

VON
Sven
Johns

newsletter

05/23

DIE ACHT

**IMMOBILIEN &
DATENSCHUTZ**

**8 THEMEN
IMMER AM 8.
UM 8
BE-8-ENSWERT**

MEIN TOP-THEMA HEUTE:
MIT KUNDEN IN KONTAKT KOMMEN

www.die-acht.de



Herzlich Willkommen zu DIE ACHT im Mai 2023, ganz kurz vor der digiKon 7.0, die am 09. Mai startet.

Mit Kunden in Kontakt kommen. - Wenn es doch so einfach wäre.

Was fällt Ihnen spontan dazu ein? Halten Sie doch einmal den ersten Gedanken, den Sie haben, fest. Am besten ist es, wenn Sie diesen spontanen Gedanken aufschreiben. In meinem Thema Nr. 5 in dieser Ausgabe von DIE ACHT wird es mit einem Augenzwinkern darum gehen, welche Gedanken altersabhängig zum Thema Kundenkontakte als erstes entstehen.

Kommunikation ist ein Teil der Konnektivität

Rund um die Kundenkommunikation habe ich mich für diese Ausgabe viel mit den Verbindungen, die wir in unserem Leben haben und die neu entstehen, befasst. Der Megatrend dazu lautet: Konnektivität. Das Video „Live von der Baustelle“ erklärt diesen Trend.

Trend: OMNICHANNEL

Und noch ein Trend hat mich für diesen Newsletter beschäftigt. In einer Auswertung von Google ging es vor kurzem um das Erreichen der Kunden auf allen Kanälen, also Omnichannel. Was würde das für ein Immobilienbüro

bedeuten? Wie könnte eine Besichtigung auf allen Kanälen angeboten werden? Wie muss ein Expose als digitales Immobilienangebot aussehen, wenn es auf allen Kanälen gespielt werden soll?

Welches ist ihr liebster Kontaktkanal für die Kundenansprache? Ich freue mich auf Ihre Rückmeldungen.

Und wenn Sie mich fragen, dann können Sie sich bestimmt denken, dass ich **DIE ACHT** an erster Stelle meiner Kontaktkanäle mit Ihnen setzen würde.

Herzlich
Ihr Sven Johns

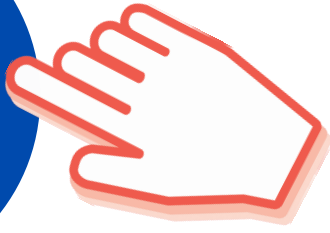
PS: Wir sehen uns am 09. und 10 Mai hoffentlich auf der digiKon 7.0. Es haben sich schon etwa 350 Teilnehmer:innen angemeldet. Seien Sie auch dabei. Die Anmeldung ist auch am 09. und 10. Mai noch möglich! Alle Vorträge werden aufgezeichnet und als Video bereit gestellt.

PPS: Vielen Dank an Sophia Falk-Ytter für den heutigen Gastbeitrag.

PPPS: Das neue Heft „Immobilienmakler“ - Ausgabe Mai 2023 finden Sie unter dem folgenden Link. Meinen Beitrag zum qualifizierten Alleinauftrag lesen Sie auf Seite 68 (KLICK Hier)

“Immobilien-
vermarktung in
bewegten Zeiten“

Die **digiKonREAL 7.0**
am 09. und 10. Mai
2023



IN DER AUSGABE 05-2023 VON DIE ACHT KOMMEN VOR ODER SIND ERWÄHNT:

- Achim Amann
- BOTTIMMO AG
- Karsten Brocke
- Thomas Brunner
- Daniel Burgis
- ChatGPT
- Dr. Gesa Crockford
- Datenschutz.immobilien
- Datenschutz+Immobilien-
Police
- Deutscher Immoblientag
des IVD
- digiKonREAL 7.0
- Sophia Falk-Ytter
- GOOGLE
- Slaven Grizelj
- Andreas Habath
- Kevin Heldt
- Katarina Ivankovic
- Immobilienverband IVD
- Sven Johns
- Roland Kampmeyer
- Marco Kaudel
- Jan Kricheldorf
- Magazin IMMOBILIENMAKLER –
Ausgabe Mai 2023
- Prof. Dr. Michael Lister
- Maklersprechstunde.com
- Mosler-partner.com,
Rechtsanwälte
- Kerstin Nell
- Swen Nicolaus
- Matthias Ochs
- Podcast „3 Mal Nachgedacht“
- Propertyguesser
- Christian Sauerborn
- Stephanie Schäfer
- Nicolas Schulmann
- Marius Siegmund
- Prof. Dr. Harald Simons
- Sprengnetter
- Emil Steinberger
- Florentino Trezek
- Robert Vesely
- Dirk Wohltorf
- Irene Woike
- Wordliner.com
- Zukunftsinstitut.de

INHALT

- 1** **NEUKUNDEN** oder
BESTANDSKUNDEN ansprechen SEITE 4
- 2** **BESICHTIGUNG**
auf allen Kanälen SEITE 7
- 3** **Gastbeitrag:**
LEADGENERIERUNG FÜR MAKLER:
WIE SIE POTENTIELLE KUNDEN GEWINNEN SEITE 10
- 4** **LIVE VON DER BAUSTELLE**
Megatrend Konnektivität SEITE 12
- 5** **MIT KUNDEN IN KONTAKT KOMMEN**
Welches war Ihr erster Gedanke? SEITE 13
- 6** **TERMINE PLANEN** SEITE 15
- 7** **Alles Paletti auf der**
WEBSEITE? SEITE 16
- 8** **Zum Schluss**
KONNEKTIVITÄT
und – wie man es neu rechnet SEITE 17



NEUKUNDEN ODER BESTANDSKUNDEN ANSPRECHEN

Die Trennung der Neukunden- von der Bestandskundenansprache ist im Zeitalter der Konnektivität, der Schnittstellen, der vielen verschiedenen Medien, die gespielt werden, gar nicht mehr so einfach. Dennoch gilt für viele Immobilienprofis die Faustregel:

Bestandskunden ansprechen ist Erfolg versprechender als die Neukundengewinnung

Unterscheiden Sie bei Ihren Maßnahmen, die Sie für die Kundenansprache planen, nach Neu- und nach Bestandskundenansprache? Probieren Sie für die beiden Zielgruppen unterschiedliche Texte aus oder haben sogar gänzlich unterschiedliche Maßnahmen geplant?

Beispiel: Marktberichte erstellen + Farming

Sie erstellen seit vier Jahren einen Marktbericht für Ihre Region, den Sie per E-Mail an einen festen Adressatenkreis versenden oder gedruckt verteilen.

Im April 2023 haben Sie eine Farming-Aktion durchgeführt und zusammen mit dem Erscheinen des Marktberichts die Kunden in Ihrem direkten Betätigungsfeld mit einem Flyer auf die neuesten Entwicklungen hingewiesen. Ein Kunde meldet sich bei Ihnen, verabredet einen Termin und hat zu dem Termin alle vier Marktberichte ausgedruckt auf dem Tisch liegen. Ist das ein Bestandskunde? Ein Neukunde?

Beispiel: Telefonmarketing

Anrufe bei 150 Kaufinteressenten aus Q2-2022, also Interessenten von vor einem Jahr, um das Interesse am Kauf einer Immobilie in 2023 abzufragen. Aus 150 Anrufen wer-

den 12 Kundentermine mit Käuferkunden und 10 schriftliche Suchaufträge. Bestandskunden? Neukunden?

(PS: Wer sich fragt, ob diese Anrufe erlaubt sind, den verweise ich auf meine immer wieder vorgetragene Empfehlung, sich von allen Kunden eine Einwilligung geben zu lassen, so dass dieser Anruf bis zu etwa 24 Monate nach dem letzten Kontakt wohl wettbewerbs- und datenschutzrechtlich zulässig ist, um diese Kunden zu reaktivieren. Ohne Einwilligung ist ein Anruf zur Kundenaktivierung nicht erlaubt).

Newslettermarketing

Alle Abonnenten Ihres Newsletters sind schon „Bestandskunden, weil sich diese schon bei Ihnen in den Newsletterverteiler eingetragen haben. Weil diese aber aktuell keinen Maklervertrag mit Ihnen abgeschlossen haben, sind sie keine aktiven Kunden.

Wachstum über Neukundengewinnung - Aufträge auch von Bestandskunden

Deshalb sind es diese drei Punkte, die beim Umgang mit den Kundendaten und der Kundengewinnung wichtig sind:

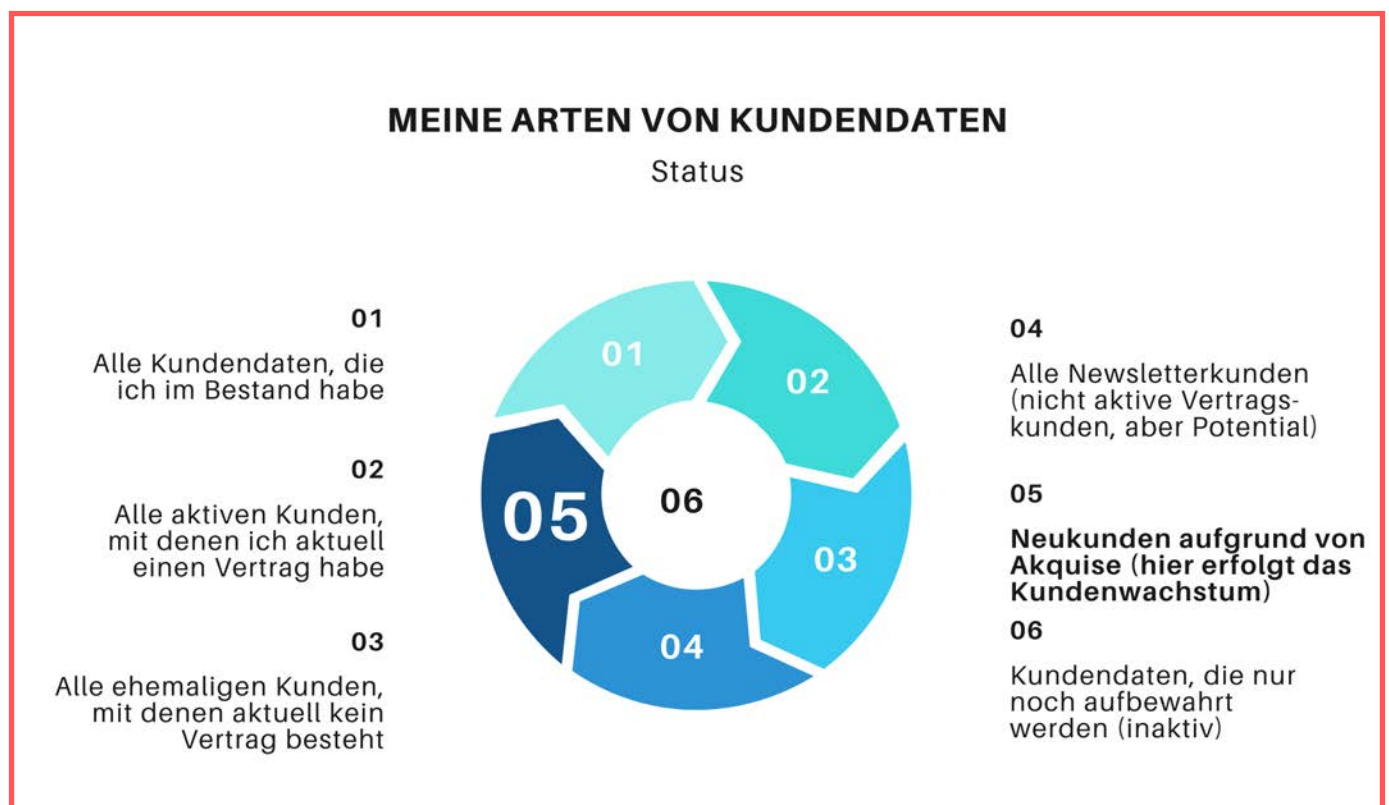
- 1 Wachstum der Kundendatenbank erfolgt nur über Neukunden, also **aktive Maßnahmen zur Gewinnung neuer Kontakte**
- 2 Aus den Bestandskunden können mit **geschickter (und erlaubter) Kundenansprache neue Aufträge** gewonnen werden
- 3 Es lohnt sich, Maßnahmen für die Neukundengewinnung und die Bestandskundenansprache zu unterscheiden

Meine TOP-3-Empfehlungen, wie Sie in 2023 mit mehr Kunden in Kontakt kommen:

- 1 Telefonate mit ehemaligen Käuferkunden**
Versuchen Sie, in den kommenden zwei Wochen 100 Telefonate zu führen, legen sich einen Gesprächsleitfaden zu recht und werten die Gespräche aus. Kernfrage: Was können sich Kunden jetzt leisten? Wie viel Haus können diese Kunden aktuell bezahlen?
- 2 Kunden-Webinare anbieten**
Planen Sie im weiteren Verlauf des Jahres 2023 noch

zwei bis drei Kundenwebinare und kommunizieren Sie aktiv diese Termine bei Ihren Kunden. Das ist die digitale Ergänzung Ihrer Farming Maßnahmen und

- 3 Lead-Gewinnung für Neukunden einrichten**
Suchen Sie sich ein für Ihre Firma geeignetes Modell der Leadgewinnung über Ihre Webseite und begleitende Maßnahmen. Planen Sie ein ausreichendes Werbe-Budget für diese begleitenden Maßnahmen ein, um auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen.



Genau richtig für IMMOBILIEN-WEBSEITEN



DER WEBSEITEN_CHECK

IMPRESSUM

EXPOSEES

KONTAKTFORMULAR



COOKIES

COOKIE-BANNER

INFORMATIONSPFLICHTEN

USW.

USW.



RECHTSANWALT
SVEN JOHNS
& TEAM

Jetzt buchen unter

www.webseitencheck.immobilien



Johns Datenschutz GmbH, An der Kolonnade 11, 10117 Berlin, www.datenschutz.immobilien,
office@datenschutz.immobilien, HRB 197324B, GF: Andrea Johns, DIE ACHT März 2023



BESICHTIGUNG AUF ALLEN KANÄLEN

Google hat eine Studie veröffentlicht, in der es darum geht, die Kunden auf allen Kanälen gleichermaßen anzusprechen und die Kundenbedürfnisse zu befriedigen. Das wird unter dem Begriff „OMNICHANNEL“ zusammengefasst.

Aus der Google-Omnichannel-Studie:

„Kundinnen und Kunden lassen sich kaum lenken. Sie bestimmen, wo sie sich informieren und wo sie kaufen – und erwarten von Händlerinnen und Händlern Kundenzentrierung auf allen Kanälen. Besonders wichtig: Sie priorisieren im Kaufprozess kanalübergreifend die gleichen Kriterien. Das heißt für Retailer: Sie sollten das Ladengeschäft genauso fit machen wie den E-Commerce.“

Übersetzung für Immobilienbüros

Was meint: „Kundenzentrierung auf allen Kanälen?“. Das Ladengeschäft muss genauso Kundenbedürfnisse befriedigen wie die digitalen Kanäle. Der Gedanke des Omnichannel kann auch von den Immobilienbüros aufgegriffen werden.

Folgende Thesen könnten Sie dazu für Ihr eigenes Büro aufstellen:

- Mein Immobilienbüro muss in den Suchmaschinen und in den Portalen auffindbar sein
- Mein Immobilienangebot muss in den Suchmaschinen und in den Portalen auffindbar sein
- Mein Immobilienbüro und meine Immobilienangebote müssen auch in den sozialen Netzwerken auffindbar sein

- Ich nutze genauso LinkedIn wie Youtube oder Facebook und andere Kanäle
- Welche Kanäle gibt es noch, die ich für OMNICHANNEL nutzen und dort präsent sein will?
- Die Erreichbarkeit für Kunden auf allen Kanälen, die diese potentiellen Kunden nutzen (wollen) ist eine Einstellung. wenn ich Kanäle außer Acht lasse, schränke ich meine Erreichbarkeit ein.

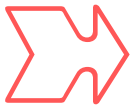
Was könnte OMNICHANNEL für die Vereinbarung einer Besichtigung einer Immobilie, die Sie in der Vermarktung haben, bedeuten?

Es geht bei OMNICHANNEL nicht nur um die Auffindbarkeit Ihres Büro oder Immobilienangebots im Netz, sondern auch um die einzelnen Dienstleistungen, die Sie auf allen Kanälen bereitstellen.

Für eine Besichtigung könnte dies bedeuten, dass Besichtigungen nicht nur Mono-Strukturell, sondern dem Gedanken des OMNICHANNEL-Ansatzes auf allen Kanälen ermöglicht werden:

- Möglichkeit der Vereinbarung eines Besichtigungstermins
- Online-Besichtigung nach vorheriger Anmeldung
- 360-Grad-Besichtigung mit spezieller Kameratechnik
- Virtueller Immobilien-Rundgang mit einer VR-Brille in Augmented Reality
- Bereitstellung eines Videos mit einer vom Maklerbüro geführten Videobesichtigung





- Individueller Besichtigungstermin per Video (Makler:in ist in der Immobilie, Kunde ist am mobilen Endgerät, Makler streamt das Video live zum Kunden)
- Vereinbarung eines Termins im Rahmen einer Open-House-Besichtigung als Happening oder Event
- direkte eigene Besichtigung des Kunden ohne Anwesenheit des Maklerbüros über einen Schlüssel-Tresor

Lassen Sie uns die Möglichkeit des OMNICHANNEL-Ansatzes auch für die Erstellung und den Abruf von Exposés und weitere Leistungen, die Kunden abrufen, diskutieren.

Wie setzen Sie diesen OMNICHANNEL-Ansatz am besten in Ihrem Büro um?

8 x **Besichtigung - OMNICHANNEL**

- 1 • Möglichkeit der Vereinbarung eines Besichtigungstermins
- 2 • Online-Besichtigung nach vorheriger Anmeldung
- 3 • 360-Grad-Besichtigung
- 4 • Virtueller Immobilien-Rundgang mit einer VR-Brille in Augmented Reality
- 5 • Bereitstellung eines Videos mit einer vom Maklerbüro geführten Videobesichtigung
- 6 • Individueller Besichtigungstermin per Video (Makler:in ist in der Immobilie, Kunde ist am mobilen Endgerät)
- 7 • Vereinbarung eines Termins im Rahmen einer Open-House-Besichtigung
- 8 • direkte eigene Besichtigung ohne Anwesenheit des Maklerbüros über einen Schlüssel-Tresor

Immobilienkauf oder Übertragung der eigenen Immobilie mit Rechtsanwalt?

Besser ist's.

MOSLER+PARTNERRECHTSANWÄLTE



GASTBEITRAG: LEADGENERIERUNG FÜR MAKLER: WIE SIE POTENTIELLE KUNDEN GEWINNEN

Von Sophia Falk-Ytter, CEO BOTTIMMO AG

Die Generierung von qualifizierten Leads ist für Makler von großer Bedeutung, um ihr Geschäft voranzutreiben und neue Kunden zu gewinnen. Doch wie können Makler effektiv Leads generieren und potenzielle Kunden auf sich aufmerksam machen? So können Sie als Makler durch attraktive Angebote und gezielte Bewerbung ihre Leadgenerierung optimieren.

Was ist Leadgenerierung für Makler?

Leadgenerierung bezeichnet die Erzeugung von zukünftiger Kunden- und Nutzernachfrage. Im Falle von Maklern handelt es sich um die Gewinnung potenzieller Kunden, die Interesse an Kauf oder Verkauf von Immobilien haben.

Hier sind einige bewährte Methoden, die Ihnen dabei helfen, potenzielle Kunden anzusprechen und ihr Interesse zu wecken:

- Newsletter-Anmeldung: Bieten Sie Besuchern Ihrer Website die Möglichkeit, sich für Ihren Newsletter anzumelden, um regelmäßig relevante Informationen zu erhalten.
- Rückruf-/Terminvereinbarung: Stellen Sie ein Tool bereit, über das Besucher einen Rückruf oder einen Termin mit Ihnen vereinbaren können.
- Infoveranstaltung: Organisieren Sie informative Veranstaltungen zu relevanten Themen, bei denen sich Interessierte anmelden können.
- Whitepaper Download: Bieten Sie hochwertige Ratgeber, Checklisten, Broschüren oder Marktberichte zum Download an, um Besucher dazu zu motivieren, ihre Kontaktdaten zu hinterlassen.
- Online-Service: Stellen Sie Online-Services wie Immobilienbewertungen, Leibrienten-Checks oder die Möglichkeit

zur Suche nach einer Wunschimmobilie zur Verfügung.

- Quiz: Kreieren Sie ein unterhaltsames Quiz, bei dem Besucher ihr Wissen rund um den Immobilienmarkt testen können.
- Gewinnspiel: Veranstalten Sie ein attraktives Gewinnspiel, bei dem Besucher die Chance haben, etwas zu gewinnen, indem sie ihre Kontaktdaten hinterlassen.

Die Attraktivität des Angebots ist entscheidend

Egal welche Methode Sie wählen, die Attraktivität Ihres Angebots spielt eine entscheidende Rolle bei der Generierung von Leads. Bieten Sie Ihren potenziellen Kunden Mehrwert und überzeugen Sie sie davon, dass Ihre Dienstleistungen oder Informationen ihnen bei der Erfüllung ihrer Immobilienbedürfnisse helfen können. Seien Sie kreativ und stellen Sie sicher, dass Ihre Angebote relevant, aktuell und ansprechend sind.

Die Bewerbung des Angebots ist zentral

Ein attraktives Angebot allein reicht nicht aus, um Leads zu generieren. Die Bewerbung Ihres Angebots ist entscheidend, um potenzielle Kunden auf sich aufmerksam zu machen.

Hier ein paar Ideen:

- Öffentlichkeitsarbeit: Nutzen Sie PR-Maßnahmen, um in lokalen Medien präsent zu sein und über Ihre Dienstleistungen zu berichten.
- Mundpropaganda: Sorgen Sie dafür, dass zufriedene Kunden über Ihre Services sprechen und Empfehlungen aussprechen.
- Website: Optimieren Sie Ihre Website, um potenzielle Kunden anzusprechen und kontaktieren zu können. Platzen Sie auffällige Call-to-Action-Buttons und Formulare, um Leads zu generieren.

- **Social-Media-Kanäle:** Nutzen Sie Plattformen wie Facebook, Instagram oder LinkedIn, um Ihre Inhalte zu teilen, mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten und Leads zu generieren.
- **Online-Werbung:** Schalten Sie gezielte Anzeigen auf Plattformen wie Google Ads oder Facebook Ads, um Ihre Zielgruppe zu erreichen und Leads zu gewinnen.

Langer Atem hilft: Dranbleiben und Leads qualifizieren

Es ist wichtig zu verstehen, dass die Leadgenerierung für Makler selten super schnell funktioniert.

Es erfordert Geduld und Ausdauer, um einen kontinuierlichen Strom von qualifizierten Leads zu generieren. Verfolgen Sie Ihre Strategien über einen längeren Zeitraum und passen Sie sie bei Bedarf an, um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.

Die Generierung von Leads ist nur der erste Schritt. Umerfolgreiche Geschäftsabschlüsse zu erzielen, ist es entscheidend, an den gewonnenen Leads dranzubleiben und sie weiter zu qualifizieren. Pflegen Sie regelmäßigen Kontakt, bieten Sie personalisierte Informationen und Dienstleistungen an und bleiben Sie präsent, um das Vertrauen potenzieller Kunden zu gewinnen und letztendlich Geschäftsabschlüsse zu generieren.

Fazit

Die Leadgenerierung für Makler ist ein wichtiger Aspekt, um potenzielle Kunden anzusprechen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu schaffen. Indem Sie attraktive Angebote erstellen, diese gezielt bewerben und kontinuierlich an den generierten Leads arbeiten, können Sie Ihren Erfolg steigern und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen. Bleiben Sie

dran, seien Sie kreativ und setzen Sie die verschiedenen Kanäle effektiv ein, um Ihre Leadgenerierung zu optimieren und Ihr Maklergeschäft voranzutreiben.

Möchten Sie direkt mit der Leadgenerierung starten? Dann ist BOTTIMMO mit seinem Light-Produkt die perfekte Lösung für Sie. Für einen monatlichen Pauschalpreis ab nur 39,- Euro erhalten Sie zentrale Leadgenerierungs-Tools wie die Immobilienbewertung, den Käuferfinder und die Rückrufbitte. Alle Leads werden automatisch per E-Mails weiterqualifiziert.

Jetzt ist der perfekte Zeitpunkt, um Ihre Leadgenerierung zu optimieren und Ihr Maklergeschäft auf das nächste Level zu bringen. Verpassen Sie nicht die Chance, potenzielle Kunden zu erreichen und Ihr Geschäftswachstum zu steigern. Starten Sie noch heute mit BOTTIMMO!

ANZEIGE

Richtig viel Akquise - ab 39,- EUR / Monat!

Sie wollen schon seit Jahren mal so richtig Gas geben im Marketing? Bisher war Ihnen BOTTIMMO zu teuer oder zu kompliziert? Dann ist das Light Produkt genau die richtige Wahl für Sie.

- ✓ 14 Tage ohne Risiko testen
- ✓ sofort startbereit
- ✓ die wichtigsten Tools inklusive

Jetzt mehr erfahren:

**Starten mit
BOTTIMMO?
Dann jetzt
KLICK HIER !**

LIVE VON DER BAUSTELLE

WAS UNTERNÄHMEN HEUTE KONNEKTIVITÄT

HEUTE:
MEGATREND
KONNEKTIVITÄT



zukunftsInstitut



MEGATREND

KONNEKTIVITÄT

Der **Megatrend Konnektivität**, den das **Zukunftsinstitut** als einen von aktuell 12 Megatrends identifiziert hat, ist der Trend, der die Digitalisierung voran treibt. Es geht darum, dass sich immer mehr Lebensbereiche untereinander vernetzen. Schauen Sie doch einmal, wie die Leute vom Zukunftsinstitut diesen Megatrend erklären. Für mich das der Blick „Live in die Baustelle“ der Digitalisierung.



MIT KUNDEN IN KONTAKT KOMMEN WELCHES WAR IHR ERSTER GEDANKE?

Ist es altersabhängig, was wir über Kundenkontakte denken?

Selbst, wenn es nicht so sein wollte, war die Situation in der vergangenen Jahrzehnten jedenfalls anders, als heute.

Werfen Sie auf die folgende Aufstellung einen Blick mit Nachsicht und einem Augenzwinkern meinerseits (selbst knapp noch ein 50+)

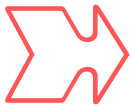
Sie benötigen weitere Anregungen? Dann werfen Sie bitte auch einen Blick auf diese ernst gemeinte Liste:

Diese Liste kennen Sie schon aus dem Beitrag zur Webseite. Aber die Ideen sind genau die Gleichen, wenn es darum geht, sich mit den Kunden zu verbinden und die Konnektivität zu erhöhen.

- **Erklärende Videos** zu verschiedenen Themen, die direkt in die Webseite eingebunden sind und den Kunden nicht auf eine andere Seite lenken. Sorgen Sie also dafür, dass die Videos eingebettet sind.
- **Umfragen** zur aktuellen Suchsituation eines Immobilienkunden; auch Umfragen lassen sich in eine Webseite direkt einbetten und erhöhen die Verweildauer von Kunden auf einer Webseite
- **Spiele**, ja Sie lesen richtig. Auch ein Spiel kann Kunden auf einer Webseite binden. Gehen Sie auf die Suche nach einem Immobilien-Spiel, das auf einer Webseite eingebunden werden kann (ein Beispiel ist das Schätz-Spiel für Hauspreise unter <https://propertyguesser.fun/> Probieren Sie es einmal aus.)

- **Quiz**, ein Immobilien-Quiz für Verkäufer oder Käufer kann Wissen abfragen, kann unterschwellig die erforderliche Expertise für den Verkauf einer Immobilie transportieren und als interaktives Element Kunden auf einer Webseite binden
- **Online-Termin-Vereinbarung**, die Möglichkeit einer Terminvereinbarung allein führt nicht zu einem interaktiven Element auf der Webseite, wird jedoch in einem kurzen Video auf der Terminvereinbarungsseite erläutert, was in einem digital vereinbarten Termin besprochen werden kann, steigt der Mehrwert für den Immobilienkunden enorm an
- **Visualisierungen und 360-Grad-Besichtigung mit Erläuterung**, wobei die digitale Besichtigung nicht direkt durchgeführt werden sollte. Es sollte eine Registrierung vorgeschaltet werden. Ja, eine Registrierung ist eine Hürde für den Kunden, die zu einem Absprung führen kann. Wenn jedoch der Weg zur Registrierung auch interaktiv gestaltet wird, indem - ähnlich wie bei mehreren Schritten einer Wertermittlung - je Schritt weitere Informationen gegeben werden - steigt die Akzeptanz des Kunden an, seine Kontaktdaten zu hinterlassen
- **Kunden-Webinar**, Die Einbindung von Kunden-Webinaren auf Webseiten kann sowohl als Live-Veranstaltungen, die auf der Webseite gestreamt werden, als auch als On-Demand-Video mit einer jeweils vorgeschalteten Registrierung zu einem echten Gamechanger auf der Webseite werden. Stellen Sie den wertvollen Content aus Webinaren für Ihre Kunden auf der eigenen Webseite zur Verfügung.





- **Ratgeber**, mit einem Blick in den Ratgeber, ersten Themen-Beispielen aus Ratgebern und einem ausführlichen Blick in die Inhalte können Sie das Interesse der Kunden wecken. Ein reines Bestellformular für Ratgeber könnte jedoch inzwischen durchaus mit weiteren interaktiven Elementen angereichert werden.
- **Chat-Bot**, der Hinweis „Wir sind live, stellen Sie uns Ihre Fragen“, taucht immer häufiger auf Webseiten auf. Auf Immobilien-Webseiten ist dieses Feature noch nicht sehr häufig im Einsatz, aber es dauert nicht mehr lang (2024?) und fast alle Webseiten werden mit zusätzlichen und interaktiven Kommunikationsmöglichkeiten ausgestattet sein
- **ChatGPT-Anwendungen**, der aktuelle Hype in der Netzwelt. Wie kann ChatGPT auf einer Webseite helfen? Lassen Sie Lage-Kriterien, Makro-Lage, Erreichbarkeit, Infrastruktur usw. über eine ChatGPT-Anwendung in der eigenen Webseite durch Ihre Kunden abfragen und geben die Abfragemöglichkeiten zu einzelnen Immobilien am besten selbst vor. Ich rechne noch in 2023 mit Abfrage-Features, die in Webseiten eingebaut werden können.
- **3-D-Visualisierungen**, können nicht nur bei Neubauprojekten, sondern auch bei hochwertigen Bestandsimmobilien zum Einsatz kommen, bei denen es sich lohnt, den finanziellen Aufwand zur Erstellung eines virtuell begehbaren 3-D-Modells zu investieren.

Mit Kunden in Kontakt kommen

20+ Lets TikTok - Schnell ein Video

30+ Auf Insta ein Erklärvideo, das viral geht

40+ Wir machen das heute am besten über ein Webinar


50+ Meine Zielgruppe ist auf Facebook

60+ Anrufen klappt immer noch am besten

70+ Wir müssten mal wieder eine Faxaktion machen



(alle Termine sind direkt verlinkt)

 www.datenschutz.immobilien

Termine - gleich anmelden

Wir haben einige Themen und Termine für Sie zusammengestellt 



UNSERE TERMINE - FÜR IHRE PLANUNG

- 9./10.05.2023 - DIE digiKonREAL 7.0 - WAS UNS DIGITAL BEWEGT
- 12.05.2023 - SPRECHSTUNDE VERTRAGSPAKET
- 15.05.2023 - WEBSEITE AKTUELL - WEBINAR DER DSP
- 15./16.06.2023 - DEUTSCHER IMMOBILIENTAG IVD
- 19.06.2023 - GAMECHANGER ENERGIETHEMEN - AKTUELLE VERANSTALTUNG FÜR IMMOBILIENFIRMEN
- 27.06.2023 - PFLICHTSCHULUNG GWG
- 29.06.2023 - JAHRESSCHULUNG DSGVO - FÜR DAS GANZE TEAM
- 04.07.2023 - VERANSTALTUNG CYBERSICHERHEIT 2023
- 13.07.2023 - IMMOBILIEN-EXPOSEES RECHTSSICHER ERSTELLEN VERANSTALTUNG DER SPRENGNETTER AKADEMIE

Die Termine der Datenschutz+Immobilien-Police 2023 sowie das Eventbook 2023 finden Sie Hier (Klick).





ALLES PALETTI AUF DER WEBSEITE?

Es gibt so viele verschiedene Themen, die auf der Webseite beachtet werden müssen. Das Impressum muss stimmen, die Datenschutzerklärung muss aktuell sein, der Cookie-Banner muss richtig eingebunden sein, die Einwilligungen in den Kontaktformularen sollen sauber formuliert sein usw. usw.

Wenn Sie einmal alles auf einen Blick haben wollen und ihre Webseite anschließend prüfen können, dann besuchen Sie unser Webinar am Montag, 15.05.2023 „Webseite Aktuell“. Für Ihre Anmeldung klicken Sie auf den folgenden Button.

**Auf der Webseite
muss es stimmen!
Webinar am 15.05.2023
Anmeldung
KLICK hier!**





ZUM SCHLUSS KONNEKTIVITÄT UND - WIE MAN ES NEU RECHNET



Emil Steinberger erklärt in dem dritten kurzen Ausschnitt, wie man 7×7 rechnet. Vielleicht erkennen Sie unser Thema von heute aus DIE ACHT darin wieder.

(Psst: mich hätte es natürlich noch mehr gefreut, wenn er 8×8 gerechnet hätte).

FÜR IMMOBILIENBÜROS
PODCAST.
3 (DREI)
MAL
NACHGEDACHT

SIE HÖREN
JAN KRICHELDORF, ROLAND
KAMPMEYER, SVEN JOHNS

PARTNER RECHTSANWALTSKANZLEI:



MOSLER+PARTNERRECHTSANWÄLTE



DIE ACHT
IMMOBILIEN & DATENSCHUTZ

**8 THEMEN
IMMER AM 8.
UM 8
BE-8-ENSWERT**

www.die-acht.de

Die nächste Ausgabe von „Die ACHT“ erscheint am **8. Juni 2023 um 8** zum Thema „(M)eine Firmenbroschüre“.

Anregungen, Fragen, Kritik bitte an Sven Johns unter office@datenschutz.immobilien. Wenn Sie einen Auszug aus dem Newsletter gern für eigene Zwecke nutzen möchten, schreiben Sie uns bitte ebenfalls eine Mail. Wir erlauben unter Quellennennung (fast) alles.

Copyright © 2023 Johns Datenschutz GmbH, All rights reserved.

Kontakt:

Johns Datenschutz GmbH, GFin: Andrea Johns,
An der Kolonnade 11, 10117 Berlin, Tel.: 030 - 20 63 07 94
HRB AG Berlin Charlottenburg 197324
office@datenschutz.immobilien - www.datenschutz.immobilien

Grafik

Angelika Lomitschka

Verbraucherinformation:

Online-Streitbeilegung gem. Art. 14 Abs. 1 ODR-VO: Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung bereit:
<https://ec.europa.eu/consumers/odr>