

**TYPGERECHT KOMMUNIZIEREN –  
WIE DAS STRUCTOGRAM® VERTRIEB UND  
TEAMDYNAMIK STÄRKT**



**K E N S I N G T O N**®  
Finest Properties International



**NICOLE KISTNER**  
**HEAD OF ACADEMY DACH**

KENSINGTON Deutschland



**K E N S I N G T O N**®

Finest Properties International

**WIE GUT IST DAS  
VERTRAUEN IN  
UNSERE BERUFSGRUPPE  
DER MAKLER ?**



# SCHAUEN WIR GENAUER HIN ...

Die IMMOBILIEN ZEITUNG

2008

## Imageranking

rund 1700 Befragte:

Die Vermittler von Wohnraum landeten unter den eigenen Reihen mit weitem Abstand auf dem **letzten Platz.**

SPRENGNETTER

Q4 / 2024

Quote von Immobilien, die mit Beteiligung eines professionellen Immobilienmaklers vermittelt wurden: **57,4 %**

**Schlechtester Wert seit**

**Q1 / 2022!**

# WAS IST UNSEREN KUNDEN WICHTIG?

Quelle: YouGov Umfrage 2023 & Forsa-Umfrage Haufe



**Transparenz**



**persönlicher  
Eindruck**



**effiziente  
Prozesse**



**professionelle  
Beratung**



**WIE GEWINNT  
MAN MENSCHEN?**

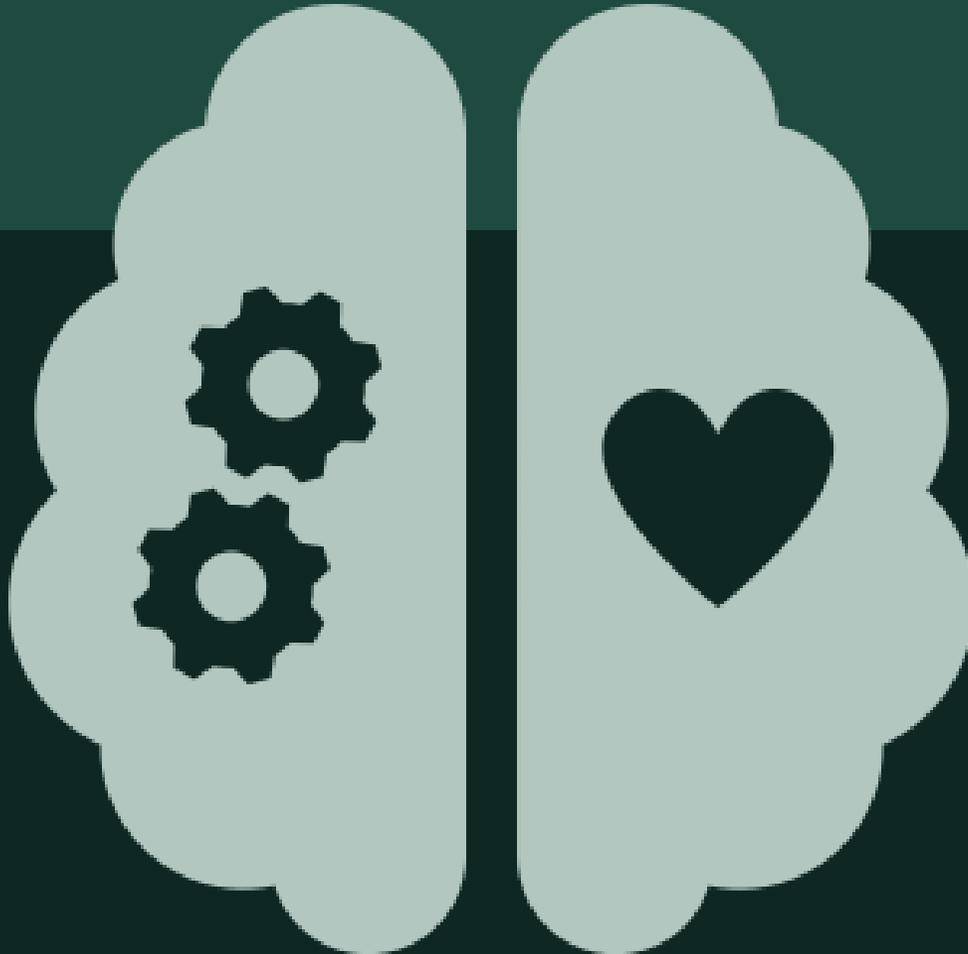
**UND WER SIND  
DIE MENSCHEN  
ÜBERHAUPT?**

**GIBT ES EIN  
GEHEIMREZEPT?**



# VERHALTENSÖKONOMIE

= Menschliches Verhalten in ökonomischen Entscheidungssituationen verstehen



Aus der Verhaltensökonomie ist bekannt, dass Leute, wenn sie die Wahl haben, in den meisten Fällen die vorgegebene Grundeinstellung wählen.

(Daniel Kahneman)

[gutezitate.com](http://gutezitate.com)

# Sonderangebot!

**NUR  
HEUTE!**

3 Stück nur  
€ 1,99

1 Stück € 0,59

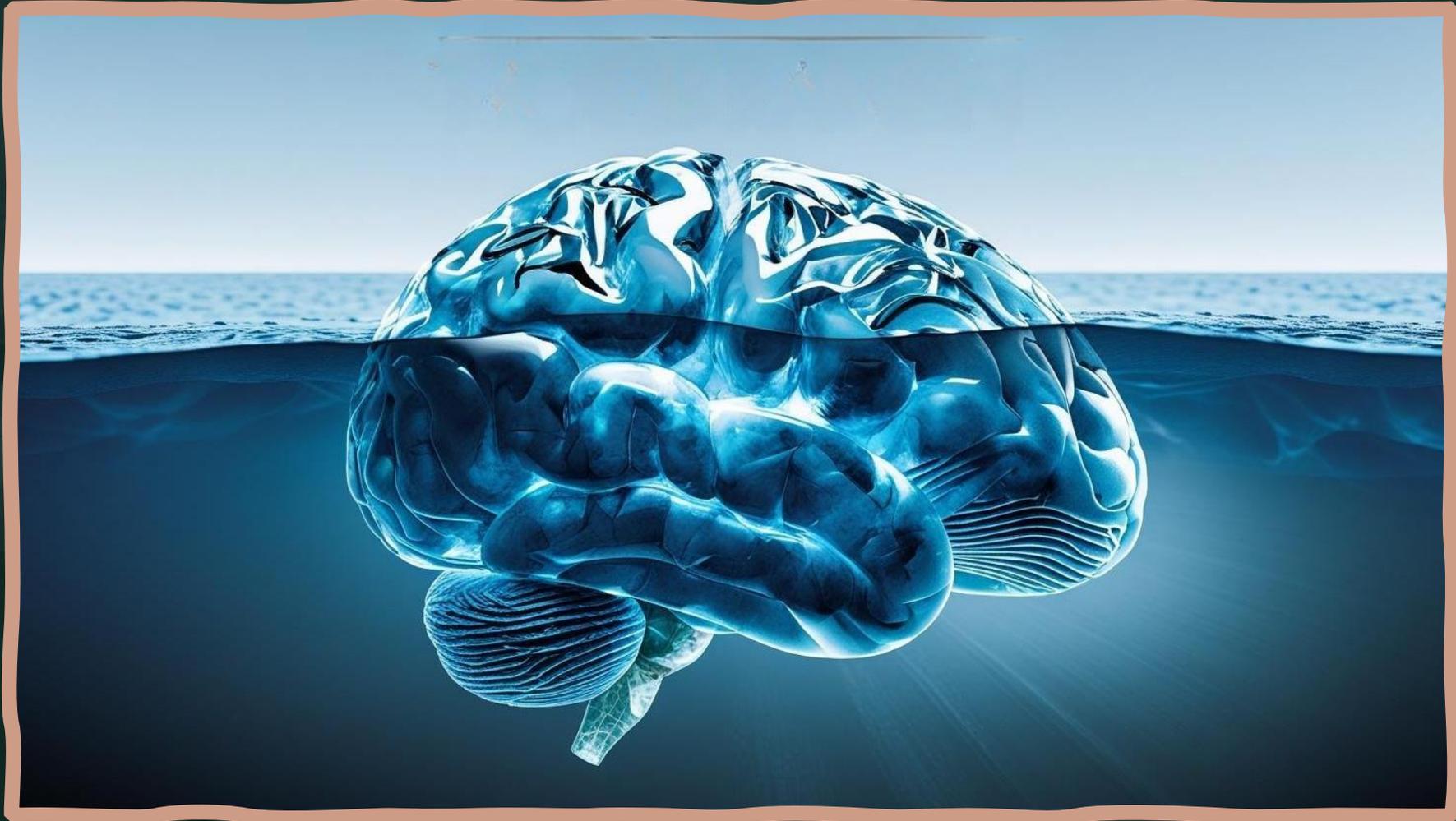
# HEURISTIKEN

sind das „Problem“ ...

Kognitive Verzerrungen sind systematische Denkfehler, die das menschliche Urteilsvermögen **beeinflussen** und oft zu **irrationalen Entscheidungen** führen. Diese Verzerrungen entstehen durch **vereinfachte Denkmuster**, sogenannte Heuristiken, die unser Gehirn verwendet, um **komplexe Informationen schnell zu verarbeiten**.

Entscheidungen werden von eigenen persönlichen **Vorlieben, Emotionen** oder **Überzeugungen** beeinflusst.

Menschen sind vernunftbegabt aber  
verhalten sich oft nicht vernünftig.



# MURMELGRUPPEN

Stecken Sie die Köpfe zusammen...

Was passiert unter der Wasseroberfläche?

Was bestimmt unser Verhalten?

Ist das tagesformabhängig?

Glauben wir, dass es ein Muster gibt?





*Wir erinnern uns ....*

**TYPGERECHT KOMMUNIZIEREN –  
WIE DAS STRUCTOGRAM® VERTRIEB UND  
TEAMDYNAMIK STÄRKT**



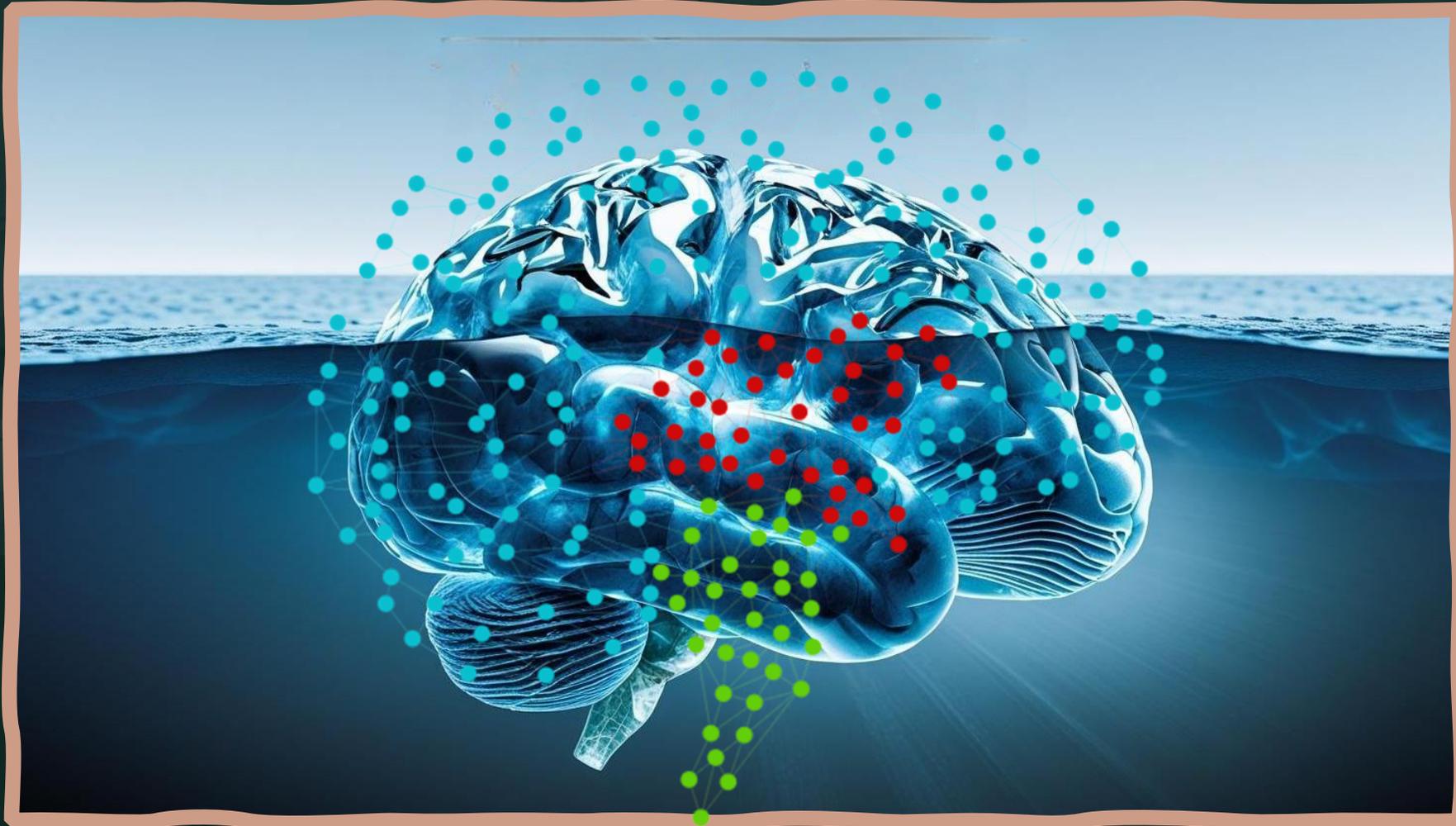
**K E N S I N G T O N**®

Finest Properties International



Erfolg im Kopf

# Das dreieinige Gehirn





# ROT DOMINANTE

Menschen

- **dominant, durchsetzungsstark**
- zielorientiert
- entscheidend
- direkt
- wettbewerbsorientiert

# GRÜN DOMINANTE

Menschen

□ **harmonisch, unterstützend**

- hilfsbereit
- geduldig
- loyal
- teamorientiert



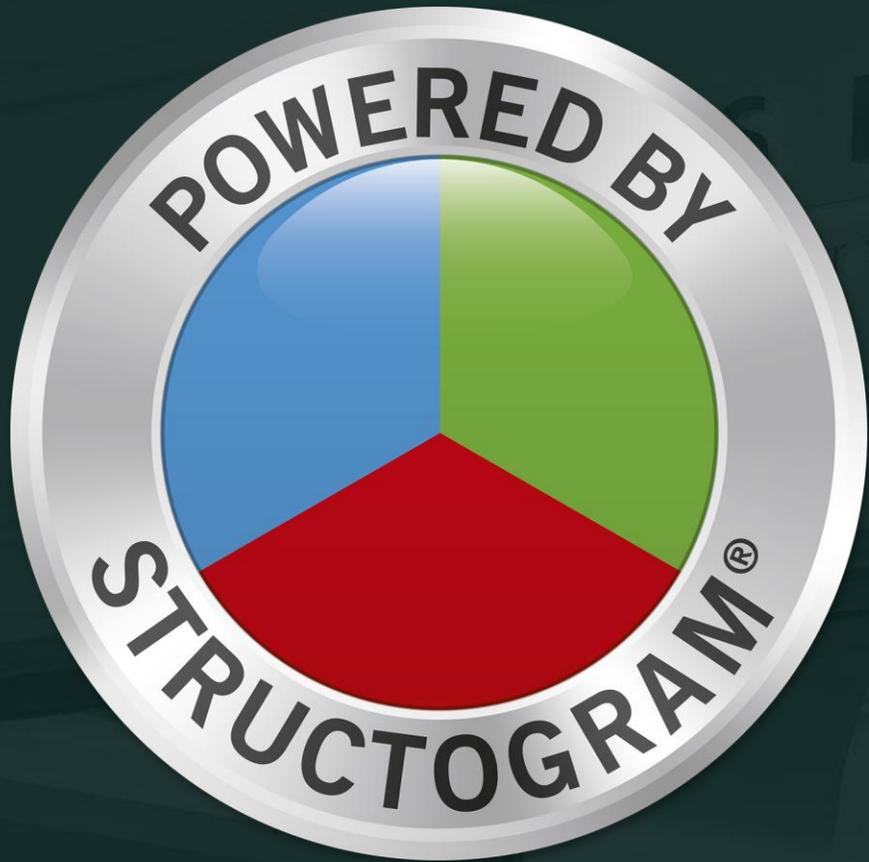
# BLAU DOMINANTE

Menschen



- **analytisch, korrekt**

- detailverliebt
- strukturiert
- regelorientiert
- vorsichtig



STRUCTOGRAM®

IN DER KENSINGTON  
ACADEMY

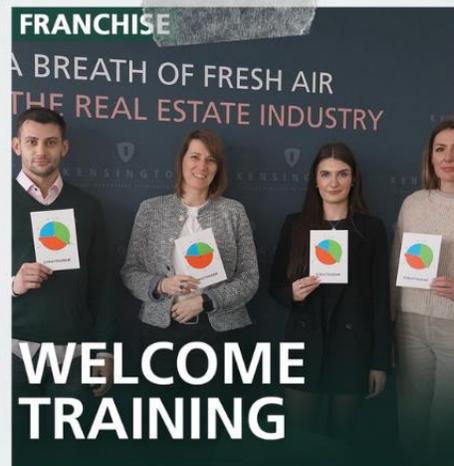


**KENSINGTON®**

Finest Properties International

**UM DAS BESTE AUS UNS  
HERAUSZUHOLEN, MÜSSEN  
WIR ERSTMAL WISSEN  
WAS IN UNS STECKT**

# FESTER TEIL DES ON BOARDING TRAINING



# DARÜBER GELINGT UNS

Klarheit über eigene Stärken

Bedarfsgerechte Kommunikation

Bio-Struktur bei anderen erkennen

Schneller Vertrauensaufbau

Stärken gezielt nutzen

Zielführende Argumentationen

Besseres Miteinander

“bessere Menschen werden “ 



# STATEMENT!

„Das Structogramm-Training – ein echter Mehrwert, sowohl als Makler als auch in meiner Rolle als Geschäftsführer.

Durch das Wissen aus dem Training kann man sein Gegenüber schon in den ersten Minuten besser einordnen – ein klarer taktischer Vorteil, ob im Kundengespräch oder in Verhandlungen. Man erkennt schnell, worauf das Gegenüber Wert legt: Empathie und Beziehung oder lieber Zahlen, Daten, Fakten.

Dieses Verständnis verschafft nicht nur einen Wissensvorsprung, sondern macht jedes Gespräch effektiver und zielführender. “

**GUTE ZWISCHENMENSCHLICHE  
BEZIEHUNGEN –  
DAS WIRD IMMER WERTVOLLER  
WERDEN!**



# DIE AKTUELLE SITUATION

**Christian Sauerborn**, Chefanalyst bei **Sprengnetter**, fasst zusammen:

„Die aktuelle Entwicklung zeigt, dass Makler ihre Mehrwerte noch klarer nach außen tragen müssen. Wer die Markenbekanntheit steigert und seinen Kunden **echten Mehrwert** bietet, wird nicht nur bestehen, sondern gestärkt aus dieser Phase hervorgehen. Es ist Zeit, aktiv zu werden! Denn die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Es ist jetzt an der Zeit, die eigene Expertise ins Rampenlicht zu rücken und **Kunden zu zeigen, warum sie mit einem Makler an ihrer Seite besser fahren.**“

**VIELEN DANK FÜR  
IHRE AUFMERKSAMKEIT**

Kontakt Daten



**K E N S I N G T O N**®  
Finest Properties International

