

 **tib** make you best

BESTANDSFARMING

Bestandskunden für den Preisfinder
begeistern



- I. Was ist BestandsFarming?
- II. Vorbereitung
- III. Durchführung
- IV. Wirkung und Ergebnis

I WAS IST BESTANDSFARMING?

BestandsFarming= Bestand ‚bewirtschaften‘

- Bei Farming Maßnahmen liegt der Fokus auf der **Bestandskunden Pflege und Bindung**. Bestandskunden sind alle Kunden, die mit der Immobilienabteilung und/oder Ihrer Bank in einem Geschäftsverhältnis stehen, z.B. Girokontokunden.
- Bestands Farming gehört zu den **günstigsten und erfolgreichsten Marketing Maßnahmen**. Einzige Voraussetzung ist, dass ein **Kundenbestand vorhanden** ist.
- Aus den Bestandskunden sollten **spezifische Zielgruppen** rausgesucht werden, die dann gezielt, gestaffelt in kleinen überschaubaren Paketen (200-300 Personen) per email oder postalisch kontaktiert werden.
- **Bsp. Zur Zielgruppendefinition:**
Bei 160.000 Bestandskunden(Girokontokunden, Anlagekunden etc.) in einer Bank der Größe XL besitzen statistisch gesehen ca. 50% also 80.000 Kunden eine Immobilie. (Quelle: statistisches Bundesamt).
10% aller Einwohner einer Stadt ziehen jährlich um.(Quelle Einwohnermeldeamt)
-> statistisch haben ca. bis zu 8.000 Ihrer Bestandskunden dieses Beispiels jährlich eine räumliche Veränderung und setzen sich mit dem Thema Immobilien auseinander.

Bestandskunden sortieren und Zielgruppe eingrenzen

- Definieren Sie genau **welche Zielgruppe** Sie aus Ihrem Kundenbestand kontaktieren möchten **und wie** Sie sie kontaktieren wollen (postalisch, email, Telefon).
- Sprechen Sie dazu mit Ihrem **CRM Team** nach welchen Kriterien Sie Ihre Zielgruppe bzw. die Girokonto **Kundenprofile sortieren** können.(nach Alter, Wohnort, Berufsgruppe, Grundsteuerzahler, Immobilieneigentümer, Vermögensstrukturen....)
- **Bsp. Zielgruppe: Alle Grundsteuerzahler** oder 60-70 Jährige da diese sich ggf. räumlich altersgerecht verändern wollen, oder 40-50 Jährige die ggf. vor familiären Veränderungen stehen oder zu Erbengemeinschaften gehören...)
- Staffeln Sie die festgelegte Zielgruppe von z.B. 2000 Kunden in kleine Pakete von jeweils ca. 200-300 Stück über einen Zeitraum von ca. 6 Wochen um den Rücklauf über den Preisfinder professionell bearbeiten zu können.
- Beobachten und dokumentieren Sie den Rücklauf auf die BestandsFarming Maßnahme im ErfolgsCockpit

Anschreiben / Botschaft vorbereiten und versenden

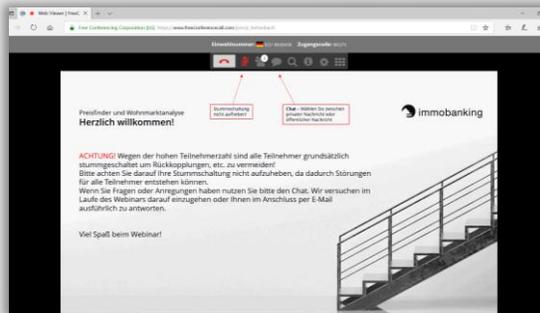
- Definieren Sie **kurz und knapp eine genaue Botschaft** mit dem link und einem QR Code zu Ihrem Preisfinder für die sortierte Zielgruppe. Entscheiden Sie je nach Zielgruppen Affinität, in welcher Form Sie die Zielgruppe kontaktieren wollen (per email, per Post, telefonisch...?)
- Jeder Immobilieneigentümer interessiert sich zu allererst immer wieder für den **aktuellen Wert der eigenen Immobilie**. In der Regel geschieht dies aus unterschiedlichen langfristigen oder kurzfristigen Gründen (Verkaufsabsicht, Modernisierungsabsicht, Erbschaft, Scheidung...)
- **Bsp Anschreiben mit Botschaft:**
 - Sehr geehrter Herr Mustermann,**
 - Wir freuen uns Ihnen einen neuen kostenlosen und unverbindlichen Online Service anbieten zu können. Ab sofort steht Ihnen auf unserer Internetseite der Preisfinder für Immobilien zur Verfügung.**
 - Wollen Sie wissen was Ihre Immobilie wert ist, sofort online, unverbindlich und kostenlos?**
 - Einfach unter www.preisfinder-sparkasse-musterstadt.de Immobilien Rahmendaten eingeben und nach kurzer Zeit die Wohnmarktanalyse zu Ihrem Objekt per email empfangen.**
- Darüber hinaus kann die Zielgruppe auch zu anderen Marketing Aktivitäten kontaktiert werden (Einladung zu Promotionstagen mit dem Preisfinder, Versand des Wohnmarktberichts mit Bezug zum Preisfinder, Versand eines Immobilien Wertermittlungsgutscheins...)

Farming bei Bestandskunden

- **Die primäre Botschaft:** ' den Wert der Immobilie ganz bequem von Zuhause, online, unverbindlich und kostenfrei selbst zu ermitteln' , ist für alle Immobilienbesitzer **sehr attraktiv**.
- **Das primäre Ziel** ist es, auf diesem Weg den Kontakt zum Kunden herzustellen und den Kunden zu binden, damit er bei Verkaufsabsichten nur an Sie denkt. Dabei ist das eigentliche Motiv, das der Kunde bei Eingabe seines Objekts wählt ggf. zunächst zweitrangig.
- Aufkommende Rückfragen, Anmerkungen und ggf. die eigentliche Verkaufsabsicht ist **Ihre Chance**, den **Alleinauftrag** für das Objekt zu erhalten. Häufig sind Immobilieneigentümer mit Ihren Motiven (Absichten) bei der Wertermittlung ihrer Immobilie zunächst zurückhaltend um aus der Menge an Wettbewerbern unverbindlich wählen zu können.
- Mit Ihrer **Expertise und den Hintergrundinformationen aus der Langfassung der Wohnmarktanalyse** strahlen Sie Professionalität und Transparenz aus. Mit der Langfassung können Sie in der Regel alle Fragen beantworten und den besten Verkaufspreis empfehlen, so dass der Kunde Vertrauen hat und beim Verkauf der Immobilie sofort oder später auf Sie zurückkommen wird.

Unser Fortbildungsprogramm und weitere Infos

WEBINARE INTERAKTION



In unseren Webinaren stellen wir alles Wissenswerte rund um den Preisfinder vor. Des weiteren finden regelmäßig Webinare zu WMA einfach erklärt, Cross-Selling, Lead Prozess und ErfolgsCockpit statt.
<https://www.iib-institut.de/simpl-e-schedule>

ERKLÄRVIDEOS

WISSENSWERTES KOMPAKT



Die wichtigsten Fakten auf den Punkt gebracht – dafür sind unsere Erklärvideos da. Wiederholen und vertiefen Sie das in den Webinaren Gelernte oder schauen Sie sich Schritt für Schritt an, wie Sie unsere Produkte richtig anwenden.

PODCASTS

INFORMATIONSEREIHEN



Einmal die Woche spricht Dr. Hettenbach über alles Wissenswerte aus der Immobilien-Branche. Dieses Themen sind interessant für Laien oder Profis gleichermaßen.

Bester Preis, Bester Zins, Bester Deal!

Kontakt

E-Mail service@iib-institut.de
Telefon 06202 95 049 10
Adresse Bahnhofanlage 3, 68723 Schwetzingen

Wofür wir stehen

...für eine gute Zukunft mit Immobilien,
in der sie als reale Werte
Dauereinnahmen und Beleihungsreserven bieten.

03.02.2020

