



M MAX
■ ■ MAKLER

**Schenken
macht Freude.**

So punkten Sie mit den richtigen Werbegeschenken.

BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.



BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.

www.bottimmo.com

Wir lieben Geschenke.

Wir lieben Geschenke und am allermeisten genießen wir Überraschungen. Geschenke vermitteln uns ein gutes Gefühl, ein Gefühl der Wertschätzung. Und Überraschungen zaubern uns ein spontanes Lächeln.

Übrigens:

Als soziale Wesen lieben wir es mindestens genau so sehr andere zu beschenken. Der Einsatz von Geschenken im Marketing ergibt also in mehrfacher Hinsicht Sinn.

Aber: Geschenke verpflichten auch – nämlich den Beschenkten.

Das Prinzip der Gegenseitigkeit, in der Wissenschaft auch „Reziprozität“ genannt, zeigt sich in dem bewussten oder unbewussten Gefühl des Beschenkten, sich nun irgendwie revanchieren zu müssen. Denn schließlich ist der andere ja in Vorleistung gegangen.

Als Konsumenten kennen wir alle diese Situationen: die freundliche Dame im Supermarkt bietet uns diverse Käsesorten zum Probieren an, der nette Eisverkäufer schenkt meinem Kind eine Kugel Eis extra, der freundliche Handwerker bedankt sich mit einem hochwertigen Werkzeug für den Auftrag.



Was geht in diesen Momenten in Ihrem Kopf vor?

Sie freuen sich, fühlen sich wertgeschätzt und – immer auch ein wenig verpflichtet, sich nun auch angemessen zu bedanken.

Und genau hier setzt die Marketingdisziplin „Werbegeschenke“ an. Nutzen Sie als Dienstleister diesen sympathischen Weg, um Kunden zu binden und für sich zu gewinnen.

Und noch ein zweiter Aspekt spricht für den Einsatz von Geschenken: wie ein „trojanisches Pferd“ platzieren Sie Ihre Marke in den Alltag anderer Menschen. Mit der richtigen Auswahl des Geschenkes verewigen Sie sich und schaffen eine sehr nachhaltige Platzierung. Und genau hier ist Achtung geboten: Sinnlose Geschenke erzielen vielleicht eine kurzfristige Wirkung, jedoch verpufft diese sehr schnell. Viele der typischen Geschenke haben einen geringen Nutzwert, sind sehr austauschbar, bringen nur wenig Freude und halten damit Ihre Marke kaum in bleibender Erinnerung.



Schenken macht Freude. So punkten Sie mit den richtigen Werbegeschenken.



Zu dieser Art von typischen „Give Aways“ gehören:

- Kugelschreiber
- (Minz-) Bonbons
- Kalender, Block
- Schlüsselanhänger, Schlüsselband
- Feuerzeug
- USB-Stick
- Tasche
- Mund-Nasenschutz
- Tasse
- T-Shirt



Wie setze ich Werbegeschenke optimal im Marketing ein?

Erinnern Sie sich noch an den berühmten Marketing-Trichter, also an das Bild, das den Weg von Werbung zu Auftrag veranschaulicht? Diese sehr strukturierte Darstellung erlaubt auch beim Thema Werbegeschenke einen spannenden Ansatz: Welche Art von Artikeln sind in welchem Moment vorteilhaft? Oder anders formuliert: Wie kann ich meine Marketingaktivitäten optimal um den Einsatz welcher Werbegeschenke anreichern, um maximal erfolgreich zu sein?

Werbung

unpersönliche Geschenke „streuen“



Website

Expertise schenken, z.B. in Form von Blogartikeln oder Ratgebern



Intensivierung

persönlich binden und begeistern



Auftrag

langfristig binden,
zum Empfehler machen, reaktivieren

1

Werben mit Geschenken: Nutzen Sie das öffentliche Leben als Kanal für Ihre Botschaften.

In dieser Phase kennen Sie zwar Ihre Zielgruppe, diese jedoch häufig noch nicht Sie. Erobern Sie Ihr Expertengebiet, indem Sie Ihrer Marke dort eine permanente Präsenz verschaffen. Dafür benötigen Sie eine erst einmal Reichweite. Setzen Sie daher auf günstige, aber dennoch attraktive und sinnvolle Artikel. Diese sollten bei möglichst vielen Ihrer potentiellen Kunden positive Gedanken auslösen, also ein „das gefällt mir“, „das ist sinnvoll“ und „das behalte ich“.

Hier einige Ideen aus der Praxis:

- Drucken Sie Ihre **BOTTIMMO Ratgeber** hochwertig aus und legen Sie sie aus. Am besten dort, wo Sie Ihre Klientel in einer günstigen Situation erwischen. Gute Erfahrungen haben BOTTIMMO Kunden damit gemacht, Ratgeber gezielt zu platzieren. Folgende Themen sind sehr gefragt: Scheidung, Erbschaft, Sanierung und Wohnen im Alter beim Arzt, Anwalt oder Friseur.
- **Zucker- oder Süßstofftüten** lassen sich attraktiv bedrucken. Lokale Friseure oder auch Gastronomien sind oft dankbar für Ihren Beitrag.
- Ein **Fahrradsattelschutz** bietet genug Platz für Ihre Botschaft. Und jeder, der einen solchen einmal genutzt hat, wird diesen nicht wieder wegwerfen. So werden Sie zum festen Ausrüstungsgegenstand einer Fahrradtour.





- Auch **Papiertüten** beim Bäcker lassen sich einfach bedrucken. Auch wenn die Brötchentüte bald im Müll landet, hat sie eine Chance darauf gelesen zu werden. Einige unserer Kunden haben mit einer Frühstücksaktion für lokale Aufmerksamkeit gesorgt: eine Tüte mit frischen Brötchen an der Tür interessanter Objekte verschafft Ihnen sicher einen guten Start in den Dialog.
- Schenken Sie **Blumensamen** (Sonnenblumen, Bienenwiese ...), allein der Gedanke an blühende Blumen macht gute Laune. Und das führt unter anderem dazu, dass man Ihr Geschenk keinesfalls wegwerfen wird, sondern im eigenen Garten zum Leben erweckt.



2

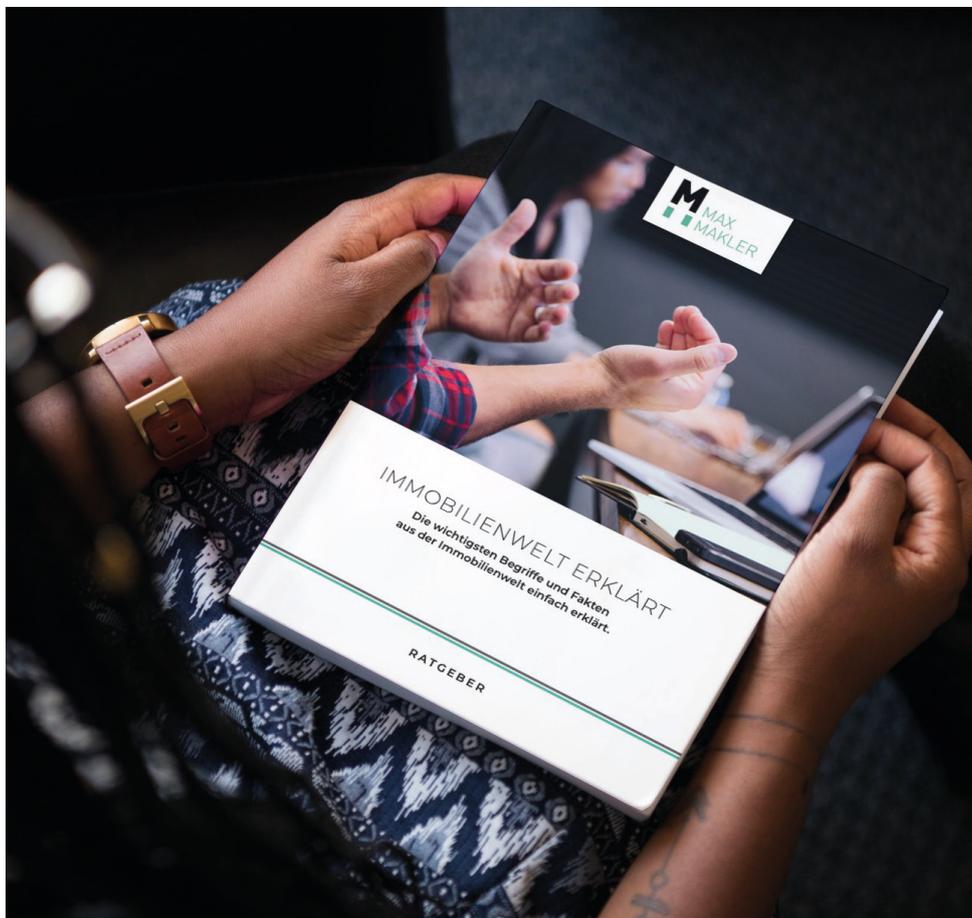
Verschenken Sie Ihre Expertise – und sichern Sie sich so Ihren Platz als Experte.

Kaum jemand kennt sich so gut mit Themen rund um den Immobilienmarkt in Ihrer Region aus wie Sie. Doch wie viele Menschen in Ihrer Firm wissen das wirklich?

Bieten Sie aktiv Ihre Unterstützung an – mit Rat und Tat.

Das mag abgedroschen klingen, doch gerade der unverbindliche und dennoch fundierte „Rat“ schafft Vertrauen, macht Mut und hilft bei der Lösung von Problemen potenzieller Kunden.

Zeigen Sie, dass Sie in allen Situationen ein sattelfester Partner sind. Mit pointierten Artikeln auf Ihrer Website, aufklärenden Videos sowie mit Ratgeber-Downloads zu typischen (Verkäufer-) Themen schenken Sie echte Mehrwerte für informationssuchende Kunden.



3

Begeistern Sie persönlich und überzeugen Sie mit Wissen und Aufmerksamkeit.

Bereiten Sie den ersten persönlichen Kontakt gekonnt vor, indem Sie bereits im Vorfeld begeistern.

Doch wie entsteht Begeisterung? Durch eine unerwartete Aktivität: Ein persönlicher Brief oder eine Postkarte (z.B. mit lokalen Motiven) werden kaum erwartet – und darum kann diese kleine Geste so wirkungsvoll sein.

Und wenn dann noch eine kleine Aufmerksamkeit (Blumensamen, kleines Schokotäfelchen ...) anbei ist, haben Sie bereits das optimale Klima für ein erfolgreiches Treffen geschaffen.

Bei diesem „ersten Date“ sollten Sie nun noch einen Gang zulegen: Welches meiner Geschenke passt optimal in das Leben meines Gegenübers?

Wie kann ich damit meine Expertise noch unterstreichen?
Was zeigt dem potenziellen Kunden meine Wertschätzung und passt dabei zu meinem präsentierten Image?



4

Binden Sie persönlich und starten Sie eine langfristige Beziehung.

Bei Vertragsunterschrift für den Verkaufsauftrag sowie beim Notar müssen Ihnen die Herzen zufliegen. Hier gilt es, die sehr sachliche Beziehung in eine emotionale umzuwandeln.

Sorgen Sie für starke Momente und werden Sie der Besonderheit solcher Anlässe gerecht.

Wie oft in seinem Leben geht ein Mensch zum Notar?

Wie außergewöhnlich wird die Situation des Verkaufs einer Immobilie erlebt?

Nutzen Sie diese „hohe Zeit“ (=Hochzeit), wenn aus dem ersten Date mit einem Verkäufer ein Kunde geworden ist. Befeuern Sie diesen glücklichen Moment noch intensiver.

Wertvolle kreative Geschenke sorgen hier für bleibende Erinnerungen.

Besonders kreative Ideen unserer Kunden sind beispielsweise:

- das **3D-Modell** der alten/neuen Immobilie
- das **persönliche Fotobuch** mit Bildern vom Objekt
- der **Obstbaum**, den der Käufer in den Garten pflanzen wird



Eine Beziehung auf einem hohen Niveau zu halten, bedeutet immer Arbeit für Sie.

Aber wenn Sie möchten, dass aus diesem Auftrag direkt oder indirekt Folgeaufträge entstehen, dann lohnt jede Mühe.

Ab sofort ist Ihr Kalender um diverse Termine reicher.

Der Tag des Einzugs, der Immobiliengeburtstag (Tag der Beurkundung) und natürlich die Geburtstage und sonstige Anlässe der Kunden (insbesondere der Kinder!). Hier können Sie jedes Jahr aufs Neue als „Mensch“ in Erscheinung treten und kleine Präsente überreichen. Je mehr Daten Sie erfassen, desto strategischer können Sie planen. Denn wenn sich Leben verändert, wird sich vielleicht auch die Wohnsituation verändern.

Auch hier einige Beispiele:

- ein **jährlicher Präsentkorb** mit Lebensmitteln
- kostenfrei eine **Hüpfburg** zur Einweihungsparty oder zum Kindergeburtstag zur Verfügung stellen



In 5 Schritten zum passenden Werbegeschenk.

Die Auswahl an Werbegeschenken ist groß.
Entsprechend schwer fällt die Auswahl.

**Hier stellen wir eine Methode vor, wie man in wenigen
Schritten ein passendes Geschenk findet:**

1

Welches Geschenk hat Ihnen selbst am meisten Freude gemacht?

Denken Sie mal zurück. Welches Geschenk
hat Sie mal richtig sprachlos gemacht?

2

Welche Werbegeschenke benutzen Sie noch heute?

Scannen Sie Ihren Hausrat: Gibt es Werbegeschenke, die
inzwischen schon seit längerer Zeit in Betrieb sind und Ihnen
bei jeder Nutzung eine kleine Erinnerung an den Schenker
bescheren?

3

Was hat (wenn auch entfernt) mit Ihrer Kompetenz zu tun?

Sie als Makler haben mit Immobilien zu tun. Also bietet sich
Nützliches aus Haus, Garten oder Werkzeugkiste an.

4

Was wirft man nicht sofort weg?

Gehören Sie auch zu den Menschen, die eine Beziehung zu Dingen entwickeln? Damit sind Sie nicht alleine. Objekte, die wir entweder als besonders hochwertig oder besonders niedlich oder gar lebendig (Pflanzen oder Samenkörner) ansehen, werden garantiert nicht hastig entsorgt.

5

Was begeistert so, dass darüber berichtet wird?

Begeistern Sie! Denn dieser Effekt erhöht die Reichweite eines Geschenks und schafft damit zusätzliche Werbeeffekte.

Ein begeisterter Kunde ist zwar vielleicht erst sprachlos, doch dann wird er sein Erlebnis gerne mit anderen teilen – vielleicht sogar über die sozialen Medien.



10 Ideen für wirksame Geschenke.

Die folgenden Ideen wurden alle in der Praxis geboren und erprobt. Sie möchten gerne eine Idee in Ihrem Büro umsetzen?

Wir empfehlen, alle Vorschläge folgenden Fragen zu unterwerfen:

**Wer ist Ihr Kunde? Zu welchem Zeitpunkt (denken Sie an den Marketing-Trichter, siehe oben) möchten Sie etwas schenken?
Passt das Geschenk zum Image Ihrer Marke?**

1

Baum, Bonsai, Blumenpflanze, Samen.

Ein „lebendes“ Geschenk ist etwas ganz Besonderes, denn ab sofort hat der Beschenkte die Verantwortung für das Gedeihen und das Wohlbefinden des Präsentes. Und natürlich bleiben Pflanzen somit langfristig als Markenbotschafter im Umfeld Ihres Kunden. Die Pflege einer Pflanze, der regelmäßige Baumschnitt oder sogar eine jährliche Ernte – richtig überreicht sind Sie als Makler das ganze Jahr indirekt präsent bei deren Degustation der Beschenkte spannende Geschichten erzählen kann.



2

Wein, Schnaps und Schokolade.

Die Klassiker unter den Geschenken kommen grundsätzlich immer gut an. Doch weil sie eben „Klassiker“ sind, bleibt das „Besondere“ oftmals aus. Um einen ungleich höheren Wert zu erzeugen, benötigt es mehr als ein Produkt – es braucht eine gute Geschichte! Der letzte Wein von diesem Weinberg, der Rum aus den Restbeständen der britischen Royal Navy, die handgeschöpfte Schokolade aus Milch von Kühen des Bauern Heinz. Eine gute Story macht aus „ok“-Geschenken Kultobjekte.



3

Modell der Immobilie aus dem 3D Drucker.

In jedem Mann steckt ein Kind, das an seine Spielzeugautos und Playmobil-Dörfer denkt. Wenn frisch gebackene Eigentümer (und hier kann man sicher für beide Geschlechter sprechen) das Modell Ihres neuen Hauses in den Händen halten, dann ist das ein besonderes Erlebnis. Und auch für den Verkäufer kann ein solches Objekt starke Emotionen hervorrufen. Sie dürfen sich sicher sein: entsorgt wird dieses Geschenk nicht.



4

Kinder? Puzzle des Hauses, Sandspielzeug, Wasserspielzeug ...

Der Weg zum Herzen der Eltern führt stets über das Lachen der Kinder. Also denken Sie an den Nachwuchs! Ein Puzzle mit Motiv des neuen Hauses ist etwas sehr individuelles und bringt die ganze Familie zusammen. Gibt es einen Sandkasten im Garten des neuen Objekts? Oder gar einen Pool? Dann wissen Sie, was auf Ihrer Einkaufsliste steht!



5

Haustiere?

Tierspielzeug, Halsband, Napf, Leckerlis ...

Tiere haben ja bekanntlich den „siebten Sinn“. Frauchen und Herrchen wiederum reagieren sehr sensibel auf die Reaktionen des vierbeinigen Freundes auf andere Menschen. Mit den richtigen Leckerlis stimmen Sie Hunde und Katzen friedlich und die Besitzer freundlich. Wenn Sie dann noch mehr Aufmerksamkeiten für die Fellfreunde auf Lager haben, dann verewigen Sie sich im Herzen der Immobilieneigentümer.



6

Sinnvolle Haushalts-Helfer: Grillzange, Kochutensilien ...

Neuer Haushalt – neue Werkzeuge! Wenn der Kunde gerne kocht oder grillt, dann unterstützen Sie dieses Hobby mit den richtigen kleinen Helfern. Entweder sind diese besonders innovativ, besonders hochwertig oder besonders stylish. Ein Tool, das alle diese Eigenschaften erfüllt ist der sogenannte Eierschalen-Sollbruchstellen-Verursacher, also eine schicke Konstruktion, mit dem man das Frühstücksei eleganter öffnen kann.



7

Sinnvolle Handwerker-Tools: Messgeräte, Werkzeugsets ...

Manche Arbeiten im Haus lassen sich mit den richtigen Werkzeugen so viel einfacher verrichten. Stöbert man ein wenig in einschlägigen Katalogen, scheint die Innovationskraft ungebrochen: elektronische Wasserwaagen, Entfernungsmesser und Unterputz-Detektoren sind Helfer, die zwar nicht oft im Einsatz sind, jedoch faktisch nie entsorgt werden.



8

Kluge Geräte für das moderne Zuhause.

Nicht nur unsere Telefone, sondern auch unser Zuhause ist längst „smart“ geworden: Unterstützen Sie mit den richtigen Geschenken diesen Trend. Von der Wetterstation, die auch Wind und Regenmenge bis hin zu kompletten „Smart Home Kits“, wo zum Beispiel die Beleuchtung per App gesteuert werden kann, finden sich zahlreiche Ideen, die Ihre Marke in Verbindung mit Innovation positionieren.



9

Spenden im Namen des Kunden.

Ihr Kunde hat schon alles? Dann machen Sie in seinem Namen etwas (regional) Gutes. Wichtig: Machen Sie diese Aktion konkret und verbinden Sie sie am besten mit einer Geschichte. Einfach nur Geld an eine Organisation zu überweisen, genügt nicht. Weniger abstrakt und viel greifbarer ist ein Engagement beim Kindergarten, der Kirchengemeinde, der Feuerwehr, dem Hospiz oder der Jugendarbeit im Sportverein. Dazu überreichen Sie eine Urkunde.

10

Gutscheine lokaler Händler, Dienstleister und Gastronomien.

Sie sind lokaler Unternehmer? Dann integrieren Sie doch andere lokale Unternehmer in Ihr Marketing, indem Sie deren Produkte in Form eines Geschenkes empfehlen. Ganz praktisch: Sie haben ein Lieblingsrestaurant? Dann kaufen Sie dort einen Gutschein und schenken Sie diesen Ihren Kunden. So ist das Restaurant glücklich über den Umsatz und die Weiterempfehlung und Ihre Kunden glücklich über das feine Essen. Und wen wird der Inhaber des Restaurants wohl als Makler empfehlen? Richtig, Sie.



Jetzt sind Sie dran!

Werbegeschenke sind eine stark unterschätzte Möglichkeit, das Marketing eines Unternehmens an verschiedener Stelle zu unterstützen. Welche Geschenke können Sie „streuen“ und so Aufmerksamkeit und Markenpräsenz schaffen? Und welche Geschenke helfen Ihnen in der Customer Journey dabei, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen?

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung des gesammelten Wissens.

30 Minuten, die sich lohnen:

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

www.botti.click

Unser Tipp:

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
- Ratgeber zu diversen Themen, angepasst an Ihr Design und mit Ihrem Namen
- Download-Formulare als Elemente zum Einbau in Ihre eigene Website
- conversionoptimierte 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)
- Ideen und Schulungen zur Optimierung Ihrer bestehenden Website
- Ideen und Schulungen für Facebook und Google
- Tipps und Schulungen für bessere Werbung und mehr Marke

Optional zubuchbar:

- eine komplette verkäuferorientierte Website
- Google Ads Betreuung
- Facebook Ads Betreuung

Unsere BOTTIMMO Produkte



BOTTIMMO

Wir bringen Makler mit Eigentümern ins Gespräch.