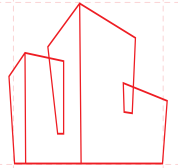


BRAND IDENTITY & REAL ESTATE MARKETING FÜR IMMOBILIENPROJEKTE

real-estate-identity.at

INHALT

REAL ESTATE IDENTITY // Präsentation



REAL ESTATE
IDENTITY

REAL ESTATE IDENTITY	3
Kurzvorstellung	3
Unsere Dienstleistungen im Überblick.....	4
Das Produkt Immobilie.....	5
WIE WIR ARBEITEN.....	6
Das Produkt Immobilie.....	6
WIE WIR ARBEITEN.....	7
Die 10 Schritte für ein erfolgreiches Immobilien Marketing	8
Schritt 01 Positionierung, Planung & Strategie	9
Schritt 02 Dem Immobilienprojekt eine Identität geben	10
Schritt 03 Interne Vorbereitungsarbeiten.....	12
Schritt 04 Standortmarketing	13
Schritt 05 Erweitertes Standortmarketing.....	14
Schritt 06 Mediaplanung & parallele Umsetzung	15
Schritt 07 Sonderwerbformen	16
Schritt 08 Objekt Branding	17
Schritt 09 Endkundenservice	18
Schritt 10 Learnings, Optimierungen & Reflektion.....	19
REFERENZAUSZUG	20



KURZVORSTELLUNG

„Real Estate Identity“ ist eine Arbeitsgemeinschaft von Spezialisten mit jahrelanger Erfahrung im Bereich Immobilien Marketing. Wir können unterschiedliche Kompetenzen individuell für die jeweilige Aufgabe bündeln, effizient und strukturiert arbeiten und dadurch maßgeschneiderte Lösungen anbieten. Und das alles aus einer Hand.

Real Estate Identity wurde ins Leben gerufen von zwei „Brancheninsidern“:

Kimmo Grabherr

...ist Geschäftsführer der Essence GmbH, einer 2002 gegründeten, international tätigen Designagentur für visuelle Markenentwicklung, Corporate Design & Branding Konzepte für Immobilienunternehmen und Immobilienprojekte.



**Erfolgreich seit mehr als 17 Jahren
tätig in der Immobilienbranche.**

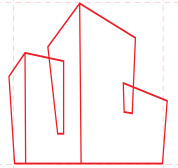


Stan Hana

...ist Geschäftsführer der CORDES Werbeconsulting GmbH, die mit ihrem umfangreichen Portfolio an kreativen Dienstleistungen maßgeschneiderte Vermarktungslösungen für alle Bereiche der Immobilienbranche entwirft und umsetzt.

REAL ESTATE IDENTITY

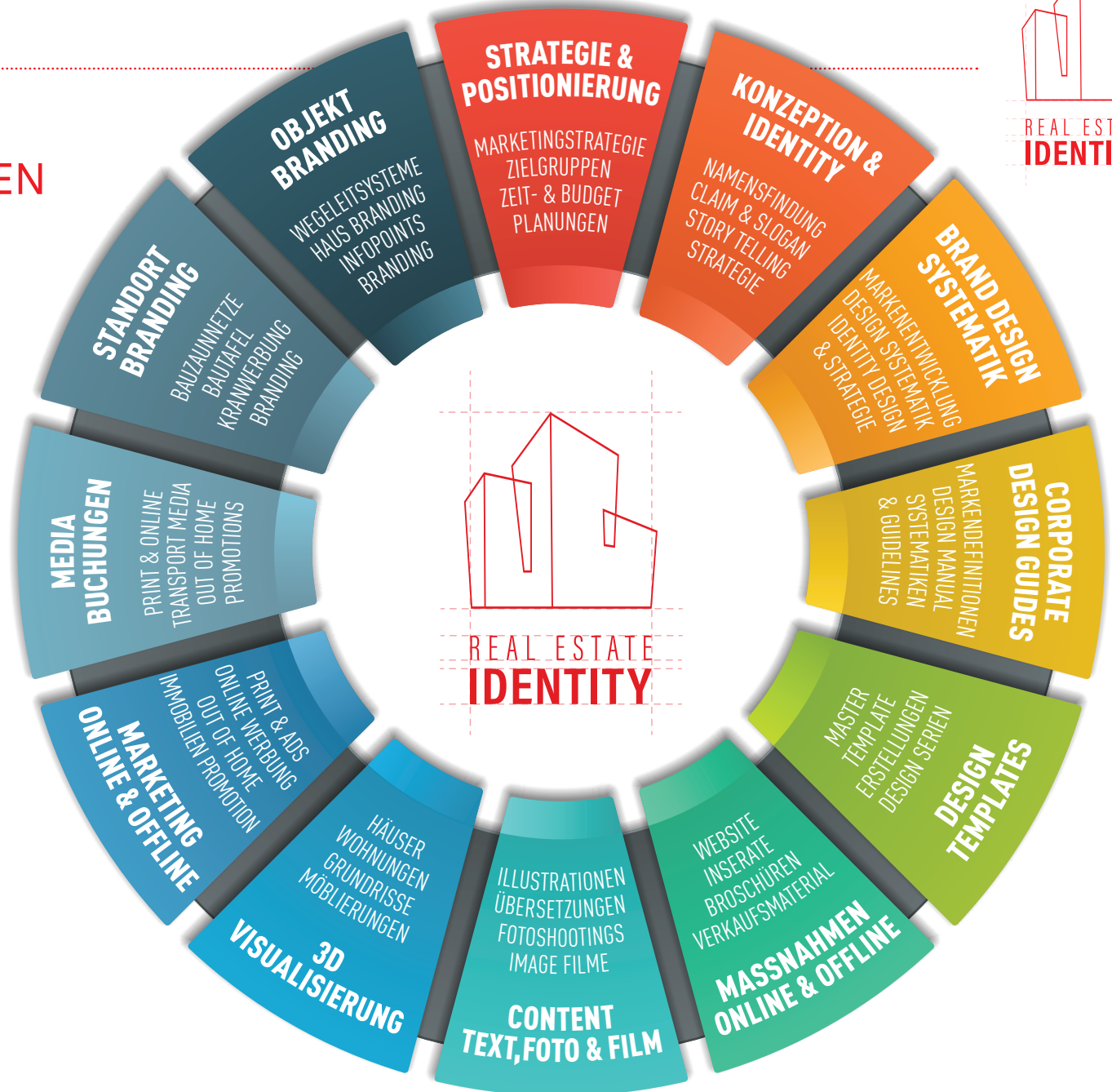
REAL ESTATE IDENTITY // Präsentation

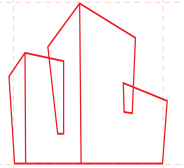


REAL ESTATE
IDENTITY

UNSERE DIENSTLEISTUNGEN IM ÜBERBLICK

- Gute Positionierung, stimmige Botschaften und glaubwürdige Werte
- Zielgruppenanalysen und entsprechende Verkaufs-, Kommunikations- und Marketingstrategien
- Realistische Zeit-, Budget- & Maßnahmenplanung
- Emotionale Markenidentifikation durch ein authentisches Storytelling- und Designkonzept
- Einzigartige Visualisierungen und emotionaler Content
- Effiziente Umsetzung durch optimierte Workflows & Designsystematiken
- Durchdachte crossmediale Mediaplanung (Online & Offline)
- Laufendes Controlling, Analysen, Diskussionen und Nachsteuerungen





DAS PRODUKT IMMOBILIE

Immobilien sind hochwertig und professionell – und genauso sollten auch die Vermarktungsaktivitäten von Bauträgern und Projektentwicklern sein.

Weil wir Immobilien lieben, möchten wir das Qualitätsniveau der Kommunikation im Immobilienmarketing messbar steigern.

Wir wollen unsere Kunden dabei unterstützen, ihr Marketingbudget bestmöglich einzusetzen, um rasch und effizient mit Topqualität an ihr Ziel zu kommen.

Vertrauen schaffen, Emotionen wecken, mit Fakten überzeugen und mit Auge, Herz und Hirn arbeiten – das ist unsere Motivation.



DAS PRODUKT IMMOBILIE

Wir sehen ein Immobilienprojekt als ein sehr spannendes, hochwertiges aber auch sehr komplexes Produkt. Immobilie ist nicht gleich Immobilie. Jedes Projekt ist individuell.

Jedes Immobilienprojekt ist einzigartig.

Sei es eine einfache **SANIERUNG**, eine **ALTBAURENOVIERUNG**,
ein **MIET-** oder **EIGENTUMPROJEKT**,
ein **SERVICED APARTMENTPROJEKT** oder sogar ein **HOTELBETRIEB** -
bis hin zu einem **INVESTORPROJEKT** (B2B oder B2C) oder gar eine **OFFICE-IMMOBILIE**.

Jede dieser Ausrichtungen braucht ein individuelles Konzept, das durchaus auch in seinem Umfang – je nach Bedarf – variieren kann.

Unser Motto:

SO SCHLANK WIE MÖGLICH

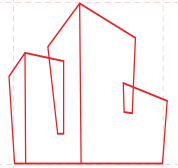
(damit keine Overhead-Kosten wie in großen Agenturen entstehen)

ABER AUCH SO MÄCHTIG WIE NÖTIG

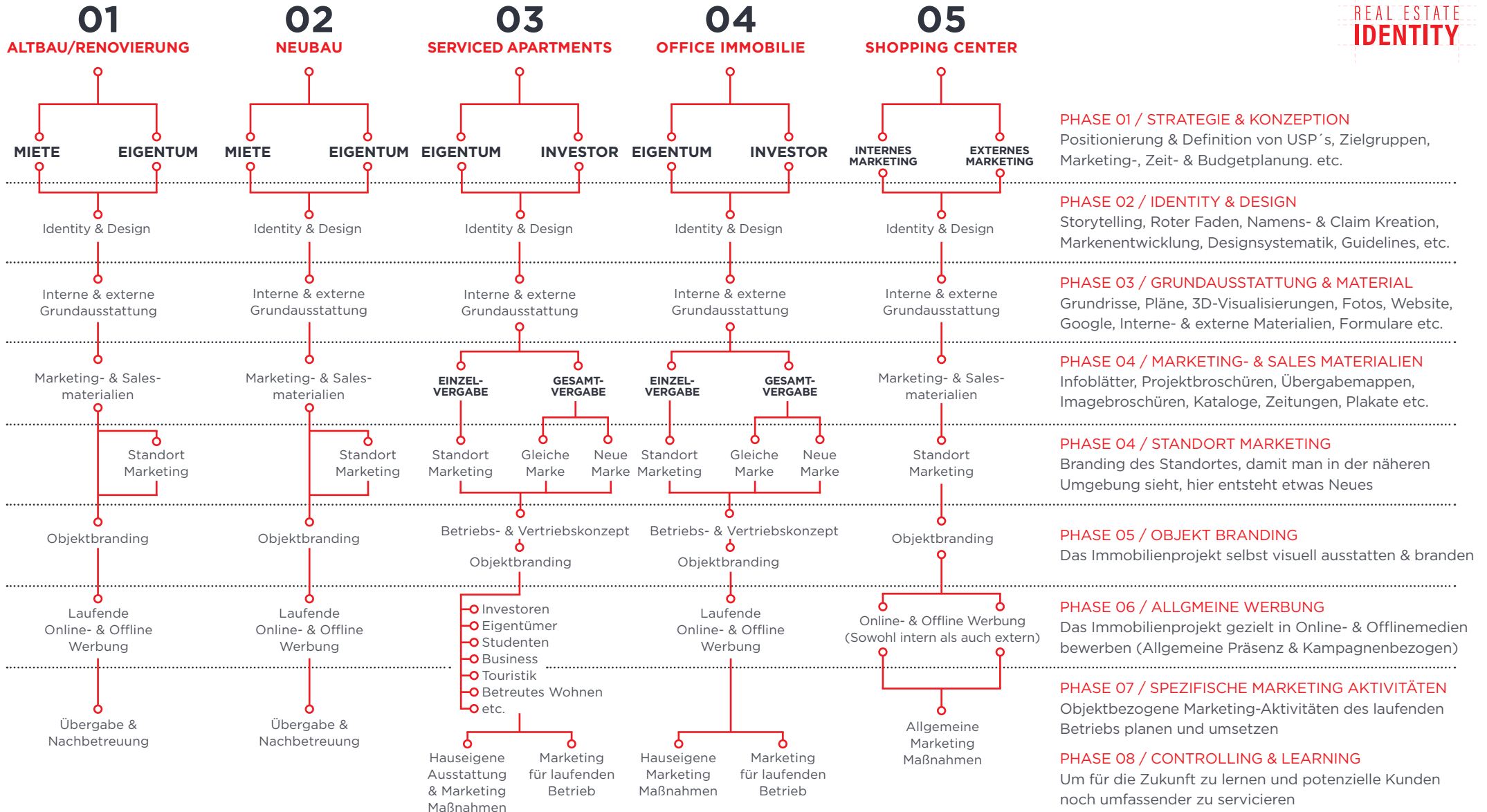
(vor allem bei größeren oder komplexeren Immobilienprojekten).

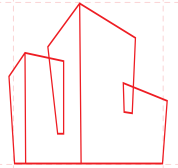
WIE WIR ARBEITEN

REAL ESTATE IDENTITY // Präsentation



REAL ESTATE
IDENTITY



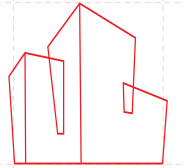


DIE 10 SCHRITTE FÜR EIN ERFOLGREICHES IMMOBILIEN MARKETING

Nach jahrelanger Erfahrung haben wir unsere Arbeitsweisen optimiert und 10 Schritte entworfen, wie man seine Ziele am besten erreichen kann:



- Schritt 01 // **Positionierung, Planung und Strategie**
- Schritt 02 // **Dem Immobilienprojekt eine Identität geben**
- Schritt 03 // **Interne Vorbereitungsarbeiten**
- Schritt 04 // **Beginnend mit Standortmarketing**
- Schritt 05 // **Ausbau des Standortmarketings**
- Schritt 06 // **Mediaplanung und parallele Umsetzungen**
- Schritt 07 // **Sonderwerbformen**
- Schritt 08 // **Objekt Branding**
- Schritt 09 // **Endkundenservice-Leistungen**
- Schritt 10 // **Learnings, Optimierungen, Reflektion**



Schritt 01

POSITIONIERUNG, PLANUNG & STRATEGIE

ANALYSEN & POSITIONIERUNG

(Marktsituationen, Konkurrenz & Wettbewerb, Standort, was genau wird verkauft, Alleinstellungsmerkmale etc.)

ZIELGRUPPENDEFINITION

(Wer und vor allem wo ist die Zielgruppe unterwegs, was sind deren Bedürfnisse und Erwartungen)

ALLGEMEINE & DETAILZIELE

(Baufortschrittsziele, Verkaufsziele, Image-Ziele, etc.)

VERKAUFSSTRATEGIE

(Wie wird verkauft, Preispolitik, zeitliche Zielerreichungen, Verkaufsmaßnahmen etc.)

KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

(Was, wo und vor allem wie wird kommuniziert)

MARKETING- & MEDIAPLANUNG

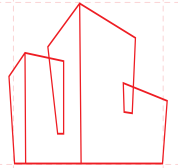
(Maßnahmenkatalog & Mediaplanung anhand von Zielgruppenbewegungen/-bedürfnissen)

ZEIT- & BUDGETPLANUNG

ENTWURFSKRITERIEN

(Anhand von Standort, Zielgruppen, Art des Projektes, Style etc.)





Schritt

02 DEM IMMOBILIENPROJEKT EINE IDENTITÄT GEBEN

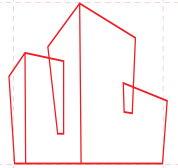


Warum braucht ein Immobilienprojekt eine eigene Identität?

- ... ermöglicht eine **DIFFERENZIERUNG AM IMMOBILIENMARKT** und sorgt für **WIEDERERKENNUNG**
- ... bekommt eine **EINZIGARTIGKEIT** und ermöglicht eine **ABGRENZUNG VOM MITBEWERB**
- ... **MITARBEITERMOTIVATION** durch Identifikation ("Wir-Gefühl") und Vermittlung von **PROFESSIONALITÄT**
- ... erspart **ZEIT** und schont **ENTWICKLUNGSKOSTEN**

WIE WIR ARBEITEN

REAL ESTATE IDENTITY // Präsentation



REAL ESTATE
IDENTITY



Eine **DESIGNSYSTEMATIK** ist ein System, welches mathematischen Gesetzmäßigkeiten folgt und ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild für jedes Kommunikationsmittel eines Immobilienprojektes gewährleistet. Es nimmt Rücksicht auf wahrnehmungspsychologische Aspekte wie z.B. Betrachtungsdauer, Betrachtungsdistanz, Medium etc. und ist so flexibel aufgebaut, dass es auf jedes beliebige Medium anwendbar und mittels **DESIGN-TEMPLATES** einfach zu adaptieren ist.

Ein konsequentes, professionelles und einzigartiges Auftreten ist für ein Immobilienprojekt essentiell. Darüber hinaus können Prozesse verschlankt und Kosten bei der Erstellung von Kommunikationsmitteln eingespart werden.

Dokumentiert wird diese Systematik in einem **CORPORATE DESIGN MANUAL** (Sowohl als PDF versendbar als auch auf einem eigenen **ONLINE-MANUAL** verfügbar), sodass anbieterunabhängig an dem Projekt gearbeitet werden kann und das visuelle Erscheinungsbild über die gesamte Projektlaufzeit gewahrt wird.

Schritt 03

INTERNE VORBEREITUNGSARBEITEN



Bevor man mit der tatsächlichen Vermarktung beginnt und mit den potenziellen Kunden erstmalig in Interaktion tritt, sollten alle Hausaufgaben und Vorbereitungen erledigt sein. Die Positionierung und Strategie steht. Die Fakten und die Identität wurden definiert. Nun muss all das sichtbar gemacht werden:

NAMENS- & CLAIMFINDUNG

IMMOBILIENPROJEKT MARKENENTWICKLUNG & DESIGNKONZEPT

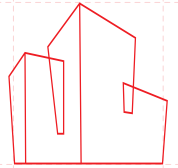
CORPORATE DESIGN, TEMPLATE ERSTELLUNG & MANUAL

STORYTELLING, BILDERWELTEN, 3D-VISUALISIERUNGEN

WEBSITE UND ONLINE VORBEREITUNGEN,

VERKAUFS- & KUNDENMATERIALIEN

(Broschüren, Exposés, Formulare, Mappen u.v.m.)



Schritt 04

STANDORTMARKETING

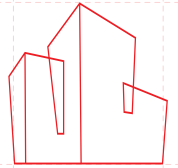
Nachdem alle internen Materialien finalisiert wurden, die Website kurz vor der Fertigstellung ist und online gehen kann, kümmern wir uns zuallererst um den Standort der Immobilie.

Dieser bildet zu Beginn das Zentrum unserer Kommunikation und soll nun zum ersten Mal für die Zielgruppe sichtbar gemacht werden.

Dies erreichen wir durch ein effektives Baustellenbranding direkt am Bauplatz: Durch auffällige Bauzaunnetze, Bautafeln, Kranwerbung, Baucontainer-Branding u.v.m.

Hier gibt eindeutig der Platz die Möglichkeiten vor. Wichtig für uns ist, die Aufmerksamkeit der definierten Zielgruppen auf den Standort und auf zukünftige Werbeaktivitäten zu lenken.





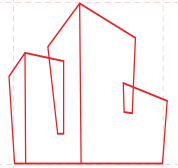
Schritt 05

ERWEITERTES STANDORTMARKETING

Nachdem die ersten Inserate geschaltet wurden und online zum ersten Mal Bewegung ins Spiel kommt, folgt der nächste Schritt:

Mit sinnhaften Out of Home-Maßnahmen ganz gezielt auf den Standort hinzuweisen. Gut geeignet dafür sind vereinzelt Citylights bei Bus- oder Straßenbahnstationen, Schaltungen von 16 bzw. 24 Bogenplakaten oder Rolling Boards, die an neuralgischen und hochfrequentierten Punkten liegen, Transport Media Brandings (Busheck- oder Straßenbahn-Werbung) oder lokale Werbekooperationen mit Unternehmen in der Nähe (Supermarkt, Einkaufszentren, Tankstellen, Geschäfte, Hausmauern etc.)





Schritt 06

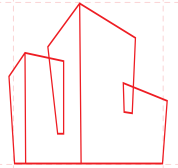
MEDIAPLANUNG & PARALLELE UMSETZUNG

Damit das eingeplante Budget für die Dauer des Immobilienprojektes auch hält, ist eine genaue Mediaplanung unerlässlich.

Ratsam ist es, sich einmal die Mediaplanung von A - Z durchzudenken und sich so einen Überblick über alle Medien und Kanäle zu verschaffen: Erst dann kann ein optimaler und wirkungsvoller Mediamix generiert werden.

Danach folgen die Mediaumsetzungen anhand des erstellten Mediaplanes und passend zum Phasenmodell in den jeweilig unterschiedlichen Kanälen (Presse, Print, OOH, Web, Online, Social, Promotions etc.) Durch ein laufendes Controlling sehen wir dabei sofort, welche Medianschaltungen den größten medialen Effekt bringen.





Schritt 07

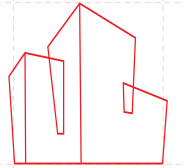
SONDERWERBEFORMEN

Jede Immobilienlebensphase wird auch begleitet von Sonderwerbeformen wie Messen, Veranstaltungen, Events, Kampagnen oder Promotions.

Diese brauchen meist gesonderte Aufmerksamkeit und werden meist als eigenes Projekt im Projekt betrachtet.

z.B. Messen: Sie bestehen aus eigenen Maßnahmen, Inseraten, Broschüren, Stand Brandings und Promotions.





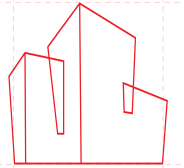
Schritt 08

OBJEKT BRANDING

Standortbranding, visuelle Ausstattung, Bewerbung und Events sind nur ein Teil des Immobilienprojekt-Lebenszyklus.

Es kommt die Phase, wo der Baukörper schon steht und es in der Bauphase um die Fertigstellung und Details geht.

Hier kümmern wir uns gerne um das hausinterne Wege-Leitsystem (Stockwerks- und Liftbeschriftungen, Tür- & Briefkastenbeschriftungen, Garagenplätze und Kennzeichnung der Allgemeinräumlichkeiten), Infopoints (Lagepläne, Informationsaufbereitungen) und Exterior und Interior Branding des Hauses selbst.



Schritt 09

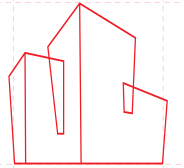
ENDKUNDENSERVICE

Die Fertigstellungsphase wird oft geprägt durch ein Übergabe-Event, bei dem Kunden gut serviert werden sollten. D.h. alle Infos zur Übergabe geordnet überreicht bekommen, begleitet mit einer kleinen Aufmerksamkeit.

Weitere Serviceleistungen, die man sich für den Endkunden überlegen könnte, wären z.B. eine Nutzerbroschüre für Eigentumswohnungen
(Bedienungsanleitung für Wohnungen)

Digitale oder haptische Info- oder Servicepoints (Hausverwaltung)
oder Zusatzservices wie Poolautos in der Garage, E-Bikes etc.

Auch diese sollten dann das Look & Feel des Hauses tragen.



Schritt 10

LEARNINGS, OPTIMIERUNGEN & REFLEKTION

Wenn dann die Immobilie übergeben oder in Betrieb genommen wurde, ist es an der Zeit, noch einmal den gesamten Lebenszyklus der Immobilie zu reflektieren.

Was war ein Erfolg, was war ein Misserfolg, was lief glatt und was nicht, wie war die Zusammenarbeit mit allen Beteiligten, wurde das Budget und der Zeitplan eingehalten etc.

Ziel ist dabei, Optimierungsvorschläge für die Zukunft zu erarbeiten, Learnings für das nächste Projekt zu ziehen und die einzelnen Phasen auf unterschiedliche Projekttypen (Miete, Eigentum, Serviced Apartments, Investorenprojekt etc.) anzupassen.

REFERENZAUSZUG

REAL ESTATE IDENTITY // Präsentation



IMMOFINANZ





real-estate-identity.at