

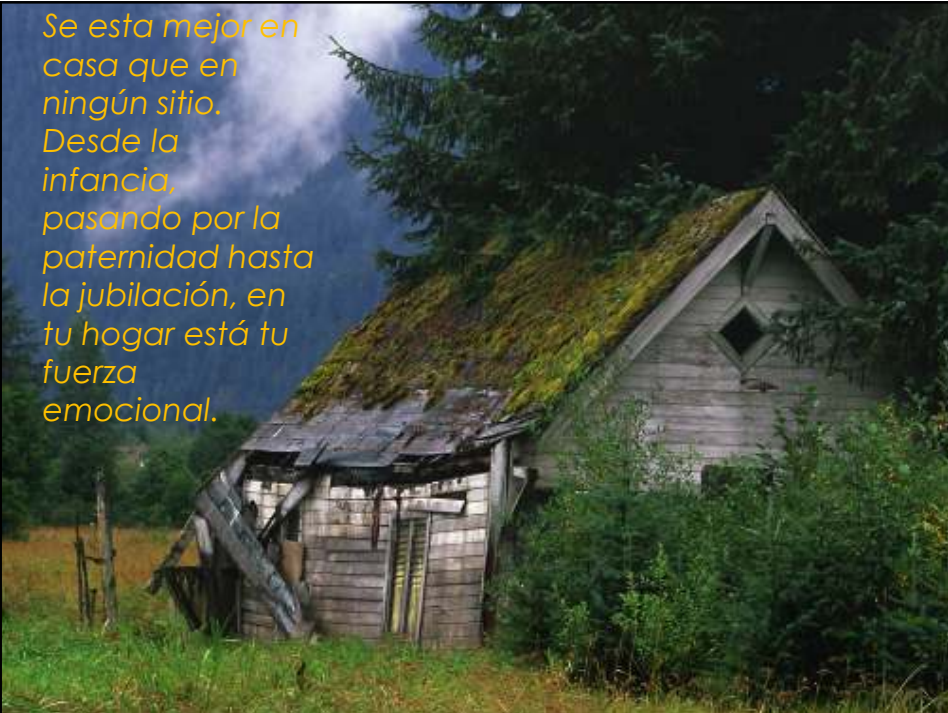
edn ESCUELA DE NEGOCIOS www.escueladenegociosedn.com

¿Por qué te contratarías a ti mismo/a?



info@escueladenegociosedn.com 1

Se esta mejor en casa que en ningún sitio. Desde la infancia, pasando por la paternidad hasta la jubilación, en tu hogar está tu fuerza emocional.



¿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
- **¿Tienes un número óptimo de propiedades en exclusiva para presentar?**

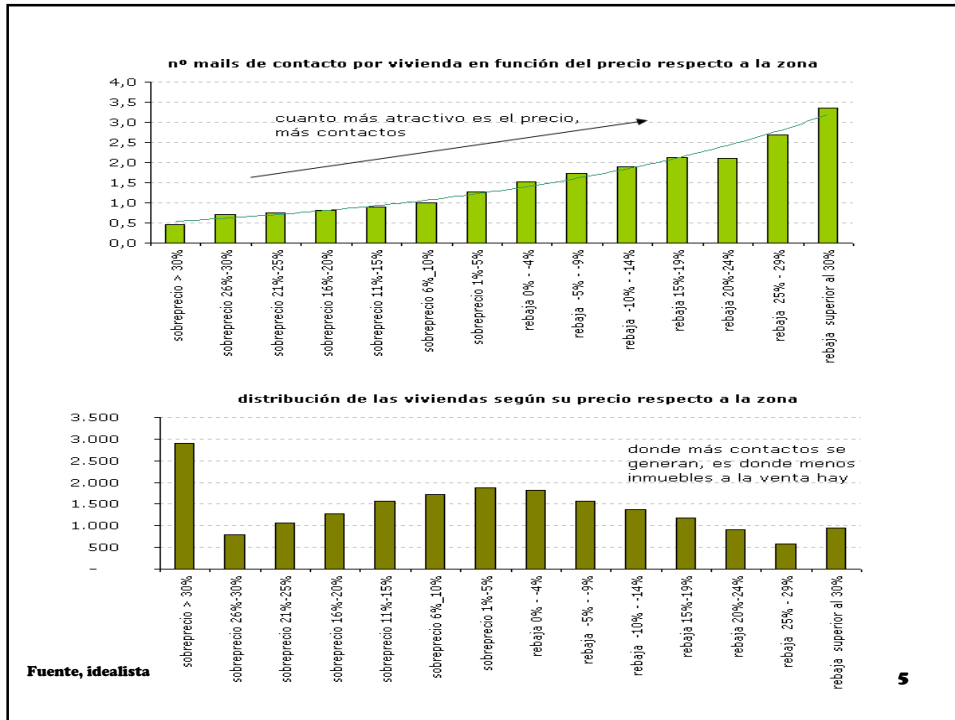
3

Convertir Compradores en Clientes



- ¿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 BADAJOZ
- Puedes suministrar referencias





5

DEBEMOS ESTAR DONDE ESTA GENTE

Medios



La clave está en:
Insistir-Resistir-Persistir
pero Nunca Desistir!!!





6

Cómo encontrar Compradores



- Trabajo en zona
- Llamadas por anuncios
- Carteles funcionan 24 h
- Open HOUSE
- Web enfocada a Compradores.
- Buzoneo enfocado a compradores**
- Recomendación Personal**
- **El 56% de los clientes....**



7

Según otro estudio de la NAR, el 70% de los clientes olvidan en un año el nombre del agente inmobiliario

8

Puedes ser El Corte Ingles de tu calle



5000 buzones por comercial, 263 edificios- 100 viviendas se van a vender

9

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.

Aprovecho la ocasión para saludarles muy atentamente.

IGNACIO CASTILLO

Póngase en contacto conmigo en el teléfono 91 400 87 73

10

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**
Cará a cara



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%)

Una buena historia vale...

- <http://www.idealista.com/news/especiales/reportajes/2016/04/22/741853-residencial-puerto-de-la-luz-la-cooperativa-de-mayores-que-logro-salir-de-la-quebra>



13

REDES SOCIALES

- 1.- Twitter: te posiciona en Google. Simplemente con imágenes dices lo que haces.
- 2.- Facebook: No es para proyectar inmuebles sino para proyectar qué tipo de persona eres.
- 3.- LinkedIn: Promociones profesionales.
- 4.- Periscope: conexión en directo a través de una aplicación. Ejemplo: enseñar en aquel mismo momento un piso a clientes interesados y además los clientes pueden hacerte preguntas y tú responderlas.



14

REDES SOCIALES

- 5.- Google +: publicar cosas que nos gusten.
- 6.- Instagram: es explicar cómo es el mundo al mundo en fotografías.
- 7.- Youtube: colgar en Youtube eventos como: Open House y así ver todo desde otra perspectiva.
- 8.- Blog.
- 9.- Affair Real Estate Home: posiciona inmuebles gratuitamente de toda España.

15

E-MAIL

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



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

Los clientes quieren tratar con personas

Amparo García

¿Cuál es el secreto? Sufrir los rigores de la profesión para convertirse en un profesional exitoso y una líder.

Gracias por haber dedicado parte de su tiempo a leer esto. Pa saludos. ¿Qué opinas de la profesión?

Recomendaciones de Clientes

Recomendación de: **José María**

Honestidad e integridad ★★★★★

Responsabilidad ★★★★★

Conocimiento sobre ★★★★★

Negociación ★★★★★

Organización del proceso ★★★★★

Cliente: **Pedro González Gallardo** Fecha: 19/11/2014

Especialista en

Ensayo de Bienes

Playlist de Amparo García

Una lista de videos seleccionados para ti. **Ver Playlist**

19

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



20

Formas de demandas

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



SOLO LOS
PECES MUERTOS
SIGUEN LA
CORRIENTE

21

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

22

¿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 SEGUNDOS QUE ABREN PUERTAS

23

NEGOCIACIÓN COMPRADORES



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

24

Proceso emocional

El 90% de la población (americana) se traslada de vivienda por razones que no quiere. Sólo el 10% lo hace por razones que quiere.



25

CONVERTIR COMPRADORES

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



26

No somos guías turísticos

- ¿Cuánto espacio necesita?, ¿Para qué?
- Siéntate con ellos con un plano
- ¿Qué es lo más importante ubicación o tamaño?
- ¿Qué servicios desea?
- Priorizar necesidades
- ¿Motivación y plazo de la compra?
- Primero necesidades, luego deseos...

27

Anote todo lo que desea su casa y su zona...

<u>DINERO</u> <u>MONETARIO</u>	<u>NECESIDAD</u> <u>MOTIVACIÓN</u>	<u>REALISMO</u> <u>MODERACIÓN</u>	<u>REALISMO</u> <u>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



Precio y valor no son la misma cosa

Esto se aplica tanto a las casa como a los profesionales que contrata

30

Seguimiento la clave

- ¿Qué seguimientos realizas?
- -WhatsApp, email, llamada telefónica, informarle de todo lo que vamos haciendo.



31

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



32

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...

33



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.

34



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

35



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.....

36

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".



37

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?"

38

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.

39

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.

40

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

41

Notaria

- detalles: bombones, llavero, botella de vino, foto del día que se han hecho las arras... para el comprador: nota de felicitación en la casa acompañada de una libreta y un bolígrafo, ponerles caramelos, dejarles una botella de vino con dos copas para que lo celebren... Además dejarles una hoja de satisfacción.





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

44



NO SE CUÁL ES LA RECETA DEL ÉXITO,
PERO HUEVOS SEGURO LLEVA.

Y lo sabes

<http://escueladenegociosedn.com/>

45