

REAL ESTATE AWARD 2014. BEWERBUNG IN DER KATEGORIE VERMARKTUNG.

VIRTUELLE OBJEKTPRÄSENTATION - DIE ZUKUNFT DER IMMOBILIENVERMARKTUNG.



1. AUSGANGSLAGE.

Die IG Immosip AG realisiert in Zürich-Schwamendingen eine Grossüberbauung mit 282 Mietwohnungen in 9 Gebäuden. Die Livit AG wurde mit der Vermarktung/Vermietung beauftragt und durfte ein geeignetes Konzept für die termingerechte Vermietung entwickeln. Seit einigen Jahren hält die virtuelle und erweiterte Realität Einzug in verschiedenste Lebensbereiche und bietet Menschen die Möglichkeit, eine noch nicht reale Wirklichkeit mit Hilfe spezieller Software computergeneriert zu erleben und mit integrierten Informationen abzurufen. Im Bereich der Vermietung (oder Verkauf) von Neubauten wird meist ein Vertragsabschluss angestrebt, der bereits vor Fertigstellung des Produktes liegt. Hier bieten sich also beste Möglichkeiten, mit Hilfe neuer Technologien, Kunden ein Endprodukt realitätsnah zu präsentieren und ihnen so die Entscheidung zu erleichtern.

REAL ESTATE AWARD 2014, BEWERBUNG IN DER KATEGORIE VERMARKTUNG.

2. GRUNDKONZEPT VERMARKTUNG UND MASSNAHMEN



AUSSENANSICHT.

Der Interessent kann noch nicht erstellte Gebäude auf einem Mobile Device (Smart Phone oder Tablet) bereits in der Umgebung eingebettet erleben.



360° PANORAMA.

Noch nicht erstellte Wohnungen können mittels einem Mobile Device virtuell besichtigt werden. Verschiedene Einrichtungsstile und Tageszeiten sind wählbar.



3D Grundrisse.

Die Broschüre bietet die Möglichkeit, den Umgebungsplan oder die Grundrisse mit einem Mobile Device in 3D zu erleben.

Mit Hilfe der virtuellen und erweiterten Realität sollten die Überbauung und die Wohnungen für die Interessenten erlebbar gemacht werden. Das Erleben der erweiterten Realität in Verbindung mit einer auf die Zielgruppe zugeschnittenen Gestaltung soll eine emotionale Bindung und Begeisterung schaffen, die Interessenten dazu bewegt, sich für das Projekt zu entscheiden. Zusätzlich soll das besondere Erlebnis Gesprächsstoff bieten, den man gerne weiter erzählt (kostenlose Mund zu Mund Propaganda). Das Erlebnis sollte auf mehreren Ebenen stattfinden.

REAL ESTATE AWARD 2014. BEWERBUNG IN DER KATEGORIE VERMARKTUNG.

3. UMSETZUNG / ERGONOMIE.



OBJEKT HOMEPAGE.

Die Objekthomepage ist oftmals der erste Anlaufpunkt für Interessenten, um sich über einen Neubau detaillierter zu informieren. Auf der Homepage der Überbauung Altwiesen wird dem Interessenten neben den Standard Informationen genau erklärt, wie er Altwiesen virtuell erleben kann, entweder begleitet durch die Vermarkterin vor Ort im Showroom, alleine zu Hause mit der interaktiven Broschüre oder selbstständig vor Ort an den Bauwänden.



BAUWAND - Der Blick in die Zukunft.

Interessenten bietet sich vor Ort die Möglichkeit, selbstständig mit ihrem Mobile Device einen Blick in die Zukunft zu wagen. An drei Standorten rund um die Baustelle hat es spezielle Bauwände mit einem Situationsplan und einer Anleitung zum Download eines QR-Code Scanners. Sobald der QR-Code auf der Bauwand gescannt ist bietet sich dem Interessenten ein Blick auf die zukünftige Überbauung, eingebettet in der realen Umgebung und alles bei voller Bewegungsfreiheit.



SHOWROOM.

Im Showroom vor Ort an der Altwiesenstrasse stehen den Interessenten insgesamt 7 iPads zur Verfügung. Die Vermarkterin präsentiert dort die verschiedenen Möglichkeiten, Altwiesen virtuell zu erleben, unter anderem die Innenansichten der Wohnungen, die interaktive Broschüre und die Aussenansichten an den speziellen Bauwänden, die den Blick in die Zukunft erlauben. Anschliessend erhalten die Interessenten eine individuelle Beratung.

REAL ESTATE AWARD 2014, BEWERBUNG IN DER KATEGORIE VERMARKTUNG.

4. KUNDENNUTZEN UND MEHRWERT.

Die Livit AG ist der erste Immobiliendienstleister, der die virtuelle Objektpräsentation umfassend in verschiedenen Vermarktungsmitteln umgesetzt hat. Die hervorragenden Kundenfeedbacks sowie die Begeisterung aller am Projekt Beteiligten zeigt eindrücklich, welche Emotionalität durch moderne Vermarktungsmittel wie die virtuelle Objektpräsentation erzeugt werden kann. Die Weiterentwicklung der verwendeten Technologien, aber auch die Kombination mit neuen technischen Möglichkeiten wird uns über die nächsten Jahre stark beschäftigen und dem Kunden (Käufer oder Mieter) immer bessere Möglichkeiten bieten, das Endprodukt vorgängig virtuell zu erleben.

Der Mehrwert in Kürze:

- Begeisterte, emotionalisierte Kunden
- Der Kunde versteht die räumlichen Verhältnisse innen
- Im Aussenbereich lernt der Kunde das Objekt in seiner realen Umgebung kennen
- Der Hype um etwas Neues trägt zur Verbreitung bei
- Aktive Mund zu Mund Propaganda (positives Image, Vertrauen in die Empfehlungen von Bekannten)
- Selbstständige Erlebnismöglichkeiten für den Kunden

Das Resultat der erwähnten Punkte ist ein hervorragender Vermietungsstand im Bezug auf das Projekt Altwiesen. Aktuell sind ca. 85 % der Wohnungen ca. 5 Monate vor Bezug vermietet.

