZ / Ort

Exklusive Einladung: Ihre Empfehlung ist uns Gold wert!

Sehr geehrte "Anrede" "Nachname"

Wir möchten uns hiermit nochmals herzlich für die angenehme Zusammenarbeit sowie das Vertrauen bei Ihnen bedanken.

Gerne möchten wir Sie hiermit auch informieren, dass Sie nun als ehemaliger Verkäufer Käufer einer "newprop Immobilie" Teil unseres exklusiven Empfehlungsprogramms sein können!

Dies bedeutet für Sie folgendes:

Wenn Sie unsere Empfehlung zu einer Person abgeben, welche Ihre Immobilie weiterverkauft, wird sie das Mandat gesamt und erfolgreich verkauft haben. Sie erhalten so eine exklusive 100 gr. Bonussumme im Wert von ca. CHF 8'235,00.

Ihre Empfehlung ist uns das wertvollste Geschenk!

Und so funktioniert es:

**JETZT
KOSTENLOSE
BEWERTUNG
IHRER
IMMOBILIE**

An die Adresse der Überweisung "form"
PLZ/Ort

Erfolgreich verkauft in Ihrer Nachbarschaft!

Sehr geehrte "Anrede"

Sie können danken, weil in Ihrer nächsten Umgebung erfolgreich eine Wohnung/haus verkauft!

Sie haben noch immer exklusive Interessenten, welche mit diesem Verkauf leider nicht zum Zuge gekommen sind, obwohl sie schon in der Pipeline waren. Sollten Sie Interesse haben, Ihre Immobilie zu verkaufen, sind Sie bereit, so viel wie möglich zu verkaufen, so ist es möglich, Ihre Immobilie zu verkaufen, so ist es möglich, Ihre Immobilie zu verkaufen.

Gerne können Sie unser exklusives 100 gr. Bonus, um auf Ihren Verdienst zu gelangen, und zeigen Sie sich, so ist es möglich, dass Sie unsere Empfehlung abgeben und



**JETZT
KOSTENLOSE
BEWERTUNG
IHRER
IMMOBILIE
ANFORDERN**

 **TIPP** Lassen Sie sich von Ihren zufriedenen Kunden aktiv weiterempfehlen.

Durch besondere Weiterempfehlungskampagnen können Sie proaktiv mehr Empfehlungen gewinnen.



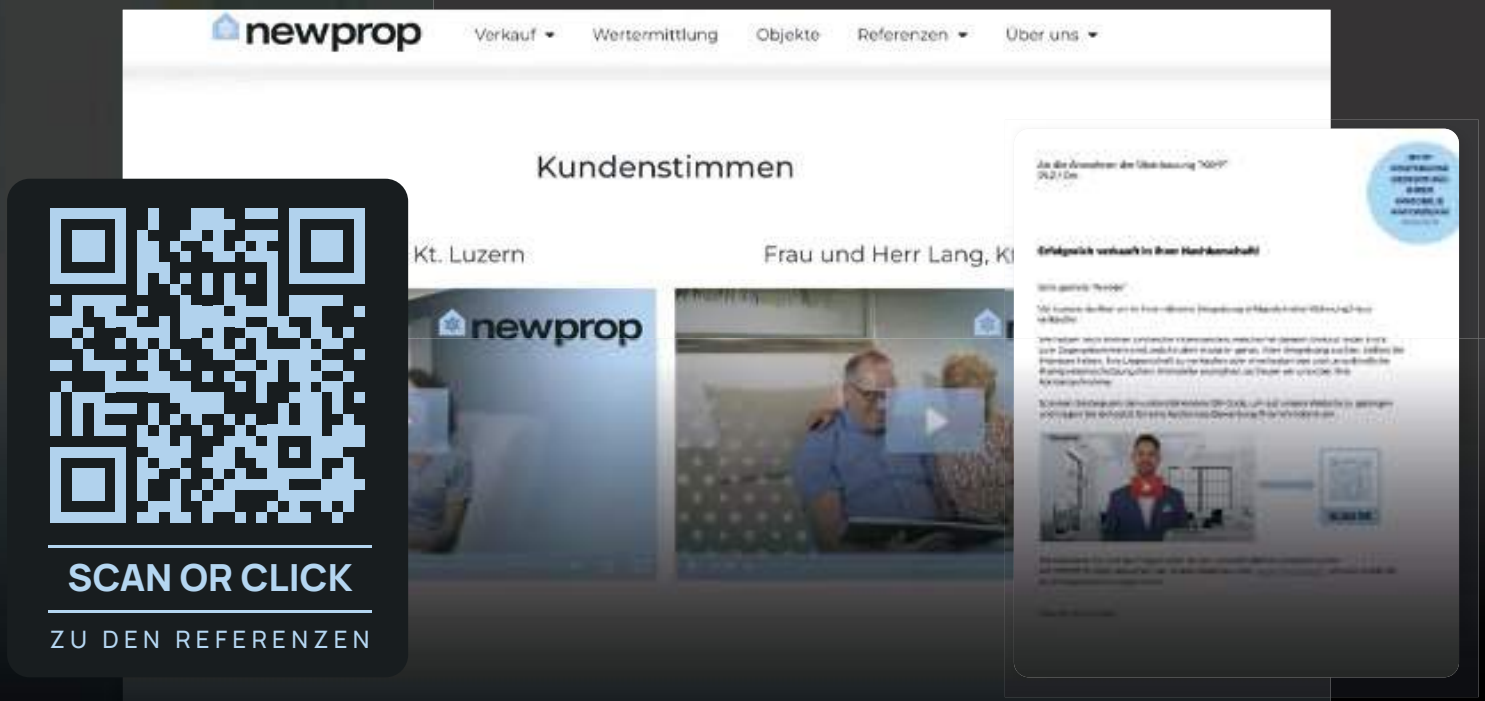
2.3.2 INDIREKTE EMPFEHLUNGEN

Zusätzlich zum aktiven Weiterempfehlen können Ihre Kunden Sie auch durch gute Bewertungen und Erfahrungsberichte indirekt weiterempfehlen.

Fragen Sie Ihre Kunden proaktiv nach guten Bewertungen auf Google, Trustpilot oder ProvenExpert.

Gerade als kleines Immobilienunternehmen stehen Sie vor der Herausforderung, dass Sie Vertrauen zum Endkunden aufbauen und sich gegen größere Maklerfirmen durchsetzen müssen.

Das gelingt Ihnen neben guten Bewertungen am besten mit Kundeninterviews. Interviewen Sie dafür Ihren Kunden in der betreffenden Immobilie und integrieren Sie zusätzlich Videoausschnitte von der Immobilie und Ausschnitte von den zufriedenen Kunden.



Diese Testimonials können Sie dann für Marketingzwecke nutzen und zusätzlich auf Ihrer Website integrieren, um wieder mehr Vertrauen zu schaffen und neue Aufträge zu gewinnen.



TIPP

Fragen Sie Ihre Kunden proaktiv nach positiven Google oder Trustpilot Bewertungen. Sie können diesen Prozess per E-Mail automatisieren, sodass der Bewertungsprozess unmittelbar nach dem Abschluss stattfindet, auch ohne dass Sie daran denken müssen.

Trustpilot bietet hierzu bereits fertige Schnittstellen. Bei Google können Sie auf externe Marketingautomatisierungs-Tools zugreifen, die Ihnen diese Arbeit abnehmen. Falls Sie Fragen zu diesen Themen haben, setzen Sie sich mit uns in Verbindung.

OUTSOURCING

SCHRITT 3

AKQUISE AUSLAGERN



Nachdem Sie jetzt die Firmenstruktur optimiert und die Akquise systematisiert haben, ist der nächste Schritt, die Akquise von Ihnen unabhängig zu machen.

Wenn Sie als Immobilienmakler erfolgreich werden wollen, darf nicht alles von Ihrer Person abhängig sein. Sie müssen die Akquise auslagern können.

Wie das funktioniert, schauen wir uns jetzt an.

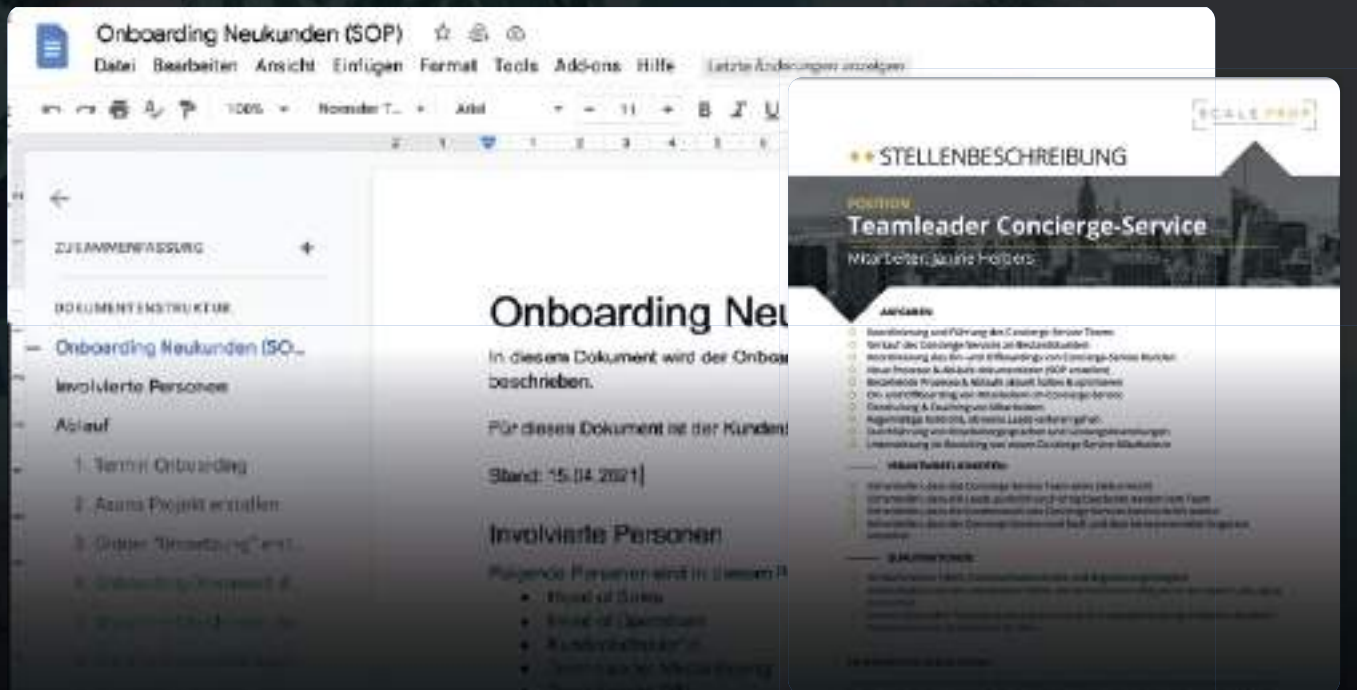
AKQUISE AUSLAGERN

3.1 SYSTEME UND PROZESSE

Als erstes müssen Sie sämtliche etablierte und optimierte Akquiseprozesse in Ihrem Unternehmen klar strukturieren. Ihre Mitarbeiter brauchen für sämtliche Arbeitsschritte klare Arbeitsanleitungen und Prozessabläufe.

Zusätzlich brauchen Sie Leitfäden, Präsentationsvorlagen und Werbematerialien für die Akquisiteure, die diese für den telefonischen Kontakt mit dem Kunden nutzen können.

Nur wenn diese Grundlagen stehen, können Sie sicher sein, dass Ihre Mitarbeiter die Akquise auch mit dem nötigen Qualitätsstandard und somit dem nötigen Erfolg durchführen.



Sobald die Prozesse stehen, müssen Sie Ihre Mitarbeiter in sämtlichen Abläufen auch möglichst effizient einschulen können.

Dafür empfehlen wir die kompletten Abläufe, Gespräche etc. per Video aufzunehmen, damit Ihre Mitarbeiter sich selbständig einschulen können.

So sparen Sie 70 % Ihrer zeitlichen Ressourcen bei der Einschulung Ihrer Mitarbeiter und diese können die Schulungen regelmäßig immer wieder repetieren.



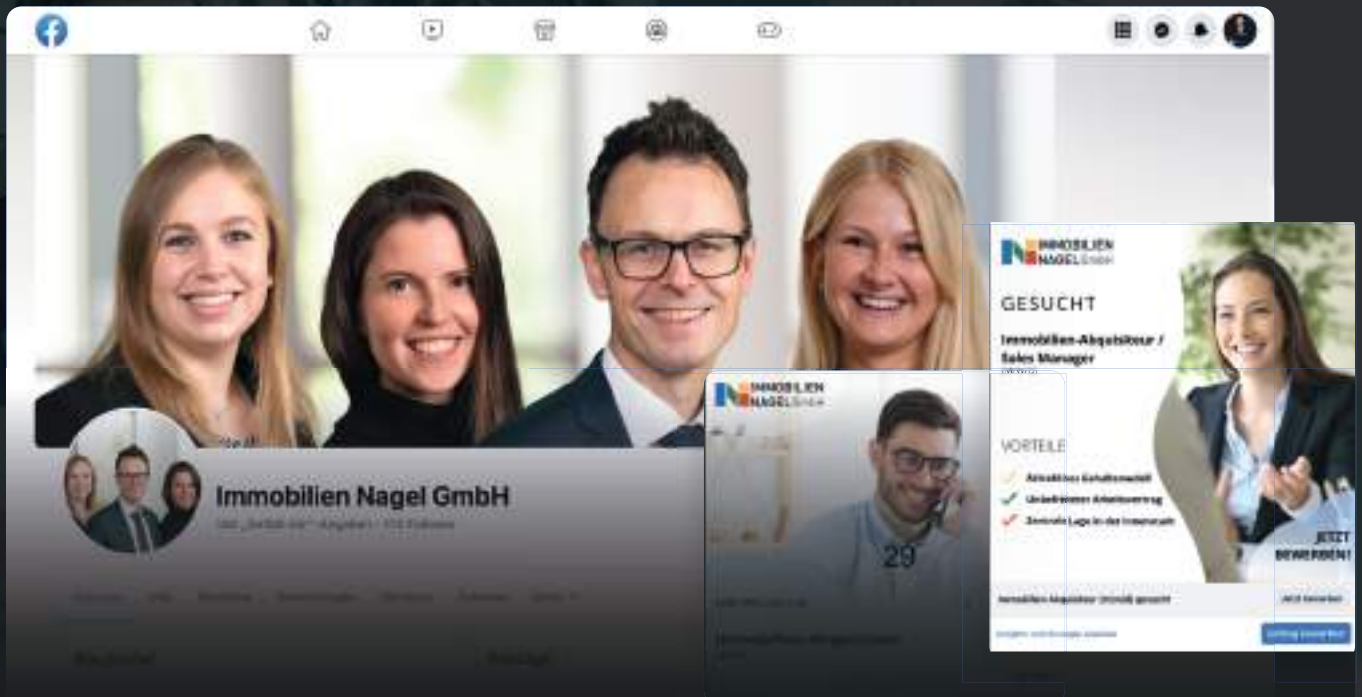
3.2 MITARBEITER GEWINNEN

Erst wenn diese Prozesse stehen, können Sie damit beginnen, Akquisetalente zu gewinnen und die Akquise an diese auszulagern.

Wichtig ist, dass Sie für die Auslagerung wirkliche Top-Mitarbeiter gewinnen, damit auch sehr gute Ergebnisse erzielt werden. Dies ist nicht einfach, aber wohl eine der wichtigsten und besten Investitionen, welche Sie für Ihr Unternehmen tätigen können.

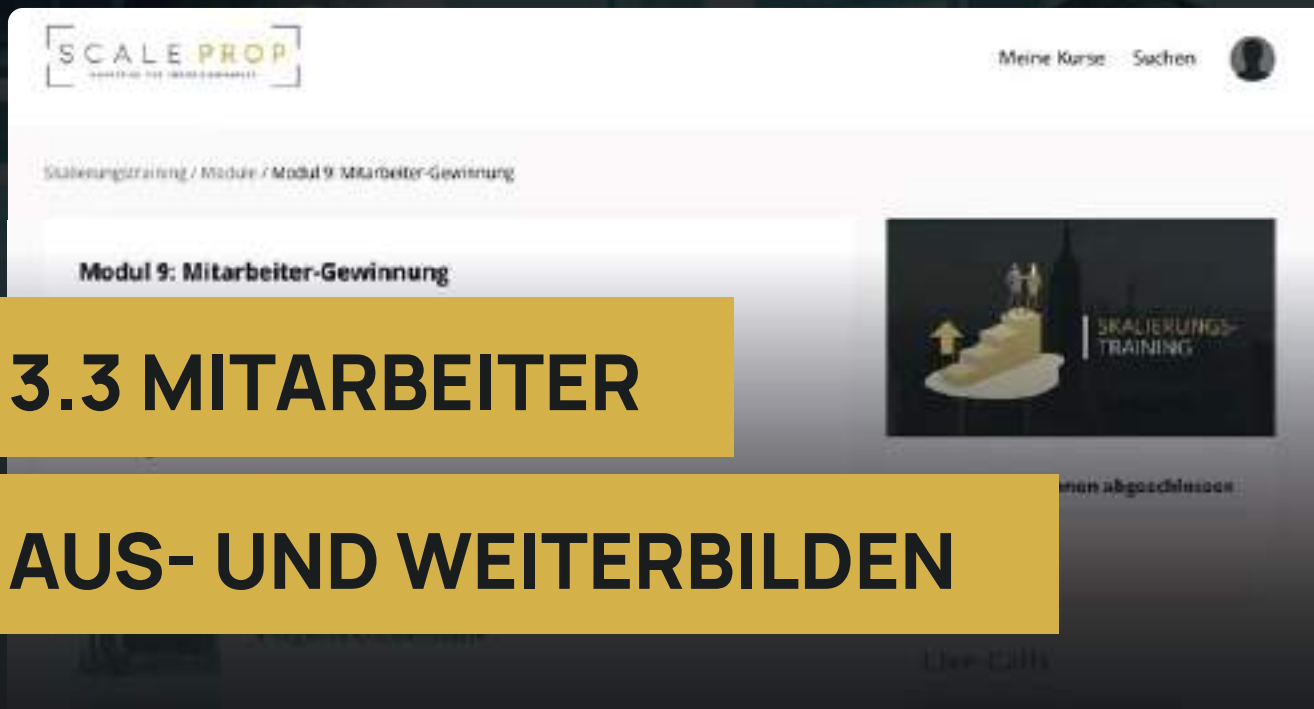
Stellen Sie sicher, dass Sie über Stellenanzeigen auf Jobportalen und durch Werbung in den sozialen Medien möglichst viele Bewerbungen generieren, damit Sie am Ende aus einem großen Pool von Bewerbern auswählen können.

Entscheidend ist auch ein guter Bewerbungsprozess, um die Bewerber zu filtern, damit Sie mit möglichst wenig Aufwand die A-Mitarbeiter erkennen



und für Ihr Unternehmen gewinnen können. Einen nicht qualifizierten Mitarbeiter einzustellen, wird Sie viel mehr Zeit, Geld und Nerven kosten, als sich einmal wirklich die Mühe zu machen, einen absoluten Akquiseprofi zu gewinnen.

Sobald Sie den passenden Mitarbeiter gewonnen haben, können Sie diesem die bereits erstellten Akquiseprozesse, Leitfäden und Schulungen zur Verfügung stellen und er kann sich eigenständig einschulen.



Wichtig dabei ist nur, dass Sie Ihren Mitarbeiter ständig weiterbilden. Je besser Ihr Mitarbeiter in der Akquise ist, desto mehr Aufträge wird er für Sie gewinnen und desto mehr Umsatz und Gewinn machen Sie!

Nutzen Sie dafür am besten verschiedene Weiterbildungsangebote zum Thema Verkauf, Vertrieb, Akquise, Einwandbehandlung etc. Am besten ist es natürlich, wenn diese Schulungen auch einen direkten Immobilienbezug haben.

Ein guter Verkäufer ist niemals ausgelernt - genau gleich wie ein guter Unternehmer!

WIE KÖNNEN WIR SIE UNTERSTÜTZEN?

Egal auf welcher Stufe Sie mit Ihrem Unternehmen stehen, wir können Sie in allen Phasen unterstützen.

01. Die ersten Schritte als selbstständiger Immobilienmakler

Wir helfen Ihnen, Ihr Immobilienunternehmen erfolgreich aufzubauen, planbar neue Verkaufsaufträge zu gewinnen und Ihre Vermarktung zu professionalisieren.

02. Der Weg vom selbstständigen Immobilienmakler zum Unternehmer

Wir helfen Ihnen, Ihr bestehendes Geschäft mit Mitarbeitern und Prozessen auszubauen, um sich langfristig aus dem operativen Tagesgeschäft herauszuziehen.

03. Der Aufstieg zum Marktführer in Ihrer Region

Wir helfen Ihnen durch die Digitalisierung Ihrer Akquise und Vermarktung zum regionalen Marktführer aufzusteigen und machen Sie zu dem Makler in der Region!

Wenn Sie jetzt wissen wollen, wie wir Sie mit Ihrem Immobilienunternehmen unterstützen können, dann sichern Sie sich hier ein kostenloses Strategiegeläch.



Kostenloses Erstgespräch



 **Proven Expert**

5,00 von 5



SEHR GUT



Empfehlung

MEHR ALS

500

PARTNER MAKLER VERTRAUEN UNSERER EXPERTISE

Wenn Sie diese Strategien erfolgreich und langfristig umsetzen, dann gelangen Sie in eine Aufwärtsspirale und Sie werden grandiose Ergebnisse erzielen.

Hier sehen Sie von den über 500 betreuten Maklern einige Resultate unserer Akquise-Partner.



SCAN OR CLICK



mehr als
400.000 Euro
verwaltetes Werbebudget



über **30**
fest angestellte
Mitarbeiter



mehr als
10 Jahre
Marketing-Erfahrung



CHRISTIAN FINK

WÄLDER IMMOBILIEN



Problem

Übernahme einer bestehenden Immobilienfirma mit der Vision, sofort erfolgreich zu starten.



Lösung

Die in der Zusammenarbeit erlernten Akquisemethoden innerhalb 30 Tage erfolgreich umgesetzt.



Resultate

Die ersten Termine innerhalb von nur 3 Tagen und nach 14 Tagen die ersten Aufträge mit einem Provisionswert von über 40.000 Euro.



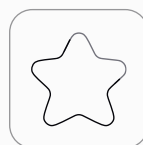
NICOLE TRAVERNIER

NEWPROP AG



Ausgangslage

Beginn einer Kooperation mit der Firma Moosfrei.



Lösung

Ein Empfehlungsschreiben für Moosfrei wurde erstellt und an etwa 1.500 Kunden versandt, wobei wir die Kosten trugen.



Resultate

Aus 700 CHF Kosten für die komplette Briefkampagne, erhielten wir 22 Rücksendungen. In den letzten 8 Monaten haben sich daraus 4 Aufträge ergeben, mit einem Provisionsvolumen von über 50.000 Franken.



FRANK HASELOH

IMMOBILIEN NAGEL



Problem

Ein inhabergeführtes Maklerunternehmen in Bad Oeynhausen, das stark von der Akquise des Geschäftsführers abhängig war.



Lösung

Durch unsere Kooperation optimierte Frank seine Akquise. Er stellte Max, einen jungen Mitarbeiter ein und ließ ihn bei uns ausbilden.



Resultate

Obwohl Max keinerlei Erfahrung in der Akquise mitgebracht hat, war er von Anfang an erfolgreich. Nach 3 Monaten Zusammenarbeit hat er im Durchschnitt mehr als 2 Aufträge im Monat gewonnen.



CLAUS KOLBERG

KOLBERG IMMOBILIEN



Problem

Claus war seit 8 Jahren Einzelmakler, wollte mit seinem Unternehmen aber wachsen.



Lösung

Wir haben ihm geholfen, Akquiseprozesse zu etablieren, die er dann seinen Mitarbeitern abgeben konnte.



Resultate

Durch die Akquiseprozesse konnte er in einem Jahr auf 7 Mitarbeiter wachsen und sich aus dem operativen Geschäft weitestgehend zurückziehen.



LARS KLEINE

MVM IMMOBILIEN GMBH



Problem

Ein Einzelmakler, der dachte, alle Akquisemöglichkeiten bereits zu kennen.



Lösung

Hat sich dann wegen unserer Erfolgsgarantie für eine Zusammenarbeit entschieden.



Resultate

Konnte bereits in den ersten 2 Wochen nach der Schulung den ersten großen Auftrag gewinnen. Seither sind zahlreiche Aufträge mit wesentlich besseren Abschlussquoten in den Terminen dazugekommen.

ÜBER DIE

FIRMENGRUPPE

Robert Michel Junior und Joel Elsener gründeten 2017 die Scale ONE als Marketing-Agentur für mittelständische Unternehmen.

Durch die erfolgreiche Zusammenarbeit mit einem Immobilienmakler entstand 2019 die Scale PROP. Sie ist zu diesem Zeitpunkt ein auf die Auftragsgewinnung für Immobilienmakler spezialisierter Marketing-Dienstleister.

Innerhalb von zwei Jahren legte die Firma ein starkes Wachstum hin, gewann über 100 Partner, beschäftigte 2021 über 30 Mitarbeiter und machte über 3,5 Millionen CHF Umsatz.

Aus der Erfahrung der über 100 betreuten Immobilienunternehmen entschieden sich die Gründer selbst ins Maklerbusiness einzusteigen.

2021 gründeten sie die newprop AG, eine eigene Maklerfirma in der Schweiz.



mehr als
400.000 Euro
verwaltetes Werbebudget



über **30**
fest angestellte
Mitarbeiter



mehr als
10 Jahre
Marketing-Erfahrung



Seither dient die newprop AG vor allem auch als Testlabor, mit der die Scale PROP neue Marketingkampagnen testen kann, bevor diese für die Scale PROP Partner ausgerollt werden. Nach nicht einmal einem Jahr nach der Gründung beschäftigte die newprop AG bereits 7 Mitarbeiter und schloss im Jahr 2022 ein vertragliches Provisionsvolumen von über 1,5 Millionen Euro ab.

Durch den erfolgreichen Aufbau der Scale PROP und der newprop AG war nun genau bekannt, welche Schritte ein Immobilienunternehmen machen muss, um erfolgreich zu werden. Deshalb wurde im September 2022 der Consulting-Bereich der Scale PROP gestartet.

Seit dem strategischen Investment in die onpreo GmbH im Januar 2023 und ihrer Überführung in eine schweizer AG, bietet die Scale PROP nun auch in Partnerschaft mit der onpreo AG, Softwarelösungen für Immobilienmakler an.



NÄCHSTE SCHRITTE

SIE WISSEN JETZT GENAU,
WIE SIE **LUKRATIVE TOP-OBJEKTE**
AKQUIRIEREN UND WARUM
DIE **ERFOLGREICHE VERMARKTUNG**
SCHON IM EINKAUF
ENTSCHIEDEN WIRD.

Wichtig ist, dass Sie jetzt in die Umsetzung kommen. Greifen Sie sich einzelne Punkte aus diesem Report heraus, die Ihrer Meinung nach am wichtigsten sind und setzen Sie diese um.

DOCH WIE FINDEN SIE
DEN **RICHTIGEN PARTNER**,
DER SIE DABEI UNTERSTÜTZT?

Gerne beraten wir Sie kostenlos und prüfen, ob wir auch Ihnen bei der Optimierung Ihrer Akquiseprozesse helfen können:



Kostenloses Erstgespräch



WIE KÖNNEN WIR SIE UNTERSTÜTZEN?

Egal auf welcher Stufe Sie mit Ihrem Unternehmen stehen, wir können Sie in allen Phasen unterstützen.

01. Die ersten Schritte als selbstständiger Immobilienmakler

Wir helfen Ihnen, Ihr Immobilienunternehmen erfolgreich aufzubauen, planbar neue Verkaufsaufträge zu gewinnen und Ihre Vermarktung zu professionalisieren.

02. Der Weg vom selbstständigen Immobilienmakler zum Unternehmer

Wir helfen Ihnen, Ihr bestehendes Geschäft mit Mitarbeitern und Prozessen auszubauen, um sich langfristig aus dem operativen Tagesgeschäft herauszuziehen.

03. Der Aufstieg zum Marktführer in Ihrer Region

Wir helfen Ihnen durch die Digitalisierung Ihrer Akquise und Vermarktung zum regionalen Marktführer aufzusteigen und machen Sie zu dem Makler in der Region!

Wenn Sie jetzt wissen wollen, wie wir Sie mit Ihrem Immobilienunternehmen unterstützen können, dann sichern Sie sich hier ein kostenloses Strategiegeläch.



Kostenloses Erstgespräch





Scale PROP GmbH
Lettenstrasse 2
6343 Rotkreuz
Schweiz

E-Mail : info@scale-prop.com
Telefon : (+49) 89 38031832

scale-prop.com