

STRUKTURIERTE PROZESSE MIT SOFTWARE VON ONOFFICE

Jederzeit ein offenes Ohr für Kunden

Markus Langenbach, Geschäftsführender Gesellschafter RE/MAX REC Real Estate Consulting Aschaffenburg, über Chancen und Möglichkeiten des Listing- und Verkaufsprozesses



Markus
Langenbach

Herr Langenbach, Sie haben ein neues Konzept zum prozessorientierten Makeln entwickelt. Wie kam es dazu?

Zunächst war ich selber ein halbes Jahr aktiv in der Immobilienvermittlung tätig. Ich wollte die bestehenden Prozesse kennenlernen und den Kern des Business genauestens verstehen. Daneben habe ich die Erfahrungswerte meines Geschäftspartners aus über 15 Jahren Immobilienbranchen-Know-how als Prozessdokumentation zusammengefasst. Daraus entstand über den Zeitraum von fast zwei Jahren ein vollständiges Konzept mit Vorlagen, Templates, Dokumenten, Präsentationen für den Listing- und Verkaufsprozess. Der Erfolg hat andere Büros auf uns aufmerksam gemacht. Inzwischen setzen alle Makler der Regionen Bayern, Mitte und Südwest den Listing- und Verkaufsprozess um. Dieser wird auch in allen Regionen so geschult.

Können Sie Ihr Konzept kurz beschreiben?

Der Inhalt dreht sich um das strukturierte, prozessorientierte Makeln, in dem der Makler als Qualitätsansprechpartner für den Kunden agiert. Er ist Vertreter der Marke RE/MAX und erlangt durch die Vereinheitlichung der Prozesse, des Auftretens und der Wirkung nach außen einen positiven Wiedererkennungswert, der die Marke stärkt. Zudem ist es für neue Broker/Owner durch die Verwendung von Vorlagen und Richtlinien einfacher, in das Tagesgeschäft einzutreten.

Welche technischen Hilfen nehmen Sie zur Umsetzung Ihres Konzeptes in Anspruch?

Für den kleinen, klassischen Immobilienmakler reicht es aus, eine kleine Softwarelösung für den Unternehmensalltag einzusetzen.

Um jedoch Prozesse und Abläufe weiterzuentwickeln mussten wir einen größeren Softwarepartner finden. Es war uns wichtig, dass unser Leistungskatalog und unsere Anforderungen in der Software verwirklicht werden. Deswegen entschieden wir uns erst nach der Anpassung der Software durch den Anbieter für einen Wechsel zum online CRM onOffice smart, das mit der Kostenersparnis aufgrund der Internetarchitektur, dem Zugriff ohne Extrakosten, dem Wegfall eines IT-Administrators und den einfachen Updates überzeugte.

Stieß Ihr Konzept immer auf offene Ohren oder mussten Sie viel Überzeugungsarbeit leisten?

Es war keine Überzeugung nötig, es war eher das Erzeugen von Verständnis. Im Alltag benötigt der Makler viel Zeit, um einen Datensatz vernünftig und mit allen Angaben in einer Software einzutragen.

Der Mehrwert jedoch ist wesentlich höher bei der konsequenten Nutzung, denn diese Werte sind es, die bei der Suche nach Kauf- oder Mietinteressenten die Matches erzeugen.

Nicht technikaffinen Benutzern musste das Arbeiten durch eine Vereinfachung der Bedienoberfläche der Softwareanwendung erleichtert werden. Vor allem die Eingabeflächen müssen klar erkennbar sein und eventuell für verschiedene Aktionen angepasst werden. Wir beteiligen uns an einer stetigen Weiterentwicklung, die in Zukunft zu einer weiteren Verbesserung beitragen wird.

Wie sehen solche Weiterentwicklungen aus?

Wenn wir als Beispiel das iPhone nehmen, haben wir viele angebotene Funktionen. Es ist schwer, einen Überblick über alle Anwendungen und Apps zu erhalten. Eine Maklersoftware hat ebenfalls weit mehr zu bieten

als die bekannten Grundfunktionen. Hier müssen zuerst die wesentlichen und interessanten Funktionen gesucht und herausgearbeitet werden. In einem zweiten Schritt werden dann Einblicke in tiefere Ebenen und Abläufe gewagt.

Sie haben zum Start Ihrer Unternehmung auch eine Internetseite online geschaltet? Wieso?

Eigentlich war unsere Website schon vor der Eröffnung unseres Büros online. Ich sehe die Internetpräsenz als absoluten Kernbereich für einen professionellen Auftritt. Bei uns werden im Schnitt 20 bis 25 Prozent der Anfragen über unsere eigene Homepage generiert. Ich denke diese Zahlen sprechen für sich.

Wie sehen Sie den Immobilienmaklermarkt in der Zukunft?

Es wird mehr große Büros geben. Der Kunde wird sein Maklerbüro durch den Vergleich von Dienstleistung und Service auswählen. Dies wird es dem Einzelmakler schwerer machen gegen die stetige Brand Awareness, die Steigerung der Markenbekanntheit, Kunden zu gewinnen. Schon jetzt tendieren mehr Kunden zu größeren Büros. RE/MAX gehört zu diesem Wachstum klar dazu. Dem Makler wird in Zukunft das Arbeiten durch Weiterentwicklung bei Softwarelösungen erleichtert.

Die Verbesserung von Ergonomie und Usability sowie das Benutzen von WYSIWYG (what you see is what you get)-Editoren bei der Immobilieneingabe ermöglicht uns schnelleres und vernetzteres Arbeiten. Die wichtigste Innovation wird jedoch eines sein: Ein jederzeit offenes Ohr für den Kunden.

Vielen Dank für das Gespräch.