



Track 1: Marketing & Kommunikation – Leitfragen:

- Welche spezifischen Bedürfnisse haben die identifizierten Zielgruppen im Bereich der Immobilienfinanzierung und -beratung?
- Welche Wissensstände haben die Zielgruppen in Bezug auf Bauspar- und Finanzierungsverträge?
- Welche Kommunikationskanäle nutzen die Zielgruppen bevorzugt?
- Wie können wir die Zielgruppen über die Vorteile des bestehenden Produktportfolios informieren?
- Wie können wir die Zielgruppen dazu ermutigen, ihre Bedürfnisse und Herausforderungen im Bereich der Immobilienfinanzierung mit uns zu teilen?
- Welche digitalen Plattformen sind bei den Zielgruppen am beliebtesten und wie können wir sie effektiv nutzen?
- Welche Art von Inhalten und Informationen sind für die Zielgruppen relevant und interessant?
- Welche Online-Werbestrategien können eingesetzt werden, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppen zu gewinnen?
- Wie können wir die Zielgruppen dazu ermutigen, mit uns in einen persönlichen Dialog zu treten?
- Wie können wir die Erfahrungen und Geschichten unserer bestehenden Kunden nutzen, um das Interesse der Zielgruppen zu wecken?
- Wie können wir die Kommunikationsstrategien an die unterschiedlichen Altersgruppen und Bildungsniveaus der Zielgruppen anpassen?
- Wie können wir die Zielgruppen über neue Produktentwicklungen und innovative Finanzierungslösungen informieren?
- Wie können wir die Zielgruppen dazu ermutigen, sich aktiv an Entscheidungen im Zusammenhang mit ihrer Immobilienfinanzierung zu beteiligen?
- Wie können wir gezieltes Content-Marketing einsetzen, um die Zielgruppen anzusprechen?
- Wie können wir die Bedeutung von langfristiger finanzieller Planung und Absicherung für die Zielgruppen vermitteln?
- Wie können wir den Zugang zu Informationen und Ressourcen für die Zielgruppen verbessern?
- Wie können wir gezielte Webinare oder Schulungen anbieten, um den Wissensstand der Zielgruppen zu erhöhen?
- Wie können wir die Vorteile von Bauspar- und Finanzierungsverträgen für die Zielgruppen verständlich erklären?
- Wie können wir die Zielgruppen über die verschiedenen Phasen des Immobilienkaufs und -finanzierungsprozesses informieren?
- Wie können wir die Zielgruppen dazu ermutigen, auf digitalen Plattformen mit uns in Kontakt zu treten?



Track 2: Produkte & Services – Leitfragen:

- Welche spezifischen Angebote können aus der Analyse abgeleitet werden?
- Wie können wir unsere Angebote an die unterschiedlichen Zielgruppen anpassen?
- Wie können wir neue, bedarfsgerechte Angebote entwickeln, die den Bedürfnissen potenzieller Kunden entsprechen?
- Wie können wir die Kundenbindung durch bedarfsgerechte Angebote verbessern?
- Wie können wir sicherstellen, dass unsere Angebote für Kunden einfach zu verstehen und zugänglich sind?
- Wie können wir unsere Angebote so gestalten, dass sie auch für zukünftige Bedürfnisse der Kunden relevant sind?
- Wie können wir unsere Angebote auf eine kreative und ansprechende Weise vermarkten, um Kunden auf unsere Produkte aufmerksam zu machen?
- Wie können wir sicherstellen, dass unsere Angebote mit den regulatorischen Anforderungen und Vorschriften im Einklang stehen?
- Wie können wir sicherstellen, dass unsere Angebote technisch auf dem neuesten Stand sind und ein reibungsloses Kundenerlebnis ermöglichen?
- Wie können wir die Feedbacks unserer Kunden nutzen, um unsere Angebote kontinuierlich zu verbessern?
- Wie können wir sicherstellen, dass unsere Angebote wirtschaftlich sind und auch langfristig rentabel bleiben?
- Wie können wir unseren Kunden personalisierte Angebote auf der Grundlage ihrer Interessen und Bedürfnisse bereitstellen?
- Wie können wir die Angebote an die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse und -phasen im Rahmen der langfristigen Beziehung anpassen?
- Wie können wir sicherstellen, dass unsere Angebote die Kunden einen zusätzlichen Mehrwert bieten?
- Wie können wir den Kunden eine einfache und bequeme Möglichkeit bieten, unsere Angebote zu nutzen und zu verwalten?