

Inhaltsverzeichnis

1	Gründe für die Automatisierung von Maklerbüros	1
2	Ziele der Prozessoptimierung und Automatisierung	7
2.1	Standardisierung oder „Dinge werden vergessen“	9
2.2	Zeit und Geld sparen	11
2.3	Kundenzufriedenheit steigern	12
2.4	Mehr Umsatz	13
2.4.1	Einkaufs- & Verkaufsunterstützung	13
2.4.2	Empfehlungsmarketing	13
2.4.3	Mitnahmegeschäft	13
2.5	Auswertbarkeit	14
3	Typische Fehler bei der Umsetzung	15
3.1	Perfektionismus	15
3.2	Zu große Prozesse	16
3.3	Mitarbeiter ignorieren	16
3.4	Fehlende Dokumentation	17
3.4.1	Einarbeitung	18
3.4.2	Prozesssteckbrief	20
3.4.3	Prozessziel	20
3.4.4	Beteiligte und Materialien.	20
3.4.5	Teilprozesse und Subprozesse	22
3.4.6	Intern vs. Extern	23
3.4.7	U-Boot-Modellierung	23
3.5	Prozesse brauchen Zeit	24
3.6	K.o.-Kriterium	25

4	Ohne CRM geht nichts	29
4.1	CRM-System für die Immobilienwirtschaft	30
4.2	onOffice enterprise	32
4.2.1	Wie funktioniert der Anfragenmanager in enterprise?	32
4.2.2	Interessenten automatisch Immobilien anbieten	33
4.2.3	Prozesse gestalten	34
4.3	Propstack	57
4.3.1	Prozesse gestalten	58
4.3.2	Wie funktioniert der Anfragenmanager in Propstack?	61
4.3.3	Eigentümergeanfragen automatisch importieren	62
5	Automatisierungsservice Zapier	65
5.1	Wichtige Begriffe im Überblick	66
5.1.1	Zap	66
5.1.2	Task	66
5.2	Wie funktioniert Zapier?	67
5.2.1	Applikationen die Zapier unterstützen	67
5.2.2	Einen Zap selbst erstellen	68
5.2.3	Für wen macht der Einsatz von Zapier Sinn?	69
5.3	Best Practice	69
6	Online-Terminvereinbarung	73
6.1	Wie funktioniert eine Online-Terminvereinbarung?	74
6.2	eTermin – smart und vielseitig	74
6.3	timum – spezialisiert auf Immobilienmakler	76
7	Online-Besichtigung	79
7.1	Wie funktioniert eine Online-Besichtigung	79
7.2	Welche Anbieter gibt es?	80
7.3	Vorqualifikation von Interessenten	80
7.4	Online-Besichtigungen als Akquiseinstrument nutzen	81
8	Chatbots zur Eigentümerakquise	83
8.1	Warum sollte man Chatbots für die Eigentümerakquise nutzen?	86
8.2	Convertchat	88
8.3	Chatbot4you	91

9	Automatisierte Online-Seminare als Akquiseinstrument	93
9.1	Was sind automatisierte Online-Seminare?	94
9.1.1	Webinarthemen	95
9.1.2	Werbung für Online-Seminare	97
9.2	Webinaris	99
9.3	Clickmeeting	99
10	Ist E-Mail-Marketing tot?	101
10.1	Wann ist der Einsatz von E-Mail-Marketing sinnvoll?	104
10.1.1	Kalte Kontakte	104
10.1.2	Warme Kontakte	106
10.2	Welches E-Mail-Marketing-Tool sollte man einsetzen?	107
10.3	Beispiele für E-Mail Marketing Anbieter	108
11	Automatisiertes Rechnungsmanagement	111
11.1	Wie funktioniert getmyinvoices?	111
11.2	Archivierung von Rechnungen	112
11.3	Übermittlung von Rechnungen an den Steuerberater	113
12	Praxisbeispiele – Prozesskatalog	115
12.1	Akquisemails	115
12.2	Anrufer-Info	116
12.3	Auslaufende Verträge	117
12.3.1	Auslaufender Maklerauftrag	117
12.3.2	Auslaufende Mietverträge	117
12.4	Bewertungsmanagement	117
12.5	Datenpflege	119
12.5.1	Adressdatensatz vollständig	119
12.5.2	Objektinformation vollständig	120
12.5.3	Daten anfordern	120
12.6	Datenübermittlung zu Klicktipp, Google, trello, Excel & Co.	120
12.7	DSGVO-Prozesse	121
12.7.1	Speicherfrist läuft aus	122
12.7.2	Kein Speichergrund/Speicherfrist hinterlegt	122
12.7.3	Ändern von Speicherfristen	122
12.7.4	Datenlöschung	123
12.8	Eigentümerinfo	123
12.9	Einkauf – steuern und auswerten	123
12.9.1	Mehre Lead-Quellen	124

12.9.2	Einkaufsfunnel	124
12.9.3	Einkaufsprozesse	124
12.10	Empfehlungsmarketing	126
12.10.1	Empfehlung einholen	126
12.10.2	Empfehlung bearbeiten	127
12.11	Erinnerung Notartermin	127
12.12	Geburtstag	128
12.13	Info bei Dokumentendownload	129
12.14	Mitnahmegeschäft	129
12.14.1	Finanzierung	130
12.14.2	DSL	130
12.14.3	Energie	131
12.14.4	Versicherung	131
12.15	Nachfass nach Exposé Versand	131
12.16	Nachfassen nach dem Termin	132
12.17	Objektgeburtstag	132
12.18	Offline-Akquise automatisieren	133
12.18.1	Große Fehler bei vielen Anzeigen vermeiden	133
12.18.2	Und was mache ich mit den gesammelten Kontaktdaten?	136
12.19	Onboarding von Mitarbeitern oder Partnern	136
12.19.1	Preboarding	137
12.19.2	Onboarding	138
12.20	Qualifikation von Interessenten	141
12.21	Social Media	142
12.22	Suchkriterien aktuell?	142
12.23	Terminbestätigung nach Terminvereinbarung	143
12.24	Verkauf – steuern und auswerten	144
12.24.1	Verkaufsfunnel	144
12.24.2	Verkaufsprozesse	144
12.25	Versandvorbereitung	146
12.26	Werbemittelaktualisierung/Dokumente aktualisieren	146
13	Begriffe erklärt	147