



10 feluri prin care poți deveni un excelent consilier imobiliar :

1 Clientul tău. Amicul tău

Apropie-ți clientul și înțelege-l prin ce trece și ce-și dorește. Vinzi case, nu legume la aprozar. Vinzi cel mai de valoare lucru pe care-l cumpără un om de-a lungul vieții, nu mărunțișuri. În astfel de achiziții importante toată lumea preferă să aibă un consilier imobiliar cu empatie.

2 Cunoaște-ți clienții

Nu-ți trebuie o echipă întreagă de marketing să aplici conceptul de segmentare a pieței. Adevărul e că fiecare dintre noi suntem diferiți, ne dorim lucruri diferite și suntem în puncte diferite ale vieții. Din ce categorie face parte clientul tău? Familie de intelectuali cu venit mediu și copii de vârsta școlii? Cuplu tânăr proaspăt căsătorit fără un venit prea mare? Antreprenor de succes proaspăt îmbogățit? Văduvă pensionară?

3 Cunoaște-ți orașul

Care sunt cartierele la modă pentru fiecare tip de client? În ce zonă a orașului va aloca Primăria mai mulți bani pentru dezvoltare? E vreo zonă ieftină, fără fițe și fără maghernițe? Unde sunt școli primare bune? Unde sunt liceele bune? Cât de zgomotoasă e aglomerația? Sunt probleme cu stația de distribuție a agentului termic în zonă? Astfel de informații te fac consilier imobiliar de căutat!

4 Actualizează permanent propria listă de contacte

Trimite periodic clienților potențiali prin email sau poștă, fluturași cu informații despre evoluția zonelor de care sunt interesați: noi proiecte în renovare sau dezvoltare, noi magazine, bănci sau alte locuri interesante care se deschid în zonă, prețurile care se practică la vânzarea proprietăților, proprietățile care tocmai au apărut pe piață, etc. Trimite periodic foștilor clienți prin email sau poștă, fluturasi despre evoluția prețurilor în zonă și recomandări despre ce investiții ar putea face pentru a spori valoarea propriei proprietăți.

5 Practică business networking-ul

Crează-ți o rețea de parteneri în specialități conexe. O tranzacție imobiliară e o procedură complexă și clienții tăi au nevoie de consiliere și ghidare. Clienții îți vor cere opinia despre ce cadastrist, notar, avocat, bancă, specialist în credite ipotecare, specialist în amenajări interioare, etc să folosească. Crează-ți o rețea de parteneri în specialitatea ta. Când vine vorba de propria specialitate parteneriatul și competiția nu sunt decât două fețe ale aceleiași monede.

Menține o perspectivă constructivă asupra colaborării! Gândește-te la $1+1=3$ (întregul e mai puternic decât suma părților). Adică nu privi un alt specialist în branșa ta destructiv ca $1+1=0$, ci lucați împreună ca să aveți amândoi mai mulți clienți mulțumiți decât ați putea mulțumi fiecare în parte.



6 Promovează detaliile proprietății pe care o vinzi

„Apartament de 2 camere la etajul 7” nu spune mare lucru și nu diferențiază proprietatea clientului tău de multe alte proprietăți comparabile. Dar „apt. de 2 camere cu dormitor izolat de zgomotul străzii perfect pentru un nou născut. Apartamentul e la etajul 7 cu vedere frumoasă fără să vă curgă apa de ploaie în casă pentru că asociația locatarilor a investit în înlocuirea acoperișului de pe vremea blocurilor comuniste” atrage mult mai mult.

7 Crează un parteneriat de dedicare - exclusivitate cu proprietarul

Când lucrezi cu un particular la vânzarea unei locuințe existente dedică-te cu adevărat promovării proprietății lui. Fă poze profi, scoate la iveală detalii interesante despre locație și împrejurimi, promovează proprietatea în mod activ prin fluturași, anunțuri și alte metode de marketing direct. Arată-i dedicarea și te va răsplăti prin acordarea de exclusivitate.

8 Crează un parteneriat de promovare a brandului cu dezvoltatorul

În spatele fiecărui complex rezidențial este o poveste și un stil de viață. Imaginea promovată de dezvoltatori pentru fiecare proiect este parte integrantă din succesul acestuia pe piață. Învață povestea din spatele proiectului și vei fi competitiv în promovarea și vinderea proiectului față de cei mai buni oameni de vânzări din echipa dezvoltatorului. Avantajul tău? Ai relații directe și apropiate cu clienții din portofoliul tău. Dezvoltatorul nu beneficiază de o astfel de „intrare” la oamenii tăi.

9 Adună recomandări

Știi un dentist bun? Știi un zugrav meseriaș? Știi un service care să nu te păcălească? Când vine vorba de servicii, un procent covârșitor dintre clienți provine din recomandări. De ce nu și în imobiliare? Ai ajutat un client? Cere-i permisiunea să-l numești ca o referință sau să-i scoți în evidență situația ca o povestire de succes. Recomandările nu vin însă doar de la clienți. Pot veni la fel de bine și de la alți specialiști colegi și parteneri într-o tranzacție imobiliară. Culege cât mai multe!

10 Ești specialist, așa că folosește instrumente create pentru specialiști!

Orice tâmplar, zugrav, arhitect, inginer care se respectă se ajută de scule special create pentru profesioniști. Nu poți face o profesie din consilierea imobiliară folosindu-te numai de instrumente nespecializate. Folosește software specializat de gestiune a informațiilor despre proprietăți (Datalog) și despre clienți (Memolog sau CRM).

Crează materiale de marketing. Fă parte dintr-o comunitate de specialiști pentru a-ți îmbogăți permanent cunoștințele, pentru a deveni mai eficient și pentru a face mai mulți bani.



Succes!