



© honeyflavour - Fotolia.com

So finden und erreichen Sie Ihre Zielgruppe online

Wer seine Immobilie für den Verkauf online inseriert, kann sich derzeit in den Ballungszentren vor Interessenten kaum retten. In den ländlichen Regionen dagegen fällt es im Moment noch schwer, den richtigen Käufer schnell zu finden. Mit dem entsprechenden Marketing können Sie sich viel Arbeit und Zeit ersparen. Mit dem richtigen Marketing kann in jeder Region der passende Käufer gefunden werden.

Um die eigene Immobilie zum optimalen Preis und in optimaler Zeit zu verkaufen, ist es nicht nur wichtig, die aktuelle Marktlage und den Wert der Immobilie zu kennen. Genauso wichtig ist es, die Zielgruppe zu kennen, wem die Immobilie am besten angeboten wird. Welche Zielgruppe für Ihre Immobilie in Frage kommt, hängt von verschiedenen Faktoren ab: Größe von Haus und Grundstück, Lage, Grundriss. Ge-

nauso wichtig ist aber auch: Für welchen Familienstand ist das Haus geeignet? Welche Altersgruppe kommt dafür in Frage? Welche Vorlieben und Bedürfnisse hat Ihre Zielgruppe? Über wie viel Einkommen verfügt Sie? Kann Sie sich Ihr Objekt leisten?

Hat eine Immobilie wenig Zimmer, kommt sie für eine junge Familie wohl eher weniger in Frage. Ist sie zu weit vom nächsten

Arzt und Einkaufsmöglichkeiten entfernt, ist sie in der Regel für Senioren weniger geeignet. Unter Berücksichtigung dieser Faktoren bestimmen Sie Ihre Zielgruppe.

Haben Sie Ihre Zielgruppe definiert, können Sie darüber nachdenken, wo Sie Ihre Immobilie anbieten möchten. Denn je nach Zielgruppe unterscheidet sich, wo sie am besten erreicht werden kann. Die

Immobilie auf den gängigen Online-Immobilienportalen zu inserieren, lässt sich heute kaum noch vermeiden. Denn die meisten Interessenten versuchen online erstmal, einen Überblick über die Angebote am Markt zu gewinnen. Dennoch kann sich das Inserat in einer Regionalzeitung lohnen. Denn nicht nur ältere Generationen informieren sich auch noch über klassische Medien. Andererseits zeigen aber Zahlen des Online-Portals Statista, dass immer mehr über 50- und 60-Jährige bei Facebook sind. Diese Zielgruppe ist also offenbar auch online erreichbar.

Das Interesse junger Menschen, beziehungsweise junger Familien, lässt sich

wohl am ehesten über Soziale Medien wecken. Experten empfehlen hier aber, die Immobilie nicht zu detailversessen anzupreisen. Dafür sind Soziale Medien nicht geeignet. Denn die meisten nehmen sich hier kaum Zeit, um längere Texte zu lesen. Die wichtigsten Informationen reichen meist aus. Viel eher geht es hier um Fragen des Stils. Überzeugen Sie mit einem guten Foto. Mit einem Filter können Sie einem Foto einen bestimmten „Look“ geben: Hip oder elegant. Je nachdem erreichen Sie eine andere Zielgruppe. Achten Sie aber darauf, es nicht zu übertreiben. Hält die Realität dem Foto nicht stand, verlieren Sie womöglich den Interessenten spätestens zur Besichtigung. Neben

Fotos können Sie online auch einfach Videos einsetzen.

Außerdem reicht in den sozialen Netzwerken meist ein Post nicht. Der Nachrichtenverlauf ist bei vielen schon voll. Ihr Post ist deshalb vielleicht schnell übersehen oder vergessen. Es ist also sinnvoll, sich in gewissen Abständen mit weiteren Posts zu Ihrer Immobilie wieder in Erinnerung zu bringen.

Möchten Sie wissen, für welche Zielgruppe Ihre Immobilie geeignet ist und wie Sie diese optimal erreichen? Kontaktieren Sie uns ganz unverbindlich. Wir beraten Sie gern.