



Karin Blömeke

Jeder Kunde ist so individuell wie seine Immobilien

Ich biete:

- Langjährige Erfahrung im Immobilienbereich
- Grosses persönliches Engagement und Marktkenntnisse
- Flexibilität und zufriedene Kunden
- Über 10 Jahre Dozentin beim SVIT im Fach Immobilien-Marketing und seit 2018 Lehrgangsleiterin für Sachbearbeiterkurse beim Zentrum Bildung (Wirtschaftsschule) in Baden
- Autorin vom Fachordner *Kreislauf Immobilien-Marketing 360°*
www.immobiliemarketing360.ch

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.



immoberatung GmbH, Büelstrasse 30, 8103 Unterengstringen
Tel. 044 300 67 78, info@immoberatung.ch

Firmenkurse

für den Immobilien-Bereich Programm 2020



Immobilien-Marketing

Analyse – Planung – Umsetzung – Kontrolle

Massgeschneiderte Lösungen im Immobilien-Bereich

Kursangaben

Dauer:	Halbtageskurs: 2 ½ – 3 Stunden (1 Modul nach Wahl)
	Ganztageskurs: 5 – 5 ½ Stunden (2 Module nach Wahl) (Pausen nicht einberechnet)
Teilnehmerzahl:	kann durch den Auftraggeber bestimmt werden (max. 15 Personen)
Ort:	firmeneigener Raum für Schulung
Kosten:	Halbtageskurs Fr.1'100.-- (exkl. MwSt) Ganztageskurs Fr.1'800.-- (exkl. MwSt) inkl. Vorgespräch und Spesen für Standorte im Kanton Zürich*, exkl. Unterlagen *für Anfahrtssorte ausserhalb Kanton Zürich nach Absprache

Weitergehende individuelle Ergänzungen und Erläuterungen von internen Systemen sind jederzeit möglich und werden nach Aufwand verrechnet.

Kursinhalte

Die Kursinhalte werden **individuell gemäss Firmenbedürfnissen** zusammengestellt. Die Kurse vermitteln **theoretische Kenntnisse** zum Thema und beinhalten **praxisbezogene Tipps**, Anregungen und praktische Übungen.

Administratives

Bitte gewünschte Kurse und Daten frühzeitig reservieren.

Kursangebote im Detail

(die Module dauern jeweils einen halben Tag)

Basis-Modul

Effektvolle Immobilien-Vermarktung

Theoretische Grundkenntnisse zum Immobilien-Marketing und Kurzinformationen über alle relevanten Themen rund um die Immobilien-Vermarktung

Modul 1 (neu mit Praxisteil kombinierbar)

Immobilien-Bildwelten und Sprache – zielgruppenorientiert*

Besonderheiten digitale Bilder/Immobilien-Bilder, Zielgruppe emotional berühren, passende Kommunikation zum richtigen Zeitpunkt mit wirkungsvollen Instrumenten, zielgruppenorientierte Sprache, verschiedene Beispiele, Tipps
*kann mit Praxisteil Smartphone-Fotografie kombiniert werden

Modul 2

Zielgruppen-Marketing und visuelle Kommunikation

Marktsegmentierung, Erkennen von möglichen Zielgruppen, Ableitung der passenden Kommunikationsmittel, Zielgruppenansprache pro Kommunikationsmittel, Projektnamen und Logos, Aufbau eines Vermarktungskonzeptes

Modul 3

Social-Media und online-Marketing sinnvoll nutzen

Aufzeigen der verschiedenen Medien, Facts & Figures, Entwicklungstendenzen, Einsatzmöglichkeiten im Immobilien-Bereich, online-Marketing-Instrumente beleuchten, Anwendungsmöglichkeiten für Immobilien aufzeigen

Modul 4

Wohnliegenschaften – Leerstand was tun?

Leerstand-Minimierung an konkreten eigenen Firmen-Beispielen. Ursachen-Evaluation, kurze Standort-/Marktanalyse, Massnahmenplan ausarbeiten, konkrete Vermarktungsmöglichkeiten aufzeigen

Modul 5

Gewerbe-Leerstand – von traditionell bis kreativ

Vermarktungsmöglichkeiten an konkreten eigenen Firmen-Beispielen. Erstellen eines Gerüsts für ein Vermarktungskonzept mit einer kurzen Standort-/Marktanalyse (inkl. SWOT-Matrix)