

LARS GROSENICK

Mit Networking zum Auftrag

Schneller Picken (14): In dieser Kolumne geht es um erfolgreichen Immobilien-einkauf – durch ein vernetztes System



Beim Fischen ist das Netz die Garantie für den Erfolg. Auch den Artisten macht das Netz sicher. Generell ist „Networking“ das Stichwort, das heute durch alle Branchen und Bereiche geistert.

Worum geht es hierbei jedoch genau? Gemeinsames Feiern erfolgreicher Geschäfte – oder, in die Zukunft gerichtet, die Identifizierung gemeinsamer Interessen zum erfolgreichen kommenden Geschäftsabschluss? In der Tat stellt Networking, die zielgerichtete Arbeit mit Multiplikatoren, auch im Immobilienbusiness eine wichtige Basis dar, insbesondere, wenn es um Marketing-Themen wie Einkauf geht.

Wen braucht man in einem solchen Netzwerk von „Einkäufer-Multiplikatoren“? Menschen mit vielen Freunden oder Ämtern, Menschen, die viele andere kennen: in Parteien oder Sportvereinen organisierte, in Wohltätigkeitsvereinen sich engagierende oder in Schulpflegschaften sitzende. Insbesondere aber sind in einem Netzwerk jene Men-

schen von Nutzen, die von Berufs wegen Kontakt zu Immobilienveräußerern haben. Das können Scheidungsanwälte oder Bestatter sein, interessanterweise erfahren auch Handwerker relativ früh, ob eine Veräußerung der Immobilie ansteht.

Gegengeschäfte

Stellt sich in einem nächsten Schritt die Frage: Erhalten die Tipgeber Geld oder nicht? Macht eine Tipgeber-Provision Sinn? Eher nein. Aber wie sehen die Alternativen aus? Kleine Aufmerksamkeiten oder Prämien sind eine Möglichkeit, das kennen wir alle von Zeitschriften-Abonnements, wo es bei Jahresabschluss einen Staubsauger, eine Bohrmaschine oder auch schonmal einen edlen Mixer dazu gibt – nach Wahl.

Auch eine Busreise nach Paris oder ein Schlemmerwochenende an der Nordsee sind nicht so teuer, haben aber eine positive Wirkung. Sobald es jedoch um

Schneller Picken!

Stellt man sich den Gesamtmarkt der Wohnimmobilien als Kuchen vor, dann ist dieser Kuchen je nach Konjunktur größer oder kleiner. Für den Einzelnen geht es aber nie um diesen Markt – den Kuchen – sondern um dessen Krümel! In dieser Reihe stellen wir Methoden vor, einfacher und schneller an die Krümel zu kommen: Schneller picken!

Geld geht, ist das Problem der Kausalzusammenhang zwischen Tipp und Erfolg. Das Zauberwort in diesem Zusammenhang lautet „Gegengeschäfte“ – was beim Bestatter natürlich schwerlich zu realisieren ist, denn gestorben wird nur einmal ... Beim Rechtsanwalt oder dem Handwerker hingegen sind Gegengeschäfte mehr als einfach zu realisieren und sichern das effiziente Netzwerk bis weit in die Zukunft.

Was genau benötigen die Tipgeber, die Netzwerkpartner aber? Wie bringt sich der Immobilienvermarkter bei den Tipgebern, den Multiplikatoren, überhaupt an die erste Stelle? Schließlich wird er nicht der einzige Makler sein, den der Multiplikator kennt.

Der Weg kann grundsätzlich natürlich über konventionelles Marketing führen: Wer sich auf eine Gegend spezialisiert hat und dort gut vertreten ist, kann recht sicher sein, dass der potenzielle Verkäufer sich an ihn erinnert. Der Handwerker wird aufgrund der Bekanntheit eines Vermarkters in seiner Region jedoch noch lange nicht anrufen, um den entscheidenden Tipp abzugeben.

Eine andere, weiter führende Möglichkeit: Diejenigen zusammen bringen, die voneinander profitieren können. Das kann über einen Unternehmertreff laufen, bei dem sich Ärzte, Makler, Anwälte, Handwerker, generell: Unternehmer aller Bereich aus einer bestimmten Region, in regelmäßigem Turnus treffen. Hier wird dann ein bestimmter Vortrag zu einem tagesaktuellen Thema, etwa: Sponsoring im Mittelstand o. Ä., gehört, um anschließend bei einem geselligen Beisammensein die Kontakte zu knüpfen, auszubauen und kommende Geschäftsbeziehungen anzubahnen.

Kontaktpflege

Den technischen Hintergrund dafür, ein Beziehungsnetz zu flechten, bietet die CRM-Software. Hierüber lassen sich ganz prima Veranstaltungen organisie-

ren und die richtigen Gäste – Mitarbeiter, deren Partner, Vertriebspartner, Kunden, Freunde aus allen Gebieten – identifizieren.

■ „Your Home Sold, GUARANTEED, or I'll Buy It For Cash!“ (sinngemäß: „Ihr Heim wird garantiert verkauft, oder ich kaufe es selber“)
Craig Proctor, Immobilien-Marketing-Guru und Immobilienvermarkter

Oder Newsletter verschicken mit neuen Objekten, professionell gestaltet in individuellen Vorlagen. Denn es ist ja erstaunlicherweise so: Man kauft ein, indem man regelmäßig Objekte anbietet – auch an Leute, die nichts suchen. Denn hierdurch wirkt der Erinnerungswert. Und für das Anbieten von Objekten braucht man heutzutage noch nicht einmal mehr die Zeitungen! Generell brauchen Vermarkter Zeitungen ja schon lange nicht mehr, um Immobilien zu verkaufen. Beim Einkauf von Immobilien sieht das allerdings wiederum anders aus. Denn – und das ist der zentrale

Punkt – wer einen Makler sucht, schaut noch immer: Wer hat die schönsten Angebote – und diese fallen im Immobilienenteil der Tageszeitung eben doch noch besser ins Auge, als bei den sehr einheitlichen Angeboten der Immobilienbörsen.

Beharrlichkeit

Um bei potenziellen Verkäufern im Internet präsent zu sein, gibt es natürlich auch einige Kniffe und Tricks. Der US-amerikanische Immobilien-Marketing-Guru und Immobilienvermarkter Craig Proctor (www.craigprocotor.com) ist Vorreiter auf diesem Gebiet. „Your Home Sold, GUARANTEED, or I'll Buy It For Cash!“ (sinngemäß: „Ihr Heim wird garantiert verkauft, oder ich kaufe es selber“), formuliert er plakativ auf der Startseite seiner Homepage. Insbesondere bietet Proctor jedoch Mehrwerte für potenzielle Kunden. Von einer 10-Punkte-Checkliste zur Auswahl des richtigen Immobilienvermarkters über 27 Tipps, seine Immobilie schnell und für viel Geld zu verkaufen bis hin zu einem Verkäufer-VIP-Status mit automatisierter Benachrichtigung bei Interessentenkontakten, Besichtigungen

o. Ä., generiert Proctor Mehrwerte über Mehrwerte für potenzielle Verkäufer. Schauen Sie sich die Seiten an – es lohnt sich!

Via Networking zum Immobilieneinkauf – eine effiziente und zugleich angenehme Methode, Marketing zu betreiben. Wichtig hierbei: Beziehungen muss man aufbauen, wenn man sie nicht braucht. Schnelle Erfolge sind nicht zu erwarten, denn nur Kontinuität und Beharrlichkeit schaffen ein gutes persönliches Netzwerk.



Lars Grosenick

Makler aus Leidenschaft & Vorstand der FlowFact AG

Für Anregungen und Kritik zu erreichen unter: lars.grosenick@flowfact.de

Sie ... und **WO** möchten ankommen?

Nutzen Sie Ihr Potenzial? Kann Ihr Unternehmen noch schneller wachsen? **30% bis 300%** mehr Umsatz oder mehr Gewinn sind immer möglich!

Mit dem Projekt „Makler-TakeOff“ steht Ihnen ein umfassendes **Beratungskonzept** zur Verfügung. Wir ermitteln mit Ihnen und für Sie Strategien für Wachstum – kostenneutral und ohne Risiko!

Service-Hotline 0221-2786000

Verkaufen in Bestform

IMMOBILIENPROFI

0221 278 6000