

Inhalt

Vorweg gesagt	7
Ausgangspunkte	
Braucht der Markt den Immobilienmakler?	11
Immobilieeinkauf. Der etwas andere Verkauf.	16
Die Persönlichkeit des Einkäufers	18
Erfolgsfaktor Kompetenzen	
Kompetenzen, die zählen.	21
Selbstwert. Die zentrale Instanz.	25
Emotionen managen.	28
Einstellungen. Wie sehen Sie das?	
Muss Ihnen die Immobilie gefallen?	31
Wie stehen Sie zu Ihren Kunden?	33
Strategien. Das Radar zum Erfolg.	
Ziele und Planung des Einkaufs	37
Fokussieren Sie Ihren Einkauf	39
Welche Immobilien wollen Sie einkaufen?	42
Alleinauftrag. Geht es auch ohne?	44
Alleinauftrag. Was sonst?	46
Ist der Kaufpreis wirklich wichtig?	48
Schiffe verbrennen.	50
Garantieren Sie.	52
Wer kauft ein? Organisationsmodelle.	55
Arzt sucht. Der „konkrete“ Interessent	57
Reporting. Für mehr Transparenz.	59
Gewusst. Gekonnt. Die Techniken.	
Keine Lust. Wie Sie sich selbst motivieren.	63
Sich auf Knopfdruck in Stimmung bringen.	65
Einkaufen ist Kommunikation.	68
Die Beziehung macht es.	70
Zahlen. Fakten. Emotionen.	72
Mit Anerkennung gewinnen.	73
Schlüsselkompetenz Fragechnik	
Fragen ist Gold, Reden ist Blech.	77
Warum das Fragen schwer fällt.	79
Die richtigen Fragen stellen.	80
Wie Sie fragen, ist entscheidend.	83

Praxis. Fragen Immobilieneinkauf.	85
Mehr als Worte. Die Körpersprache.	90
Haltung. Mimik. Gestik.	93
Argumente auf den Punkt gebracht.	97
Telefonieren wie ein Profi.	99
Vom ersten Telefonat zum Auftrag.	
Ich will keinen Makler. Einkaufstelefonat.	104
Besichtigung im Einkauf. Informieren Sie sich.	108
Ein Gespräch ohne Widerstände.	111
Die Entscheidung. Auftragsgespräch.	114
Die letzten Hürden meistern.	120
Wie Sie Aufträge von Bauträgern bekommen.	124
Sie brauchen Anbieter. Das Einkaufsmarketing.	
Marketing ist mehr als Werbung.	128
Das Marketingkonzept im Einkauf.	130
Visionen. Ziele.	131
Image und Einkaufserfolge.	134
Einkaufen auf der Website	145
Newsletter, die gelesen werden.	16
Direktmarketing. Effizient und günstig.	168
Mails, die auffallen und Rücklauf bringen.	169
Outdoorwerbung im Mediamix	173
Suchanzeigen. Aber professionell.	175
Einkaufsfolder, die Einkaufen helfen.	180
Das Kontakter-Modell	188
Ins Gespräch kommen. Public Relation.	191
Marketingplanung im Einkauf	194
Wie Sie Veränderungen umsetzen.	196
Factsheet. Ludwig Mennel.	200