



WE ARE APP INC.

# 5 TIPPS FÜR DIGITALES MAKELN

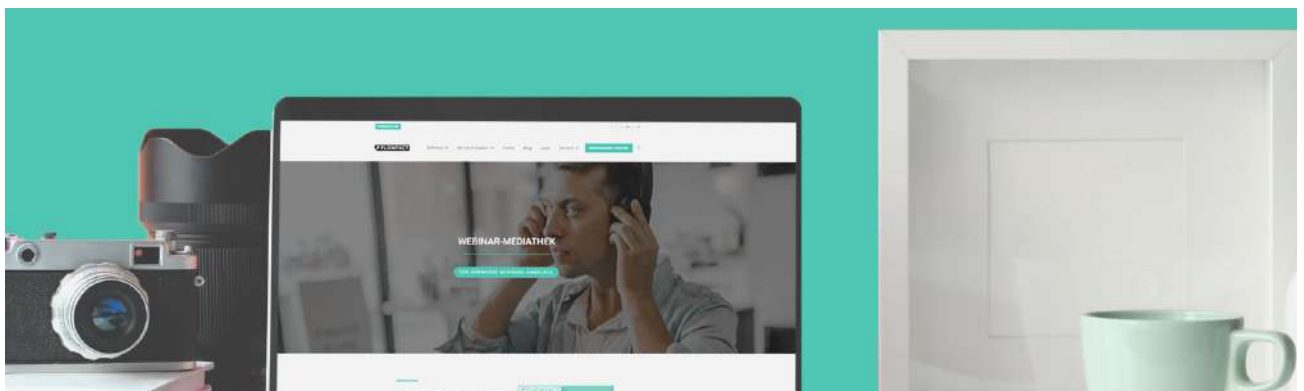
---

EFFIZIENZ IN AKQUISE UND  
ORGANISATION

## NEUES ZEITALTER. NEUE ZIELSETZUNG.

Welche Chancen bietet die Digitalisierung? Wie können Sie von Online-Marketingmaßnahmen im Tagesgeschäft profitieren?

Ob für die Generierung neuer Leads, die einfache Bestellung von Energieausweisen oder das Arbeiten von unterwegs – nutzen Sie die vielen Chancen der Digitalisierung, um Ihren Immobilienalltag einfacher und effizienter zu gestalten. Plus: Wo sind die Schnittstellen zur analogen Welt – wo geht es nicht ohne? Lesen Sie hier die fünf Tipps für digitales Makeln.



### #1

**NEUE STRATEGIEN FÜR DIE AKQUISE ONLINE NUTZEN**

Seite 3

### #2

**KONZENTRATION AUF DEN KONTAKTPUNKT WEBSITE**

Seite 5

### #3

**AUFTRAGGEBER BEI IHREN BEDÜRFNISSEN ABFANGEN**

Seite 7

### #4

**MIT STANDARDISIERTEN PROZESSEN SCHNELLER DURCHS TAGESGESCHÄFT**

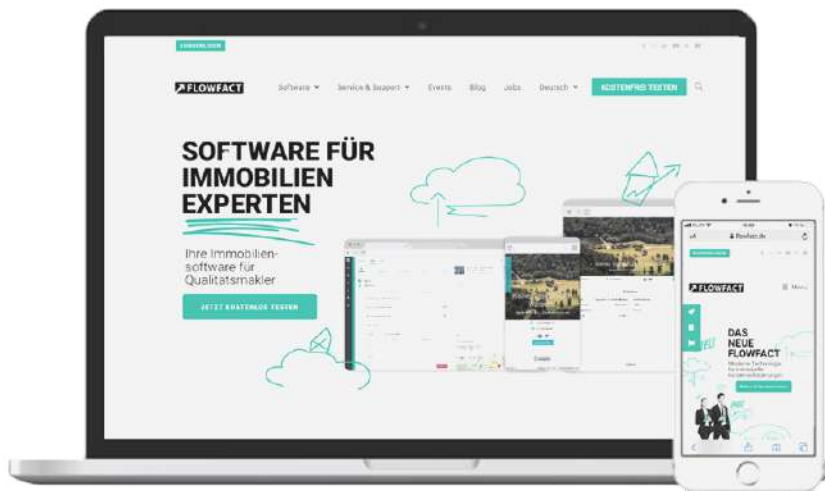
Seite 9

### #5

**IN DER DIGITALEN WELT WIRD'S MOBIL ERLEDIGT**

Seite 12

## TIPP #1: NEUE STRATEGIEN FÜR DIE AKQUISE ONLINE NUTZEN



Infoveranstaltungen und Netzwerken, Recherchieren und Telefonieren: Wege, um Eigentümer kennenzulernen, gibt es einige – online wie offline. Ein stringentes System hinter Ihrer Akquise ist dabei eine wesentliche Unterstützung.

### 1. Immobilienpreiseinschätzung

Lead-Pipeline: Die kostenlose Einschätzung von Immobilienpreisen ist DER Aufhänger, auf den die Eigentümer reagieren.

Diese Preiseinschätzung in Form einer [Wohnmarktanalyse](#) kommt über die FLOWFACT Web-Services direkt beim Eigentümer als Kurzfassung an. Die Langfassung erhält der Makler – der perfekte Aufhänger für ein Akquisetelefonat. Denn die Kontaktdaten haben die Eigentümer gegen die Wohnmarktanalyse getauscht. Diese ermittelt pro Immobilie individuell und aktuell die statistischen Informationen zu Lagequalität, Preisentwicklung, Vergleichsangeboten, Angebotsverweildauer etc.

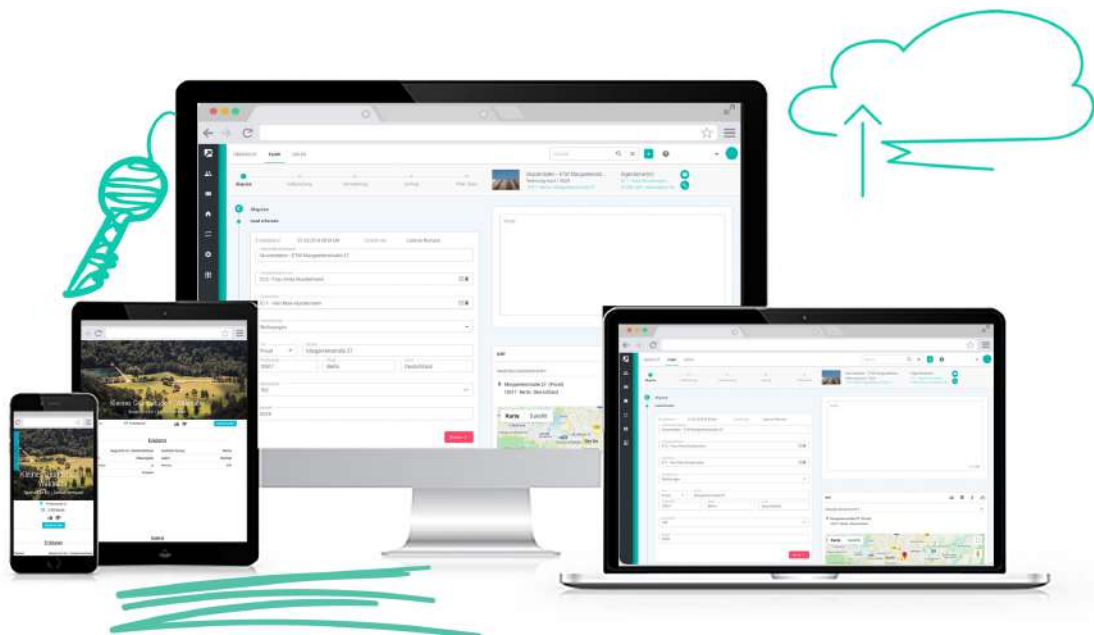


## TIPP #2: KONZENTRATION AUF DEN KONTAKTPUNKT WEBSITE

Die Website im eigenen Design ist das wichtigste Aushängeschild und oft einer der ersten Kontaktpunkte mit möglichen Auftraggebern. Mit etlichen Instrumenten und Funktionen können Sie hier auf die Interessen der Eigentümer zielen – und so Kontakte generieren.

### 1. Eine Website für alle Endgeräte

Mobil optimierte **Websites** - in Fachkreisen „responsive“ genannt – passen sich im Design hervorragend an alle Endgeräte an und funktionieren auf dem großen Desktop-Bildschirm ebenso gut wie auf dem Tablet oder Smartphone. Dabei rücken die relevanten Inhalte wie z.B. Ihre Kontaktdaten in den Vordergrund.



### 2. Erfolge sprechen lassen

Referenzen, Empfehlungen und Bewertungen im Netz sind ein starkes Instrument in den heutigen Zeiten aufgeklärter Verbraucher, deren erste Recherche auf der Suche nach einem neuen Dienstleister bei Google

startet. Mit dem entsprechenden Modul können ausgewählte Immobilienreferenzen schnell und einfach mit nur einem Mausklick auf der Website platziert werden. Dabei werden alle Objekte wahlweise mit Beschreibungstext oder Statement ausgegeben. Eine automatische Pflege sichert parallel die Aktualität aller Daten und Bilder.

### **3. Mehrwerte bieten**

Immobilieeigentümer suchen zügig solvente Käufer. Vorgemerkte und geprüfte Interessenten, die z.B. nach dem gesuchten Stadtteil, der gewünschten Größe und dem Maximalpreis aufgelistet sind, können von Eigentümern über den „Interessentenfinder“ direkt gesichtet werden.

Hier zieht sich die Website die erforderlichen Daten aus der Software, sodass diese in Echtzeit und ohne doppelte Datenhaltung angezeigt werden.

### **2. Den Auftraggeber auf dem Laufenden halten**

Kunden lieben transparent gemachte Leistungen. Wann ist der Newsletter an vorgemerkte Interessenten heraus gegangen? Wie viele Telefonate wurden geführt? Wie viele Exposés wurden verschickt? Auf Knopfdruck erhalten die Auftraggeber einen kompletten Überblick zu allen frei gegebenen Aktivitäten und können sich davon überzeugen, dass ihr Objekt in den besten Händen ist.

**Eine Immobilien-Website bildet die Basis für alle digitalen Marketingaktivitäten. Aussagekräftige Angebote und Referenzen locken potenzielle Leads an – durch effiziente Tools werden sie gebunden.**

## TIPP #3: AUFTRAGGEBER BEI IHREN BEDÜRFNISSEN ABFANGEN - ENERGIEAUSWEIS

Die Digitalisierung schenkt Ihnen über das Thema Energieausweis einen perfekten Ausgangspunkt zur Eigentümeransprache. Seit Umsetzung der EnEV muss der Energieausweis bei der Vermarktung – egal ob Miete oder Kauf – eines Objektes vorliegen. Ist dies nicht der Fall, drohen Maklern Abmahnungen und Eigentümern Geldbußen bis zu 15.000 Euro. Mittlerweile gibt es etliche Anbieter am Markt, die Energieausweise „online“ anbieten.

### **Selber machen oder Dienstleister beauftragen?**

Um diese Daten zusammen zu tragen, braucht es Terminabstimmungszeiten, Fahrtzeiten, Datenerfassungszeiten, Dateneingabezeiten etc. Wie viel Zeit die Erstellung des Bedarfsausweises genau beansprucht, hängt nicht zuletzt sicherlich von der technischen Versiertheit des Erfassers ab. Die Alternative zum selbst machen: Einen Dienstleister beauftragen.

### **Full Service vom Dienstleister: Profitieren Sie von [Energieausweis48](#)**

Ob für 34 Euro oder für 200 Euro, das kann jeder einmal selbst testen. Seriöse Anbieter arbeiten mit professionellen und zertifizierten Energieberatern zusammen und bieten die Möglichkeit des Full-Service. Das bedeutet: Über die Website des Anbieters oder die CRM-Software wird das Objekt aufgenommen und per Knopfdruck der Energieausweis „Full-Service“ bestellt. Im nächsten Schritt erfolgt die Koordination einer Vor-Ort-Besichtigung.

Hier ist die Schnittstelle zwischen digitaler und realer Welt: Der geprüfte Fachmann muss das Objekt ansehen und die Daten erfassen. Benötigt werden unter anderem die Wohnfläche, Modernisierungsmaßnahmen sowie Art und Baujahr der Heizung. Die Verarbeitung und Eingabe der Daten wiederum erfolgten digital. Die Daten (von den Hauseigentümern im Aufnahmebogen auf Richtigkeit der Angaben gegengezeichnet) werden dann zentral durch zertifizierte Energieberater auf Plausibilität geprüft. Hiernach erfolgten die Zertifizierung und die Ausstellung des Energieausweises inklusive Modernisierungs-Empfehlungen. Es gibt Anbieter, die die Bereitstellung des Bedarfsausweises, Full Service, innerhalb von 48 Stunden nach Objektbegehung anbieten – z.B. [Energieausweis48](#).

### **Self Service = selber machen**

Wer den Energieausweis als Makler selber erstellen möchte, füllt einen rund 180 Parameter enthaltenden Aufnahmebogen aus, gibt die Daten dann selber ins System ein und überträgt sie an eine zentrale Stelle. Hier sitzen wiederum zertifizierte Energieberater, die die Daten auf Plausibilität überprüfen und den Ausweis inklusive Modernisierungsempfehlung ausstellen. Das kostet etwa die Hälfte zur vorher beschriebenen Dienstleistung. Übrigens gibt es auch die Möglichkeit, einen Kurs zu belegen, um in der Zukunft besser auf die Datenaufnahme für Bedarfsausweise vorbereitet zu sein.

**Für Eigentümer gehört der Energieausweis zu den Pflichtthemen. Berechnung und Beschaffung sind mit enormem Aufwand verbunden – Ihr Ansatz zur Lead-Generierung.**



## TIPP #4: MIT STANDARDISIERTEN PROZESSEN SCHNELLER DURCH DAS TAGESGESCHÄFT STEUERN

Das Zeitalter der Digitalisierung schenkt uns viele nützliche Tools, die dafür sorgen, dass der Arbeitsalltag ungemein erleichtert wird und alles praktisch wie von selbst geht. Profitieren Sie von standardisierten Prozessen, die dafür sorgen, dass immer wiederkehrende Tätigkeiten automatisiert hintereinander erledigt werden.

### **Wie funktioniert ein Prozess?**

Ein Prozess führt durch einzelne Arbeitsschritte, was auf der einen Seite eine enorme Zeitersparnis birgt. Auf der anderen Seite sorgt es für eine hervorragende Qualitätssicherung, denn die Dinge werden nach einem vorher definierten Unternehmensstandard erledigt. Im Resultat können andere Kollegen oder neue Mitarbeiter schnell und effizient in neue Inhalte eingearbeitet werden.

Ein weiterer großer Mehrwert der Einführung von Prozessen liegt darin, dass hierdurch Entscheidungshilfen produziert werden, die Chancen, Risiken und resultierende Maßnahmen in den Tagesablauf integrieren.

### **Der Prozess in der Praxis: Beispiel-Prozess „Objektakquise“**

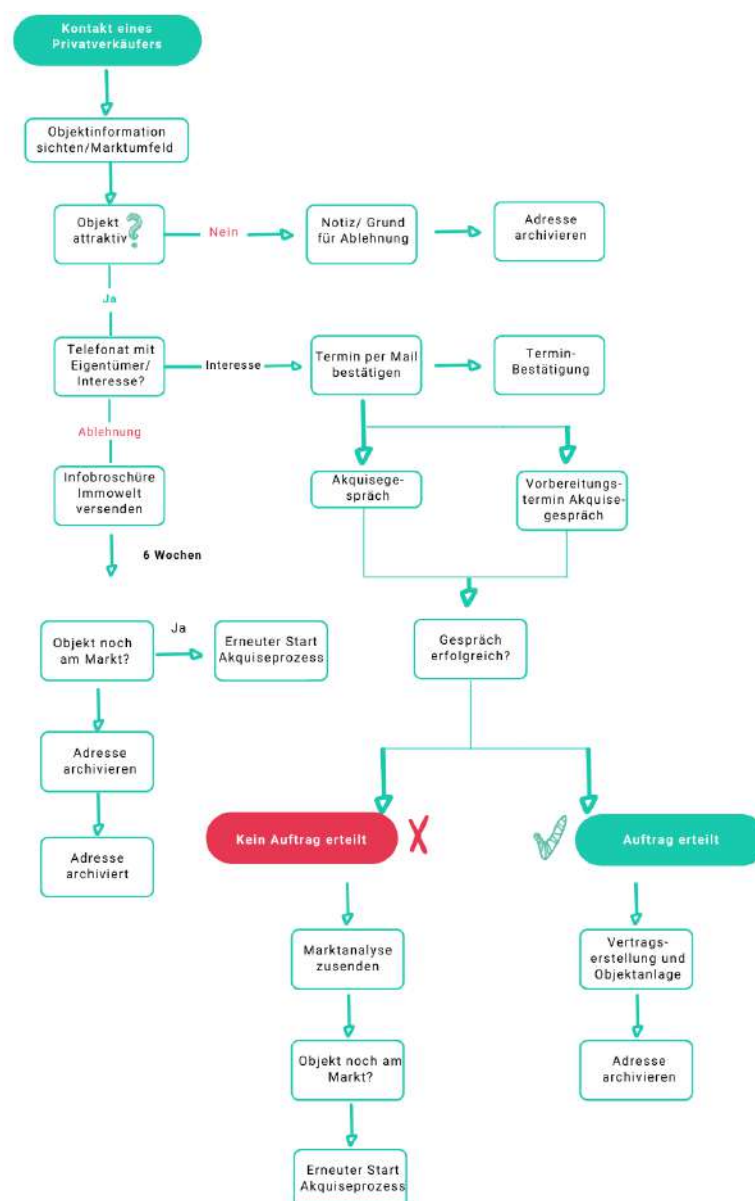
Automatisiert werden können im Grunde alle wiederkehrenden Unternehmensabläufe. Der große Vorteil hieran ist, dass diese internen Abläufe im Maklerbüro durch die Automatisierung optimiert werden. Unabhängig davon, ob es sich um die Kaufpreisanpassung handelt, die Anlage eines Interessenten, die Objektakquise, das Objektmarketing oder in einem Unternehmen der Wohnungswirtschaft um die Schadensregulierung.

## Prozessmanagement von **FLOWFACT**: In vier Schritten zu mehr Performance

Um einen automatisierten Prozess zu starten, sind vier Schritte notwendig, die am Anfang mit einem einmaligen Aufwand verbunden sind.

### Schritt 1: Die Skizze aller Arbeitsschritte

Zunächst muss eine Skizze aller Arbeitsschritte zu einer bestimmten Geschäftsaktivität erstellt werden, und zwar in der Reihenfolge, in der sie passieren.



## **Schritt 2: Eingabe des Prozesses ins System**

Ist diese Skizze erstellt, reflektiert und als vollständig beschlossen, erfolgt der zweite Schritt zum Start eines automatisierten Prozesses: Die Eingabe ins System. Sämtliche Schritte des Prozesses werden dezidiert angelegt, bis hin zu „Adresse archivieren“, sollte der Exit aus dem Prozess erfolgen.

## **Schritt 3: Zuständigkeiten und Fristen**

Schritt drei beschreibt Zuständigkeiten und Fristen. An dieser Stelle wird bestimmt, wer bis wann verantwortlich für welchen Schritt im Prozessablauf ist.

## **Schritt 4: Einbindung von Informationen und Unterlagen**

In Schritt vier werden dann Informationen und Unterlagen, zum Beispiel E-Mail- und Briefvorlagen, Unternehmensbroschüren etc. hinterlegt und eingebunden, die als permanentes Versandmaterial dienen.

Jetzt sind alle Schritte eingerichtet. Die Verantwortlichen werden beim Prozessstart automatisch informiert. Auf diese Weise sorgt das Prozessmanagement für Qualitätssicherung, Controlling und die fristgerechte Abwicklung aller Aufgaben zugleich.

**Automatisierte Abläufe erleichtern den Arbeitsalltag. Ihren Akquise- und Vertriebsanfragen begegnen Sie zudem mit mehr Power – Makeln mit System.**

## TIPP #5: IN DER DIGITALEN WELT WIRD'S MOBIL ERLEDIGT

Das mobile Arbeiten mit Spaß und ohne Nacharbeitszeiten ist eine effiziente Mischung aus mobiler und digitaler Welt. Denn dank mobiler Technologien ist das Arbeiten von jedem Ort und zu jeder Zeit möglich.

### **Unterwegs vorbereitet sein**

Das gesamte Büro im mobilen Endgerät: Viele mobile CRM-Apps sind dazu in der Lage, auf bestimmte Aktivitäten, Termine und Adressen zuzugreifen. Das bietet die Möglichkeit, flexibel auf verschobene Besichtigungstermine zu reagieren, E-Mails von unterwegs abzuarbeiten oder auch alternative Objekte direkt auf dem Tablet zu zeigen. Andere gehen große Schritte weiter, indem das gesamte Büro ins mobile Endgerät passt, sodass bei Bedarf die volle Funktionalität des CRM abgerufen werden kann.

### **Voller Zugriff bei großer Flexibilität**

Ein solches mobiles CRM für die Immobilienwirtschaft mit Live-Zugriff auf die zentrale Unternehmensdatenbank von unterwegs hat viele Vorteile. Die Oberfläche ist superschlank und auf die für die Immobilienbranche wichtigsten Elemente konzentriert: Menschen, Immobilien, Aufgaben und Termine. Hinter diesen nur vier Menüpunkten verbirgt sich die Leistung eines echten CRM.

### **Mobiles Arbeiten ohne Nacharbeiten**

Das bedeutet: Das mobile CRM greift immer live auf Kontakte und Aufgaben zu. Die Aufgaben können verteilt werden,

Teamworkflow-Funktionalitäten sind verfügbar, etwa der Blick in den Kalender des Mitarbeiters oder Kollegen von unterwegs. Ein ganzheitlicher Überblick ist gegeben, Exposés können mobil versandt und Bilder zu Immobilien oder Menschen von unterwegs direkt in die CRM-Datenbank geladen werden. Die komplette Objekthistorie ist verfügbar, sodass jederzeit flexibel und zuverlässig auf Anfragen von Kunden oder Interessenten reagiert werden kann. Ein besonderes Highlight für Nutzer, die sehr viel aus dem Auto herausarbeiten: Notizen können eingesprochen werden, sie werden automatisch zu Text verarbeitet.

Damit wird mobiles Arbeiten effizienter denn je. Ein Beispiel: Stellen Sie sich vor, Sie haben bereits ein Objekt aufgenommen. Dann hängt da aber doch noch ein Balkon dran – das hat der Eigentümer am Telefon vergessen zu erwähnen. Sie können jetzt bei Ihrem Vor-Ort-Termin direkt die Änderung ergänzen – fertig. Früher hätten Sie den fehlenden Balkon notiert. Das dann entweder per Mail ins Büro geschickt, damit jemand die Änderung ergänzt. Oder sich eine Notiz auf einem Zettel gemacht, zurück im Office den Zettel auf den Stapel mit anderen To-Dos gelegt und irgendwann ergänzt.

Mobile Arbeit spart also Zeit und macht dabei Spaß.



**Voller Überblick, besserer Kundenservice, hohe Flexibilität – überall und jederzeit. Mobiles Arbeiten erleichtert Ihnen die Bewältigung von Aufgaben direkt im Augenblick der Aktivität.**

## 5 TIPPS FÜR DIGITALES MAKELN: IHRE TOOLS UND RESSOURCEN

Damit Sie inmitten der ganzen Informationen den Überblick behalten, haben wir Ihnen hier die fünf Tipps für digitales Makeln inklusive der besten Tools für Ihren Erfolg zusammengestellt:



**Akquise online**  
WOHNMARKT-ANALYSE,  
LEAD-HUNTER



**Kontaktpunkt Website**  
IMMOBILIEN-WEBSITE, MODULE



**Auftraggeber Bedürfnisse**  
ENERGIE-AUSWEIS48



**Mobiles Arbeiten**  
FLOWFACT MOBILE



**Standardisierte Prozesse**  
PROZESS-MANAGEMENT MIT  
FLOWFACT

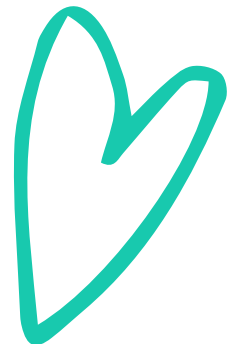
## ÜBER FLOWFACT

FLOWFACT ist seit 1985 spezialisiert auf innovative CRM Software für die Immobilienwirtschaft. FLOWFACT automatisiert alles in der Immobilienwelt, was automatisierbar ist, damit Immobilienexperten sich auf den Aufbau bedeutsamer Beziehungen konzentrieren können. Der Fokus liegt hierbei auf erfolgreichen Geschäftsbeziehungen und -prozessen. Die neue Produktwelt verknüpft das bewährte Kundenkontaktmanagement sowie die bekannten Akquise- und Marketinginstrumente mit innovativen Lösungen, um ein überragendes Immobilienerlebnis zu bieten. Vom selbständigen Immobilienmakler bis zum Konzern setzen jeden Tag mehr als 35.000 Anwender in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Immobiliensoftware von FLOWFACT.

---

### Kontakt:

FLOWFACT GmbH  
Holweider Straße 2a · D-51065 Köln  
T +49 221 99 590-0 · F +49 221 99 590-111  
www.flowfact.de · info@flowfact.de



**Neugierig geworden? Testen Sie jetzt  
FLOWFACT 14 Tage kostenfrei:**

**JETZT KOSTENLOS TESTEN**