NACHRICHTEN AG
Deutschland

22. Mai 2025

Community-Power: Wie echte Verbindungen Immobilienverkäufe boosten!

Entdecken Sie, wie Community-Building Unternehmen unterstützt, Sichtbarkeit zu erhöhen und Kundenanfragen nachhaltig zu steigern.

Es gibt in dem Text keine spezifische Adresse oder einen Ort des Vorfalls. - In der heutigen Geschäftswelt zeigen Unternehmen zunehmend Interesse am Community Building, besonders auf Social-Media-Plattformen. Klassische Werbung wird teurer und weniger effektiv, während eine engagierte Community langfristigen Erfolg verspricht. Jan Moritz Becker, Geschäftsführer der Cashflow Quartier – Real Estate GmbH, ist ein Beispiel für diese Entwicklung. Er berichtet, dass durch den Aufbau einer Community sein Unternehmen mehr Kundenanfragen erhielt, als es bearbeiten konnte. Becker betont, dass echter Austausch und eine strategische

Vorgehensweise entscheidend für den Erfolg sind, um einen vertrauensvollen Raum für passende Kunden zu schaffen. Diese Form des Marketings ist nicht nur wirksam, sondern auch unverzichtbar geworden.

Die Notwendigkeit einer starken Community ist auch sonst deutlich sichtbar. Die Vorteile, die durch eine loyale Gemeinschaft entstehen, sind nicht zu unterschätzen; sie können den Unternehmenserfolg signifikant steigern. Emotionale Bindungen zwischen Community-Mitgliedern und der Marke fördern die Interaktion und Kaufbereitschaft. Eine sorgfältig gepflegte Community steigert nicht nur die Sichtbarkeit, sondern auch die Geschäftschancen, was Becker in seinem eigenen Unternehmen bereits erfahren hat. Nach der Implementierung seiner Reichweitenstrategien konnte er 2024 dreimal so viele Immobilien verkaufen wie im Jahr zuvor.

Strategien für erfolgreiches Community Building

Für ein erfolgreiches Community Building sind klare Strategien unabdingbar. Unternehmen sollten den Zweck und die Besonderheiten ihrer Community klären, bevor sie sich um die Auswahl der richtigen Zielgruppe kümmern. Die Art und Weise, wie Inhalte erstellt und geteilt werden, spielt eine zentrale Rolle bei der Schaffung einer emotionalen Bindung. Becker hat dies erkannt, indem er über sechs Monate hochwertige Inhalte ohne Verkaufsabsicht bereitstellte und dadurch erheblich an Sichtbarkeit gewann.

Zusätzlich können Interaktionen mit themenverwandten Accounts und Kooperationen mit Influencern die Reichweite der Community vergrößern. Bezahlte Anzeigen können ebenfalls zur Sichtbarkeit beitragen, wobei Becker erneut hervorhebt, dass authentische Beziehungen zur Community weit wertvoller sind als teure Werbebudgets. Dies steht im Einklang mit der allgemeinen Erkenntnis, dass Unternehmen, die auf Community setzen, besser für die Zukunft gerüstet sind, sowohl in Bezug auf

Kundenbindung als auch auf langfristigen Geschäftserfolg.

Die Rolle der Abteilungen im Community Building

Ein weiterer Aspekt, der für den Erfolg von Community Building entscheidend ist, ist die interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens. Eine enge Vernetzung zwischen Marketing, Sales und Service ermöglicht es, die Community stabil zu halten und das Engagement der Mitglieder zu fördern. Studien zeigen, dass Empfehlungen von Freunden für Konsumenten die vertrauenswürdigste Quelle sind, was die Wichtigkeit eines positiven Erlebnisses innerhalb der Community unterstreicht.

Community Management ist ein fortlaufender Prozess, der auch nach der Schaffung einer Community von Bedeutung bleibt. Schnelle Reaktionszeiten sind wichtig, um den Dialog aktiv zu halten, und Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen sollten als Moderatoren agieren, um den Austausch zu fördern. Letztlich zeigt sich, dass eine gut aufgebaute Community viele Wettbewerbsvorteile bietet und für Unternehmen unerlässlich geworden ist, die im digitalen Zeitalter erfolgreich sein möchten.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Es gibt in dem Text keine spezifische Adresse oder einen Ort des Vorfalls.
Quellen	• **www.ots.at** • **marketing.ch** • **blog.hubspot.de**

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at