

Schweizerische Maklerkammer SMK

Vermarktung und Entwicklungsprozess beeinflussen

Heiner Plüer, Vorstandsmitglied SMK

Immer mehr macht sich die Erkenntnis breit, dass ein Projektentwicklungsteam nicht nur mit technischer und ökonomischer Kompetenz, sondern unbedingt und insbesondere auch mit der Vermarktungskompetenz ausgestattet sein muss. Die Gründe dafür sind naheliegend.

Am Anfang jeden Projektes muss zwingend die Frage nach dem Nutzungsmix und den zukünftigen Nutzern beantwortet werden, um der späteren Vermarktung (Vermietung oder Verkauf) eine optimale Ausgangslage zu verschaffen. Es muss ergründet werden, welche sinnvollen Lösungen sich für den jeweiligen Standort anbieten. Da man sich nicht ausschliesslich mit hervorragenden Standorten beschäftigt, ist der richtige Lösungsansatz doppelt wichtig für den späteren Markterfolg: einem raschen Verkauf zu optimalen Preisen oder einer ebensolchen nachhaltigen Vermietung. Der Marketing-Ansatz wird somit zu einem zentralen Punkt und eine klare Strategie ist unumgänglich.

Entwicklungsprozess beeinflussen

Der Vermarkter muss aufgrund seiner Erfahrungen und einer vertieften Marktstudie die Bedürfnisse der anvisierten Zielgruppen kennen und ist dadurch in der Lage, den Entwicklungsprozess gewinnbringend zu beeinflussen und zu unterstützen.

Auf der Basis einer von ihm und dem Auftraggeber gemeinsam entwickelten Strategie, formuliert er für Architekten und Planer ein Briefing, welches als Grundlage und Leitlinie für den nun einsetzenden kreativen Prozess verwendet werden kann. Dabei ist es wenig relevant, ob dieser über einen Wettbewerb mit mehreren Architekturbüros oder über einen Direktauftrag ausgelöst wird.

Dieses Briefing beantwortet beispielsweise folgende lage- und objektspezifischen Fragen: Für welche Zielgruppen eignet sich diese Lage im Besonderen? Welches ist der ideale Nutzungsmix? Oder, welche zielgruppenspezifischen Bedürfnisse sind in der Planung zu berücksichtigen? Hierzu wird z. B. das Erscheinungsbild (architektonischer Ausdruck), der Wohnungsmix, Wohnungsgrössen und Flächenangebot, der generelle Standard und die Infrastruktur gezählt. Auch Nebenräume, die Erschliessung und die Umgebung inklusive allfälliger Anlagen gehören dazu.

Die exakte Definition dieser Aspekte erlaubt in einem sehr frühen Stadium erste Hochrechnungen über den zu erwartenden Ertrag und gibt dem Projektteam weitere Anhaltspunkte, über den vertretbaren – respektive einzuhaltenden – Kostenrahmen.

Lieferant für Arbeitsgrundlagen

Ebenso ist der Vermarkter durch seine klare Formulierung des Angebotes und des Kundennutzens in der Lage, den Verkaufs- respektive den Vermietungsprozess und die damit verbundene Kommunikation richtig und zielgruppengerecht aufzubauen. Er liefert demnach nicht nur Architekten und Planern konkrete Arbeitsgrundlagen, sondern auch allen Kommunikationsspezialisten (z. B. Grafiker oder Werber), welche das Projekt – möglichst frühzeitig – im Hinblick auf die spätere Absatzplanung begleiten.

Mit diesem Vorgehen und dem Einbezug des Vermarkters in die Projektentwicklung, ist die konsequente Ausrichtung auf die Marktbedürfnisse sicher gestellt. Das Team erhält Sicherheit, Risiken werden minimiert und die optimale Wertschöpfung ist durch einen guten Verkauf oder eine nachhaltige Vermietung gewährleistet.

ANZEIGE

Die Rohrsanierung von Promotec - Vorteile über Vorteile

Vergessen Sie das mühsame Auswechseln von verrosteten und verkrusteten Rohren. Vergessen Sie Dreck und Staub. Vergessen Sie die hohen Kosten.

Das patentierte Promotec-System ist sauber und erspart Ihren Mietern lästige Emissionen.

Promotec reinigt und beschichtet die Rohre einer Wohnung innert einem bis zwei Tagen. Dauerhaft, sauber und äusserst kostengünstig.

Promotec, das sind über 40'000 sanierte Rohrleitungen in den letzten 3 Jahren.

Fordern Sie die detaillierten Unterlagen an.

Promotec



Promotec

Promotec AG, Sonnenweg 14, 4153 Reinach
Tel. ++41 61 711 32 53, Fax ++41 61 711 31 91, www.promotec.ch