

tib make you best

Cross-Selling

Unsere Einführungsempfehlung für einen
erfolgreichen Start



Unsere Einführungsempfehlung für einen erfolgreichen Start

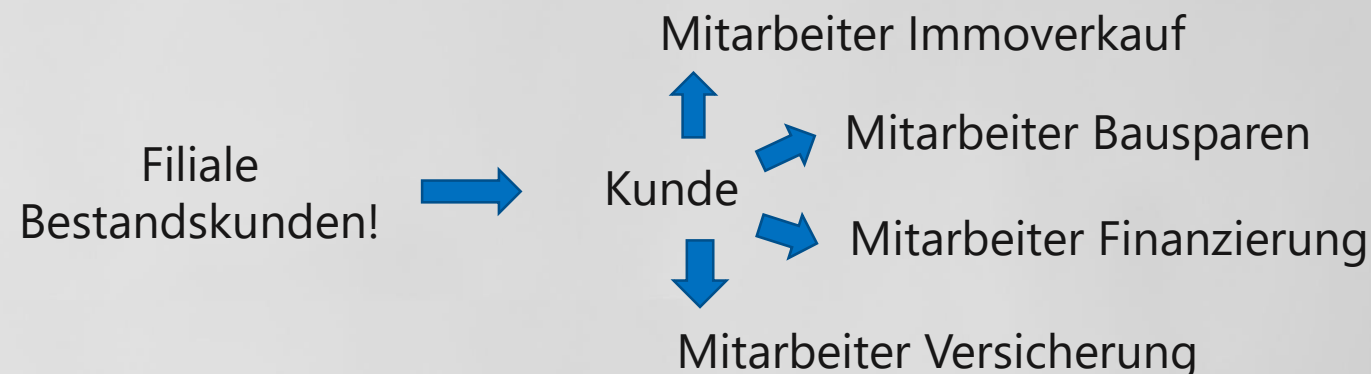
- I. Was ist Cross-Selling?
- II. Vorgehen Schritt 1 und Schritt 2

I. Was ist Cross-Selling

Cross-Selling = Querverkauf und bezeichnet im Marketing den Verkauf von sich ergänzenden Produkten oder Dienstleistungen an andere Abteilungen um den Umsatz pro Auftrag / Kunde zu erhöhen. (Quelle: iib)

Über den Preisfinder werden Abrufe getätigt, die von Immobilien Eigentümern oder potenziellen Interessenten mit einer bestimmten Absicht/ **Motiv z.B. Finanzieren, Bausparen, Verkaufen, Versichern** erstellt wurden. Es wird durch den Abruf ein Lead erzeugt, welches nach dem Erstkontakt veredelt und qualifiziert an den zuständigen Fachberater weitergeleitet werden sollte. Durch die Einbindung des Preisfinder Tools auf Ihrer Website ist „Ihre Expertise“ und damit Ihr Service für Ihre Kunden bequem von Zuhause 24 h verfügbar.

Das Preisfinder Tool ist ein einzigartiges Produkt, das Ihre abteilungsübergreifenden Prozesse digitalisiert. Dadurch können Informationen mehrfach genutzt werden.



II. Vorgehen Schritt 1

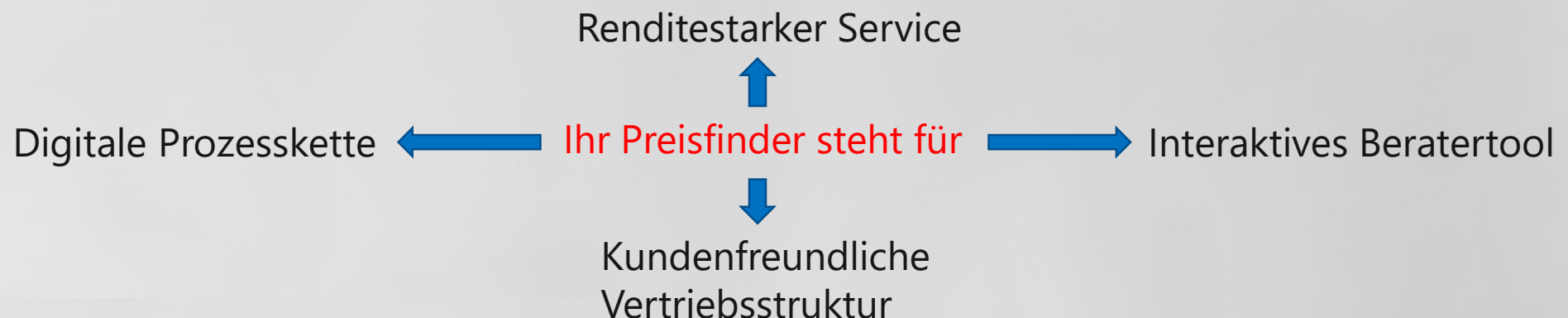
Homepage Einbindung in die jeweiligen Fachabteilung

Das Preisfinder Frontend sollte mehrfach im jeweiligen Fachcontent der Website integriert werden. Je nach Auswahl des Abruf-Motivs erhält der Abrufer eine redaktionell zum Motiv der Klientel abgestimmte Wohnmarktanalyse.

Beispiel Baufinanzierung: „Sie möchten ein Haus bauen oder kaufen? Ermitteln Sie hier den Wert Ihres Objekts und erhalten Sie ein unverbindliches Finanzierungsangebot.“

Beispiel Versicherungen: „Sie möchten wissen, ist Ihr Haus unter- oder überversichert? hier mit dem Preisfinder den Wert des Hauses ermitteln und ein unverbindliches Versicherungsangebot erhalten.“

Beispiel Wertermittlung: „Sie möchten wissen was Ihr Haus wert ist?, hier schnell und unverbindlich den Wert ermitteln und Informationen zum Immobilienmarkt erhalten“



II. Vorgehen Schritt 2

Veredelung der Leads ja nach Motiv beim Erstkontakt durch Call Center Mitarbeiter, Bankmitarbeiter, Immobilienberater/ Teamassistenz.
(siehe auch Maßnahmenblatt Lead Prozess)

Zur qualifizierten internen Weiterverarbeitung der Leads sollte in jeder Fachabteilung ein Berater oder Ansprechpartner mit Email Adresse hinterlegt sein..... Dem Call Center Agent muss unmissverständliche Klarheit vorliegen, wer dieses kostbare Lead weiterhin bearbeiten muss.

Z B. Baufinanzierung@sparkasse-musterstadt.de (Finanzberater Herr Geld)

Z B. Makler@sparkasse-musterstadt.de (Immobilienberater Herr Haus)

Z. B. info@sparkasse-musterstadt.de (Bankangestellte Frau Bank)

Nur so kann sicher gestellt werden, dass jeder Abrufer einer Analyse, passend zu seinem ausgewählten Motiv vom jeweiligen Fachberater kontaktiert wird und kein Lead verloren geht, weil es Unklarheiten bei der Zuständigkeit gibt.

Cross-Selling kann auch anders herum funktionieren:

Nämlich wenn der Makler im Kampagnenfinder des Preisfinder Tracking Cockpit schaut, kann er genau erkennen, wo Modernisierungsbedarf oder sogar Sanierungstau besteht. Oftmals verkauft sich eine renovierte Immobilie lukrativer.

Zudem kann er an einen Finanzierungsberater weiterleiten, vielleicht braucht der Hausbesitzer eine Zwischenfinanzierung oder es gibt attraktive KFW Förderprogramme in Kombination mit Ihrem Institut..

Fazit

Termine

- Ein Immobilienverkauf kann sich bis zu 18 Monaten ziehen. Jedes Lead kann ein wertvoller Abschluss werden. Aus einem Erstkontakt können mehrere Termine für verschiedene Abteilungen werden. Deshalb sollte die Kontaktpflege nach DSGVO genau geplant werden, auch bei Personalwechsel.
- Dabei hilft das neue iib Tracking Cockpit, verfügbar ab Herbst 2019

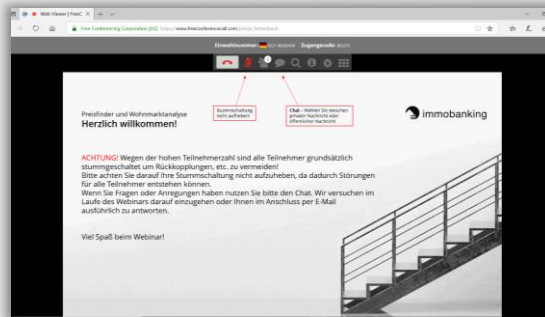
Aufwand

- Cross-Selling basiert zunächst auf der Bearbeitung der eigenen Bestandskunden und verursacht deshalb keine externen Aufwände.
- Interne Aufwände können durch das Erstellen von Mailings oder sonstigen Maßnahmen zur Ansprache der Bestandskunden entstehen.
- Zu empfehlen sind Verzielungen auf Provisionsbasis/ Tippgeberbasis. Bsp.: Jeder Mitarbeiter sollte jährlich aus mindestens 4 Immobilien Leads, Termine generieren oder diese an Fachkollegen aus anderen Bereichen weitergeben.

Qualität

- Der Preisfinder garantiert durchgängige Qualität von A-Z. Die generierten Leads sind bereits durch die Eingaben der Abrufer vorqualifiziert. Das neue Tracking Cockpit ermöglicht die weitere Qualifizierung und Priorisierung nach DSGVO Richtlinien.
- Diverses Informationsmaterial (Make You Best) und Schulungen in Form von Webinaren sichern den lückenlosen Wissenstand zu relevanten Themen für alle Mitarbeiter (5 Erfolgsfaktoren, Tracking Cockpit mit Lead Prozess, Klientel WMA, Webinare, Videos, Maßnahmenblätter)

WEBINARE INTERAKTION



In unseren Webinaren stellen wir alles Wissenswerte rund um den Preisfinder eingebunden in das Finanzkonzept vor. Sowie WMA einfach erklärt, Cross-Selling, Lead Prozess so wie Produkterneuerungen.

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.

16.07.2019

