

edn ESCUELA
DE NEGOCIOS



**MÁSTER CLASS:
“ESTRATEGIAS DE MARKETING Y
NEGOCIACIÓN CON COMPRADORES”**

info@escuela-aefi.com

1

¿Qué nos espera 2016?

- Un buen momento para la obra nueva
- La inestabilidad política no ayuda
- Actualmente hay 10 propiedades por cada comprador
- Brecha entre el precio captado y vendido del 20%. Asociación AINA 5,37%
- 400.000 viviendas vendidas en el 2015
- Previsión de 460.000 para el 2016
- Será el año de la tecnología.

2

Para dominar algo, hacen falta 10.000 horas de práctica

Más importante que el cociente intelectual es el cociente AGALLAS
(Mario Alonso Pulg)



3

**CONVERTIR
COMPRADORES**

EN CLIENTES
El secreto es identificar
**el gran
porqué**
de los compradores



4

¿Cómo conseguir compradores para tus propiedades?

- ¿Son buenas las fotos que haces?
- ¿Utilizas los tópicos luminoso, "coqueto", "ideal para parejas" "acogedor piso"?
- ¿Tienes un buen precio en tus propiedades?
- ¿Están bien presentadas tus casas al enseñarlas?
- ¿Sabes cerrar una venta?
- Media de visitas necesarias con compradores /VTA
- **¿Por qué te contratarías a ti mismo/a?**



5

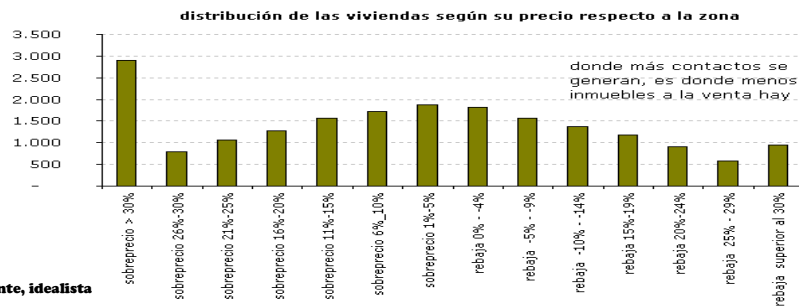
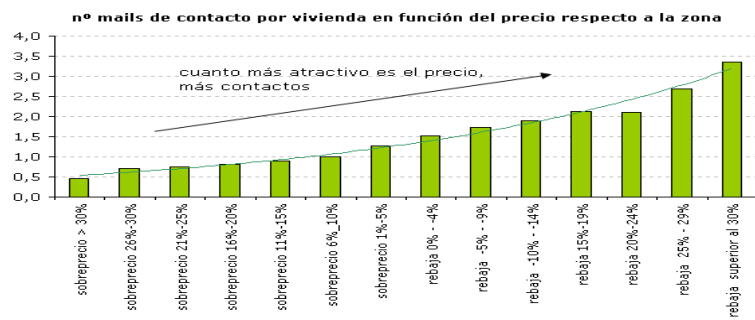


5.000 buzones por Asesor????

6

Prepárate tu presentación, Dossier

- ¿Por qué eres asesor inmobiliario?
- ¿Por qué deberían trabajar contigo?
- ¿Qué haces mejor que otros?
- ¿Qué proceso vas a seguir?
- ¿Qué riesgos existen y como...
- Tres razones para comprar en Sevilla
- Puedes suministrar referencias



Fuente, idealista

8

Medios



9

Al principio y al final....



- Llamadas "a puerta fría"
Trabajo en zona
Llamadas por anuncios
Llamadas por carteles
Open HOUSE
Cliente en la oficina.
Referidos.
Recomendación Personal
- **El 56% de los clientes....**



10

Carteles en ZONA



11

Estimados Señores:



Habiéndose presentado una **demanda** de compra en nuestra oficina solicitándose un **inmueble en su zona**, me dirijo a Ustedes para que, en el caso de que tengan intención de **vender** el suyo, se pongan en contacto conmigo para poder gestionar la venta del mismo.

Mi nombre es **Ignacio Castillo** y soy Asesor Inmobiliario de LOOK& FIND de la zona en la que ustedes residen.

Agradeciéndoles de antemano la atención prestada y, esperando que esta carta haya sido de su interés, ruego se póngase en contacto conmigo en el teléfono 91 400 87 73

Aprovecho la ocasión para saludarles muy atentamente.

IGNACIO CASTILLO

12

INTERNET

Más tiempo en la Respuesta + Perdida de clientes.

Se está incrementando el número de agencias buscando contactos
400 agencias nuevas mes.



Contestar 5 minutos

—————→ HACER CITA
Cara a cara

¿Qué les interesa a los compradores de tu pagina web?

- Este punto puede resumirse con el clásico “más vale una imagen...”. Las fotografías es lo que los clientes valoran más en un anuncio de venta de una vivienda. Las fotos son el elemento más valorado por el 83% de los compradores, seguido de la información detallada acerca de las cualidades, equipamientos de la vivienda, zona (79%), tours virtuales (43%), mapas interactivos (40%) e información de **CONTACTO** de los agentes inmobiliarios (39%)

14

E-MAIL

Sólo tienes tres segundos para mantener la atención. Las personas sólo se fijan en lo que les atrae.



15

E-MAIL

- **LA MEZCLA PONDERADA**

- LA LISTA → 40%
- TUS SERVICIOS → 30%
- LA CREATIVIDAD → 20%
- LA SUERTE → 10%



16



1.- Primer párrafo no hablar de nosotros, **demos un beneficio importante al cliente.**

2.- El cliente tiene la posibilidad de satisfacer una necesidad

17



3.- En el tercer párrafo sin contar demasiados secretos, explicar **porque podemos dar el beneficio. EMPRESA**

4.- Decir a la gente lo que queremos que haga (**pasar a la acción**), por ejemplo que nos reciba, que llame a un teléfono.

FIRMA

POSDATA: Ante el problema/ Solución/ Punto de Contacto.

18

“Vende tu piso” para la captura de propietario; (página de aterrizaje)

VENDE TU PISO EN PUENTE VALLECAS

¿NO ESTÁS SEGURO DE VENDER EN ESTE MOMENTO?

¿Tienes dudas sobre?:

- ¿La Plusvalía?
- ¿Los costes de venta?
- ¿La cancelación de la hipoteca?
- ¿Los trámites con Hacienda?
- ¿Cómo gestionar un piso en herencia?

SOLICITA UNA VALORACIÓN PROFESIONAL DE TU PISO

Nombre

Email

Teléfono

Datos de la vivienda

Ubicación, estado, superficie, habitaciones.

Consigue vender tu piso

Te informamos para que no tengas ninguna duda.
Te aseguramos para vender tu piso en Vallecas al mejor precio, en el menor tiempo.

19

Los clientes quieren tratar con personas

Amparo García

¿Cuál es mi misión?
Ayudar con rigor a ser la persona que vende o compra el mejor inmueble a su medida.
Gracias por haber dedicado parte de su tiempo a leer sobre mí. ¿Qué opinamos de mí? ☺☺☺

Recomendaciones de Clientes

Atención al cliente: ★★★★★

Honestidad e integridad: ★★★★★

Responsabilidad: ★★★★★

Conocimiento local: ★★★★★

Negociación: ★★★★★

Experiencia del proceso: ★★★★★

Cliente: Pedro González Calvado Fecha: 19/11/2014

Especialista en
Estrategia de venta

Playlist de Amparo García
¿Cómo se vende un piso? ¿Cómo se compra un piso?

20

Teléfono

- ¿Cuál es la probabilidad de que un cliente compre la casa por la que ha llamado? Nuestros datos indican una probabilidad de **1 en 400**.
- El objetivo de la llamada para el asesor debe ser conseguir un nombre, NO VENDER ESA PROPIEDAD, una cita cara-cara e introducirlo en tu base de datos. **Nuestra motivación en este punto es calificar, no es vender.** Si no eres rápido en la respuesta pierdes clientes el número de competidores aumenta



21

Formas de demandas

- E- Mail.
- Teléfono.
- Visita a la oficina.
- Web



SOLO LOS 
 PECES MUERTOS
 SIGUEN LA
 CORRIENTE 

22

Infografías- Canva



23

Algunos datos interesantes

¿Qué desean los compradores de una casa?

Evidentemente que se les encuentre la casa más adecuada a su estilo de vida y la negociación del precio de la vivienda.

Las funciones principales de un agente son:

- **1.- Enseñarle sobre el mercado**
 - **2- Analizar sus deseos y necesidades**
 - **3- Guiarle a propiedades que satisfagan su criterios**
 - **4- Coordinar el trabajo con otros agentes.**
 - **5- Negociar en su nombre**
 - **6- Controlar y verificar los documentos y los plazos**
 - **7- Solucionar los problemas que puedan surgir**
- **El propietario debe entender la dificultad que tiene VENDER su casa. 37 visitas de compradores de media. Si no trabaja con un agente**

24

¿Qué desean los compradores de una casa?

Evidentemente que se les encuentre la casa más adecuada a su estilo de vida y la negociación del PRECIO de la vivienda.

LAS 7 PREGUNTAS QUE ABREN PUERTAS

25

NEGOCIACIÓN COMPRADORES



hay una persona.
Detrás de cada venta
"No confundir lo urgente con lo importante.."

26

Tienes 7 segundos

La gente quiere trabajar con Asesores que tengan éxito.



27

Detectar intención de Compra= ÉXITO, Tienes 7 segundos.

| <u>DINERO MONETARIO</u> | <u>NECESIDAD MOTIVACIÓN</u> | <u>REALISMO MODERACIÓN</u> | <u>REALISMO VTA.</u> |
|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|
| NO | SI | SI | 0 |
| SI | NO | SI | 0 |
| SI | SI | NO | 0 |
| SI | SI | SI | \$ |

28

Categorías de Compradores

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------|
| • Compra dentro de 1 mes | → | • Contactar a diario |
| • Compra dentro de 3 meses | → | • Contactar a la semana |
| • Compra de 4/ 24 meses | → | • Seguimiento |

29

Debe exponerse en la captación

- Un comprador en 90 segundos se hace una idea si va a seguir o no con la compra de una casa.
- El 85% de los compradores hacen una selección por internet.
- Una buena puesta en escena de la vivienda divide en dos el plazo de venta.
- En EEUU, 80% de los agentes recomienda..
- Los compradores preseleccionan con objetivos racionales pero compran con el corazón.
- El 70% de los que compran una casa ceden en algún aspecto sobre sus deseos



30

Atención a las Señales de Compra...

- Los nervios del cliente.
- Tocar y sentir mucho.
- Amueblar mentalmente.
- Pedirse la opinión uno al otro.
- Preguntar sobre la lavadora y la secadora...
- Retrasar la salida de la casa. Pregúntales si quieren dar otra vuelta por sí mismos.
- Comentar pequeñas objeciones...
- Cuál es el siguiente paso...

31



El primer movimiento del ASESOR

- La primera jugada condiciona la partida.
- **Una oferta muy generosa** acorta el terreno de juego.
- **La credibilidad. (datos)**
- Existe el miedo al rechazo. Los vendedores hacen grandes concesiones al principio. Bjorn Borg...
- No es sólo por casualidad por lo que los buenos negociadores escuchan.

32



El primer movimiento de la parte vendedora

- Si el indicio de compra es sobre el precio, no comenzar rebajando el precio. Preguntar si la casa les satisface...
- Ofrece el precio con beneficios y silencio...
- Tu responsabilidad es conseguir el precio más alto posible por el inmueble.
- El informe de valor de mercado es la mejor herramienta para argumentar. No hables de ofertas

33



El primer movimiento de la parte vendedora

Yo muevo, Tú mueves.

Sin conocer de manera explícita el primer movimiento....

Los compradores que están bien entrenados permanecen mudos.

- En el 80% de los casos el vendedor no soporta ese silencio y habla de nuevo.
- El comprador ya ha tomado una situación de ventaja.
- Una presa ideal.....

34

Cierra Siempre

Preguntarle al cliente comprador, en cada casa que vea con nosotros: "le gustaría hacer una oferta por esta casa?"... ¿No? ¿Porqué? Verá es que me gustaría saber qué es lo que busca y de esta manera...

A la cuarta vez ya llegará un momento que se reirá y se adelantará... "no, tampoco quiero hacer una oferta por esta casa..." ¿por qué? jajaja
Y a lo mejor a la quinta te dice "¿sabes qué? me gustaría hacer una oferta por esta casa".



35

Las objeciones: cómo tratarlas



- Son una señal de que el comprador está interesado. Siempre que se realice bien la calificación.
- Reconozca, aisle, pregunte, confeste.
- Pregunte "¿por qué?"

36

Concertar la cita

- Mejor que la cita la realice otra persona para ti, la secretaria, un compañero...
- Mejor en *tu oficina*...
- Si va estar otra persona, uno puede " Subir al balcón"...
- **Revisa la oferta y determina** cómo cada uno de los asuntos satisface sus deseos...Ej: Tiempo en la entrega de la casa.
 - El captador presenta.


37

La presentación

- Hazles sentirse que estás preocupado por ellos.
- Beneficios para el vendedor de inmueble.
- **Toma el control**, siéntate de forma que los veas a todos.
- Usa material: **EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS**
- Personaliza a los compradores.
- Infórmales que los compradores **han visto**...
- **Primero los asuntos pequeños...**
- Si quieres que él lo escuche, comience por...
- No revele sus límites de tiempo.

38

Ejemplo



- Comenzar reconociendo. Aplicar la técnica del "resumen de beneficios" que consiste en preguntar al cliente: **¿Cuáles son los aspectos que más le benefician de ese inmueble?** Y según los vaya enumerando, los escribimos en una lista delante de él, añadir al final alguna ventaja más importante.
- A continuación le preguntamos muy despacio y con extrañeza: **¿Y esta Ud. Dispuesto a perder todos los benéficos que le ofrece esta CASA sólo por esta desventaja?...SILENCIO**

39

Construye Relaciones de Largo Plazo



40

Haz lo que otros no harán y lo que el cliente no espera

- **Estimado Francisco**



Gracias por permitir al equipo AEFI serle de utilidad en con motivo la compra de su nueva casa en Málaga. Ha sido un auténtico placer tratar con ud como cliente. Espero que disfrutes de muchos años felices en tu nueva vivienda y en nuestra ciudad

No hay nada más importante en mi carrera profesional las recomendaciones que recibo de anteriores clientes como UD. Si alguno de sus parientes o conocidos necesitan ayuda en el futuro en cualquier asunto relacionado con el sector inmobiliario, recuerde que estoy aquí para ayudar. Puedes estar seguro que cualquier persona va a ser tratado de formal profesional, con dignidad, respeto y sin compromiso alguno por su parte ! Mi deseo es que ellos queden también satisfechos con mi trabajo y me recomienden a otros igualmente.

Muchas gracias de nuevo, Francisco, por llamarnos a mí y a mi equipo para ayudarte.

Mis mejores deseos,

- TU ESPECIALISTA INMOBILIARIO RESIDENCIAL EN MÁLAGA

41

<http://escueladenegociosedn.com/>



42