

**ВСЕРОССИЙСКИЙ
ЖИЛИЩНЫЙ
КОНГРЕСС**

**8-12
АПРЕЛЯ**

SOCHI

КЛИЕНТ И РИЭЛТОР 2.0 ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОПОПОНИМАНИЯ



ИЗМЕНЕНИЯ В ПОВЕДЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЯ

1. Упала платежеспособность.
2. Решение о покупке жилья клиентом принимается дольше.
3. У клиентов больше страхов из-за кризиса в экономике.
4. Больше недоверия к агенту.
5. Клиент сегодня научился использовать возможности социальных медиа (рекомендации).
6. Избыток информации требует правильного подхода.

ТИПИЧНЫЕ ПРОЦЕССЫ ПО ДОГОВОРУ С СОБСТВЕННИКОМ

1. ПОДПИСАТЬ ЭКСКЛЮЗИВ С ОПЛАТОЙ ОТ СОБСТВЕННИКА
2. СОЗДАТЬ ПЛАН ПРОДАЖИ (МАРКЕТИНГОВЫЙ)
 - Собственник уже созрел к правильной цене, но еще не начал доверять риэлтору,
 - Если есть доверие к риэлтору, но нет привлекательной цены.
3. ПРОЗВОНИТЬ БАЗУ СПРОСА.
4. ОПОВЕСТИТЬ ПАРТНЕРОВ.
5. ПРОВЕСТИ ПОКАЗЫ.
6. ПОЛУЧИТЬ ОФЕРТЫ
7. ПРОВЕСТИ ПЕРЕГОВОРЫ.
8. ОФОРМИТЬ СДЕЛКУ. ПОЛУЧИТЬ ГОНОРАР.

Когда подал объект в рекламу... и ждешь звонка



ЧТО БУДЕТ, ЕСЛИ АЛГОРИТМ ВЫПОЛНИТ САМ СОБСТВЕННИК?

ПОДПИСАН ЭКСКЛЮЗИВ С СОБСТВЕННИКОМ

Услуга осталась той же, что и до эксклюзива.

Процессы остались те же.

То же самое делают конкуренты, другие риэлторы.

То же самое делает клиент, если решает самостоятельно продать свою недвижимость.

Если делаешь то же, что и клиент- результат будет тот же самый.

Комиссионные нужно платить за ту работу, которую клиент, в принципе, выполнить не сможет. Нет квалификации, нет инструментов, которые дают эффективные возможности для реализации нежвижимости.

**Главный твой конкурент находится по
другую сторону прилавка - это твой клиент.**

Г. Беквит

КТО КЛИЕНТ?

1. На любом рынке есть много субъектов. Продавцов, которые хотят продать свою недвижимость, и покупателей, которые хотят купить недвижимость.

2. Не все субъекты готовы сразу реализовать свои задачи, проходят стадии созревания.

В итоге - потенциальных клиентов много, но не все из них готовы к сделке сегодня.

ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА РИЭЛТОРА

Клиенты риелтора – это не весь рынок.

Клиент, это тот, кто уже принял решение мне за работу платить. В идеале – только мне. Т.е. готов выбрать меня в качестве эксклюзивного подрядчика.

4. Задача риелтора – помочь **ВЫБРАТЬ** на рынке:
покупателю – лучшую квартиру/дом (характеристика цена/качество).
собственнику – лучшего покупателя (у которого сумма побольше и сроки расчета быстрее).

АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ

Менеджеры самостоятельно ищут клиентов

Инициация контакта: звонок, письмо, чат

Разговор по скрипту

Теплые касания

**Когда звонишь по украденной в МТС базе...
и ищешь лицо, принимающее решение**



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ. ГДЕ ВЗЯТЬ ЛИДЫ?



ОСОЗНАННОСТЬ И ДИСЦИПЛИНА

**ЧЕТКО ПО ПРАВИЛАМ ДЕЛАТЬ НУЖНОЕ
КОЛИЧЕСТВО ПОВТОРЕНИЙ:**

- Позвоните мне!
- Договорились, я позвоню в 14:00!

14:00 – звонок



ХОРОШИЙ СКРИПТ – КАКОЙ ОН?

КОНКРЕТНЫЙ СЦЕНАРИЙ, РАЗРАБОТАННЫЙ ПОД
НУЖДЫ КОМПАНИИ

1

Выявляются проблемы

Систематизируется успешный опыт

Применяется психология и техника
активных продаж

2

Отбираем и дорабатываем самые
эффективные модели

ЦЕЛИ ПРИ ПЕРВОМ ЗВОНКЕ

У агентства: договориться о просмотре или встрече в офисе

У застройщика: назначить встречу или дату экскурсии на объект



При встрече: четкая договоренность о следующем шаге

ЧТО ДЕЛАЕТ СКРИПТ?



Разбивает продажу на этапы



Автоматизирует взаимодействие с клиентом



Помогает управлять эмоциями клиента, выявляя истинные потребности



Позволяет быстрее начать работу

ПОЧЕМУ СКРИПТОВ БОЯТСЯ?



Стандартизация разговора



Типовые вопросы клиента



Типовые ответы сотрудника

ВОЗРАЖЕНИЯ



Продажи – это искусство



Люди не роботы



Каждый клиент индивидуален

ВОЛШЕБНЫЙ ЦИКЛ СДЕЛКИ





Романенко
Екатерина Владимировна
Президент ГК «Экотон»



Президент Ассоциации Риэлторов 2008 – 2009 гг.

Председатель Правления СПН 2010 г.

Член Попечительского Совета АРСР

Премия КАИССА «Представителю бизнеса за личный вклад в развитие рынка недвижимости, 2017 г.

Награда «Доверие Потребителя» за личный вклад в развитие рынка недвижимости Санкт-Петербурга, 2017 г.



**СПАСИБО ЗА
ПРОСМОТР!**

+7 (812) 670-0-670

экотон.рф