

STRUCTOGRAM® hilft aktiv verkaufen

Blick in die Stockwerke unseres Gehirns – dann in jene schöner Häuser

Von Ronald Roggen

Der Kauf oder Verkauf eines Eigenheims ist eine wichtige und oft einmalige Entscheidung. Betterhomes, ein Senkrechstarter in der Immobilienvermittlung, findet den direkten Weg zum Kunden – und dies mit System.

Cyrill Lanz, VR-Präsident und Vertriebsdirektor von Betterhomes, ist ein Macher mit ausgeprägtem Sinn für messbare Erfolge. In der eigenen Ausbildung mehrfach ausgezeichnet, verbreitet Lanz in seinem Job ausgesprochen viel Diszipliniertheit, was wesentlich zum Erfolg von Betterhomes beiträgt.

Zügiger Ablauf vom ersten Moment, in dem die Adresse eines potenziellen Kunden auftaucht, bis hin zum erledigten Mandat. Das führt zuerst in die Datenbank und dann ab ins Callcenter, mit dem Ziel eines Kundentermins – beileibe keine selbstverständliche, keine nur technische Angelegenheit!



Das Ohr am Kunden – das Callcenter von Betterhomes in Zürich.

Der Mensch im Mittelpunkt

Einen „Lokaltermin“ erfolgreich zu gestalten, setzt zwei Dinge voraus: Fachkompetenz und Sozialkompetenz des Immobilienberaters. Beides kann man lernen.

Fachkompetenz – also grundlegendes Fachwissen über die Vermarktung einer Immobilie, deren Finanzierung und die rechtlichen Aspekte – gehört zur Grundausrüstung eines professionellen Beraters.



Cyrill Lanz, Vertriebsdirektor von Betterhomes

Zu spüren, ob der Kunde aus dem Lebensgefühl heraus handelt, kühl-rational anzusprechen ist oder spontan-emotional agiert, dazu ist Menschenkenntnis und Training notwendig.

Damit die Betterhomes Immobilienberater langfristig Erfolg haben, werden sie mit dem von Lanz entwickelten dreistufigen Ausbildungssystem „immochallenge®“ ausgebildet. Jeder neue Aussendienstmitarbeiter absolviert als Trainee während rund einem Jahr – als zweitberufliche Ausbildung mit Praktikum – die drei Schritte „Basic“, „Advanced“ und „Professional“. Ein zentrales Element des Basic-Moduls ist die Selbst- und Menschenkenntnis. Betterhomes setzt dabei auf das STRUCTOGRAM®-Trainings-System.

Der Weg durch das Gehirn ist der Weg zum Erfolg

Über das unterschiedliche „Einflussverhältnis“ der drei Hirnbereiche Stamm-, Zwischen- und Grosshirn deckt das Structogram die individuelle, genetisch gegebene Grundstruktur der Persönlichkeit eines Menschen auf.

Eine der sich daraus ergebenden Konsequenzen für die praktische Arbeit besteht darin, die Grundstruktur des Kunden im Gespräch zu erkennen und ein spezifisches, der individuellen Persönlichkeit entsprechendes Angebot zu offerieren. Anstelle von allgemeinen Handlungsrezepten wird so die Individualität des einzelnen Kunden in den Vordergrund gestellt. Und dies beginnt schon beim ersten telefonischen Kontakt im Callcenter.

Betterhomes

Die Betterhomes AG ist in der Schweiz und in Österreich sehr gut verankert. Die Mandatsbasis ist ausgesprochen solide und der Zuwachs so bemerkenswert, dass Betterhomes heute bereits Rang 2 unter den Schweizer Immobilienmaklern einnimmt. Dies mit aktuell über 100 Mitarbeitern sowie über 1'200 aktuellen Immobilienangeboten alleine in der Schweiz. Das von Betterhomes entwickelte Ausbildungssystem immochallenge® setzt auf die individuelle Persönlichkeit des Kunden und des Immobilienberaters.

Die Schweizer Service-Zentrale hat ihren Sitz in Zürich. Cyrill Lanz ist Mitbegründer, VR-Präsident und Vertriebsdirektor des Unternehmens.

www.betterhomes.ch

„immoplus®“, das Vermittlungssystem

Das Structogram-Wissen dient den Immobilienberatern, die Betterhomes-Vermarktungsdienstleistung „immoplus®“ konsequent in die Praxis umzusetzen. „Immoplus“ besteht aus drei Teilen: dem Marketingpaket, dem Spezialistenwissen sowie der Servicegarantie.

Die Kunden, also die Anbieter von Immobilien, möchten ihr Objekt so schnell wie möglich zum bestmöglichen Preis und zu fairen Konditionen verkaufen. Geballte Marketingkraft, fachspezifisches Wissen und rundum Betreuung gehören zum Handwerk des Immobilienberaters. Die Entscheidung, wie dieser Mix einzusetzen ist, hängt stark von der Persönlichkeit des Kunden ab. So können zum Beispiel regelmässige, telefonische Statusberichte dem einen Kunden Sicherheit geben, den anderen jedoch verärgern oder langweilen. Geschulte Immobilienberater kennen die Persönlichkeitsstruktur der Anbieter und können individuell den richtigen Dienstleistungsmix anbieten.

Die Individualität von Menschen zeigt sich auch bei den Kaufinteressenten. Was allgemein als „Geschmacksache“ umschrieben wird, ist Ausdruck der individuellen Persönlichkeit. So wird ein traditionelles, vertrautes Haus die Wünsche von eher sachlichen, rationalen Menschen kaum befriedigen. Die Immobilienberater von Betterhomes erkennen die Kaufmotive der Interessenten, können passende Angebote auswählen und damit unnötigen Aufwand für alle Parteien vermeiden.

Das Structogram-Trainings-System hilft auch, besser zu kommunizieren. So führen Betterhomes-Vorgesetzte ihre Mitarbeiter entsprechend deren individuellen Persönlichkeitsstruktur. Das fördert das gegenseitige Vertrauen. Darüber hinaus können Aufgaben im Team aufgrund der individuellen Fähigkeiten gezielter zugeteilt werden, die Kommunikation untereinander wird verbessert.

Und der Immobilienberater versteht es, seine Immobilien-Dienstleistung entsprechend der individuellen Persönlichkeit der Kaufinteressenten auf unterschiedliche, individuelle Weise anzubieten. Am Anfang eine sorgfältige Analyse – am Ende ein Stempel des Notars und lauter zufriedene Gesichter. Zuerst ein Blick in die Etagen des Hirns, dann ein Blick in die Etagen der Häuser.

Die konsequente Umsetzung der Kundenorientierung mit dem Structogram-Trainings-System zeigt sich als wichtige Voraussetzung für den Erfolg von Betterhomes.

STRUCTOGRAM® Trainings-System

Im Seminar „Schlüssel zur Selbstkenntnis“ erhält der Teilnehmer durch das Structogram die genaue Kenntnis seiner Biostruktur und damit seiner individuellen Möglichkeiten und Grenzen.

Im Seminar „Schlüssel zur Menschenkenntnis“ lernt der Teilnehmer durch das Triogram, die Biostruktur anderer Menschen zu erkennen und seine Sozialkompetenz zu optimieren.

Im Seminar „Schlüssel zum Kunden“ lernt der Teilnehmer, das gleiche Produkt an unterschiedliche Kunden auf „unterschiedliche“ Weise zu verkaufen und eine dauerhafte Kundenbindung aufzubauen.

www.structogram.ch



emotional, auffallend



Lernen – üben – anwenden: im Kundengespräch den direkten Zugang finden.



traditionell, vertraut



sachlich, funktional