

Inhaltsverzeichnis

1.	Vorwort	9
2.	Einleitung	13
2.1	Allgemeines	13
2.2	Aufbau des Buches	15
3.	Das Problem von Immobilienmakler-Homepages	17
3.1	Warum die meisten Homepages von Immobilienmaklern floppen	17
3.1.1	Der Inhalt, der Inhalt, der Inhalt	17
3.1.2	Meine Webseiten sind aber doch schön!	17
3.1.3	Kreativität ist nicht Originalität	18
3.1.4	Heiße Luft – schnell verpufft	18
3.1.5	Planen Sie Ihre Webseite, bevor Sie loslegen!	19
3.2	Anmerkung zum Modewort „Emotionales Marketing“	21
3.2.1	Was emotionales Marketing nicht ist	21
3.2.2	Was emotionales Marketing wirklich ist	21
4.	Anlocken von Besuchern für Ihre Homepage	23
4.1	Was an Internettexten anders ist	23
4.1.1	Zusatzbedingungen sorgen für unangenehmen Konflikt beim Formulieren	23
4.1.2	Lesen am Bildschirm funktioniert anders	23
4.1.3	Besucher kommen nie zufällig auf Ihre Homepage	24
4.2	Eine Standard Immobilienmakler-Homepage ohne Chance	25
4.2.1	Was ist generell falsch an dieser Homepage?	26
4.2.2	Was ist am Text der Seite zu beanstanden?	28
4.2.3	Checkliste für Ihre Webseite	29
4.3	Wie Suchmaschinen arbeiten	34

4.3.1	Nicht alles auf eine einzige Seite platzieren	34
4.3.2	Texte sind wichtiger als Bilder	35
4.3.3	Soll ich etwa gar keine Bilder verwenden?	35
4.3.4	Für welche Suchbegriffe sollten Sie Ihre Homepage optimieren?	36
4.3.5	So erhalten Sie bei Google bessere Suchpositionen als Ihre Konkurrenz	38
4.3.6	Wer hat aktuell die Spitzenpositionen?	38
4.3.7	Wie Sie den <HEAD>-Bereich Ihrer Seite nutzen sollten	38
4.3.8	Tipp, mit dem Ihr Link zum Draufklicker wird	40
4.4	Warum Sie Landing-Pages brauchen	42
4.4.1	Beispiel für Landing-Pages	43
4.4.2	Fragen, die Immobilienverkäufer haben	44
4.4.3	Sie brauchen für jedes Thema eine eigene Seite	45
4.4.4	Warum Suchmaschinen Landing-Pages lieben	46
5.	Vom Besucher zum Umsatz bringenden Kunden	49
5.1	Nur Traffic alleine bringt Ihnen noch gar nichts	49
5.2	So bringen Sie Ihre Besucher zum Reagieren	51
5.3	Holen Sie Ihren Besucher da ab, wo er steht	51
5.3.1	Besucher weiß noch nicht, dass er einen Makler braucht	52
5.3.2	Besucher ist sich bewusst, dass er irgendwann einen Makler braucht, hat aber noch nichts aktiv unternommen	54
5.3.3	Besucher braucht Makler und weiß auch, dass es gute Makler gibt. Er hat bislang noch nicht aktiv gesucht.	56
5.3.4	Besucher braucht dringend einen Makler. Er weiß, dass Sie eine Alternative sind.	57
5.3.5	Besucher hat einen Makler, ist aber unzufrieden mit seiner Leistung	58
5.4	Welche Seitenstruktur brauchen Sie?	59
5.4.1	Startseite	59

5.4.2	Gattungsseiten	62
5.4.3	Landing-Pages	63
5.4.4	Zielseiten	64
5.5	Wie Sie Besucher auf Ihre Zielseiten bringen	65
5.5.1	Navigation über 4 Schichten	65
5.5.2	Die Köder-Fährte	68
5.6	Abschlussbemerkungen	69
6.	Die optimale Immobilienmakler-Homepage	71
6.1	Die Startseite	72
6.2	Die Gattungsseiten	74
6.2.1	Die Käuferseiten	74
6.2.2	Die Verkäuferseiten	75
6.3	Die Über-uns-Seite	78
6.3.1	Die am meisten unterschätzte Seite	78
6.3.2	Wie man es nicht machen sollte	80
6.3.3	Die Über-uns-Seite von der Niftybits GmbH	81
6.4	Welche Seiten Sie sonst noch brauchen	82
6.4.1	Referenzen	82
6.4.2	Suchauftrag hinterlegen	83
6.4.3	Newsletter abonnieren	83
6.4.4	Veranstaltungen	84
6.4.5	Presse	85
6.5	Die technische Umsetzung	86
6.5.1	Neu designen lassen oder Produkt von der Stange einsetzen?	86
6.5.2	Eine perfekte Kombination löst alle Probleme	88
7.	So texten Sie richtig	91
7.1	Warum man im Internet keine Texte abschreiben sollte	92

7.2	Kaufpsychologie	93
7.3	Texten Sie mit der »Das bedeutet...«-Methode	94
7.4	Texten Sie verlockender	96
7.5	Fordern Sie zum Handeln auf	97
7.6	Erzählen Sie Geschichten – aber anders	98
7.7	Schmeicheln Sie dem Auge des Besuchers	98
7.7.1	Abschreckender Text ohne Absätze	99
7.7.2	Text mit Absätzen	100
7.7.3	Text mit Zwischenüberschriften	101
8.	Die Geheimwaffe Email-Autoresponder	103
8.1	Das Geheimnis erfolgreicher Verkäufer: konsequent nachfassen	103
8.2	Bedarf schaffen und Vertrauen aufbauen	105
8.3	Was ist ein Email-Autoresponder?	107
8.4	Die Top-Anwendungen für Immobilienmakler	107
8.4.1	Besucher Ihrer Homepage identifizieren	108
8.4.2	Kaufinteressenten identifizieren	108
8.4.3	Immobilienverkäufer identifizieren	108
8.4.4	Experten-Status aufbauen und zementieren	109
8.5	Wo bekomme ich einen Email-Autoresponder her?	110
9.	Abschlussbemerkungen	111
9.1	Lernziele	111
9.2	Das Seminar zum Buch	112