



Mit wenig Aufwand

werblich viel erreichen

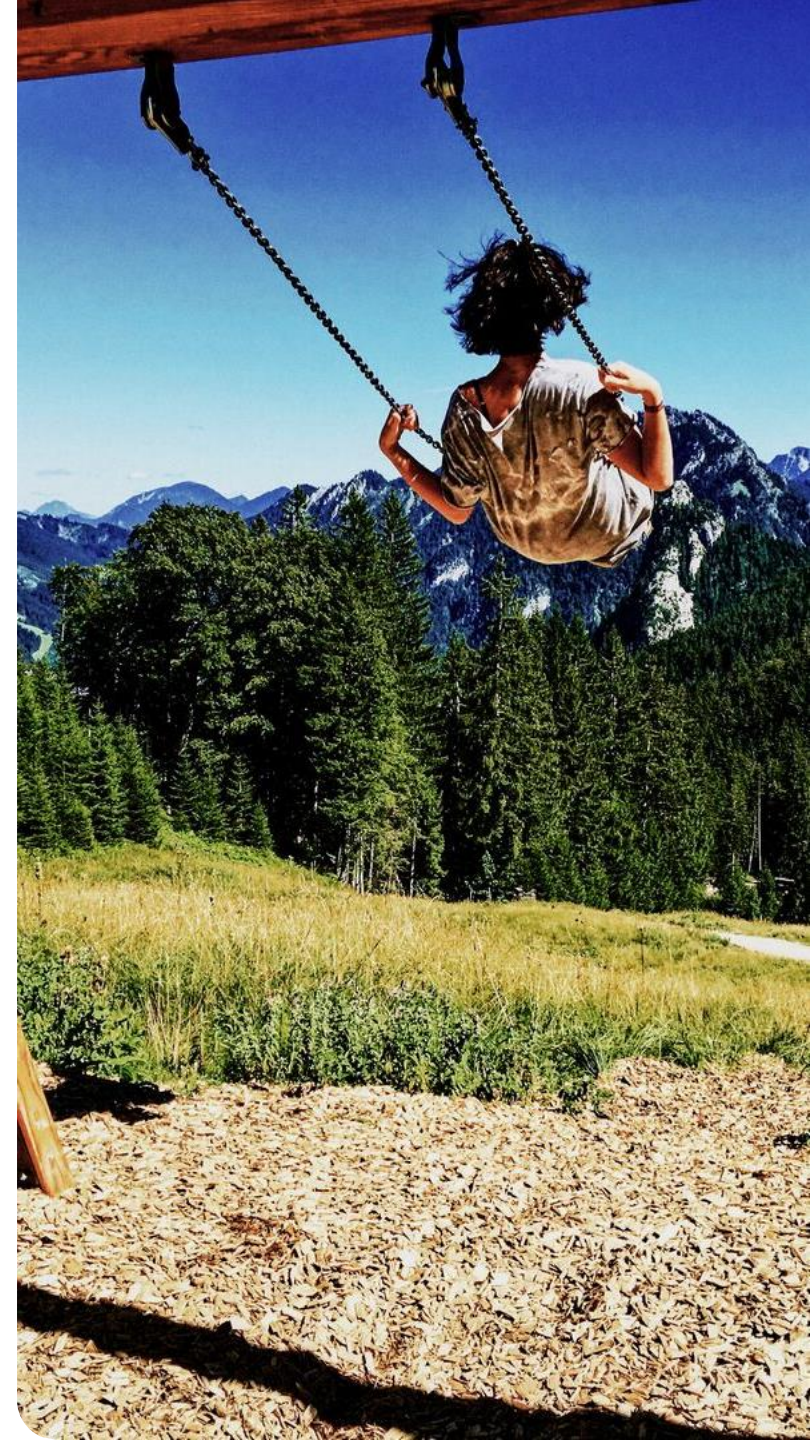
Marketing-Tipps für unsere Vertriebspartner*innen
November 2023



do your thing

Übersicht

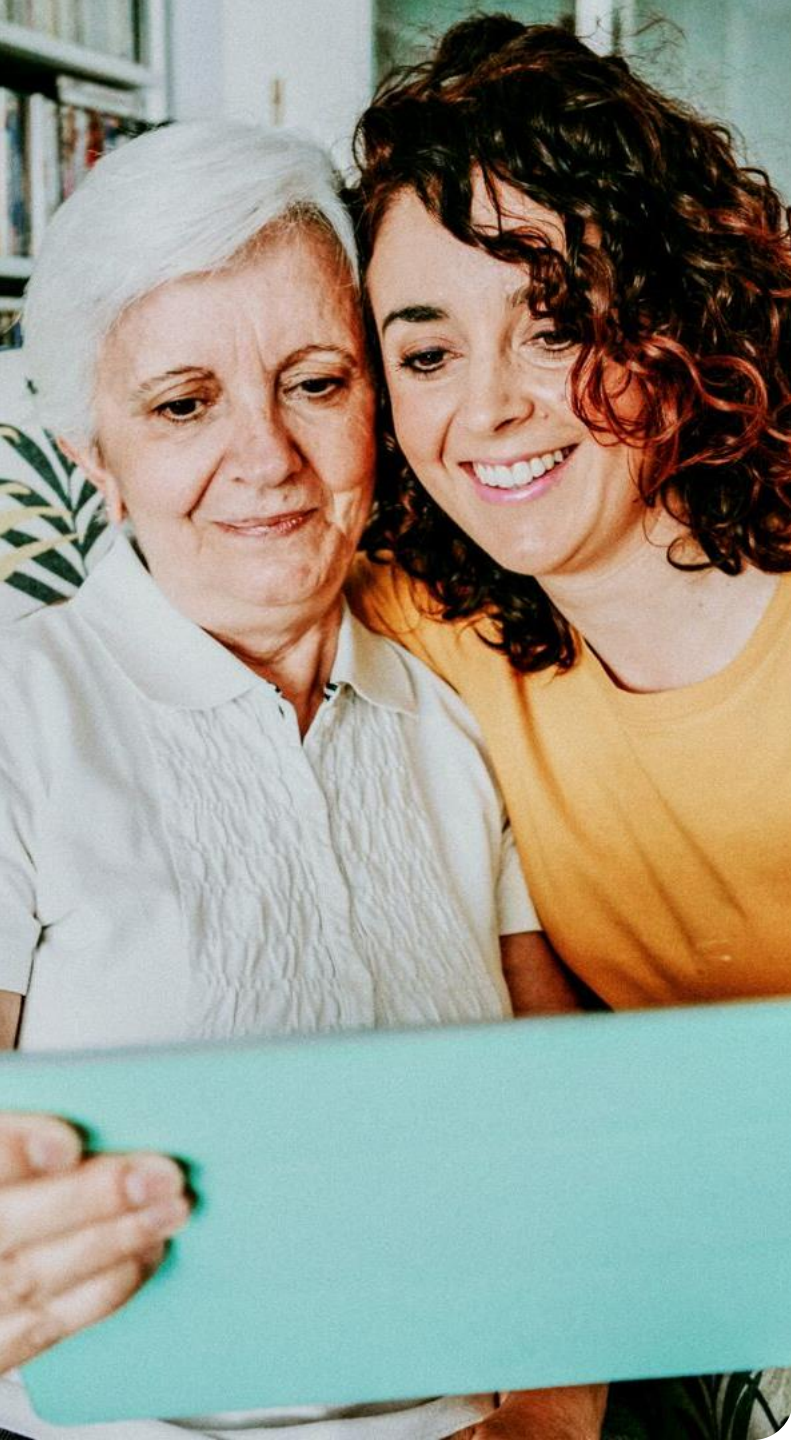
1. Welche Vorteile haben Sie durch erfolgreiches Marketing?
2. Wie nutzen Sie bestehende Kundendaten?
3. Cross-Selling
4. Welche digitalen Möglichkeiten gibt es?
5. Kooperationen eingehen
6. Empfehlungsmarketing
7. Werbung auf Ihrem Fahrzeug
8. Werbung in Ihrer Region
9. Weitere Werbemittel



Welche Vorteile haben Sie durch erfolgreiches Marketing?

1. Sie machen auf sich aufmerksam.
2. Sie strukturieren und aktivieren Ihren bestehenden Kundenstamm für die Zukunft.
3. Sie stärken die Bindung zu Ihren bestehenden Kundinnen und Kunden.
4. Sie können gezielter Ihr Kundenpotenzial ausschöpfen.

Ihre Chancen auf Vertriebsserfolge steigen 



Wie nutzen Sie bestehende Kundendaten?

Die einfachsten Neukund*innen sind Ihre Bestandskund*innen.

Deswegen sollte das Bestandskundengeschäft die Basis für alle weiteren Marketingaktionen bilden. Ihre Kundinnen und Kunden freuen sich über anlassbezogene Ansprachen und Mailings wie:

- Geburtstag des/der Kund*in
- Weihnachtskarten/Jahresauftaktkarten
- Glückwünsche für das neue Zuhause
- Geburtstag der Immobilie
- Frühzeitiger Hinweis auf Prolongationsmöglichkeiten

Cross-Selling

Unter Cross-Selling versteht man den Verkauf von verwandten bzw. ergänzenden Produkten oder Dienstleistungen – je nachdem, welche Produkte Ihre Kunden*innen bereits gekauft haben bzw. für welche Produkte sie sich interessieren.

Hier spielt Ihr Netzwerk aus bestehenden Partnerschaften und Kontakten eine zentrale Rolle.

Bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden weitere Produkte der ING, um so weiteren Umsatz zu generieren. Weitere Informationen finden Sie unter <https://www.ing.de/partner/cross-selling/>

- Wohn-, Raten-, Autokredite – ideales Folge- oder Saison-Geschäft
- Firmenkredite der ING über Lendico – sprechen Sie Ihre Firmenkontakte an
- Hausverkauf durch McMakler - Einfach nebenbei als Tippgeber*in gewinnen

Sofern Sie für die genannten Produkte noch nicht freigeschaltet sind oder bei generellem Interesse wenden Sie sich an Ihre regionalen Ansprechpartner*innen.

A man with dark, slightly messy hair and a beard, wearing a light blue button-down shirt, is walking outdoors. He is looking down at a black smartphone in his right hand. In his left hand, he holds a white disposable coffee cup with a lid. White headphones are draped around his neck. A brown strap, likely for a bag, is visible over his shoulder. The background is a blurred city street with buildings and a sidewalk.

Welche digitalen Möglichkeiten gibt es?

Social Media

Die sozialen Netzwerke haben in den letzten Jahren für Unternehmen immer mehr an Bedeutung in Bezug auf die Vermarktung ihrer Marke und Produkte gewonnen.

Gerade junge Kunden*innen informieren sich oft in sozialen Netzwerken über Produkte und potenzielle Ansprechpartner*innen/Unternehmen.

Wichtig: Stechen Sie in den sozialen Netzwerken aus der Masse hervor und punkten Sie gerade bei den jungen Kund*innen.

Auf folgende soziale Netzwerke sollten Sie ein Auge haben:

- **Facebook**

Sie haben schon ein Profil? Umso besser. Sie können zu Ihrem privaten Profil noch weitere Seiten einrichten, die Sie dann komplett geschäftlich nutzen können. Bewerben Sie Ihre Business-Seite bei Facebook, sorgen Sie so für eine noch höhere Erreichbarkeit und einen großen Bekanntheitsgrad. Mehr Infos finden Sie hier: <https://de-de.facebook.com/business>

Ihre Vorteile:

- Möglichkeit, gezielte Aktionen zu buchen, um den für Sie geeigneten Interessentenkreis anzusprechen
- Schnelle Vernetzung mit Menschen aus Ihrer Region im Alter von 18 bis ins hohe Alter
- Vielfältige Möglichkeiten Content zu platzieren (Verlinkung eines Podcasts oder Erklärvideos/Erstellung eines Events)



Social Media

- **Instagram**

Das Video- und Foto-Sharing-Netzwerk bietet Ihnen die Möglichkeiten, kurze Botschaften in Form von Bild-Beiträgen und Storys abzubilden. Mit dem Verwenden von Hashtags # können Sie enorm viele Menschen auf der ganzen Welt erreichen.

- **Messenger-Dienste**

Informieren Sie Ihre Kund*innen über einen weiteren Kommunikationskanal wie WhatsApp Business → hier können Sie Breaking-News wie Konditionsanpassungen oder Zinsänderungen gut an Ihre Kund*innen kommunizieren, diese Dienste haben eine enorm hohe Öffnungsrate.

- **YouTube**

Die weltweit größte Videoplattform bietet verschiedensten Nutzern Video-on-Demand. Hier bieten sich Erklärvideos an, in denen komplexe Produkte näher erklärt werden können.

- **TikTok**

Das Videoportal für kurze Videoclips, das zusätzlich auch Funktionen eines sozialen Netzwerks anbietet, hat gerade für Versicherungsmakler*innen in letzter Zeit an Bedeutung gewonnen. Hier können Erklärvideos an eine jüngere Kundengruppe herangetragen werden.

Google –My Business

Ihre nächste Kundin, Ihr nächster Kunde ist vielleicht nur einen Klick entfernt. Melden Sie sich ganz einfach und kostenfrei bei Google – My Business an:

<https://www.google.de/intl/de/business/>

Veröffentlichen Sie Ihre Öffnungszeiten, Telefonnummer und Wegbeschreibung in der Google-Suche und in Google Maps.

Ihre Vorteile:

- Extrem hohe Erreichbarkeit der potenziellen Kund*innen
- Sie können bei Google Places eigene Informationen und Bilder einbauen.
- Sie können Ihre Angaben regelmäßig aktualisieren.

Google bietet mit der Seite <https://ads.google.com/> auch zahlreiche Werbemöglichkeiten, womit Sie Ihr Google-Rating für Ihre Website verbessern und gezielt Kundengruppen online ansprechen können.

Eigene Homepage

Wer nicht online ist, den gibt es nicht! Die eigene Homepage ist die Basis Ihrer Kommunikation. Damit werden Sie von potenziellen Neukundinnen und -kunden gefunden. Zudem können Sie mit allen sonstigen Werbeaktivitäten auf die Seite verweisen oder dorthin verlinken.

Damit die Homepage die wichtigsten Standards erfüllt, empfehlen wir folgende Gestaltung:

- Sie sollte klar, einfach und intuitiv aufgebaut sein. Nutzen Sie Bilder zur Emotionalisierung.
- Ihre Kontaktangaben sollten auf den ersten Blick zu sehen sein.
- Werben Sie mit positiven Kundenfeedbacks.
- Achten Sie auch auf das Responsive Webdesign, mit dessen Hilfe die Ansicht der Homepage auf allen Endgeräten (PC, Smartphone, Tablet) automatisch angepasst wird.

Ihre Vorteile:

- Verweismöglichkeiten bei anderen Aktionen (Mailings, Fahrzeugwerbung, Plakate, etc.)
- Einfache und schnelle Aktualisierungen möglich
- Kund*innen erhalten auch außerhalb Ihrer „Geschäftszeiten“ alle wichtigen Informationen.

Kooperationen eingehen

Makler*innen, Bauträger*innen, Architekt*innen – schaffen Sie sich ein Netzwerk mit Partner*innen, die Ihnen konkrete Baufinanzierungsinteressent*innen vermitteln können. Von der Zusammenarbeit profitieren beide Seiten.

Gehen Sie aktiv auf mögliche Kooperationspartner*innen zu.

Auf Internetseiten wie <https://www.xing.com/> oder <https://www.linkedin.com/> können Sie dies auch online machen.

Ihre Vorteile:

- Sie erhalten zusätzliche, konkrete Kundenanfragen.
- Win-win-Situation für alle Beteiligten

eBay Kleinanzeigen

In der Immobilienvermarktung gewinnen Sie über diese Plattform zu günstigen Konditionen Neukunden dazu.

Empfehlungsmarketing

Nichts ist authentischer und glaubwürdiger als eine Empfehlung, die eine Interessentin oder ein Interessent erhält. Empfehlungswebseiten können Ihnen hierbei auch weiterhelfen. Sprechen Sie Ihre Kund*innen also aktiv auf Empfehlungen oder Bewertungen an. Hier ein paar Beispiele für Empfehlungs-Webseiten, bei denen Sie sich gegebenenfalls registrieren können:

<https://www.immobilienscout24.de/baufinanzierung>

<https://www.kennstdueinen.de/branche-baufinanzierung-428.html>

<https://www.whofinance.de/berater-finden/finanzberater/de/baufinanzierung/>

<https://www.mein-baufinanzierungsberater.de/>

<https://www.provenexpert.com/de-de/>

Ihre Vorteile:

- Sehr hohe Glaubwürdigkeit
- Einfach und sofort umsetzbar

Werbung auf Ihrem Fahrzeug

Die Werbung auf dem eigenen Fahrzeug ist eine einfache und günstige Möglichkeit, in Ihrem Umfeld auf sich aufmerksam zu machen.

Ihre Vorteile:

- Schnell und preiswert
- Autowerbung ist mobil und das Auto kann an mehreren Standorten wahrgenommen werden
- Fahrzeugwerbung ist mit anderen Maßnahmen kombinierbar. Zum Beispiel mit Verweisen auf die eigene Homepage/Facebook-Seite etc.



Werbung in Ihrer Region

Werbekampagnen und Sponsorings in Ihrer Region können meist einen kostengünstigen Mehrwert mit sich bringen und steigern zudem Ihre positive Außenwirkung.

- **Buswerbung**

Gehen Sie hierfür auf Ihren regionalen Verkehrsverbund oder die Firma Wall zu. Es gibt viele verschiedene Werbeflächen, die Sie buchen können: Außenwerbung am Bus (Print), Displays oder Bushaltestellen. Oft empfiehlt sich hier eine Buslinie in der Nähe Ihres Büros.

- **Sponsoring eines regionalen Sport Teams**

Sponsorn Sie einen neuen Trikotsatz mit Ihrem Logo oder buchen Sie einen Werbeplatz für Ihre Werbung auf der Seitenbande.

- **Unterstützung einer wohltätigen Organisation**

Hier können Spendenschecks oder Aktionen wie Hilfe bei der Organisation zu bestimmten Veranstaltungen Ihre Außendarstellung in Ihrer Region deutlich verbessern.

Werbung in Ihrer Region

- **Kinowerbung**

Werbung in Ihrem regionalen Kino kann einen enorm langfristigen Impact haben. Hier müssten Sie jedoch einen kleinen Werbefilm produzieren lassen. Sofern Sie diesen Werbefilm längerfristig abspielen lassen, kann die Kinowerbung eine kostengünstige Werbeplattform sein.

- **Plakatwerbung**

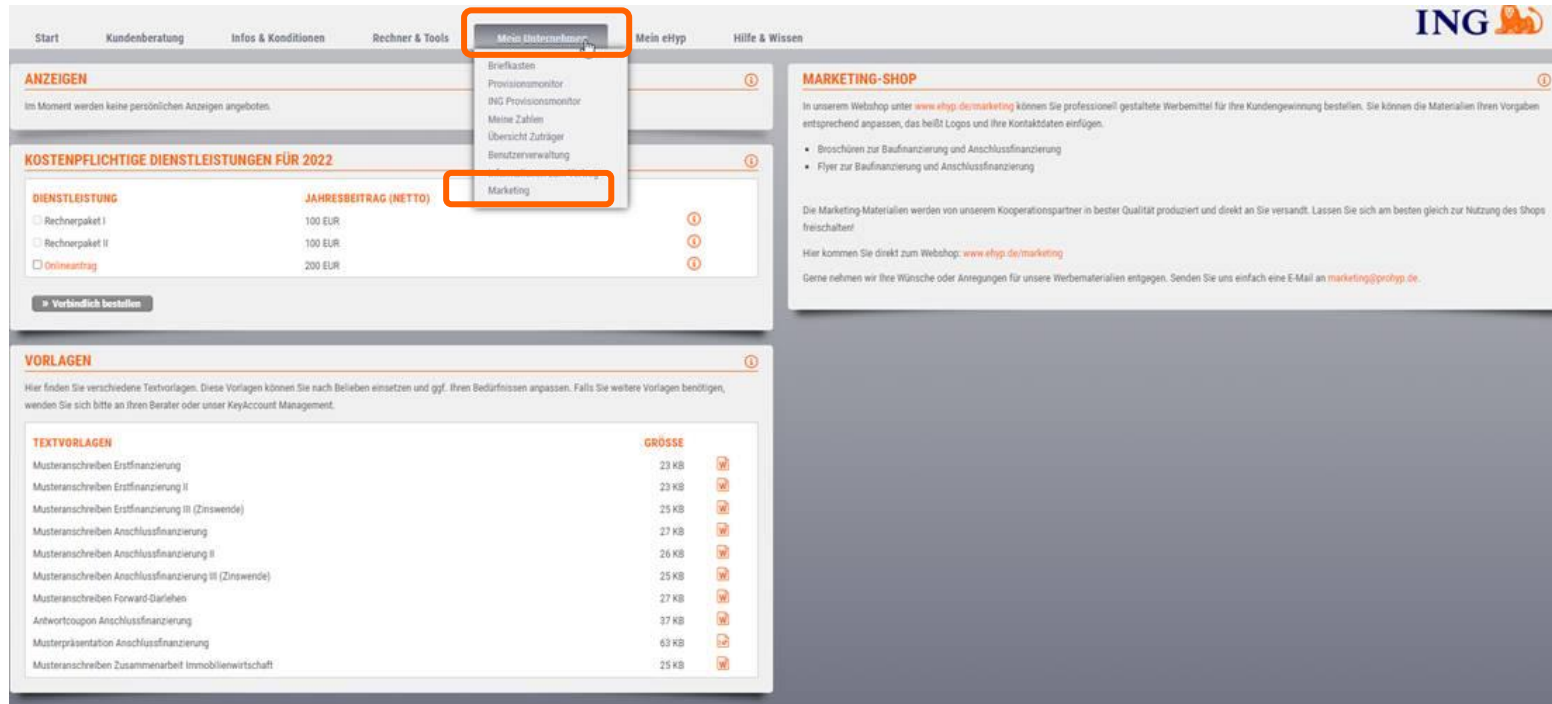
Ihre Plakatwerbung können Sie an vielen hochfrequentierten Orten in Ihrem Ort oder in Ihrer Stadt präsentieren, hier bieten sich ebenfalls Straßen und Plätze in der Nähe Ihres Büros an.

Nähere Informationen und Möglichkeiten hierzu finden Sie unter: <https://www.wall.de/>

Weitere Werbemittel

In Ihrem Partnerportal unter dem Reiter „**Mein Unternehmen**“ → „**Marketing**“ finden Sie weitere Informationen und können vorbereitete Artikel, Anzeigenvorlagen, Roll-ups, Bauschilder, Briefvorlagen usw. herunterladen und sich Poster bestellen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an Ihre regionalen Ansprechpartner*innen.



The screenshot displays the ING Partner Portal interface. The top navigation bar includes 'Start', 'Kundenberatung', 'Infos & Konditionen', 'Rechner & Tools', 'Mein Unternehmen', 'Mein eHYP', and 'Hilfe & Wissen'. The 'Mein Unternehmen' menu is open, showing options like 'Briefkasten', 'Provisionsmonitor', 'ING Provisionsmonitor', 'Meine Zahlen', 'Übersicht Zuträger', 'Benutzerverwaltung', and 'Marketing'. The 'Marketing' option is highlighted with a red box. Below the menu, the 'ANZEIGEN' section shows no personal ads. The 'KOSTENPFLICHTIGE DIENSTLEISTUNGEN FÜR 2022' section lists services and their net annual contributions:

Dienstleistung	Jahresbeitrag (Netto)
<input type="checkbox"/> Rechnerpaket I	100 EUR
<input type="checkbox"/> Rechnerpaket II	100 EUR
<input type="checkbox"/> Onlineantrag	200 EUR

A 'Vorläufig bestellen' button is located below this table. The 'VORLAGEN' section provides a list of text templates with their file sizes and download icons:

TEXTVORLAGEN	GRÖSSE
Musterschreiben Erstfinanzierung	23 KB
Musterschreiben Erstfinanzierung II	23 KB
Musterschreiben Erstfinanzierung III (Zinswende)	25 KB
Musterschreiben Anschlussfinanzierung	27 KB
Musterschreiben Anschlussfinanzierung II	26 KB
Musterschreiben Anschlussfinanzierung III (Zinswende)	25 KB
Musterschreiben Forward-Darlehen	27 KB
Antwortbogen Anschlussfinanzierung	37 KB
Musterpräsentation Anschlussfinanzierung	63 KB
Musterschreiben Zusammenarbeit Immobilienwirtschaft	25 KB

The 'MARKETING-SHOP' section on the right provides information on ordering marketing materials, including brochures and flyers for financing services, and provides contact information for ordering.



Viel Erfolg bei Ihrem Marketing!



do your thing