

Erfolgreiches Marketing für Hausverwalter

Datum: 09.09.2011 10:53

Kategorie: Industrie, Bau & Immobilien

Pressemitteilung von: PIWI Privates Institut der Immobilienwirtschaft GmbH

PR-Agentur: PIWI Privates Institut der Immobilienwirtschaft GmbH

Spezialseminare von PIWI Privates Institut der Immobilienwirtschaft GmbH für Hausverwalter "Erfolgreiches Marketing für den Hausverwalter ist planbar und kostet nicht viel Geld!"

Dies behauptet zumindest Andreas Schmeh, anerkannter Fachexperte in der Hausverwalterbranche und Beratungsleiter bei PIWI Privates Institut der Immobilienwirtschaft GmbH in Karlsruhe.

Seiner Meinung nach machen jedoch viele Hausverwalter elementare Fehler, investieren Gelder falsch und nicht zielgerichtet und erreichen dadurch nicht den gewünschten Effekt, nämlich positiv auf das Unternehmen aufmerksam zu machen.

Wie erfolgreiches Marketing für Hausverwaltungen geht, das weiß Schmeh sehr genau. Tagtäglich berät er Hausverwaltungen auch in diesem Bereich. Er kennt von daher alle Unsicherheiten, die bei Hausverwaltern bestehen, kennt die klassischen Fallen und Fehler und vor allem weiß er, welche Schritte wie zum gewünschten Erfolg führen.

Am Anfang sollte seiner Meinung immer zuerst eine Analyse stehen, was eigentlich die Marktteilnehmer, also potentielle Kunden, von einem Hausverwalter erwarten. Seiner Erfahrung nach sind es immer wieder dieselben Punkte, nämlich schnelle Erstellung der Betriebskostenabrechnung, gut organisierte Eigentümerversammlungen, Nähe zum Verwaltungsobjekt, qualifizierte Arbeit, gute Erreichbarkeit und günstige Preise. Nur, wer als Hausverwalter diese Kundenerwartungen kenne, könne auch sein Marketing an den Kunden ausrichten. Marketing bedeute nämlich nichts anderes, als alle unternehmerische Entscheidungen am Markt auszurichten, also an den Wünschen der Kunden und potentiellen Kunden.

Wenn man sich darüber im Klaren sei, gelte es, einen vernünftigen Marketingmix zu erstellen. "Im Klartext muss ich mich hier fragen, über welche Kanäle ich erfolgreich potentielle Kunden ansprechen möchte" erläutert Andreas Schmeh. Dabei kann er genauestens sagen, welche Werbe- und Marketingkanäle funktionieren und welche nicht. Interessanterweise seien die preisgünstigsten Marketingmethoden die erfolgreichsten, plaudert der Fachmann aus dem Nähkästchen. Doch selbst wenn erfolgreich Kontakte mit potentiellen Kunden zustande kommen, machen Hausverwalter immer noch viele Fehler, die dazu führen, dass kein Geschäft zustande kommt. "Das Thema Kundenanwerbung für Hausverwaltungen ist sehr komplex und lässt sich nur über strukturierte und klar definierte Prozesse langfristig erfolgreich steuern" meint Andreas Schmeh. Wie das erfolgreich geht, wie man als Hausverwaltung auf sich aufmerksam macht, regelmäßig Anfragen von neuen Objekten erhält und diese erfolgreich einwirbt, das erklärt Schmeh diesen Herbst auf den populären Seminaren von PIWI Privates Institut der Immobilienwirtschaft GmbH. Seine Seminare sind knallhart aus der Praxis für die Praxis, umsetzungsfähig und vor allem hilfreich für die Hausverwaltungs-Seminarbesucher. Das Spezialseminar für die Hausverwaltungen mit dem Titel "Erfolgreiches Marketing für Hausverwalter" wird diesen Herbst in Saarbrücken, Frankfurt, München, Berlin und

Leipzig veranstaltet. Mehr Informationen dazu auf der Homepage des Veranstalters.

Diese Pressemitteilung wurde auf openPR veröffentlicht.

PIWI Privates Institut der Immobilienwirtschaft GmbH
Birgit Krämer
Haid-und-Neu-Straße 7
76131 Karlsruhe
piwi-ka@directbox.com
0721 9658685
<http://www.piwi-ka.de>

PIWI Privates Institut der Immobilienwirtschaft ist ein hochspezialisiertes Beratungsunternehmen ausschließlich für Hausverwalter, Baugenossenschaften und Immobilieninvestoren. Die Spezialisten helfen dabei, dass diese Berufsgruppen schneller und zügiger die Arbeit erledigt bekommen, entwickeln ein speziell auf den Betrieb abgestimmtes Marketing, helfen bei der Auswahl der richtigen Fachsoftware oder organisieren professionell Nachfolgeregelungen und Unternehmensverkäufe. Eine besonders hohe Kompetenz haben sie in der Beratung von Existenzgründern und Startups in der Immobilienwirtschaft.63