

www.immobilienscout24.de

**IMMOBILIEN**  
**SCOUT 24**

# HalbjahresReport 2/2012: Ihre persönliche Erfolgsanalyse



Martin Lang Immobilien  
Martin Lang  
Unterheinrieter Str. 19-3  
74199 Untergruppenbach / Oberheinriet  
Scout-ID: 19030937

**Der Marktführer:**  
**Die Nr.1 rund um Immobilien**

## Inhaltsverzeichnis

<b>Ihre persönliche Erfolgsanalyse</b> .....	3
<b>Ihre Vermarktungsschwerpunkte</b> .....	4
<b>Detaillierte Analyse und Bewertung Ihrer Vermarktungsaktivitäten</b> .....	6
Wie häufig werden Ihre Objekte gefunden? .....	6
Wie häufig werden Ihre Objekte gesehen? .....	8
Wie häufig werden Ihre Exposés aufgerufen?.....	10
Wie viele Kontaktanfragen haben Sie erhalten? .....	12
Wie viele Objekte haben Sie in der Vermarktung? .....	14
<b>Unsere Empfehlungen für Sie zur Steigerung Ihres Vermarktungserfolges in Ihren Vermarktungsschwerpunkten</b> .....	16
<b>Das neue Zertifikat zum HalbjahresReport 2/2012</b> .....	21
<b>Ihre Meinung zum aktuellen HalbjahresReport</b> .....	22

**Sehr geehrter Herr Lang,**

erneut haben wir für Sie Ihre **Vermarktungsaktivitäten von Juli bis Dezember 2012** bei ImmobilienScout24 analysiert. Erfahren Sie, wie gut Ihre Objekte gefunden wurden, wie erfolgreich Ihre Exposés waren und wie viele Kontaktanfragen Sie erhalten haben. Diese Werte vergleichen wir mit denen Ihrer Kollegen in Ihren Vermarktungsschwerpunkten. Ihr HalbjahresReport zeigt Ihnen so Ihren **Vermarktungserfolg auf regionaler Ebene im direkten Vergleich zu Ihren Kollegen.**

Ihre Daten für den Zeitraum Juli – Dezember 2012: Insgesamt haben Sie den Suchenden auf ImmobilienScout24 im letzten Halbjahr **57 Objekte** präsentiert und **438 Kontaktanfragen** per E-Mail erhalten:

Immobilientyp	Anzahl inserierter Objekte	Exposéaufrufe	Kontaktanfragen per E-Mail
Haus/Kauf	21	26.460	129
Wohnung/Miete	15	12.344	193
Wohnung/Kauf	8	10.143	82
Büro/Praxis	4	696	4
Einzelhandel	3	833	7
Anlageimmobilie	3	424	8
Gastronomie/Hotel	2	528	5
Haus/Miete	1	650	10
<b>Summe:</b>	<b>57</b>	<b>52.078</b>	<b>438</b>

Auf den folgenden Seiten haben wir eine detaillierte Erfolgsauswertung erstellt. Nutzen Sie diese für Ihre persönliche Analyse. Selbstverständlich stehe ich Ihnen jederzeit gern zur Verfügung, um Ihre Fragen zu beantworten.



**Mit freundlichen Grüßen**

**Anja Munteanu**  
**Teamlead Sales Makler Business**  
**Immobilien Scout GmbH**  
**Tel.: 030 - 24 301 19 10**  
**E-Mail: [anja.munteanu@immobilienscout24.de](mailto:anja.munteanu@immobilienscout24.de)**

**PS: Verwenden Sie den HalbjahresReport gerne für Ihre Zwecke. Veröffentlichen Sie Auszüge, um Kunden und Interessenten Ihre Stärken und Ihre Professionalität aufzuzeigen. Drucken Sie sich auch das neue Zertifikat aus und zeigen Sie so Ihren Vermarktungserfolg. Sie finden es als PDF zum Download auf [Seite 21](#).**

## Ihre Vermarktungsschwerpunkte

Die folgenden Auswertungen beziehen sich auf alle Objekte, die Sie in Ihren **Vermarktungsschwerpunkten** inseriert haben. Ein Vermarktungsschwerpunkt ist die Region, in der Sie die meisten Objekte eines Immobilientyps veröffentlicht haben. Pro Immobilientyp gibt es zwei Vermarktungsschwerpunkte – den größten und den zweitgrößten.

Unter Ihren größten Vermarktungsschwerpunkten nimmt der Immobilientyp **Haus/Kauf in Heilbronn (Kreis)** die Spitzenposition ein. Hier haben Sie die meisten Objekte vermarktet. Bei den zweitgrößten Vermarktungsschwerpunkten haben Sie im Immobilientyp **Wohnung/Miete in Heilbronn** die meisten Objekte vermarktet.

Immobilientyp	Größte Vermarktungsschwerpunkte (VS 1)	Anzahl inserierter Objekte in VS 1	Zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte (VS 2)	Anzahl inserierter Objekte in VS 2
Haus/Kauf	Heilbronn (Kreis) (HN)	13	Hohenlohekreis (KÜN)	2
Wohnung/Miete	Heilbronn (Kreis) (HN)	8	Heilbronn (HN)	4
Wohnung/Kauf	Heilbronn (Kreis) (HN)	3	Ludwigsburg (Kreis) (LB)	3
Büro/Praxis	Heilbronn (Kreis) (HN)	3	Heilbronn (HN)	1
Einzelhandel	Heilbronn (Kreis) (HN)	2	Heilbronn (HN)	1
Anlageimmobilie	Heilbronn (Kreis) (HN)	2	Hohenlohekreis (KÜN)	1
Sonstige		2		0
<b>Summe:</b>		<b>33</b>		<b>13</b>

Hinweis: „Sonstige“ enthält alle Immobilien, die zusammengefasst weniger als 5% Ihrer Gesamtobjekte ergeben und wird auf den folgenden Seiten nicht mehr betrachtet.

Für die **Bewertung Ihrer Vermarktungsaktivitäten** auf den folgenden Seiten haben wir Ihre Objekte in Ihren Vermarktungsschwerpunkten im Vergleich zu allen bei ImmobilienScout24 inserierten Objekten in der gleichen Region betrachtet.

Anhand von Kennzahlen beantworten wir folgende Fragen für Sie:



**Wie häufig werden Ihre Objekte gefunden?**



**Wie viele Kontaktanfragen haben Sie erhalten?**



**Wie häufig werden Ihre Objekte gesehen?**



**Wie viele Objekte haben Sie in der Vermarktung?**



**Wie häufig werden Ihre Exposés aufgerufen?**

## Ihre Vermarktungsleistung im Überblick


Die folgende Darstellung gibt Ihnen einen Überblick über Ihre Stärken und die Potenziale Ihrer Objektvermarktung. Sehen Sie auf einen Blick, wie Sie im Vergleich zu anderen Immobilienanbietern in Ihrer Region vermarkten.


Ihre Vermarktungsaktivitäten	Größte Vermarktungsschwerpunkte (VS 1)	Zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte (VS 2)
 <b>Wie häufig werden Ihre Objekte gefunden?</b>	✓	✓
 <b>Wie häufig werden Ihre Objekte gesehen?</b>	✓	✓
 <b>Wie häufig werden Ihre Exposés aufgerufen?</b>	✓	✓
 <b>Wie viele Kontaktanfragen haben Sie erhalten?</b>	✓	✓
 <b>Wie viele Objekte haben Sie in der Vermarktung?*</b>	✓	✗


\*Die Anzahl der Objekte, die Sie in Vermarktung haben, wird bei der unten stehenden Erfolgszusammenfassung nicht berücksichtigt.

Insgesamt ergibt der Vergleich, dass Sie Ihre Objekte in Ihren Vermarktungsschwerpunkten **besser als der Durchschnitt** aller Immobilienanbieter vermarkten. Die Präsentation Ihrer Objekte wird von den Suchenden sehr gut angenommen. Damit sind Sie Ihren Kollegen immer ein Stückchen voraus.

Auf den nächsten Seiten finden Sie die **detaillierte Auswertung Ihrer Vermarktungsaktivitäten des letzten Halbjahres**.

 Im Vergleich zu den Immobilienanbietern in Ihrer Region ist Ihre Vermarktungsaktivität höher.

 Im Vergleich zu den Immobilienanbietern in Ihrer Region ist Ihre Vermarktungsaktivität genauso hoch.

 Im Vergleich zu den Immobilienanbietern in Ihrer Region ist Ihre Vermarktungsaktivität niedriger.

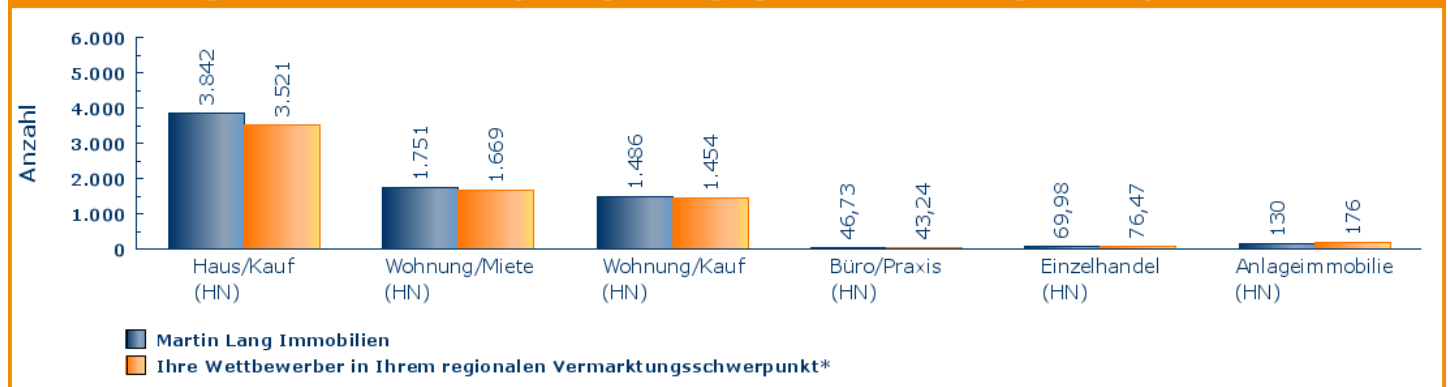


## Wie häufig werden Ihre Objekte gefunden?

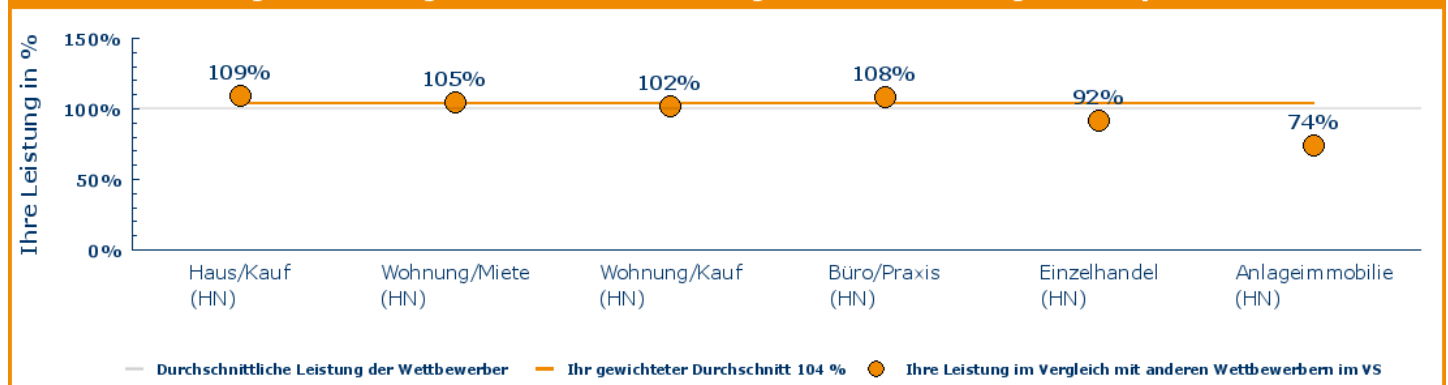
Die folgenden Grafiken zeigen Ihnen pro Immobilientyp, wie oft Ihre Objekte durchschnittlich an einem Tag in der **Ergebnisliste enthalten waren**. Im Vergleich dazu sind die durchschnittlichen Werte aller Objekte in der entsprechenden Region angegeben. So erkennen Sie, ob Ihre inserierten Objekte den **Suchkriterien der Nachfrage entsprechen**.

Bei Ihren größten Vermarktungsschwerpunkten waren Ihre Objekte im Immobilientyp Haus/Kauf im Durchschnitt 3.842-mal pro veröffentlichten Tag in der Ergebnisliste enthalten. Die Objekte Ihrer Wettbewerber waren im Durchschnitt 3.521-mal in der Ergebnisliste enthalten.

### Anzahl "In Ergebnisliste enthalten" pro Objekt/Tag - größte Vermarktungsschwerpunkte



### Prozentualer Vergleich "In Ergebnisliste enthalten" - größte Vermarktungsschwerpunkte



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



### Diese Analyse bedeutet für Sie:

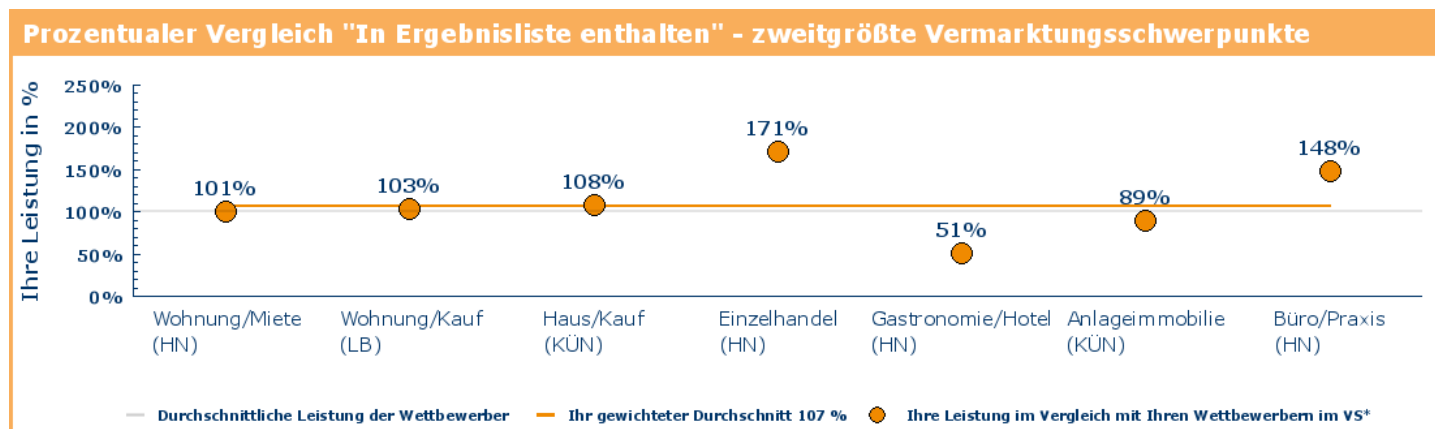
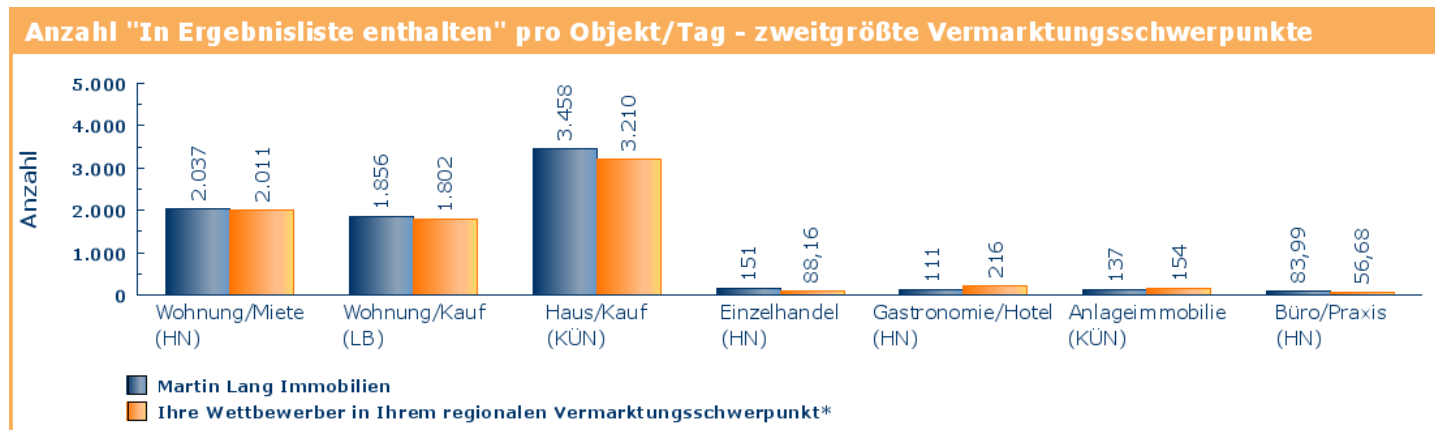
Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region waren Ihre Objekte im Durchschnitt **4% häufiger** in der Ergebnisliste enthalten als die anderer Immobilienvermarkter.

**Auf Seite 16 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**





Bei Ihren zweitgrößten Vermarktungsschwerpunkten sieht es wie folgt aus: Ihre Objekte im Immobilityp Wohnung/Miete waren im Durchschnitt 2.037-mal pro veröffentlichten Tag in der Ergebnisliste enthalten. Die Objekte Ihrer Wettbewerber waren im Durchschnitt 2.011-mal in der Ergebnisliste enthalten.



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4

 **Diese Analyse bedeutet für Sie:**  
Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region waren Ihre Objekte im Durchschnitt **7% häufiger** in der Ergebnisliste enthalten als die anderer Immobilienvermarkter.

**Auf Seite 16 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**



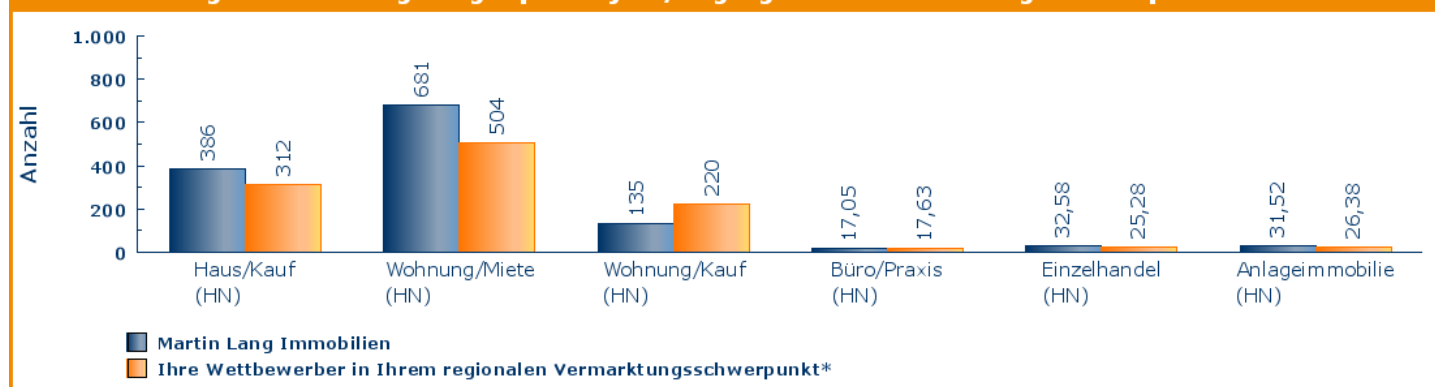


## Wie häufig werden Ihre Objekte gesehen?

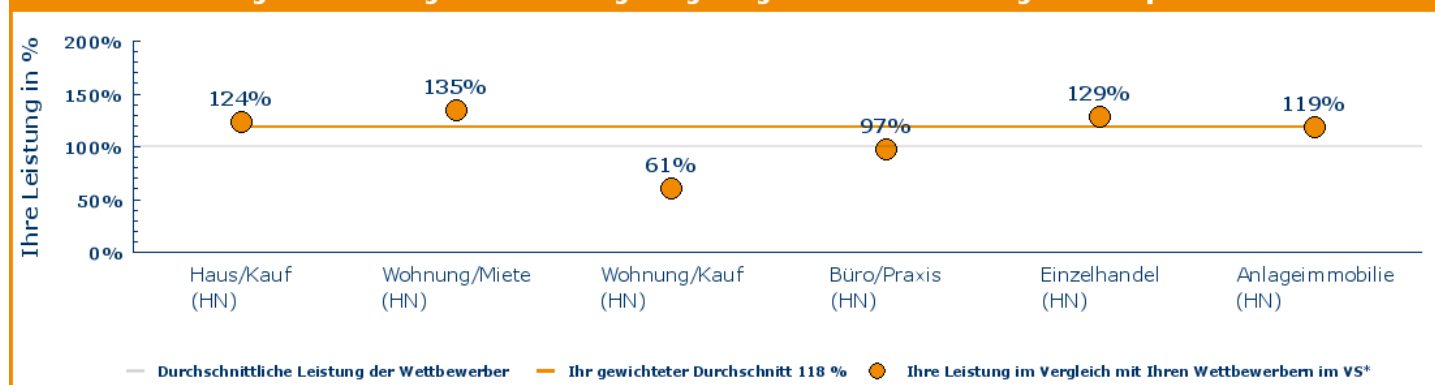
Die Grafiken zeigen Ihnen pro Immobilientyp, wie oft Ihre Objekte im Durchschnitt an einem Tag in der **Ergebnisliste angezeigt waren** und damit von Suchenden **gesehen wurden**. Im Vergleich dazu sind die durchschnittlichen Werte aller Objekte in der entsprechenden Region angegeben.

Bei Ihren größten Vermarktungsschwerpunkten wurden Ihre Objekte im Immobilientyp Haus/Kauf im Durchschnitt 386-mal pro Tag in der Ergebnisliste angezeigt. Die Objekte Ihrer Wettbewerber wurden im Durchschnitt 312-mal in der Ergebnisliste angezeigt.

### Anzahl "In Ergebnisliste angezeigt" pro Objekt/Tag - größte Vermarktungsschwerpunkte



### Prozentualer Vergleich "In Ergebnisliste angezeigt" - größte Vermarktungsschwerpunkte



\*Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



### Diese Analyse bedeutet für Sie:

Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region wurden Ihre Objekte im Durchschnitt **18% häufiger** in der Ergebnisliste angezeigt, d.h., sie wurden öfter gesehen als die Objekte anderer Immobilienvermarkter.

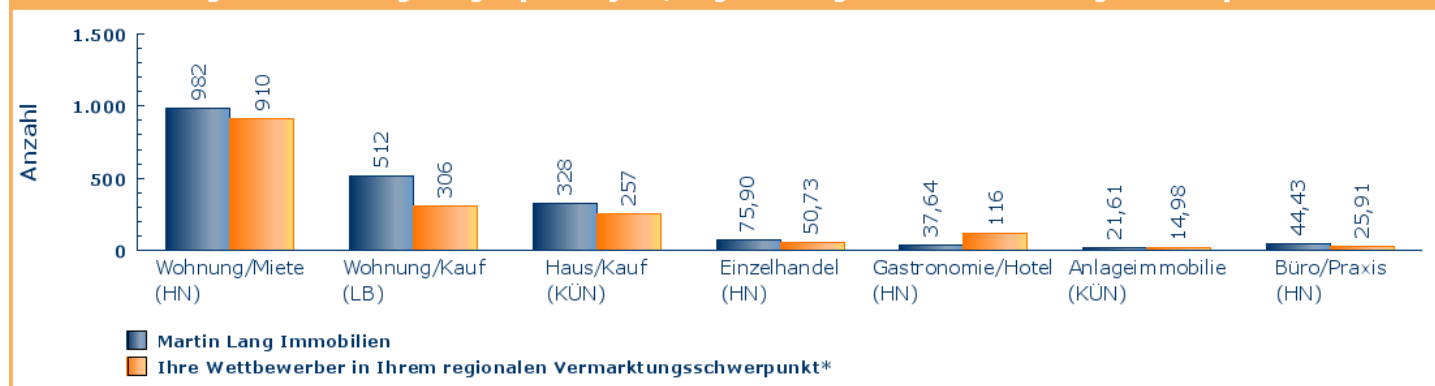
**Auf Seite 17 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**



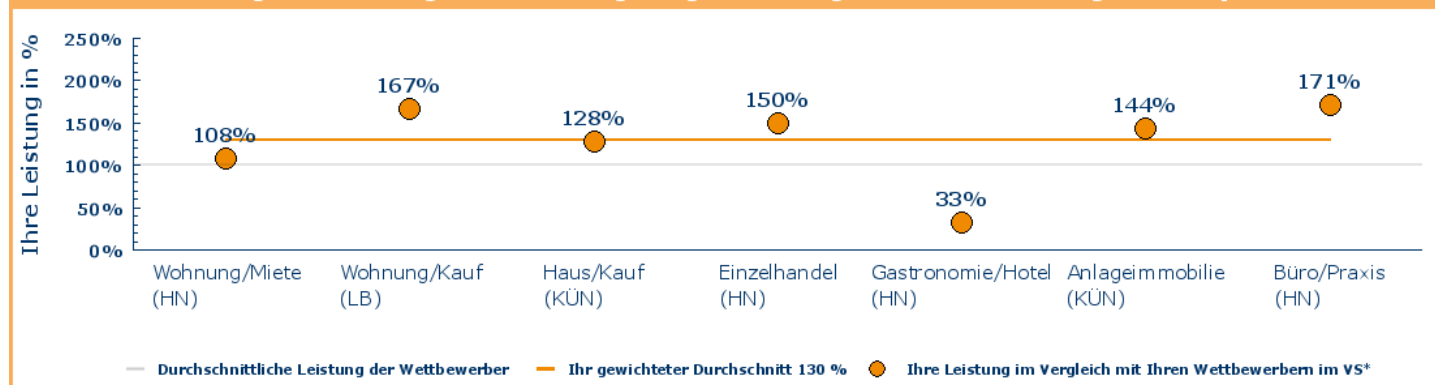


Bei Ihren zweitgrößten Vermarktungsschwerpunkten sieht es wie folgt aus: Ihre Objekte wurden im Immobilientyp Wohnung/Miete im Durchschnitt 982-mal pro Tag in der Ergebnisliste angezeigt. Die Objekte Ihrer Wettbewerber wurden im Durchschnitt 910-mal in der Ergebnisliste angezeigt.


## Anzahl "In Ergebnisliste angezeigt" pro Objekt/Tag - zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte



## Prozentualer Vergleich "In Ergebnisliste angezeigt" - zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte



\*Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4

 **Diese Analyse bedeutet für Sie:** Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region wurden Ihre Objekte im Durchschnitt **30% häufiger** in der Ergebnisliste angezeigt, d.h., sie wurden öfter gesehen als die Objekte anderer Immobilienvermarkter.

**Auf Seite 17 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**



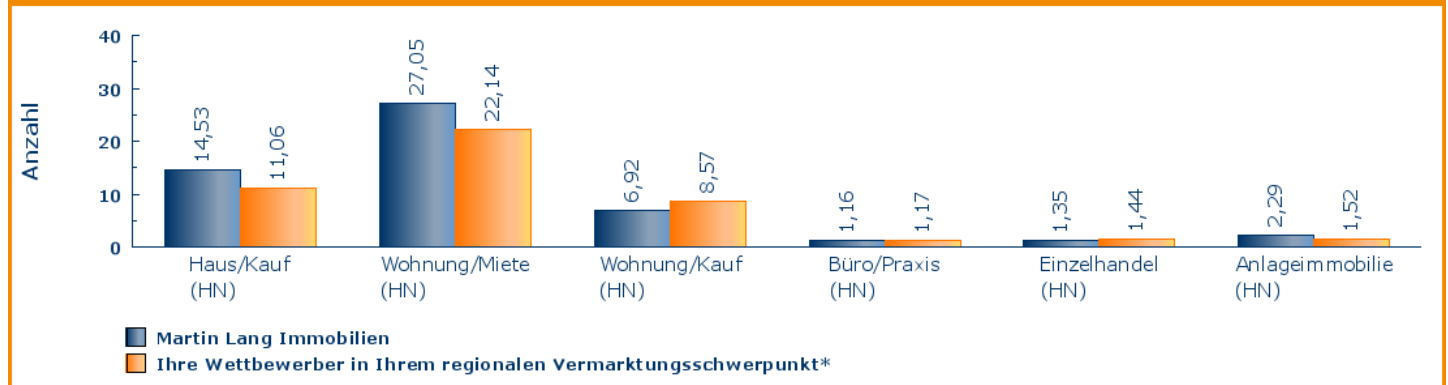


## Wie häufig werden Ihre Exposés aufgerufen?

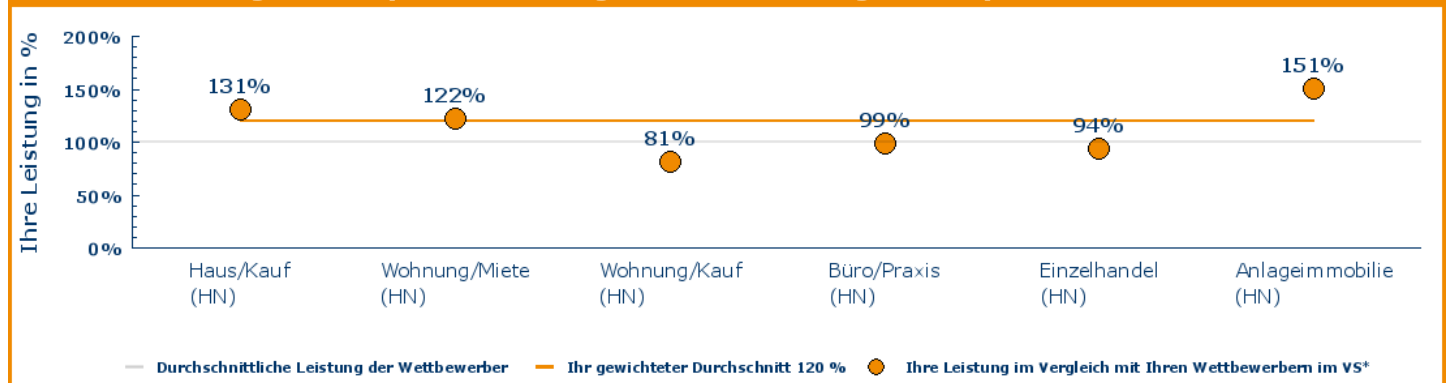
Die Grafiken zeigen Ihnen pro Immobilientyp, wie oft Ihre Exposés im Durchschnitt pro veröffentlichten Tag **angeklickt und gelesen** wurden. Im Vergleich dazu sind die durchschnittlichen Werte aller Objekte in der entsprechenden Region angegeben. Das gibt Ihnen Auskunft darüber, wie stark Ihre **Überschrift**, Ihr **Titelbild** und Ihre **Objektkriterien** Interesse bei Ihren Kunden wecken.

Bei Ihren größten Vermarktungsschwerpunkten wurden Ihre Objekte im Immobilientyp Haus/Kauf im Durchschnitt 14,53-mal pro Tag angeklickt und gelesen. Die Objekte Ihrer Wettbewerber wurden im Durchschnitt 11,06-mal aufgerufen.

### Anzahl "Exposéaufrufe" pro Objekt/Tag - größte Vermarktungsschwerpunkte



### Prozentualer Vergleich "Exposéaufrufe" - größte Vermarktungsschwerpunkte



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



### Diese Analyse bedeutet für Sie:

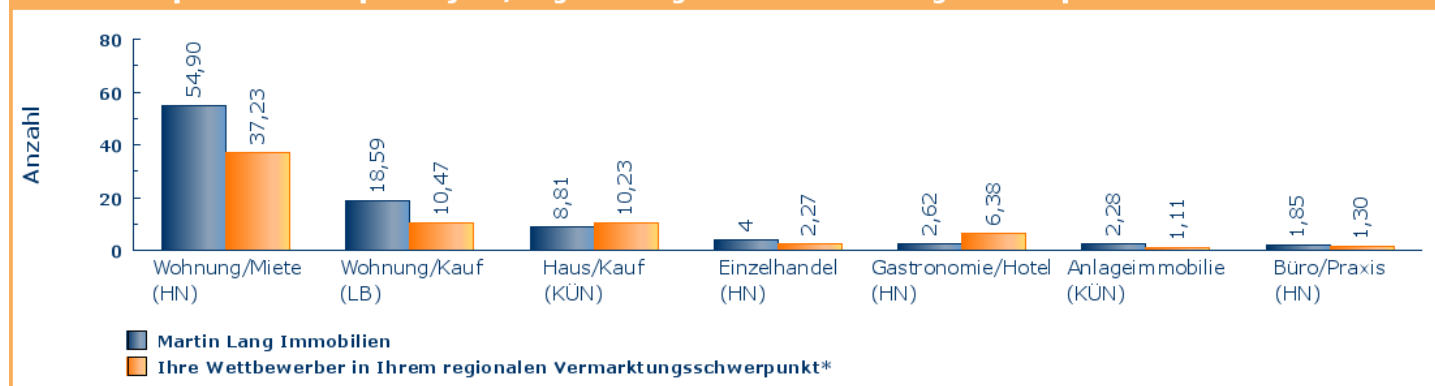
Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region wurden Ihre Exposés im Durchschnitt **20% häufiger** aufgerufen als die anderer Immobilienvermarkter.

**Auf Seite 18 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**

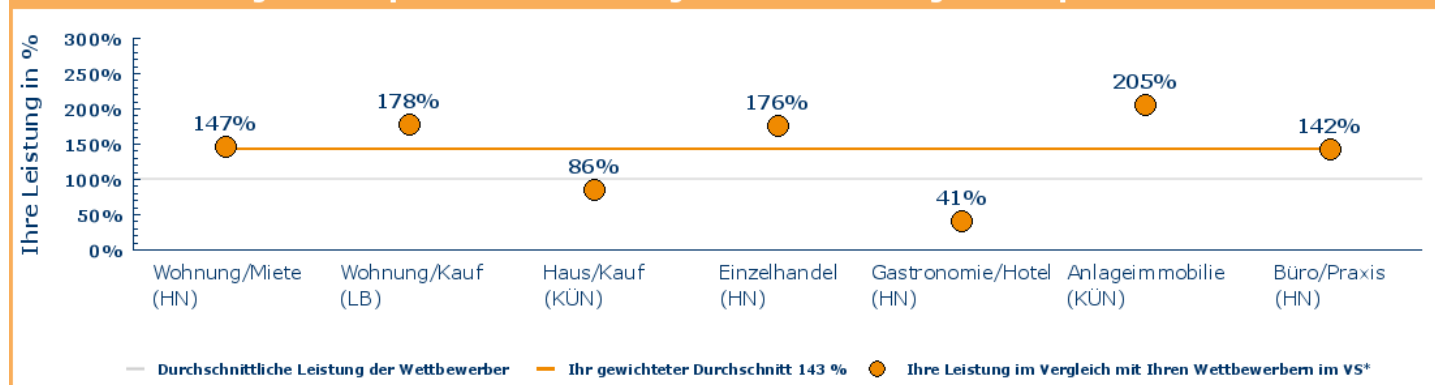


Bei Ihren zweitgrößten Vermarktungsschwerpunkten sieht es wie folgt aus: Ihre Objekte wurden im Immobilientyp Wohnung/Miete im Durchschnitt 54,90-mal pro veröffentlichten Tag angeklickt und gelesen. Die Objekte Ihrer Wettbewerber wurden im Durchschnitt 37,23-mal aufgerufen.

## Anzahl "Exposéaufrufe" pro Objekt/Tag - zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte



## Prozentualer Vergleich "Exposéaufrufe" - zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



### Diese Analyse bedeutet für Sie:

Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region wurden Ihre Exposés im Durchschnitt **43% häufiger** aufgerufen als die anderer Immobilienvermarkter.

**Auf Seite 18 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**





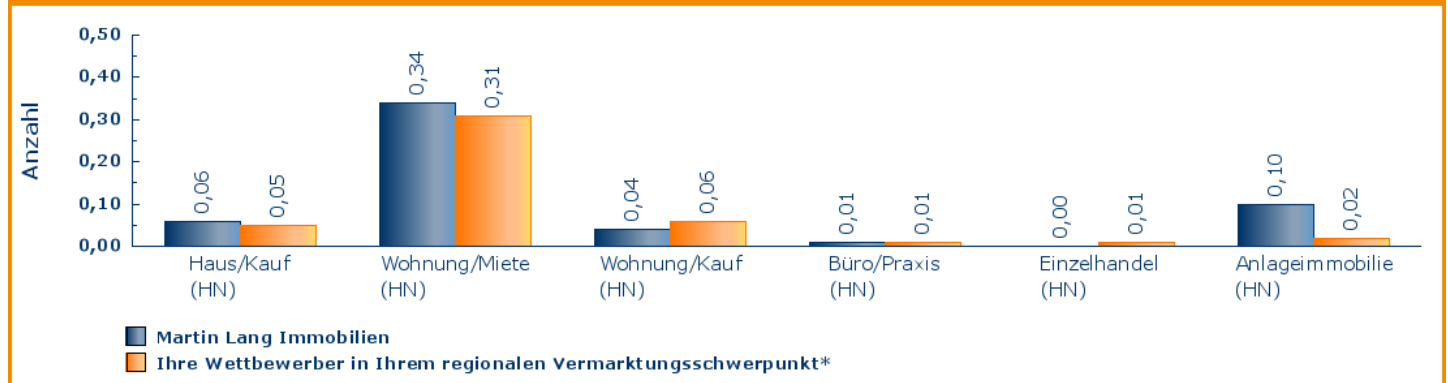
## Wie viele Kontaktanfragen haben Sie erhalten?

Ob Ihre Exposés den **Erwartungen der Interessenten entsprechen**, sehen Sie anhand Ihrer **Kontaktanfragen**. Notieren Sie sich zusätzlich zu Ihren E-Mail-Anfragen auch Ihre telefonischen Anfragen pro Objekt. Nur so können Sie Ihren Vermarktungserfolg 100%ig genau messen.

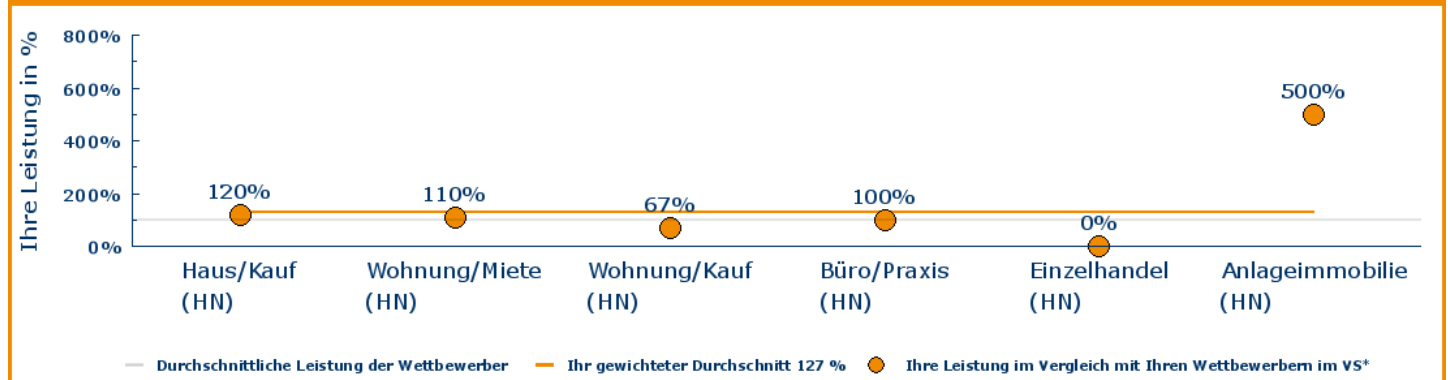
Die Grafiken zeigen Ihnen die Anzahl der **Kontaktanfragen pro Immobilientyp, die Sie per E-Mail** pro Objekt und Tag im Durchschnitt erhalten haben. Im Vergleich dazu sind die durchschnittlichen Werte pro Objekt in der entsprechenden Region angegeben.

Bei Ihren größten Vermarktungsschwerpunkten haben Sie im Immobilientyp Haus/Kauf im Durchschnitt 0,06 Kontaktanfragen per E-Mail pro Tag erhalten. Ihre Wettbewerber haben 0,05 Anfragen erhalten.

### Anzahl "E-Mail-Kontaktanfragen" pro Objekt/Tag - größte Vermarktungsschwerpunkte



### Prozentualer Vergleich "E-Mail-Kontaktanfragen" - größte Vermarktungsschwerpunkte



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



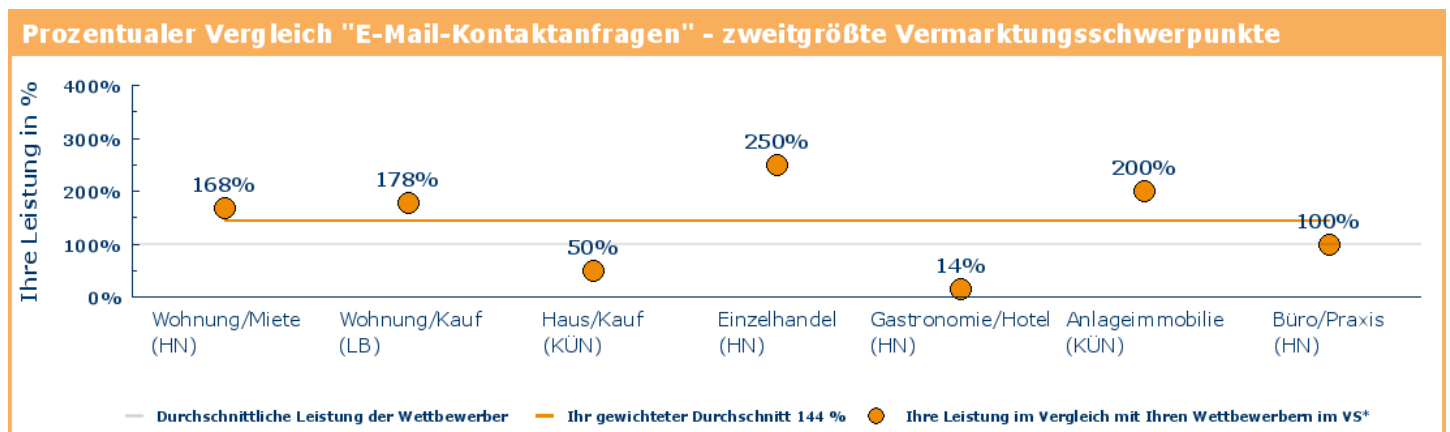
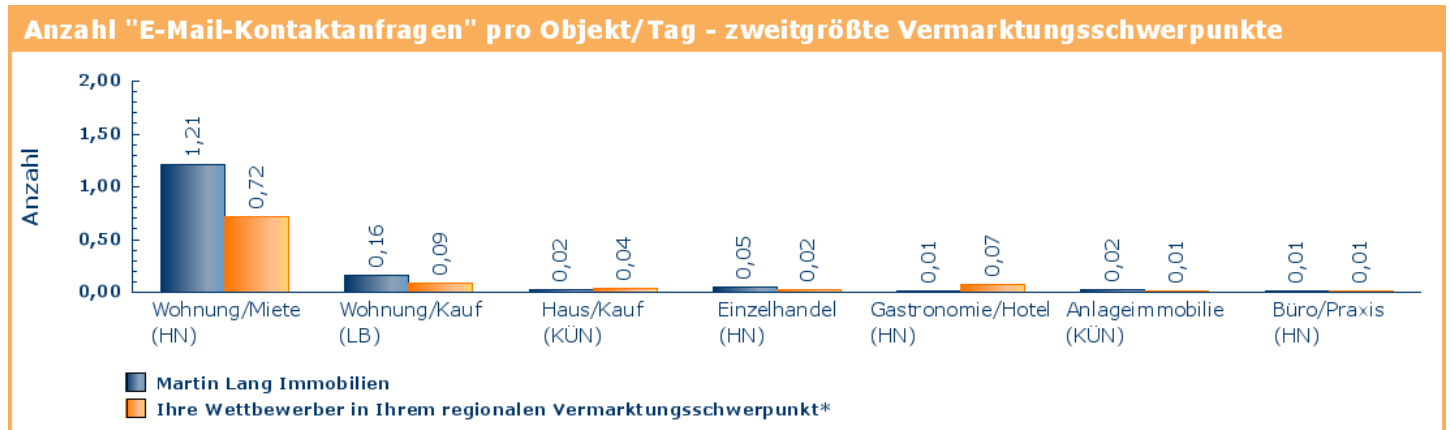
### Diese Analyse bedeutet für Sie:

Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region erhalten Ihre Objekte im Durchschnitt **27% mehr Kontaktanfragen** als die anderer Immobilienvermarkter – herzlichen Glückwunsch!

**Auf Seite 19 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**



Bei Ihren zweitgrößten Vermarktungsschwerpunkten sieht es wie folgt aus: Sie haben im Immobilientyp Wohnung/Miete im Durchschnitt 1,21 Kontaktanfragen per E-Mail pro Tag erhalten. Ihre Wettbewerber haben 0,72 Anfragen erhalten.



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



#### Diese Analyse bedeutet für Sie:

Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region erhalten Ihre Objekte im Durchschnitt **44% mehr Kontaktanfragen** als die anderer Immobilienvermarkter - herzlichen Glückwunsch!

**Auf Seite 19 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**



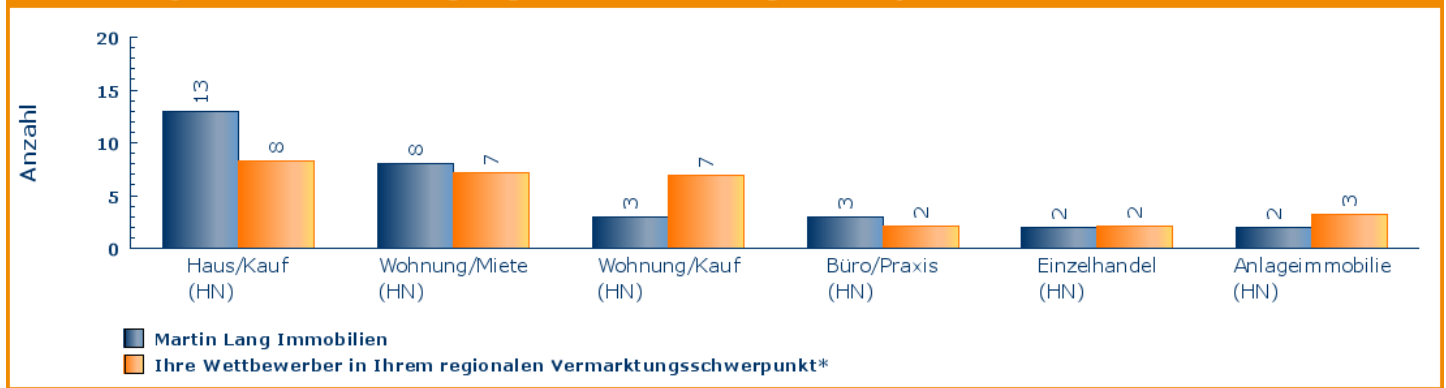


## Wie viele Objekte haben Sie in der Vermarktung?

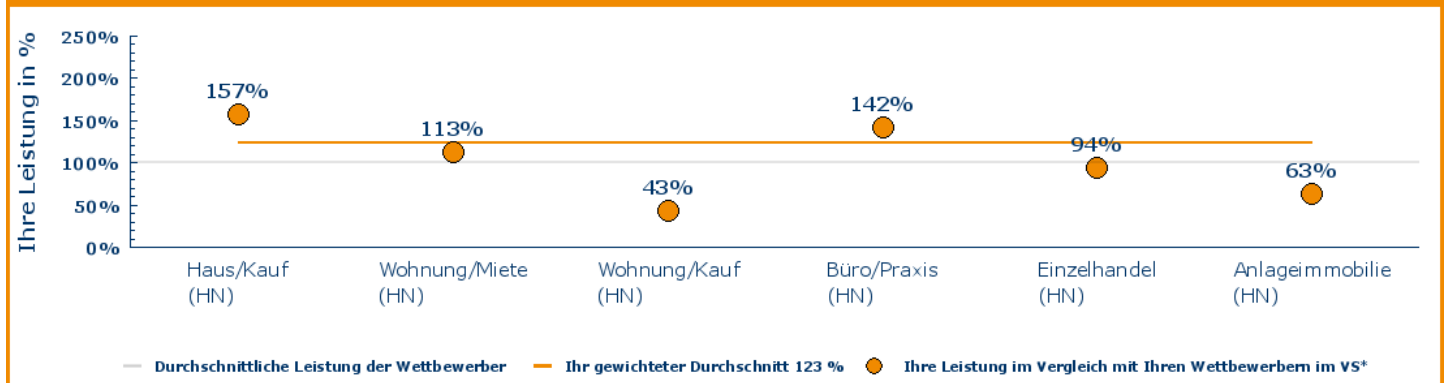
Die Grafiken zeigen Ihnen pro Immobilientyp, wie viele Objekte Sie im Durchschnitt auf ImmobilienScout24 veröffentlicht haben, d. h., wie viele Objekte Sie in der Vermarktung haben. Im Vergleich dazu ist die durchschnittliche Anzahl aller Objekte Ihrer Wettbewerber in der entsprechenden Region angegeben.

Bei Ihren größten Vermarktungsschwerpunkten haben Sie 13 Objekte im Immobilientyp Haus/Kauf veröffentlicht. Ihre Wettbewerber haben durchschnittlich 8 Objekte veröffentlicht.

### Anzahl "Objekte in Vermarktung" - größte Vermarktungsschwerpunkte



### Prozentualer Vergleich "Objekte in Vermarktung" - größte Vermarktungsschwerpunkte



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



#### Diese Analyse bedeutet für Sie:

Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region haben Sie im Durchschnitt **23% mehr Objekte** in der Vermarktung als die anderen Immobilienvermarkter.

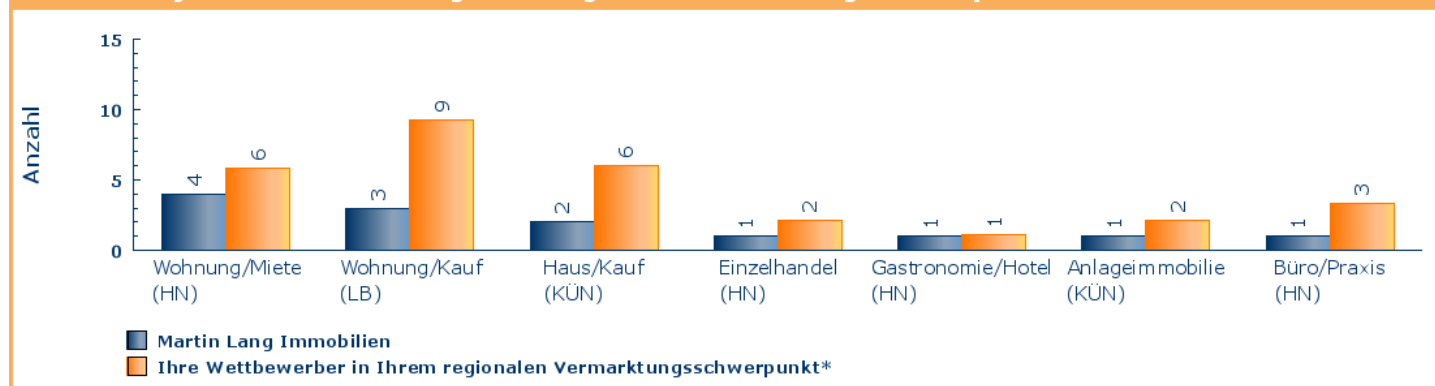
**Auf Seite 20 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**



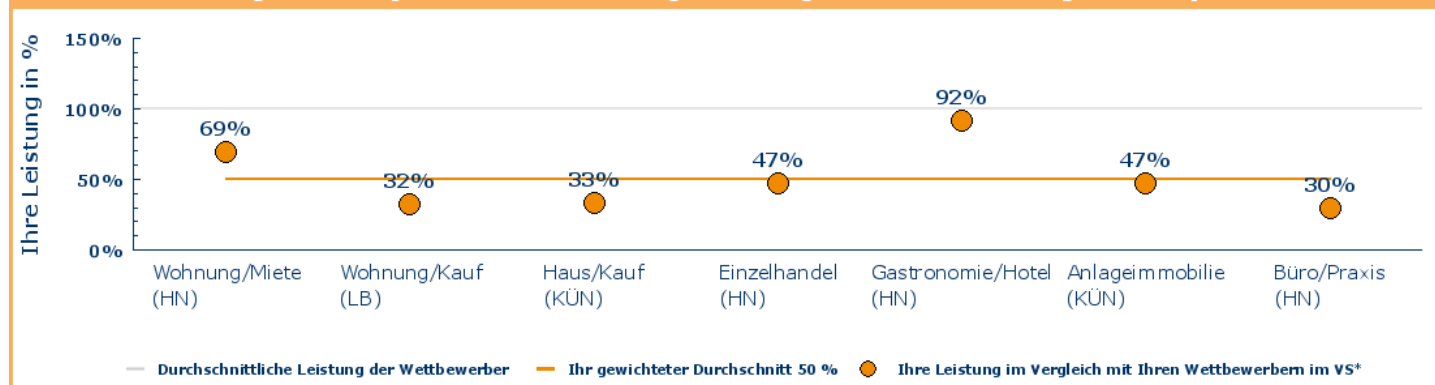


Bei Ihren zweitgrößten Vermarktungsschwerpunkten sieht es wie folgt aus: Sie haben 4 Objekte im Immobilientyp Wohnung/Miete veröffentlicht. Ihre Wettbewerber haben durchschnittlich 6 Objekte veröffentlicht.

## Anzahl "Objekte in Vermarktung" - zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte



## Prozentualer Vergleich "Objekte in Vermarktung" - zweitgrößte Vermarktungsschwerpunkte



\* Ihre Vermarktungsschwerpunkte finden Sie auf Seite 4



### Diese Analyse bedeutet für Sie:

Gemessen an allen Objekten in der Ergebnisliste Ihrer Region haben Sie im Durchschnitt **50% weniger Objekte** in der Vermarktung als die anderen Immobilienvermarkter.

**Auf Seite 20 erhalten Sie Ihre individuelle Empfehlung für Ihre Vermarktungsschwerpunkte.**



Probieren Sie die nachfolgenden Tipps, die wir individuell für Ihre Vermarktungsaktivitäten in ihren beiden Vermarktungsregionen Heilbronn (Kreis) und Heilbronn zusammengestellt haben, im nächsten halben Jahr doch einmal aus. Die Wirkung können Sie jederzeit in Ihrem **ScoutReport** im ScoutManager überprüfen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg damit!



## Wie häufig werden Ihre Objekte gefunden?



Ihre Angebote erscheinen regelmäßig in der Ergebnisliste, d.h., sie entsprechen den Suchkriterien der Suchenden.

Unsere Empfehlung	Ihre Vorteile
Der <b>aktuelle Marktbericht</b> für Ihre Region. 	Damit Sie auch weiterhin keine Angebots- und Nachfragetrends verpassen, stellen wir Ihnen regelmäßig den Marktbericht für Ihre Region zur Verfügung. <a href="http://www.immobilienscout24.de/marktbericht">http://www.immobilienscout24.de/marktbericht</a>



## Wie häufig werden Ihre Objekte gesehen?



Damit Ihre Objekte noch besser wahrgenommen werden, ist es wichtig, dass sie auf der ersten Seite der Ergebnisliste stehen, am besten ganz oben.

Unsere Empfehlung	Ihre Vorteile
<p>Mit dem <b>Top Vermarktungs-Paket</b> erhält jede Immobilie im Internet den passenden Platz und wird noch besser wahrgenommen.</p>	<p><b>Top-Listing, *Promi*Platzierung</b> und <b>Highlighting</b> sorgen für <b>mehr Kontaktforderungen</b> und eine noch schnellere Vermarktung. Das Paket bietet für jedes Objekt die ideale Vermarktungslösung. <a href="http://www.immobilienscout24.de/top-pakete">http://www.immobilienscout24.de/top-pakete</a></p>
<p>Das Extra bei der Buchung von Zusatzprodukten – <b>der Autopilot.</b></p>	<p>Verlassen Sie sich auf unsere Expertise und Erfahrung. Mit dem <b>Autopiloten</b> ermitteln wir, welches Ihrer Objekte sich <b>am besten für ein Top-Listing, Highlighting oder eine *Promi*Platzierung eignet.</b> Sie entscheiden per Klick, ob Sie unserer Empfehlung folgen. Den Autopiloten finden Sie in Ihrem ScoutManager.</p>


KOSTENLOS



## Wie häufig werden Ihre Exposés aufgerufen?



Herzlichen Glückwunsch, Ihre Objekte fallen den Nachfragern auf. Damit Ihre Exposés noch häufiger aufgerufen werden, müssen sie auffallen.



Unsere Empfehlung	Ihre Vorteile
Kennen Sie schon die Option <b>Gruppennummern</b> ? 	<b>Vergleichbare Objekte</b> können in Ihrem Exposé am Ende mit eingebunden werden. Damit <b>präsentieren</b> Sie dem Suchenden <b>schnell und effektiv</b> weitere Angebote.
Verwenden Sie <b>professionelle 2D- oder 3D Grundrisse</b> .	Geben Sie Ihren Interessenten mit einem Grundriss Einblick in die räumliche Situation Ihrer Immobilie. Damit stellen Sie Ihre Objekte noch besser dar und finden schneller den passenden Interessenten. Mehr Informationen: <a href="http://www.immobilienscout24.de/grundriss">http://www.immobilienscout24.de/grundriss</a>



## Wie viele Kontaktanfragen haben Sie erhalten?



Sie können mit Ihren Kontaktanfragen sehr zufrieden sein. Damit Sie weiterhin so erfolgreich vermarkten, verbessern Sie Ihre Erreichbarkeit und Onlinepräsenz.

Unsere Empfehlung	Ihre Vorteile
Übertragen Sie Ihre Objekte von ImmobilienScout24 auf Ihre eigene <b>Homepage</b> . 	Schnell und einfach mit der Objektdatenbank. Ihre Objekte werden automatisch übernommen. Mehr Informationen: <a href="http://www.immobilienscout24.de/objektdatenbank">http://www.immobilienscout24.de/objektdatenbank</a>
Präsentieren Sie Ihre Objekte auch auf Ihrer Unternehmensseite bei <b>Facebook</b> . 	Profitieren Sie von <b>zusätzlichen Kontaktanfragen</b> und den <b>Weiterempfehlungen Ihrer Interessenten</b> . Mit der ImmobilienScout24-Schnittstelle werden alle eingestellten Objekte automatisch auch auf Facebook veröffentlicht. <a href="http://apps.facebook.com/meine_immobilien">http://apps.facebook.com/meine_immobilien</a>  Sie haben noch keine Facebook-Unternehmensseite? Hier finden Sie eine Anleitung zur Erstellung sowie Hinweise und Tipps für den Umgang mit Facebook. <a href="http://www.immobilienscout24.de/facebook">http://www.immobilienscout24.de/facebook</a>



## Wie viele Objekte haben Sie in der Vermarktung?



Sie haben viele Objekte in der Vermarktung. Informieren Sie sich beim Einkauf neuer Objekte noch besser über Markt- und Preisentwicklungen.

Unsere Empfehlung	Ihre Vorteile
Sie haben sich bereits für <b>das Top Akquise-Paket</b> entschieden. Nutzen Sie schon alle Bestandteile wie den MarktNavigator Profi?	Der <b>MarktNavigator Profi</b> bietet Ihnen die Möglichkeit, den optimalen Marktpreis zu ermitteln und im Idealfall den Objektauftrag zu sichern. Und das Beste ist: Er ist in Ihrem Top-Akquise-Paket bereits kostenfrei enthalten. <a href="http://www.immobilienscout24.de/marktnavigator">http://www.immobilienscout24.de/marktnavigator</a>
Kennen Sie schon unser Webinar <b>Lunch &amp; Learn?</b> Hier bekommen Sie zu monatlich wechselnden Themen in nur 30 Minuten neues und aktuelles Wissen vermittelt.	Erfahren Sie mehr zu Themen wie z.B. <b>Zwangsversteigerung</b> oder <b>Selbstvermarktung</b> und profitieren Sie von spannenden Denkansätzen. Hier geht's zu den Terminen: <a href="http://www.immobilienscout24.de/onlinetraining">http://www.immobilienscout24.de/onlinetraining</a>





## Ihr Vermarktungserfolg kann sich sehen lassen

Zeigen Sie Ihren Kunden, wie gut Sie bei der Immobilienvermarktung sind – mit dem neuen **Zertifikat HalbjahresReport 2/2012**. Wir haben für Sie ein hochaufgelöstes PDF-Dokument erstellt, das Sie sich herunterladen und ausdrucken können.

Das Zertifikat ist Ihr Aushängeschild für gute Arbeit. Platzieren Sie es dort, wo Ihre Kunden es sehen können und überzeugen Sie mit Ihrer herausragenden Leistung.



Jetzt Zertifikat hier herunterladen:

[http://neu.immobilienscout24.de/HJR\\_2\\_2012/cert/4ffa4dcd8624d0a825f6010d641be951](http://neu.immobilienscout24.de/HJR_2_2012/cert/4ffa4dcd8624d0a825f6010d641be951)



Um Sie zukünftig noch besser zu informieren, möchten wir Ihren HalbjahresReport weiter optimieren. Ihre Meinung ist uns daher besonders wichtig.

	Trifft zu	Trifft überwiegend zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu
<b>1. Der HalbjahresReport und die darin enthaltenen Informationen sind relevant für mich.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>2. Die regionale Analyse/der regionale Vergleich ist nützlich für mich.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>3. Die Darstellungen und Auswertungen sind verständlich für mich.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4. Der HalbjahresReport und die darin aufbereiteten Informationen sind ausreichend.</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 5. Wofür nutzen Sie den HalbjahresReport hauptsächlich?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Vergleich mit anderen Immobilienanbietern | <input type="checkbox"/> Erfolgsmessung                     |
| <input type="checkbox"/> Objektakquise                             | <input type="checkbox"/> Aufnahme von Handlungsempfehlungen |
| <input type="checkbox"/> Referenz beim Kunden                      | <input type="checkbox"/> Aushang/Publikation                |
| <input type="checkbox"/> Interne Kommunikation                     | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____                   |

## 6. Folgende Information oder Auswertung wünschen Sie sich im nächsten HalbjahresReport:

---

---

---

---

---