

## Medienwechsel in der Immobilienvermarktung

Pressemitteilung von: **!simplewords, Experte für Verkaufstexte online &print**

Datum: **16.07.2009 – 22:11 Uhr**

Rubrik: **Immobilien**



(fair-NEWS) – München – Immobilienmakler erfahren, wie sie ab sofort durch einen Medienwechsel den Leser überraschen, zu mehr Aufmerksamkeit verleiten, Interessenten vorselektieren, qualifizieren und sich von der breiten Maklermasse unterscheiden.

Mit der professionellen Verknüpfung von klassischen Marketinginstrumenten und Methoden aus dem Onlinemarketing sieht die Zukunft für Immobilienmakler ab sofort rosig aus. Denn durch diese Kombination lassen sich neue Zielgruppen erschließen, Marketingbudget einsparen, Prozesse automatisieren und innovative Vermarktungs-ideen in die Praxis umsetzen.

Was steckt hinter dem Medienwechsel in der Immobilienvermarktung?

Die Marketingrealität in der Immobilienvermarktung spiegelt sich häufig in teuren Zeitungsannoncen und einer Objektpräsentation auf einschlägigen Immobilienportalen im Internet wieder. Was wäre nun, wenn man die gleichen oder ähnlichen Marketingkanäle nutzt und verbindet, dabei aber einen anderen Ansatz wählt?

Eine neue Kampagne mit Medienwechsel könnte folgendermaßen aussehen: In einer deutlich günstigeren Textanzeige erregt man das Interesse des Lesers und weckt mit der richtigen Ansprache seine Neugier. Anschließend wird er ganz konkret dazu aufgefordert, die LandingPage des Immobilienmaklers aufzusuchen. Hier erwartet ihn ein zielgruppenorientierter Verkaufstext, der das Angebot des Maklers vorverkauft – einen Infokurs.

Dieser E-Mailkurs des Immobilienmaklers ist selbstverständlich kostenfrei abzurufen. Er versorgt den Interessenten mit weiterführenden Informationen zu wichtigen Themen rund um die Immobilie. Und das völlig automatisiert über einen Autoresponder.

Auch wenn sich an dieser Stelle die meisten Makler fragen werden, warum nicht das Objekt angeboten wird, steckt System dahinter. Denn ein guter Verkäufer weiß: Ohne Vertrauen, kein Verkauf.

Mit einer systematischen und professionell erstellten mehrstufigen E-Mail Serie baut sich der

Immobilienmakler einen Expertenstatus auf. Er schafft eine Vertrauensbasis und mehr Nähe zum Interessenten. Der Kundengewinnungsprozess läuft ganz automatisch. Das spart Geld und Zeit. Der Makler kann verschiedene Anzeigenversionen und LandingPages testen und so seine Kampagne weiter optimieren, um noch bessere Ergebnisse zu erzielen.

Warum erst den Umweg über die LandingPage?

Die Entscheidung für einen Immobilienkauf ist eine, zeitweise über Jahre hinweg, reife Entscheidung. Durch die regelmäßigen Informationen um den Maklerservice bringen sich Immobilienmakler stetig beim Leser in Erinnerung. Sie nehmen damit nachhaltig Einfluss auf den Entscheidungsprozess und können somit die Auswahl zu eigenen Gunsten steuern.

Selbstverständlich lassen sich nach und nach Immobilienangebote in den Kursverlauf einarbeiten, nachdem der Makler seine Leser weiter segmentiert hat und somit weiß, welche Wünsche und Bedürfnisse bei der Zielgruppe vorliegen. So kann er zielgerichtet arbeiten und seine zukünftigen Kunden optimal betreuen.

Ein weiterer Maklervorteil liegt in der, wenn auch automatisierten, aber dennoch persönlichen Betreuung der Zielpersonen per E-Mail. Die Kundenpflege und regelmäßige Ansprache vernachlässigen Immobilienmakler zu oft, so das man sich leicht einen Wettbewerbsvorteil durch diesen Vermarktungsansatz erarbeiten kann.

· Homepage: [www.maklermarketing.net](http://www.maklermarketing.net)

· **Kontakt**

!simplewords, Experte für Verkaufstexte online &print  
Appenzeller Str. 65  
81475 München  
Deutschland  
Telefon: +49 (0)89 12289 467

· **Pressekontakt**

!simplewords  
Experte für Verkaufstexte online &print

Appenzeller Str. 65  
81475 München  
Fon: +49 (0)89 12289 467  
Fax: +49 (0)89 12289 466  
info@maklermarketing.net  
[www.maklermarketing.net](http://www.maklermarketing.net)

· **Unternehmensinfo**

Der gelernte Krankenpfleger und Fachwirt im Sozial- und Gesundheitswesen hat als Quereinsteiger vor über 3 Jahren Direktmarketing und das Werbetexten für sich entdeckt. Unzählige Fachbücher und Seminare im Selbststudium sowie der 16- monatige Kompakt-Kurs Werbetexten vom Verlag für Deutsche Wirtschaft AG bildeten ihn zu dem aus, was er heute ist. Ein gefragter Experte für gewinnende verkaufsstarke Texte online &print.

Im Internet unter [www.maklermarketing.net](http://www.maklermarketing.net) können Sie sich umfassend über sein Leistungsspektrum informieren.