



BOTTIMMO

Infoveranstaltungen im Marketing

BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.



BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.

www.bottimmo.com



Wie passen Infoveranstaltungen eigentlich in Ihre Akquisestrategie?

GANZ EINFACH:

Auf dem Weg zum Beratungsgespräch und Alleinauftrag kann eine solche Veranstaltung ein ganz neuer Kanal sein, in der gezielt Botschaften gespielt werden.

Der Makler stellt sich im Rahmen einer Veranstaltung als Experte und Berater vor. Dies zahlt einerseits auf Markenbekanntheit und Markenwert ein, andererseits schafft es spannende Kontakte zu Ratsuchenden in unterschiedlichen Stadien des Verkaufs.

So sind Infoveranstaltungen ein starkes (und oft unterschätztes) Mittel, um einen lokalen Makler als neutralen Berater zu etablieren und dabei Immobilieneigentümer von seinen Qualitäten und Fähigkeiten zu überzeugen.



1

Themen einer Infoveranstaltung

Es mangelt nicht an Themen, die für Eigentümer von Immobilien interessant sind. Mit welchem Thema fühlen Sie sich am wohlsten? Welches Thema wird wohl die richtigen Interessenten anlocken? Welches Thema hat aktuell die höchste Relevanz?

Hier einige Vorschläge:

- Die lokale Marktentwicklung in Ihrem Expertengebiet (Baumaßnahmen, Umwidmung von Land, Auswirkung von Krisen).
- Erbschaft (vererben und erben): Fehler vermeiden, Steuern sparen, Einigungen finden – das Thema ist sehr ergiebig und hat einen breiten Adressatenkreis.
- Privatverkauf: Sie geben Tipps fürs Selbermachen und zeigen gleichzeitig, dass es doch „gar nicht so einfach ist“.
- Rund ums Thema „Wohnen im Alter“ gibt es reichlich Fragen. Geben Sie Tipps zum Umbauen oder Umziehen.





- Manch einer hat einen Schatz im Garten, denn dieser hat das Potential zu Nachverdichtung. Zeigen Sie Möglichkeiten zur Grundstücksverwertung auf.
- Die Immobilie als Investitionsobjekt – alles über Kauf, Verkauf und Wertsteigerung.
- Wohnen heißt Wohlfühlen. Expertentipps rund um Konzepte wie Feng Shui sind ein außergewöhnlicher Weg, um mit Eigentümern ins Gespräch zu kommen.
- Photovoltaik ist in aller Munde, denn immer mehr Eigentümer machen sich Gedanken um Energiesparen und CO₂-Reduktion.

TIPP:

Wenn Ihnen mehrere Themen liegen, dann starten Sie doch eine Veranstaltungsreihe. Sie werden staunen, wie Sie von Mal zu Mal mehr Routine bekommen und zugleich die Zuschauerzahl immer weiter steigt.

2

Partner und Referenten finden

Eine Infoveranstaltung ist live. Entsprechend sollte man sich im Vorfeld genug Zeit für die Planung reservieren. Experten wie Georg Ortner empfehlen einen Vorlauf von 8 bis 12 Wochen.

Hier erfahren Sie mehr über Georg Ortner.

Intensive Gedanken im Vorfeld sind entscheidend. Eine zentrale Frage ist, ob Sie Co-Referenten gewinnen können und welche Partner Ihre Veranstaltung noch weiter nach vorne bringen.

- Gibt es andere lokale Unternehmer, deren Expertise sich thematisch mit Ihrer ergänzt? Wie wäre es mit dem Steuerberater, Notar, dem Anwalt für Erbschaftsrecht, dem Schreiner, Treppenliftbauer und so weiter.





Der Vorteil einer Kooperation liegt auf der Hand: gemeinsam erreicht man eine höhere Reichweite und lockt somit mehr Publikum an.

- Fühlen Sie sich wohl auf einer Bühne? Sind Sie in der Lage, informativ und mitreißend vorzutragen? Dann sollten Sie unbedingt selbst sprechen. Sie sind unsicher und schätzen eher das Gespräch in kleinem Rahmen? Dann empfehlen wir, einen externen Experten zu engagieren. Wenn dieser seinen Job versteht, dann bereitet er den idealen Boden für die Einzelgespräche in den Pausen oder im Anschluss vor.
- Einen Medienpartner sollten Sie sich unbedingt an Bord holen. Die lokale Zeitung oder der Radiosender sind starke Multiplikatoren in Sachen Reichweite und Glaubwürdigkeit.

Georg Ortner als Speaker buchen.

Mit besonderen Konditionen für BOTTIMMO Kunden.

3

Welcher Ort eignet sich?

Eine Veranstaltung braucht einen Ort, wo sich Interessenten versammeln und gemeinsam zuhören und interagieren können. Es gibt mehrere Möglichkeiten.

- Bietet Ihr Büro genug Platz, um eine größere Anzahl von Menschen zu beherbergen und zu verpflegen? Vielleicht der große Meetingraum oder das Foyer? Das wird in den seltensten Fällen vorhanden sein. Zwar suggeriert ein kleiner gut gefüllter Raum, dass reichlich Interesse und entsprechender Andrang besteht, doch heute sind Hygiene- und Abstandsregeln deutlich wichtiger geworden.
- In jeder Stadt gibt es Veranstaltungsräume zu mieten. Hier sind nicht selten auch ungewöhnliche Orte im Angebot: ein Passagierschiff, ein Wasserturm, eine Dachterrasse. Oft sind hier auch Ausstattungselemente wie Bühne, Tische, Stühle und Beleuchtung zubuchbar.
- Über die Gemeinde lassen sich oft öffentliche Räume anfragen: der Gemeindesaal, die Mehrzweckhalle oder ein Schulungsraum der IHK – solcherlei Orte werden mit nicht-kommerziellen Veranstaltungen verbunden und sorgen unterschwellig für mehr Glaubwürdigkeit.





- Immer mehr Veranstaltungen finden inzwischen online statt. Das ist bequem, günstig und sicher. Werkzeuge wie Zoom, GoToWebinar, Teams, Skype, Google Hangout oder ganz einfach Facebook Live machen es möglich, dass Sie Ihre Botschaften unkompliziert in eine große Anzahl von Haushalten transportieren können. Ja, nicht jeder liebt Online-Formate und verbindet sie mit geringerer Wertigkeit, weniger Interaktion, weniger Möglichkeiten auf (auch non-verbale) Reaktionen einzugehen, mehr Ablenkung, keinem Pausenprogramm. Und doch sind Online-Veranstaltungen mehr denn je akzeptiert und meist gut besucht.
- Bei der Kombination einer klassischen Infoveranstaltung mit einer Online-Übertragung spricht man von einer „Hybrid“-Veranstaltung. Hier benötigt man einen Ort, der nicht unbedingt sehr groß sein muss, da für das Vor-Ort-Feeling 8-15 Teilnehmer ausreichen. Die eigentliche Reichweite bekommen Sie dann durch die Online-Übertragung.

Hier erfahren Sie mehr zum Thema Kundenveranstaltung

🔊 Vorbereitung einer Kundenveranstaltung

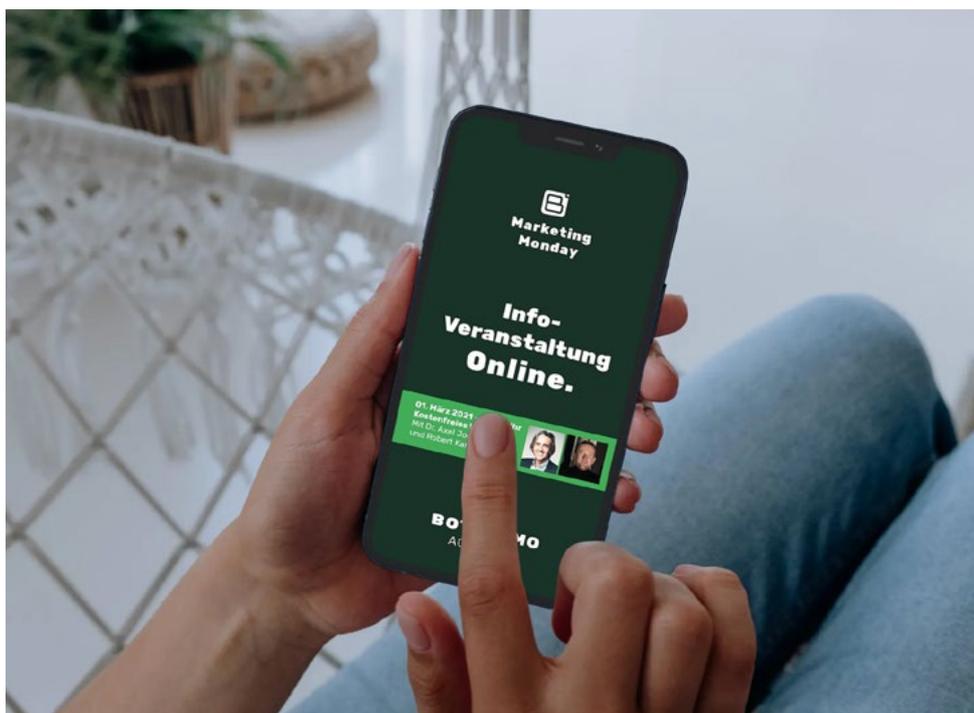
🔊 Inhalt einer Kundenveranstaltung

4

Bewerben Sie Ihre Veranstaltung

Eine Infoveranstaltung ist zwar Teil Ihres Marketings, aber auch hierfür müssen Sie Werbung machen. Denn wenn niemand weiß, dass Sie etwas zu erzählen haben und warum das spannend sein könnte, dann wird auch niemand an Ihrer Veranstaltung teilnehmen. Beginnen wir ganz einfach bei den Werbemaßnahmen, die Sie kein zusätzliches Geld kosten, und arbeiten wir uns dann langsam in die Kür vor.

- Ihr Google-My-Business-Account bietet eine wichtige Möglichkeit eine Veranstaltung zu bewerben. Wählen Sie ein passendes Bild, beschreiben Sie die Veranstaltung mit ein paar klaren Punkten und setzen Sie einen Link auf die Anmeldung.
- Bei Facebook lassen sich Veranstaltungen anlegen und es können Einladungen an Ihre Freundes- und Followerliste gesendet werden. Außerdem ist es möglich, die Veranstaltung gezielt zu bewerben.
- Auf Ihrer Website sollten Sie auf der Startseite einen Hinweis auf die bevorstehende Veranstaltung einbauen.





- Ihre Bestandskunden sollten unbedingt von Ihrer Veranstaltung erfahren – per E-Mail geht das schnell und kostenfrei, per Post legen Sie mehr Wertigkeit in die Einladung.
- Gestalten Sie Aushänge mit den wichtigsten Informationen: Was findet wann und wo statt? Und nun stellen Sie sich die Frage, wo könnten Sie die Leute finden, die sich für Ihre Veranstaltung interessieren? Beim Arzt, Bäcker oder Friseur?
- Eine Zeitungsanzeige eignet sich hervorragend für die Bewerbung des Themas. Fragen Sie doch mal bei der lokalen Zeitung nach, ob Ihr Thema dort auch inhaltlich als spannend eingeschätzt wird. Wenn Sie die Zeitung bereits als Medienpartner gewinnen konnten, dann ist das perfekt, ansonsten bieten Sie eine Kombination aus Anzeigenschaltung und einem redaktionellen Beitrag an.

TIPP:

Als BOTTIMMO-Kunde finden Sie in der BottiThek professionelle Presseartikel zu spannenden Immobilien-themen, auf die Lokalredaktionen gerne zurückgreifen.



- Falls es ein Lokalradio in Ihrem Expertengebiet gibt, kann auch ein Radiospot Sinn ergeben. Gerade in Verbindung mit einem Interview oder Nachbericht eignet sich dieses Medium sehr.
- Im Optimalfall sollte ein Einladungs-Flyer her. Denken Sie dabei bitte unbedingt an folgende Grundlagen der Flyergestaltung: klares Design und optimale Verteilung!



TIPP:

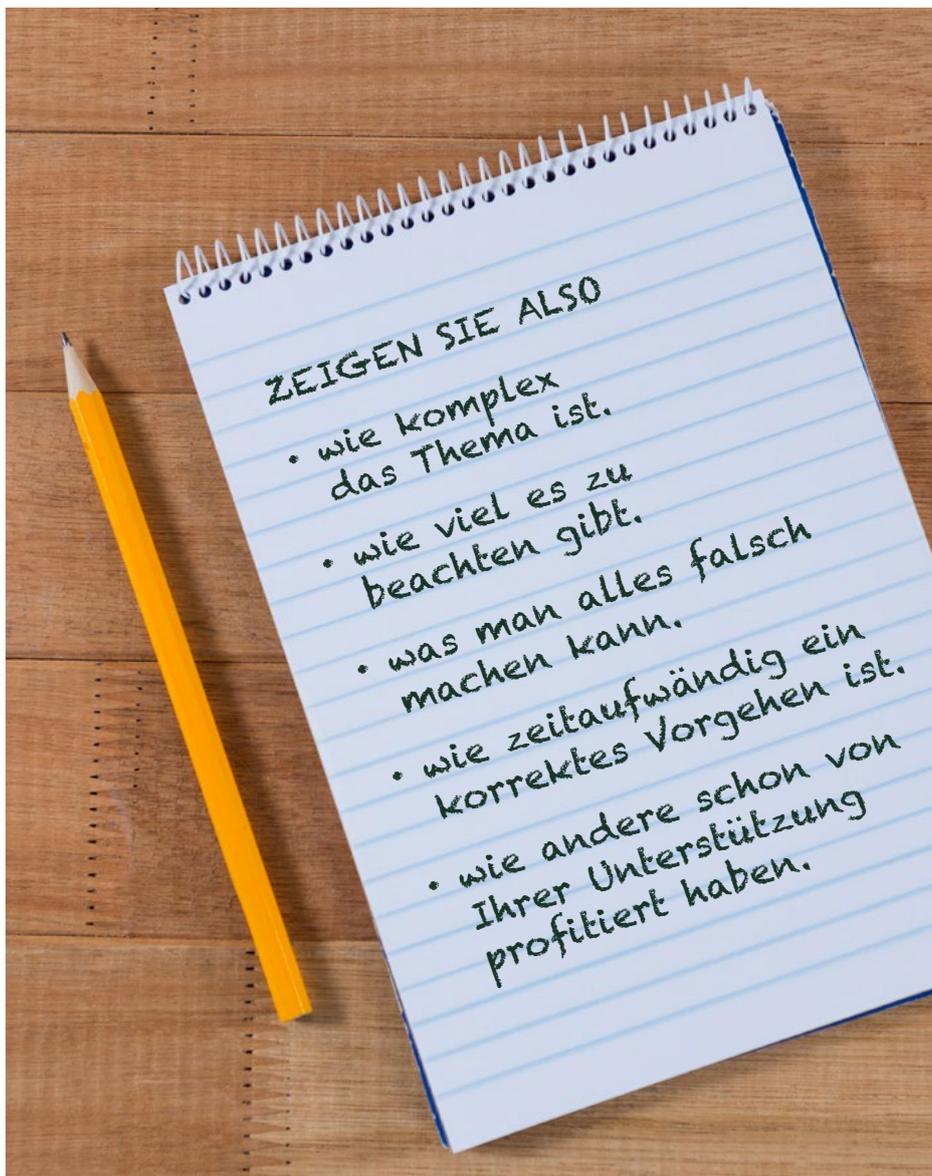
Ein Flyer benötigt einen absolut klaren Fokus:

- **Das Wichtigste muss innerhalb des Bruchteils einer Sekunde erkennbar sein: Was? Wann? Wo? Wer?**
- **Formulieren Sie das „Was“ in drei Spiegelstrichen aus und denken Sie dabei an die wichtigsten Treiber von Menschen: Angst vor Verlust und Chance auf Gewinn.**
- **Wenn Sie Bilder verwenden, lassen Sie diese die Blicke lenken. Gerne auf die Überschrift oder den Call to Action („Jetzt anmelden unter ...“).**

5

Jetzt geht es los! Die Durchführung

Sie geben nun also Ihre Expertise heraus und zeigen potentiellen Kunden, worauf diese zu achten haben? In jedem Fall sollte die grundsätzliche Botschaft den Mehrwert Ihrer Dienstleistung klar machen: „Ich weiß, wie es geht. Sie, liebe Eigentümer, können es auch selber versuchen. Aber einfach wird es nicht. Ich helfe in jedem Falle gern.“





TIPP:

**Erzählen Sie Geschichten aus Ihrem Arbeitsalltag:
Berichten Sie von Kunden, von Erfolgen
und Misserfolgen.**

**Und ganz wichtig:
Begrenzen Sie die Dauer auf 60 Minuten plus Fragen.
Eine längere Dauer überfordert in der Regel die
Aufmerksamkeitsspanne der meisten Zuhörer.**



Wie so oft muss die Technik mitspielen und entsprechend gut vorbereitet sein.

- Achten Sie insbesondere bei Online-Veranstaltungen auf eine gute Beleuchtung. Ein „Headlight“ lässt Sie erstrahlen.



- Ohne einen guten Hintergrund wirkt ein Online-Sprecher schnell unprofessionell. Nutzen Sie die Technik des „Green Screens“. Ein solches Tuch gibt es für kleines Geld inklusive Gestänge.
- Bei einer Hybrid-Veranstaltung ergeben zwei Kameras Sinn.

6

Kontakte sammeln!

Natürlich soll eine Infoveranstaltung Sie als Experten vorstellen und Ihre Kompetenzen aufzeigen. Doch soll sie in erster Linie eins: Kontakte schaffen, Sie ins Gespräch bringen und so Aufträge gewinnen! Daher sollten Sie sich zum Grundsatz machen, dass niemand Ihre Veranstaltung als Fremder verlassen sollte, sondern die Kontaktdaten aller Teilnehmer sicher bei Ihnen gespeichert sein müssen.

Anmeldung per E-Mail oder Telefon

Geben Sie Interessenten die Möglichkeit sich per E-Mail oder Telefon anzumelden. Bitte fragen Sie hier nur das Notwendigste ab (Name, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer), um die Hürde zur Anmeldung so gering wie möglich zu halten. Eine Anmeldung im Vorfeld schafft Ihnen Planungssicherheit.





Teilnehmerliste am Einlass

Wenn Sie eine offene Veranstaltung planen, eine Anmeldung also nicht nötig ist, dann sollten Sie am Einlass Visitenkarten einsammeln oder eine Liste ausfüllen lassen.

Geschenke gegen Visitenkarte

Bieten Sie komprimiertes Wissen (beispielsweise einen ausgedruckten BOTTIMMO Ratgeber) im Tausch gegen eine Visitenkarte an. Auf dieser Karte notieren Sie dann das Interessengebiet oder die spezifische Frage des Eigentümers und nutzen das Wissen fürs Nacharbeiten der Kontakte.



TIPP:

Stellen Sie im Eingangsbereich ein iPad oder einen Laptop bereit, auf dem Kunden kostenfrei Ihre Immobilie auf Ihrer Website bewerten können, so bekommen Sie die Kontakte direkt in Ihre BOTTIMMO Lead-Management-App. Wenn Sie das Gerät auch noch mit einem großen TV-Screen koppeln, erweckt dies die Aufmerksamkeit der Anwesenden und mehr Besucher bewerten ihr Objekt gleich vor Ort. Teilnehmern, die das nicht wünschen, können Sie eine Visitenkarte mit QR-Code mitgeben, damit diese dann in Ruhe zuhause die Immobilienbewertung anfordern können.





Downloads vor Ort

Kommunizieren Sie in Ihrem Vortrag die URL, unter der man Ratgeber herunterladen oder Immobilienbewertungen durchführen kann. Zusätzlich können Sie Tablets zur Verfügung stellen, um Besuchern der Veranstaltung die Möglichkeit zu geben, online etwas anzufordern.

TIPP:

Nutzen Sie eigene URLs für die relevanten Themen, den BOTTIMMO Ratgeber zum jeweiligen Veranstaltungsthema und für Ihre Immobilienbewertung. Solche URLs sollten leicht zu merken und einfach abzutippen sein. Fügen Sie Details wie Veranstaltungsort oder Online-Veranstaltung ein.

7

Nicht vergessen: Nacharbeiten

Nach der Veranstaltung beginnt die Phase des Nachbereitens. Wenn alles gut gelaufen ist und Sie viele Interessenten begeistern konnten, heißt es jetzt die noch „warmen“ Kontakte anzugehen.

- Schreiben Sie eine kleine Nachricht an alle Teilnehmer, in der Sie sich für das Interesse bedanken und auf die Möglichkeit einer individuellen Terminvereinbarung hinweisen.

TIPP:

Bearbeiten Sie Ihre Kontakte in der App zeitnah nach. Dokumentieren Sie Anmerkungen zu den neuen Kontakten als Kommentare und passen Sie den Status entsprechend an. Nur wer dranbleibt, kommt auch zum Auftrag.





- Bei allen, die online einen Ratgeber oder eine Immobilienbewertung angefordert haben, startet die Mailabfolge von BOTTIMMO. Bei besonders spannenden Kandidaten sollten Sie zum Hörer greifen und die Standardkommunikation um eine individuelle Botschaft ergänzen.

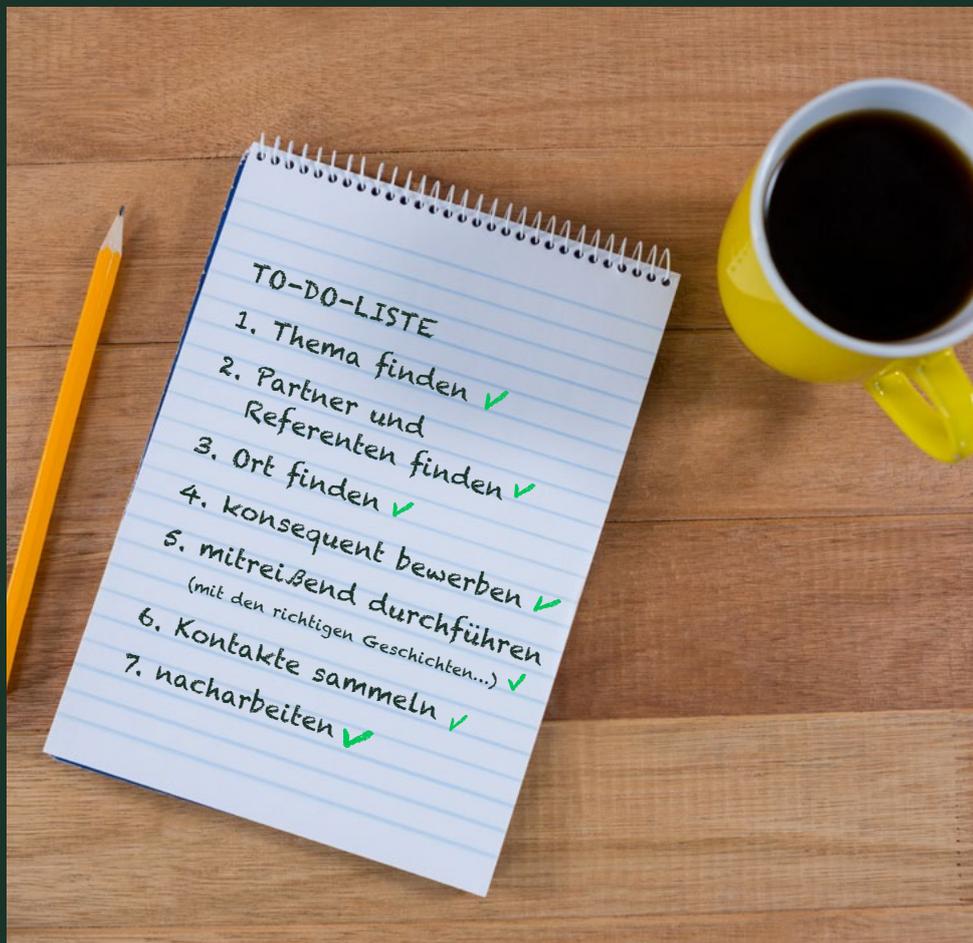
TIPP:

Als BOTTIMMO-Kunde finden Sie in der BottiThek spannende Webinare mit erfolgreichen Maklern und Trainern zum Thema „Vom Lead zum Termin“.

- „Heiße“ Kandidaten, mit denen Sie bereits im Gespräch waren, sollten Sie ganz individuell nacharbeiten. Hilfreich ist es sich auf den Visitenkarten Notizen zu machen.
- Haben Sie eine Chance auf einen Nachbericht in der Zeitung? Damit stärken Sie die Reichweite der Veranstaltung enorm.



7 Tipps für die bessere Infoveranstaltung





Exkurs: Licht an, Bühne frei für Ihre Expertise

Die von Ihnen organisierte Infoveranstaltung zu einem Ihrer Expertenthemen kann Ihnen genau den Marken- und Bekanntheitsschub bringen, der den Vorsprung vor den Wettbewerbern sichert.

Und: Die selbst organisierte Infoveranstaltung ist nur eine Form der Selbstpräsentation als Experte.

Daneben gibt es weitere „Bühnen“, auf denen der Makler sein Wissen mit einer breiten Öffentlichkeit teilen kann.

TIPP:

Bespielen Sie diese Bühnen konsequent über einen längeren Zeitraum. Ihr Ruf wird Ihnen vorauslaufen und nachhaltig für Aufträge sorgen.

- **Sie schreiben gerne und schnell? Ein Blog auf der eigenen Website zahlt sich aus. Denn Google ist hungrig nach Inhalten und wird Ihnen so den richtigen Traffic für Ihre Website zuspielen.**
- **Ganz praktisch: Machen Sie sich täglich Notizen - auch bei Google My Business -, welche Fragen Ihnen Kunden im Alltag stellen. An einem Tag der Woche nehmen Sie sich dann eine Stunde Zeit und schreiben jeweils eine Frage und Ihre Antwort darauf auf.**

**Hier geht's zum BOTTIMMO Ratgeber
„Google My Business“.**



- Ratgeber sind eine ideale Form, um Ihr Wissen in komprimierter und gut lesbarer Form zu verschenken. Dieses Geschenk wird Früchte tragen, wenn Sie es in Ihrem Büro oder auf Ihrer Website herausgeben. Denn wem vertraut man eher – einem Verkäufer oder dem Autor eines Ratgebers?
- Zeitungen genießen nach wie vor ein sehr hohes Vertrauen seitens der Konsumenten. Ihr Wissen in Form eines Zeitungsartikels in der lokalen Presse zu veröffentlichen, ist eine hochwirksame Form der Marketingkommunikation.



- Marktberichte zeigen Ihre Kompetenz als lokaler Experte. Das Wissen über Preisentwicklung und Bautätigkeiten in Ihrem Geschäftsgebiet aufzubereiten und mit anderen zu teilen, positioniert Sie als starke Referenz.
- Eine Dozententätigkeit (zum Beispiel an der VHS) gibt Ihnen den Ritterschlag der öffentlichen Bildungsinstitution. Denn wer anderen offiziell etwas beibringt, der muss sein Fach wirklich beherrschen.



30 Minuten, die sich lohnen:

BOTTIMMO kann Sie dabei unterstützen,
für Ihre Zielgruppe noch sichtbarer
zu werden:

www.botti.click

Hilfreiche Tipps:

Weitere wertvolle **BOTTIMMO** Ratgeber
finden Sie hier:

www.bottimmo.com/wissen

Unsere Empfehlung:

Kennen Sie schon unsere offene Schulungsreihe
„**Marketing Monday**“? Bleiben Sie am Ball mit
den heißesten Themen im Akquise-Marketing:

www.makler.training



BOTTIMMO liefert Ihnen alle Werkzeuge, alle Inhalte und alles an Wissen für ein besseres Marketing.

Alles in einem Paket:

- Lead Management App mit Kontakthistorie
- Immobilienbewertung zum Einbau in Ihre eigene Website
- Vollintegrierte Rückruf-Anfrage-Funktion
- Ratgeber zu diversen Themen angepasst an Ihr Design und mit Ihrem Namen
- Download-Formulare als Elemente zum Einbau in Ihre eigene Website
- Conversion-optimierte Landingpages (Downloads und Immobilienbewertungen) als Zielseiten für Ihre Werbeaktivitäten
- Mailabfolgen nach Ratgeber-Downloads und nach der Immobilienbewertung
- Grundausstattung mit Werbemitteln für Print und Online
- fertig ausgearbeitete Kampagnen für Sie zum Einsatz (ebenfalls für Print und Online)

Optional zubuchbar:

- eine komplette Verkäufer-orientierte Website
- Google Ads Betreuung
- Facebook Ads Betreuung

Unsere BOTTIMMO Produkte



BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.