

MARKETING ON- & OFFLINE

A decorative graphic in the bottom right corner consisting of a network of white and light blue dots connected by thin white lines, resembling a digital or social network structure.

01

ZUSTÄNDIGKEIT & WORKFLOW

Maßnahmen festlegen

02

MARKETING OFFLINE

Family & Friends Aktion
Weitere Maßnahmen
Werbematerial

03

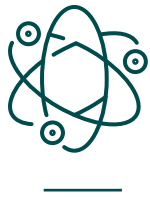
MARKETING ONLINE

Email-Kampagnen
Social Media
Werbematerial

01 Zuständigkeit & Workflow

Maßnahmen festlegen

Zunächst gilt es zu entscheiden: Welche Maßnahmen sollen ergriffen werden? Was soll das Ergebnis sein?



Bildwelt definieren

Feste Bildwelt für den Preisfinder definieren (Wiedererkennung durch ein WMA/Preisfinder Bildmotiv in allen Medien und allen Verlinkungen)



Starke Schlagworte

Mit starken Worten redaktionell zum Thema führen (Schlagworte: kostenfrei & unverbindlich in wenigen Schritten den Wert der eigenen Immobilie ermitteln)



Wichtig:

Roter Faden durch alle Marketing-Medien. Verschiedene Zielgruppen durch verschiedene Medien ansprechen

02 Marketing Offline

Family & Friends Aktion

Was ist das?

Eine interne Einführung des Preisfinders, bei der alle Mitarbeiter die Möglichkeit haben, den Preisfinder selbst auszuprobieren und diesen auch Freunden und Familie zu empfehlen.

Testrechnung: 200 Mitarbeiter probieren den Preisfinder selbst aus und empfehlen ihn 4 weiteren Personen = $200 \times 5 = 1000$ Leads als Kickstart

Schritt 1

Mitarbeiter informieren und Zeitrahmen kommunizieren

Interne Rund-Mail an ALLE Mitarbeiter!



Schritt 2

Zeitrahmen planen und Leads bearbeiten

Family and Friends Abrufe/ Lead Eingänge bearbeiten



02 Marketing Offline

Family & Friends Aktion

Schritt 1: Mitarbeiter informieren und Zeitrahmen kommunizieren

Beispielmail: „Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Ab dem xx.xx.xxxx haben wir für unsere Kunden einen neuen Service auf unserer Homepage, den Preisfinder zur kostenlosen Wertermittlung von Immobilien.

Exklusiv möchten wir Sie, Ihre Verwandten, Freunde und Bekannte einladen, bis zum xx.xx.xxxx/ in der Woche vom xx.xx. den Preisfinder zu testen!

Unter folgendem Link/ QR Code www.Preisfinder-Musterlink.de gelangen Sie direkt zum Preisfinder.

Nach Eingabe der Objektrahmendaten und Ihrer E-mailadresse, erhalten Sie in kurzer Zeit per E-mail die Wertermittlung zum eingegebenen Objekt, kostenfrei und unverbindlich.

Bitte empfehlen Sie gern den oben genannten Preisfinder Link an 4 Familienmitglieder, Freunde und Bekannte zum selbst ausprobieren und kennenlernen unseres neuen Services. Wir freuen uns über Feedback und zahlreiche Testabrufe.

Viel Spaß beim Testen!“

02 Marketing Offline

Family & Friends Aktion

Schritt 2: Zeitrahmen planen und Leads bearbeiten



Ausreichend personelle und zeitliche Kapazität planen



Ernennen Sie einen Preisfinder-verantwortlichen

In welchem Postfach landen die Leads bzw. wer hat ErfolgsCockpit Zugang und wer startet die Bearbeitung?

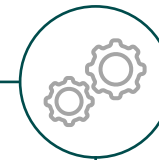


Wer genau bearbeitet welche Leads und tätigt den bedeutende Erstkontakt am Telefon zum Abrufer?

->potentielle Verkaufsobjekte von Freunden und Bekannten



Wer leitet die Leads an Fachabteilungen weiter, wenn Cross Selling Potential besteht?



Jedes Lead hat Potential, sonst wäre kein Abruf entstanden

Priorisierung ist jedoch wichtig: Kontaktieren Sie zuerst die Abrufer jener Motive, die für Sie relevant sind

02 Marketing Offline

Family & Friends Aktion

Vorteile:

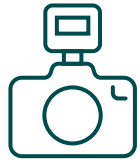
- Jeder Mitarbeiter kennt sich mit dem Preisfinder aus bevor er den Kunden zur Verfügung steht
- Durch Diskussion im Familien & Bekanntenkreis kommt der Ball ins Rollen
- Der Umgang mit Leads wird geübt und optimiert
- Potentielle Verkaufsobjekte aus dem Freundes- und Bekanntenkreis

Ergebnisse:

- Im ErfolgsCockpit werden innerhalb des Aktionszeitraum entsprechend vermehrte Abrufe eingehen, die Sie dann nach diversen Filtern auswerten können
- Abrufe von Mitarbeitern erkennen Sie daran, dass Sie im ErfolgsCockpit als interne Abrufe gekennzeichnet sind
- Unsere Kunden, die die Family & Friends Aktion mit den Mitarbeitern durchgeführt haben, konnten durch Familien- und Bekanntenkreis zahlreiche Objekte zum Verkauf akquirieren

02 Marketing Offline

Weitere Maßnahmen



Lokalpresse informieren/
Pressekonferenz
veranstalten



Postkarten mit QR
Code zur WMA
erstellen und bei
lokalen
Veranstaltungen
verteilen



Aufsteller am
Bankautomat und
am Schalter



Wohnmarktbericht
um eine gesamte
Darstellung des
Marktgebietes als
besonderen Service
für die Kunden zu
bieten



Marktbericht oder
Auszüge als
Lesematerial

02 Marketing Offline

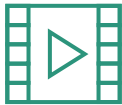
Werbemittel zum Downloaden



- Muster-Pressemitteilung: <https://public.centerdevice.de/263972e0-4538-4260-91dc-1e7ea9893f24>



- Print & Display: <https://public.centerdevice.de/5dea816b-2bc6-4331-83b7-66693074b82a>



- Plakat Großfläche: <https://public.centerdevice.de/801801d5-de99-4380-a91c-ed1320ec10fd>



- Roll-up: <https://public.centerdevice.de/acaa4322-3ade-4a53-933d-ea44ab4f935b>

03 Marketing Online

E-Mail-Kampagnen

- Kundendatenbank der Bank mit **Newsletter** kontaktieren
- Achtung: nur ein Thema (Wohnmarktanalyse) kommunizieren
- Online Banking Kunden anschreiben und über neues Wohnmarktanalyse Tool informieren
- Kontoauszüge nach Grundsteuerzahlern durchsuchen und diese über neues Wohnmarktanalyse Tool informieren
- kostenlose E-Mail-Vorlage in Emma zum S-ImmoPreisfinder:
<https://mailing.sparkasse.de/viewonline2/8380/1785/3/Y8RVnmB2/FmCzGEzGC6/1>

Sehr geehrte Frau Mustermann,

Die Preise für Immobilien steigen im Moment an vielen Orten rasant an. An anderen Orten stagnieren die Preise oder gehen zum Teil auch leicht zurück. Wer dabei ist, eine Immobilie zu kaufen oder zu verkaufen, sollte ihren Wert genau kennen.

So geht's kostenlos und unverbindlich: Der S-ImmoPreisfinder braucht von Ihnen nur ein paar Eckdaten, um einen Richtwert für einen realistischen Preis zu ermitteln. Nur wenige Klicks, und schon erhalten Sie Ihre Wohnmarktanalyse schnell und bequem per E-Mail.

Probieren Sie es einfach aus!

[Jetzt Immobilienwert ermitteln](#) 


Freundliche Grüße
Ihre Sparkassen-Finanzportal GmbH

Ihr Ansprechpartner:



Maik Mustermann
Privatkundenberater

 030 - 123 45 678

 [E-Mail schreiben](#)

03 Marketing Online

Social Media



- SEO/SEA auf Bank und Immobilien-Website berücksichtigen
- Social Media Kampagnen/Postings um auf den Preisfinder aufmerksam zu machen
- Erklärvideos

03 Marketing Online

Werbemittel zum Downloaden



- Social Media Postings: <https://public.centerdevice.de/b1ab310e-1767-42a2-9326-9069417445f5>



- Banner für die S-App: <https://public.centerdevice.de/03ba87f5-f769-41ec-8524-e938fee3e079>



- IF6-Teaser-Grafiken: <https://public.centerdevice.de/6104b6a1-2c77-4c43-8d2f-78c1be764004>



- Keyvisual als hochauflösende Grafikdatei zur Verwendung individueller Werbematerialien:
<https://public.centerdevice.de/25554712-cb16-4cf1-8ea3-166638405e26>

Kontakt Daten

IIB Institut



E-Mail: service@iib-institut.de

Telefon: 06202 95 049 10

Adresse: Office Schwetzingen:
Bahnhofanlage 3
68723 Schwetzingen

Office Berlin:
Hufelandstraße 22
10405 Berlin