



Bild: © Joe Giddens/PA Archive/Press Association Images

Marketing- und Vertriebsprozesse effizienter steuern

Customer Journey - Immobilienfinanzierung

Vom Impuls bis zum Abschluss

Der Weg zu einer Immobilienfinanzierung I

Kundenreise verstehen, Marketing- und Vertriebsprozesse effizienter steuern

- Manche Prognostiker sprechen schon von den aufkommenden Goldenen 20er Jahren, in denen das Wachstum schier kein Ende finden könnte. Eingeläutet durch die **aktuelle Niedrigzinsphase** könnten Staaten, Unternehmen und Konsumenten in eine **Investitions- und Kauflaune** hineingeführt werden, die uns und Herrn Draghi dann auch die erhoffte leichte Inflation bringt. Wünschenswert ist dies grundsätzlich und erste Signale zeigen dies auch an.
- Nach einer aktuellen repräsentativen YouGov-Panel-Umfrage haben immerhin 18 Prozent der Deutschen in den letzten 24 Monaten eine Finanzierung für **Immobilien** abgeschlossen, im Detail für Neuerwerb, Modernisierung oder Anschlussfinanzierung.
- Um **Vertrieb und Marketing** besseren Einblick in den **Kaufprozess von Immobilienfinanzierungen** zu geben, greift YouGov Financial Research in dieser Studie folgende Fragestellungen auf:
 - Ist die günstige Wirtschaftslage der einzige **Impuls** um einen Kredit oder eine Finanzierung für eine Immobilie in Betracht zu ziehen? Was sind Auslöser/Impulse für die Nachfrage eines Kredits oder einer Finanzierung für einen Immobilienerwerb, eine Modernisierung oder eine Anschlussfinanzierung?
 - Welche **Informations- und Beratungskanäle** werden für Kredite oder Finanzierungen verwendet, wo scheitern ggf. die Verbraucher, wo und **wie** wird bei einem Anbieter ein Kredit oder eine Finanzierung **abgeschlossen**?
 - Was gab schließlich **den Ausschlag für die Entscheidung** für ein bestimmtes Produkt oder einen Anbieter?

Der Weg zu einer Immobilienfinanzierung II

Zielsetzung der Studie Customer Journey

Die Studie Customer Journey Immobilienfinanzierung beantwortet insbesondere für Banken und Sparkassen, Bausparkassen, Vergleichsportale und Vertriebe folgende Kernfragen:

- Welche **Impulse** sind die Auslöser, um einen Immobilienkredit nachzufragen?
- Welchem Zweck dient die Finanzierung (Bau, Kauf, Modernisierung, Anschlussfinanzierung)?
- Wo und wie **informieren** sich Interessenten? Welche Informationskanäle sind wichtig und **vertrauenswürdig**? (Online/Offline?) Wie verläuft der Informationsprozess und welche Themen und Fragen haben die Konsumenten?
- Wo und wie lassen sich Verbraucher im nächsten Schritt **beraten**? (Online/Offline?)
- Und wo und wie wird letzten Endes der **Abschluss** getätigt? Welche **Anbieter** werden **bevorzugt** und **warum**? (Online/Offline?)

Auf Basis dieser Daten werden dann spezifische Analysen vorgenommen:

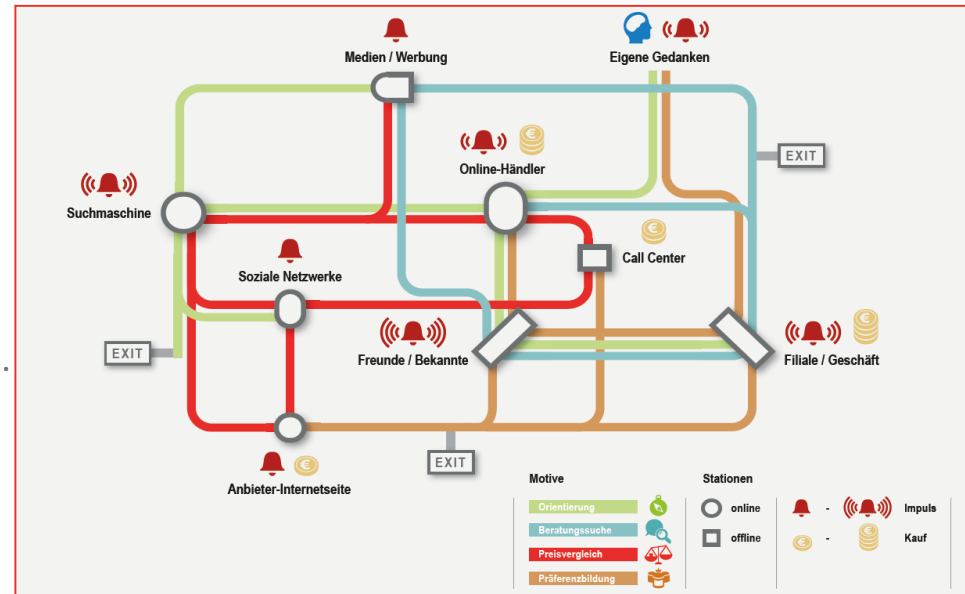
- Wie kann die Anfrage und dann die Abschlussquote bei der eigenen Hausbank erhöht werden?
- Oder: Wie können Bausparkassen ihr Angebot besser für eine Anfrage und einen erfolgreichen Abschluss platzieren – auch im Vergleich mit Angeboten von Direktbanken?

Der Weg zum Abschluss – Kaufprozessanalyse

Forschungsertrag: Steigerung der Vertriebsleistung bei gleichem oder sogar geringerem Aufwand

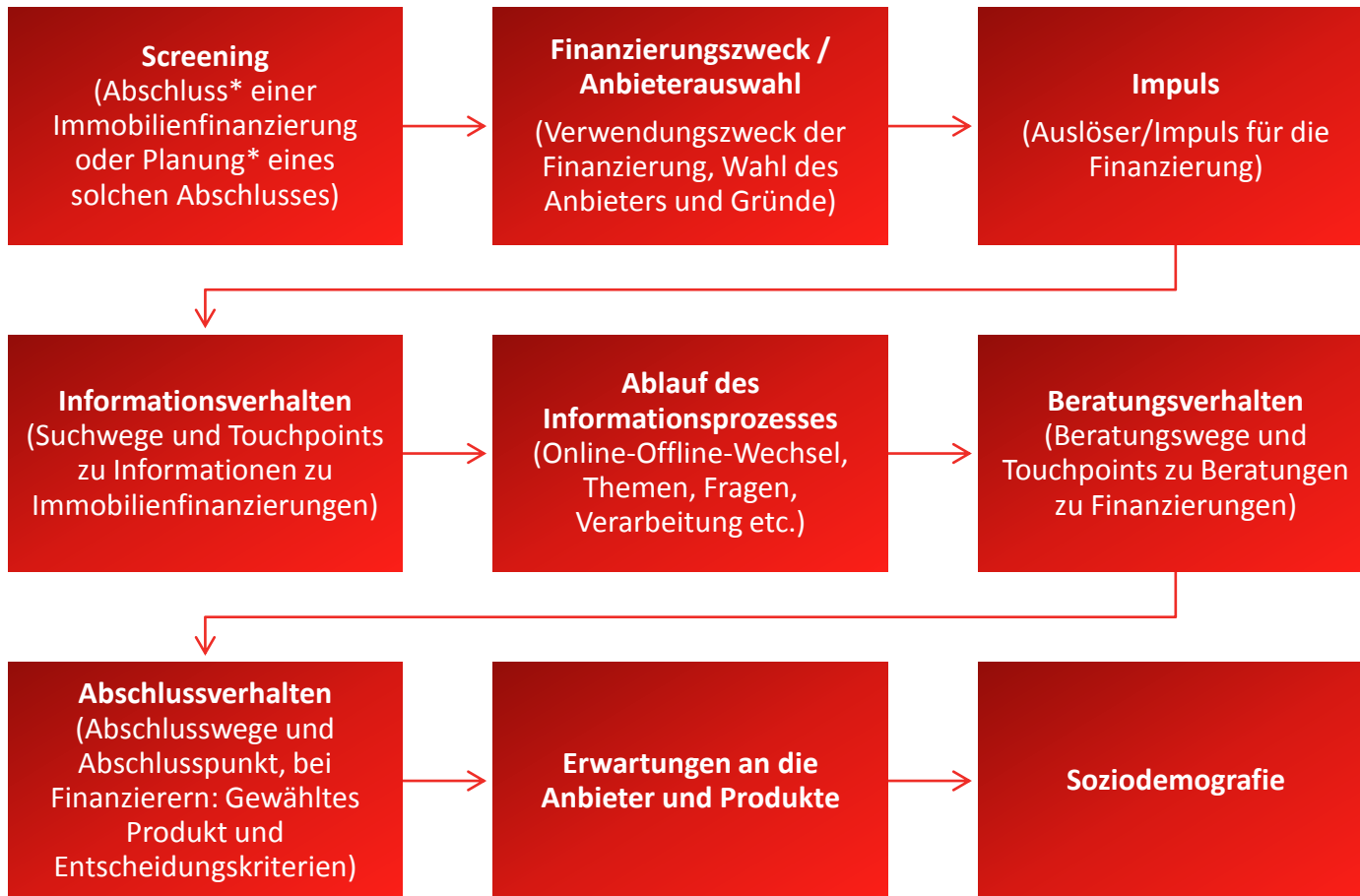
- **Customer Journey** oder Kaufprozess-Analysen werden für Unternehmen immer wichtiger. Die Vielfalt der Informations- und Kontaktkanäle, die von Kunden genutzt und von Dienstleistern bedient werden, brauchen eine wirksame und effiziente Organisation. Hierfür ermöglicht es der YouGov Ansatz zur Customer Journey, das **Kundenverhalten** präzise und wirksam entlang der **Entscheidungsreise** vorherzusagen. Die Ergebnisse werden Sie befähigen, Ihren Vertrieb und Marktanteil im Neugeschäft bei gleichem oder sogar geringerem Aufwand zu steigern.

- Die Customer Journey Analyse liefert das Mengengerüst der **Impulse, Informations- und Beratungspunkte und Kaufpunkte** als zentrale Kennzahlen eines Marktes. Zusätzlich werden **Such-, Orientierungs- und Entscheidungskriterien** entlang der Reise sowie der ausschlaggebende **Kontaktpunkt** für die endgültige Entscheidung ermittelt. Hierdurch kann die mengenmäßige und psychologische Relevanz einzelner Kontaktpunkte ermittelt werden. Um in unserem U-Bahn-Bild zu bleiben, zeigen wir Ihnen die wichtigsten „Express-Linien“, „Stationen“ und „Exits“ der Entscheidungswege und wie man diese optimal für das eigene Haus nutzen kann.



Fragebogenaufbau

Customer Journey – Immobilienfinanzierung



*Zeithorizont: Abschluss innerhalb der letzten 24 Monate, Planung innerhalb der kommenden 24 Monaten

Studiensteckbrief

Customer Journey – Immobilienfinanzierungen

Stichprobe und Methode

- Insgesamt n=1.020 Personen deutschlandweit, davon
 - n=524 Finanzierer (Personen, die innerhalb der letzten 24 Monate eine Finanzierung für eine Immobilie abgeschlossen haben)
 - n=496 Planer (Personen, die planen, innerhalb der nächsten 24 Monate eine Finanzierung für eine Immobilie abzuschließen)
- Regionaler Boost des Samples auf Anfrage möglich
- Online-Befragung im YouGov Panel, Juli-August 2015
- Befragungsdauer ca. 15 Min

Ergebnisbericht

- Grafische Ergebnisdarstellung für Gesamtstichprobe und Subgruppen auf 125 Seiten
- Management Summary mit Empfehlungen

Tabellenband

- Excel-Tabellenband mit Darstellung sämtlicher Ergebnisse
- Subgruppenanalysen nach Finanzierer und Planer, nach Finanzierungszweck und nach Produktart (z.B. Annuitätendarlehen, Bausparvertrag, etc)

Das YouGov Panel Deutschland

FAKTEN



3.000.000
Mitglieder weltweit

Basis von 
unzähligen
Stammdaten aus zahlreichen
Bereichen




Jährlich
17 Millionen
durchgeführte Interviews



140.000
Mitglieder in Deutschland



1.800
Monatliche Neuanmeldungen



Bevölkerungs-
repräsentativ ab
16/18
Jahren

QUALITÄT



Das von YouGov entwickelte
TurboSampling garantiert
eine hohe Panel-Qualität. Weitere Qualitätsmerkmale sind:

- Befragungen können innerhalb kürzester Zeit durchgeführt werden
- Methodeneffekte durch Frühantworter werden verhindert
- Qualitativ hochwertige Ergebnisse durch überdurchschnittlich zufriedene Panelisten



Durch gezielte **Rekrutierung** über
zahlreiche Online- und Offline-Kanäle, entsteht eine
ausgewogene Zusammensetzung unseres Panels.

Bestellformular

Bestellung per E-Mail an info@yougov.de oder per FAX +49 221 420 61-100 an Martin Stolze

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

Listenpreis

Studienbericht Customer Journey –Immobilienfinanzierungen

6.500 EUR

quantitative Befragung, ca. 125 Seiten, Studienbericht erscheint im September 2015

zusätzlich **Tabellenband Customer Journey – Immobilienfinanzierungen**

650 EUR

Tabellenband ist nur in Verbindung mit Studienbericht erhältlich

Exklusive Zusatzfragen, Stückzahl: _____

Preise auf Anfrage

Wir behalten uns vor, diese Studie bei weniger als 5 Frühbuchern zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.

alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) und die Regelungen zu [Regelungen zu Mehrbezieherstudien](#).

Name, Vorname: _____ **Telefon:** _____

Unternehmen: _____ **E-Mail:** _____

Funktion, Abteilung: _____ **Ort, Datum:** _____

Straße: _____ **Unterschrift:** _____

PLZ, Ort: _____

Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



Martin Stolze

Manager Marketing & Sales

T +49 221 42061 - 420

F +49 221 42061 - 100

Martin.Stolze@yougov.de