

Bulli vor Ort!



Flyer, Plakate und Co.: Warum Sie beim Immobilienverkauf nicht nur auf Immobilienportale setzen sollten

80 Prozent der Immobilienkäufer in Deutschland stammen aus einem 15-Minuten-Radius der Immobilie. Wie könnte man diese Zielgruppe besser erreichen, als mit Werbung direkt vor Ort? Wer an Immobilienverkäufe denkt, hat heutzutage häufig nur die Inserate in großen Portalen vor Augen. Dabei zählt Nachbarschafts-Marketing sich nach wie vor aus. Vorausgesetzt, es wird richtig gemacht.

Nachbarschafts-Marketing: Welche Möglichkeiten gibt es?

Flyer im Briefkasten, Aushänge im Supermarkt oder das „Zu Verkaufen“-Schild im Vorgarten. All das haben Sie vielleicht schon mal in Ihrer Nachbarschaft gesehen. Der eine oder andere Flyer lag vermutlich auch schon in Ihrem Briefkasten.

Die potenziellen Käufer in Ihrer Nachbarschaft erreichen Sie am besten, indem Sie deutliche, visuelle Signale setzen. Ein „Zu Verkaufen“-Schild vor der eigenen Immobilie sorgt in der Regel für viele Kaufinteressenten, wenn es gut sichtbar platziert wird. Wichtig ist hierbei auch, dass Kontaktdaten gut lesbar sind. Schließlich müssen die Kaufinteressenten wissen, an

wen sie sich wenden können. Profi-Makler geben hier ihre Telefonnummer an, damit sie für Interessenten direkt erreichbar sind. Für Privatverkäufer kann das nach hinten losgehen, wenn das Telefon nicht mehr aufhört zu klingeln. Sinnvoll kann es daher auch sein, die Käufer erst mal auf eine Website mit weiteren Infos zu verweisen.

Auf einem Flyer können Sie mehr Informationen unterbringen, als auf einem Schild. Ein gutes Foto ist hier wichtig, um das Interesse zu wecken. Schließlich haben die Interessenten die Immobilie in diesem Fall nicht vor sich, um sich selbst ein Bild zu machen. Weitere sinnvolle Informationen: Quadratmeterzahl, Grundstücksgröße, Energiehinweise, Zimmerzahl und natürlich der Kaufpreis. Um die ganze Nachbarschaft zu erreichen, ist eine große Anzahl an Flyern notwendig. Profis bringen je nach Nachbarschaft durchschnittlich 5000 Flyer in dem Umlauf. Die zu verteilen dauert eine ganze Weile. Bis zu sieben Stunden kann es dauern, die ersten 1000 Flyer in der Nachbarschaft zu verteilen. Deshalb kann es nicht scha-

den, Nachbarn und Bekannten einfach ein paar Flyer in die Hand zu drücken. Vielleicht ist die Tochter von Frau Müller von nebenan ja schon lange auf der Suche nach einem Eigenheim oder Herr Meier nimmt die Flyer mit zum nächsten Stammtisch. Auch Aushänge im Supermarkt mit einem Kurzexposé erreichen mit wenig Aufwand gleich mehrere Leute.

Warum ein Makler beim Nachbarschafts-Marketing nicht schaden kann

Sie ahnen es sicher schon: Diese Marketing-Aktionen müssen gut geplant sein und fressen einiges an Zeit. Wenn Sie daran denken, Ihre Immobilie zu verkaufen, haben Sie davon momentan vermutlich

nicht viel übrig. Ein Makler weiß genau, welche Marketing-Aktionen ziehen und hat die Kapazitäten, sie schnell durchzuführen.

Und da wäre noch eine Sache: Wer privat an einen Nachbarn verkauft, macht das meist nicht zum besten Preis. Denn Nachbarn und Bekannte wünschen sich oft einen Freundschaftspreis oder vergleichen die Immobilie instinktiv mit der eigenen, für die sie vor 20 Jahren viel weniger gezahlt haben. Ein neutraler Dritter hat hier in Verhandlungen einen klaren Vorteil.

Sie brauchen Hilfe bei der Vermarktung Ihrer Immobilie? Kontaktieren Sie uns jetzt ganz unverbindlich. Wir unterstützen Sie gerne.