

Berlin, 13. Februar 2020

Neue Podcast Folge – Konfiguration leicht gemacht und Vorfreude generieren

Auf dem Podcast Channels von Joyce gibt es wieder eine neue Folge. In dieser Folge berichten wir, wie einfach es ist, mit dem Vorfreudegenerator der künftigen Wohnungen einen persönlichen Schliff zu geben und welche Parallelen es zum Autokauf gibt.

Transkription:

Seit längerem spiele ich mit dem Gedanken, mir ein neues Auto zu kaufen. Im Grunde weiß ich ziemlich genau was ich will. Ein Mittelklassewagen darf es sein. Der Hersteller ist auch klar. Schwarz oder vielleicht doch dunkelblau, mit Sportsitzen, Navigationssystem und natürlich darf die Schnittstelle zu meinem iPhone nicht fehlen. Da gerade Winter ist, denke ich auch intensiv über eine Sitzheizung nach, in der Früh ist es doch ziemlich kalt.

Die Automobilbranche macht es mir ziemlich leicht, meine Wünsche zu erfüllen – nunja, zumindest kann ich mir recht früh klarwerden, ob ich mir die Sitzheizung leisten kann oder nicht, bzw. was ich mir überhaupt leisten kann. Außerdem kann ich mir recht früh ein Bild davon machen, wie mein Wagen, den ich dann in 3 bis 4 Monaten bekommen würde, aussieht. Wie macht die Branche das? Wie schaffen es die Autobauer mich recht früh an sich zu binden und mir ein Gefühl von Vorfreude zu geben?

Nahezu jede Autofirma hat im Internet einen Konfigurator. 3D Modelle bieten einen guten Überblick über das Fahrzeug. Ansprechende Visualisierungen lassen meine Wünsche elektrisieren und durch die Ausstattungskataloge weiß ich ziemlich genau was unterm Strich dabei herauskommt. Ich kann mir sogar gleich ein unverbindliches Finanzierungsangebot erstellen lassen und wenn ich will, kann ich entweder mit einem Mitarbeiter telefonieren oder mir einen Termin in einem nahegelegenen Autohaus machen. Probefahren möchte ich schließlich auch.

Im Verkaufsgespräch setze ich mich dann mit den Details auseinander. Das ist mir sehr wichtig. Auf ein klassisches Verkaufsgespräch, in dem alle Möglichkeiten, die mir geboten werden, noch mal erörtert werden, habe ich wenig Lust.

Da ich meist nur am Freitagnachmittag oder am Samstag Zeit habe, neben allen anderen Dingen, mal im Autohaus vorbei zu schauen, möchte ich, dass mein Gespräch im Autohaus möglichst schnell und effizient abläuft. Eigentlich kann ich das doch aus erwarten, oder? Neben den vielen Euros, die ich bald auf den Tischen legen muss, bin ich schließlich mit einer Währung in Vorkasse gegangen, die auf den ersten Blick nicht sofort sichtbar ist – meinen Daten.

Da ich den Termin mit der Autoverkäuferin nach meiner Konfiguration online vereinbart habe und mich auf der Homepage dafür registrieren musste, weiß mein Gegenüber ziemlich genau was mich interessiert und womit ich auf gar keinen Fall in Berührung kommen will. Nein, ich brauche keinen Ski-Sack. Als Flachlandtiroler bin ich froh, wenn ich bei Frost ohne Probleme geradeausgehen kann. Daher habe ich mir dieses Wintersport-Paket auch gar nicht angesehen.

Mein Gegenüber weiß das. Leider, oder vielleicht auch zum Glück, weiß sie aber auch, dass ich mir meinen neuen Waagen auch mal mit der Sitzheizung konfiguriert habe. Es wundert mich also nicht, dass ein großer Teil des Gesprächs genau darauf abzielt, mir die Vorzüge einer automatisch geregelten, stufenlosen und

absolut komfortablen Sitzheizung darzulegen – vielleicht schlage ich ja doch noch zu. Ich werde unsicher, denn bei 30% Rabatt auf dieses Ad-On und 7,5% auf den Gesamtpreis kann ich mir das dann doch leisten.

Mmmmh, schwierige Entscheidung. So oft kaufe ich mir auch kein neues Auto, im Gegenteil, es wird mein erster Kauf. Also verbleiben wir erstmal so, dass wir die Konfiguration abspeichern, ich ein persönliches Angebot erhalte und wir vereinbaren für die kommenden 2 Wochen einen neuen Termin. Ich kann mir das also alles noch mal überlegen. Mein Angebot bekomme ich über die Internetseite des Autoherstellers zur Verfügung gestellt und kann mir meine Konfirmation mit dem 3D Modell des Wagens auch noch mal genau ansehen, vielleicht werde ich ja doch nicht ein paar Änderungen vornehmen?

Zwei Wochen können eine lange Zeit sein. Ich mache mir die Entscheidung schließlich nicht einfach, wäge ab, spiele noch eine Runde im Konfigurator herum. Vielleicht doch noch die Soundausstattung dazu? Brauche ich wirklich ein integriertes Navi? Ich habe doch mein iPhone eh immer dabei – Achtung: Funklochdeutschland, denke ich da. Aber ich habe den Waagen doch bestimmt an die 7 bis 10 Jahre, da wird's mit dem Ausbau von 5G doch sicher bald super gut werden – aber was mache ich, wenn ich dann doch mal in die berühmte Milchkanenregion fahren will?

Also – Navi rein, Sitzheizung rein, Konfiguration abspeichern, finalisieren und den Termin für den kommenden Samstag im Autohaus bestätigen. Puh, fasst geschafft. Es knibbelt schon in meinem Fingern, eigentlich würde ich sofort in mein neues Auto steigen wollen, aber das Teil muss ja noch gebaut werden. Zu dumm aber auch.

Jetzt aber erstmal ins Autohaus, es ist Samstag und um 10 Uhr habe ich meinen Termin mit der Verkäuferin. Es kommt mir ein wenig vor wie ein Gespräch mit einem Wedding Planer, zur Begrüßung gibt's einen Kaffee und Kekse, meine Konfiguration sehe ich bereits auf dem großen Bildschirm im Verkaufsraum und ja, ich gebe es zu – ich bekomme Sehnsucht als ich meinen tiefblauen Mittelklassewagen dort vor mir tanzen sehe.

Meine Zeit im Autohaus entwickelt sich, meiner ängstlichen Vorahnung zum Trotz, nicht zu einem klassischen Verkaufsgespräch, sondern es ist ein Wohlfühltermin. Noch ein paar Detailfragen, ein paar Unterschriften ein fester Händedruck und ich darf schon wieder gehen – leider ohne meinen Liebsten – aber in 3 Monaten darf ich ihn abholen. Wann genau, darüber werde ich regelmäßig über die Internetseite und per Mail informiert. Ich habe mich ja schließlich registriert, also will ich auf was für mein Geld, und meine Daten.

Glücklich, zufrieden und voller Vorfreude – so versuchen uns die Autobauer in Ihren Bann zu ziehen. Denn welches Modell wir kaufen, haben wir beim Betreten des Autohauses oft schon entschieden: Leistung, Verbrauch und Kosten spielen da wohl die entscheidenden Rollen. Vor allem aber: welche Ausstattungsmöglichkeiten gibt es.

Beim Kauf einer neuen Wohnung, was für viele wohl nur einmal im Leben vorkommt, entscheiden wir uns auch recht früh, für welche Objekte wir uns wirklich interessieren. Neben der Lage zählt dort auch die Lage und nicht zu vergessen – die Lage. Aber ein wenig Freuen wollen wir uns doch auch, und wie schaut die Immobilien und die Wohnung eigentlich aus? Kaufen wir über einen klassischen Bauträger, gibt es die Wohnung in der Regel noch nicht, und wir brauchen eine Menge Phantasie, um uns vorstellen zu können, wie das ganze aussieht.

Kürzlich haben sich Freunde von mir getraut. Nach vielleicht Jahren hin und her, überlegen, abwägen, vergleichen, Möglichkeiten checken und sich mit Freunden und der Bank beraten haben sie endlich den Entschluss gefasst ins Betongold zu investieren. Im Alter Mietfrei, was Eigenes haben – ein Stückweit unabhängig sein.

Fünf Wohnungen standen in der näheren Auswahl, einige davon direkt vom Bauträger und ein paar über Makler. Die Internetseiten der einzelnen Bauprojekte waren schon super. Wenn man es erstmal an Immobilienscout24 vorbei geschafft hat und direkt auf der Homepage des Anbieters war. Ein paar Rahmeninformationen gab es auch und die Möglichkeit einen Termin mit einem Verkaufsberater zu vereinbaren. Aber sich die Wohnung im Vorfeld ansehen, die Größe und den Schnitt auf sich wirken lassen, mal schauen, welches Parkett denn am besten passen würde? Diese Möglichkeit gab es leider nicht. Kein Konfigurator, kein Ausstattungskatalog und kein 3D Rundgang. Ok, es gab eine Menge Bilder, viele Visualisierungen mit verschiedenen Einrichtungsstilen. Da haben die beiden schon eine Gewisse Ahnung

bekommen wie dies denn werden kann, aber so richtig halt eben noch nicht. Aber dafür soll es ja den Termin mit dem Verkaufsberater geben.

Da sich die beiden schon recht lange mit dem Gedanken beschäftigen, sind viele Fragen bereits geklärt. Fliesenfarbe im Bad (bloß nicht zu hell) und die Farbe des Parketts (bloß nicht zu dunkel) waren beiden schon klar. Bei den Armaturen im Bad soll eine einfache Ausstattung reichen. Hübsch darf sie sein, aber den beiden war klar, in 5 Jahren können wir denn gerne auf eine Premiumlinie wechseln.

Auch bei meinem Freunden stand dann nach kurzer Zeit ein Termin beim Verkaufsberater an. Ebenfalls an einem Samstag, weil wann sonst mit 2 Fulltimejobs. 1,5 Stunden wurden dafür angesetzt. Viel Zeit, aber die beiden haben sich diese gern genommen, schließlich eine wichtige Entscheidung so eine Wohnung.

Leider entwickelte sich das Gespräch nicht so wie erhofft. Neben den Details zur Wohnung, die wirklich recht interessant und wichtig waren, wurde der gesamte Ausstattungskatalog präsentiert. Parkett, Wasserhähne, Duschtassen, Badewannen, Fliesenmodelle, Fußbodenleisten, usw. in allen möglichen Farben und Ausführungen. Der Verkaufsberater war sichtlich bemüht, die Vielseitigkeit der Ausstattung und alle Möglichkeiten zu präsentieren. Eine Fliese nach der anderen, ein Parkettmuster nach dem anderen wanderte auf den Verkaufstisch. So ein Verkäufer muss schon ordentlich Muckis haben, bei den Mustern, die der jeden Tag schleppen muss.

Alles fein soweit, schöne Muster dabei, aber so schnell kann man das dann eh nicht entscheiden. Was machen also: klar! Zum Glück gibt's Smartphones und so haben die beiden von ihren Favoriten Bilder gemacht, um sich zu Hause auf der Couch noch mal Gedanken zu machen. Ein Angebot haben die beiden auch mitbekommen, einen schönen Prospekt mit vielen Bildern und eine übersichtliche Liste mit verschiedenen Preisen – ausgedruckt natürlich. Eine Vorstellung, davon die das Parket Modell „Eichenhain“ im 18 m² Wohnzimmer aussehen wird, haben bei nicht bekommen.

Long Story short. Auch wenn die Entscheidung für eine Wohnung wesentlich umfangreicher ist, als für ein Automobil - Vorfreude, ein 3D Rundgang und ein online Portal, bei dem alle wesentlichen Informationen rund um die Uhr abrufbar sind, wäre super. Allein ein Gefühl dafür zu bekommen, wie das Parkett oder die Fliesen in der Wohnung aussehen werden, kann schon wichtig sein. Immerhin sind Korrekturen im Nachhinein vielleicht nicht mehr möglich, in jedem Fall aber sehr teuer.

Dabei müssen diese digitalen Features kein Privileg der Automobilbranche sein. Mit der Erwerberplattform von Joyce, können auch Makler und Bauträger in den Genuss dieses Vorfreudegenerators kommen: Wohnungen visuell in einem 3D Modell darstellen, den Interessenten die Möglichkeit geben, sich alle Ausstattungsvarianten im Vorfeld anzusehen und sich auf die neuen Wohnung zu freuen.

So würde auch der Verkaufsberater wissen, was die Kunden wirklich interessiert und könnte das Gespräch zielgerichteter darauf vorbereiten und durchführen. Aus dem klassischen Gespräch, mit vielen Informationen, die meine beiden Freunde dann noch nicht interessiert hätten, kann somit ein Wohlfühlgespräch werden. Am Abend auf der Couch hätten beide mit ihm Laptop oder Tablet dem ganzen noch den finalen Schliff geben können. Als Vorbereitung auf ihre finale Kaufentscheidung und auf Vorbereitung zum kommenden Termin beim Bauträger oder Makler.

Alle Informationen auf einen Blick, samt persönlichem Angebot und das rund um die Uhr. Ja, das ist möglich und dabei gar nicht so kompliziert, wie man vielleicht denkt. Da Joyce die Plattform aus der Cloud anbietet, müssen keine Programme umständlich installiert und betreut werden. Eine eigene IT ist dafür auch nicht notwendig. In die Homepage des Maklers und Bauträgers eingebunden kann nach einer kurzen Einführungszeit auch gleich damit begonnen werden, die Kunden für Ihre neue Wohnung zu begeistern. So wird auch der Kauf der Wohnung zu einem digitalen Erlebnis und spricht die neue Käufergeneration Barrierearm an. Eine gute Idee, oder?

Als Joyce Real Estate helfen wir Maklern und Bauträgern beim Weg in die digitale Zukunft. Auf diesem Kanal veröffentlichen wir alle zwei Wochen interessante Beiträge über unsere Plattform und ihrer Funktions- und Einführungsweise.

Ebenso wollen wir stets interessante Themen zu wichtigen Fragestellungen der Branche einbauen. In der Zwischenzeit gibt es aktuelle Informationen auf unserer Homepage. Diese erreichen Sie unter www.joyce.re.

Ebenso können Sie uns bei LinkedIn finden. Hier freuen wir uns auf den Kontakt, gemeinsame Projekte und vielleicht einen gemeinsamen Podcast.

Wir freuen uns auf den gemeinsamen Austausch.

Und bis dahin: viel Spaß mit dem neuen Auto!

Veröffentlichungshinweis

Der Kanal kann aktuell über die eigene Homepage abgespielt, oder über iTunes, Spotify und deezer abonniert werden.

Über Joyce Real Estate Systems GmbH

Bauträger und Makler benötigen dringend Lösungen für die digitale Welt – das wissen wir aus langjähriger Erfahrung. Diese Lösungen zu bieten, ist der Antrieb für die Gründung von Joyce als Start-Up. Wir kennen die Immobilienbranche, wir kennen die Bedürfnisse und Herausforderungen der Bauträger und Makler. Und wir kennen die IT dieser Branche, wissen um die Notwendigkeit zur Weiterentwicklung. So ist Joyce die beste Adresse, um den Verkaufsprozess digital, modern und innovativ für die Zukunft aufzustellen.

Hinter Joyce stecken drei kreative Köpfe mit Erfahrung in der Immobilienbranche und im IT-Umfeld:

Marc Petzoldt, der Strukturierer

Marc Petzoldt ist der Gründer und Geschäftsführer von Joyce. Er kümmert er sich um die Strukturierung und Entwicklung des Produkts – und vor allem um das, worum es bei einem Start-Up geht: Dass die Vision mit dem Fokus aufs Wesentliche zum Erfolg geformt wird. Strukturen und Bedürfnisse der Immobilienbranche kennt Petzoldt aus jahrelanger Arbeit in der IT, zuletzt für vier Jahre in führender Position sowie als CIO bei einem der großen Unternehmen der Immobilienbranche im deutschsprachigen Raum.

Dennis Jost, der Möglichmacher

Dennis Jost ist der Technologie-Experte im Team. Er macht jenes Besondere möglich, das sich Kunden wünschen. Jost bringt viele Jahre an Erfahrung in Planung, Design und Entwicklung von Apps und Web-Anwendungen mit, hat sich bei der Digitalisierung von Logistik-Prozessen einen Namen gemacht. Er nutzt dabei die neuesten Technologien, um die schönsten Lösungen zu erschaffen – die so schnell sind, dass wir nicht mal ein Sanduhr-Symbol brauchen. Auf Usability, Funktionalität und Stabilität legt er großen Wert.

Michael Fitzka, der Verstehher

Michael Fitzka ist der Kundenverstehher und Mitgründer von Joyce. Als Projektmanager bringt er Lösungen in Fahrt. Seit 35 Jahren hat Fitzka Erfahrung mit Kundensituationen und dabei das perfekte Gespür entwickelt, um Probleme und Wünsche des Auftraggebers zu verstehen. Dessen Zufriedenheit ist seine oberste Priorität. Die Bauträgerbranche kennt Fitzka lange: Er war bei einem der ganz großen Konzerne der Branche tätig, hat sehr große Erfahrung bei der Einführung von Tools und im Change Management.

Mehr Informationen finden Sie auf www.joyce.re

Presse: Sie haben Fragen, Sie benötigen Hintergrund-Informationen, O-Töne oder einen Experten als Interview-Partner?

Marc Petzoldt

m: marc.petzoldt@joyce.re

t: +49 172 762 726 9

a: Joyce Real Estate Systems GmbH, Wattstraße 11, 13355 Berlin