

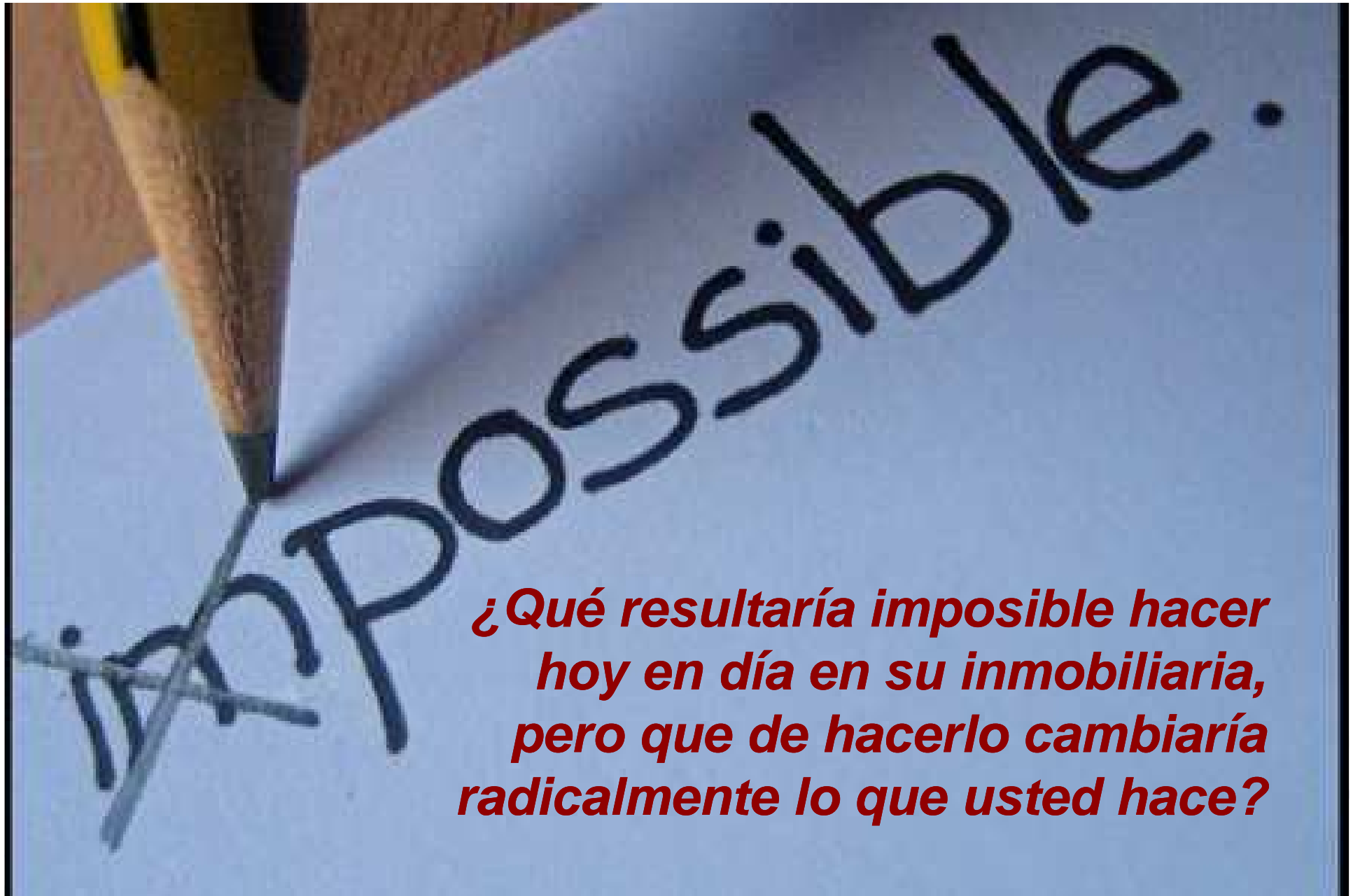
Ventas Exitosas en Latinoamérica

*Ideas y orientaciones para
el desarrollo y el crecimiento*

***Presentación de
Alfredo López Salteri***

Para ver esta película, debe
disponer de QuickTime™ y de
un descompresor TIFF (sin comprimir).

En tiempos de cambios, resulta importante hacerse esta pregunta



¿Qué resultaría imposible hacer hoy en día en su inmobiliaria, pero que de hacerlo cambiaría radicalmente lo que usted hace?

**Cualquier acción exitosa en la venta
empieza con una idea en la mente**



Piense, por favor...

**que está usted haciendo que no le
permite obtener lo que quisiera lograr**



Situaciones al trabajar con compradores

SERVICIO

Incorrecta o inadecuada atención telefónica

Incorrecto manejo del proceso de la venta

Falta de una clara calificación del comprador

Promesas de búsqueda de propiedades incumplidas

Salir a pasear a los compradores

No conocer las propiedades antes de salir a mostrarlas

Se muestran de manera incorrecta las propiedades

Guardias poco efectivas

Presionar a los compradores





¿Qué hacen sus vendedores cuando atienden una llamada telefónica por un aviso o cartel?.

¿Cómo atienden el llamado?
¿Qué hacen, qué dicen?
¿Qué están logrando?
¿Qué efectividad tienen?



¿Está usted como vendedor o como dueño de la inmobiliaria conforme con los logros que se obtienen?



PIENSE QUE ...

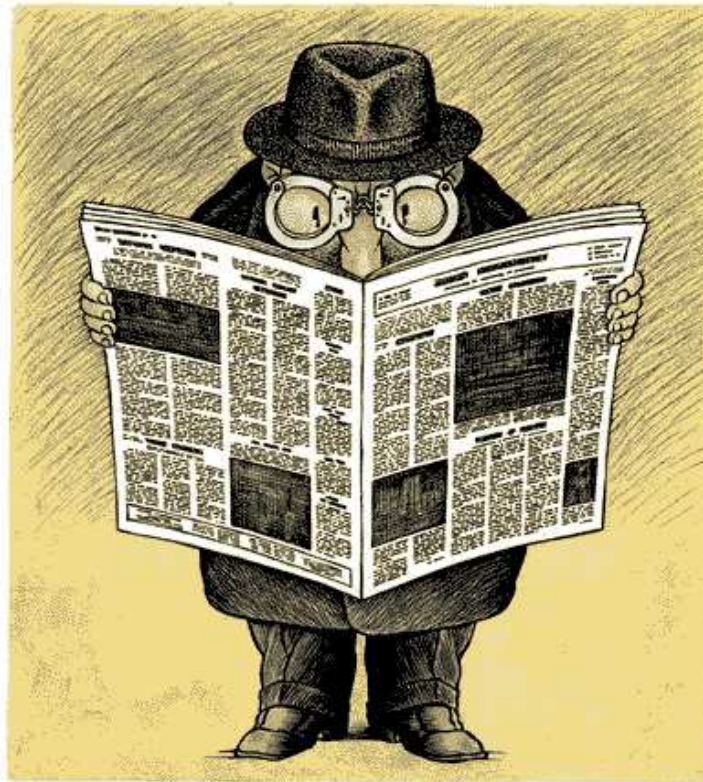
**La comunicación telefónica
con el potencial comprador es
en general similar a la de esta
imagen ...**

pende de un hilo.

**De allí la necesidad de mejorar
las habilidades en la atención
telefónica de los llamados por
avisos.**



¿Cómo es el comportamiento del lector que examina la información de un aviso?



¿Dónde está el problema?

El problema está en que el vendedor tiene la tendencia a describir por teléfono la propiedad y a no formular preguntas para hacer una pre-calificación del potencial comprador.



-“Es un piso de 140 m2, con 3 dormitorios, uno en suite, 2 cuartos de baño, un toilette, con cocina comedor de diario, amplio living comedor, balcón corrido, excelentes detalles de terminación, bla, bla, bla, bla, bla, bla...”.

Es decir hace una simple enumeración de CARACTERÍSTICAS de la propiedad.

¿Dónde está el problema?

Se intenta vender la propiedad por teléfono

Usted no hace telemárketing.

No es posible obtener toda la información imprescindible del potencial comprador por teléfono



Su objetivo es conseguir una cita con el potencial comprador.



Momentos claves en su trabajo con los compradores

Las inmobiliarias invierten mucho dinero en publicidad para atraer clientes a las oficinas. ¿Se está rentabilizando esta inversión tanto como se podría?

Hacer publicidad sin mejorar antes la atención telefónica de los vendedores inmobiliarios, es como empezar a construir la casa por el tejado.

¿Sabe usted que la mayoría de los clientes que contactan con una inmobiliaria - con intención de comprar - podría llegar a adquirir un inmueble si se lo atendieran correctamente?



Momentos claves en su trabajo con los compradores

Lo que no se mide no se gestiona

Piense ... usted publica.

Entran los llamados.

De esos llamados cuantas citas consiguen sus vendedores.

¿Sabe usted cual es el porcentaje de efectividad?

Si usted está consiguiendo poco o nada, usted tiene un problema: está despilfarrando dinero en publicidad.

**Resulta esencial que el vendedor
mida la efectividad que está teniendo.**

A través de ello podrá mejorar su desempeño y ello redundará en más y mejores ventas.





**Primero la relación,...
después la tarea.**



¿ QUÉ ES LA VENTA ?

La venta es el arte de descubrir

Todo lo que usted tiene al momento de iniciar la relación con un prospecto o un cliente son interrogantes; por lo tanto no tiene nada para ofrecer.

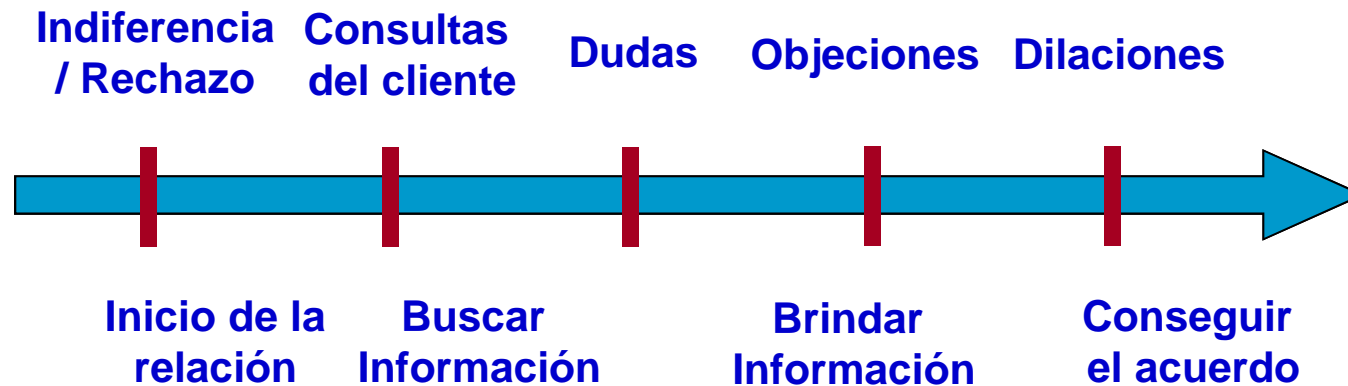


La única herramienta que usted tiene para descubrir lo que el prospecto o cliente **piensa y siente** es por medio de **preguntas**



EL PROCESO DE LA VENTA

COMPORTAMIENTOS REACTIVOS DEL CLIENTE

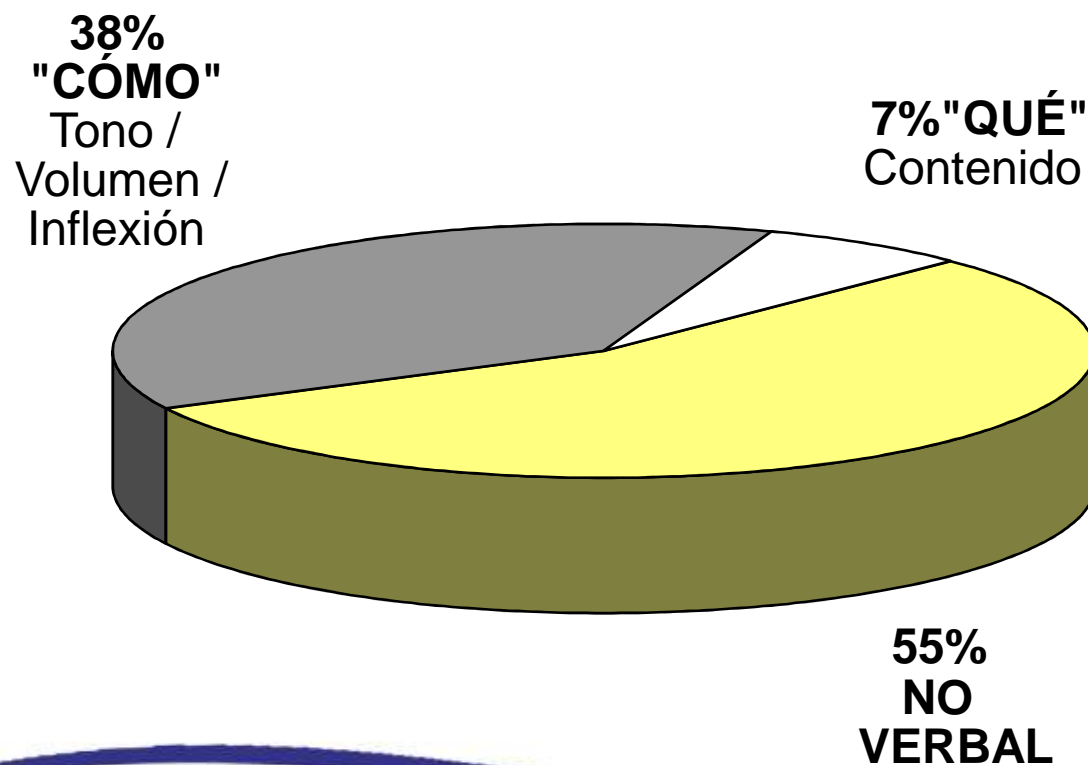


COMPORTAMIENTOS PROACTIVOS DEL VENDEDOR



MANEJO DEL PROCESO DE LA VENTA

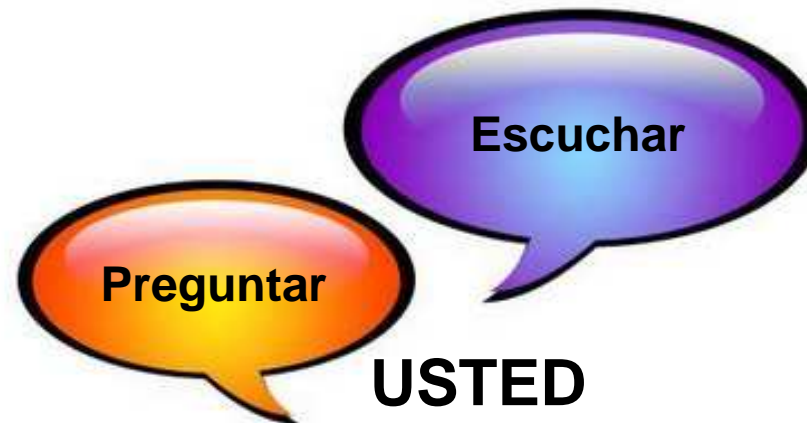
Las habilidades más importantes que debe desarrollar un vendedor en su relación con los clientes son las de la **comunicación**



Estas habilidades de comunicación comprenden:



**Saber observar
Saber preguntar
Saber escuchar**



¿Puede usted identificar la figura de abajo?



Luego de haberla encontrado, parece tan obvio que uno se pregunta: ¿Cómo es que no la veo desde el principio?

El truco consiste en cambiar la perspectiva. Es increíble cómo se expanden las posibilidades hasta que vemos algo que no podíamos ver antes y que siempre estaba allí. Se trata de eso. De ver las cosas de una forma **nueva y diferente**.



Hay preguntas sin respuesta

Pero no hay respuestas sin pregunta



COMO PREGUNTAR

Con frecuencia es preciso preguntar para obtener la información que se necesita.

Hay dos tipos de preguntas que pueden utilizarse y cada una tiene un propósito definido, ellas son:

PREGUNTAS ABIERTAS Y PREGUNTAS CERRADAS

Las **preguntas abiertas** están diseñadas para obtener respuestas que no pueden ser contestadas con un simple si o un no.

Por ejemplo:

“ ¿ En qué zona está buscando ? ”

(Requiere por parte del interlocutor de un comentario o explicación).

En cambio, las **preguntas cerradas** tienen por respuesta un sí o un nó.

Por ejemplo:

“ ¿ Ya ha visto propiedades en la zona ? “.



COMO PREGUNTAR

Las preguntas abiertas estimulan a quien llama a responder libremente.
Entre las palabras claves que le ayudarán a identificar preguntas abiertas están:

Qué	→	¿Qué tipo de propiedad está buscando?
Quién	→	¿Quién le sugirió tomar contacto con nosotros?
Cuándo	→	¿Cuándo estará usted en la ciudad?
Dónde	→	¿Dónde podría contactarlo?
Cómo	→	¿Cómo podríamos hacer para encontrarnos?
Por qué	→	¿ Por qué me pregunta usted eso?
Cuál	→	¿Cuál es el problema?



COMO PREGUNTAR

Las preguntas cerradas limitan la respuesta de quien llama a un sí o un no, o a escoger entre alternativas que usted le suministre.

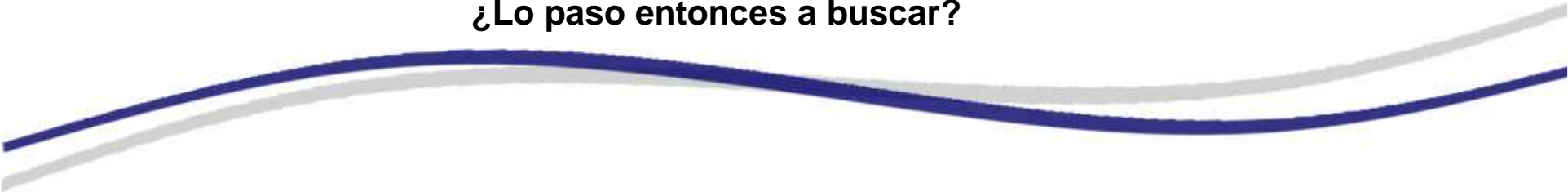
Entre las palabras claves que le ayudarán a identificar preguntas cerradas están:

Hacer	→	¿Llamó usted al Sr. García?
Estar	→	¿Esta usted seguro de eso?
Tener	→	¿Tiene usted que vender para comprar?
Pasar	→	¿Podría usted pasar el martes a las 14.30?
Cuál	→	¿Prefiere usted por la mañana o por la tarde?
Es	→	¿Es usted el titular?

Cualquier oración puede ser cerrada al continuarla con una pregunta; por ejemplo:

“ Yo me voy a comunicar con el Sr. García, ¿ Le parece bien ? “.

Otros ejemplos de preguntas cerradas que pueden utilizarse al final de las oraciones son:

- ¿Estamos de acuerdo?
 - ¿Le parece bien?
 - ¿Lo paso entonces a buscar?
- 

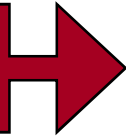
Si **preguntar** resulta importante, la otra habilidad que deberá desarrollar será la de:
saber escuchar



EL ARTE DE APRENDER A ESCUCHAR

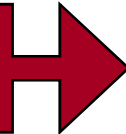
Esta conformado por cuatro pasos, que en orden de dificultad creciente son:

OÍR



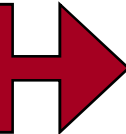
Es ponernos en disposición plena de atender al otro, es desconectarme de todo lo demás.

ENTENDER



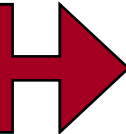
Es conocer el significado de las palabras y asegurarnos que tienen el mismo significado para nuestro interlocutor.

INTERPRETAR



Es poder sacar conclusiones de un hecho y poder explicar lo que está oculto en el mensaje.

COMPRENDER



Supone la capacidad de ponernos en el lugar del otro. A este fenómeno se le conoce como **empatía**.



HABILIDADES PARA ESCUCHAR

COMO SER UN OYENTE ACTIVO

Centrese en controlar la **estructura** de la conversación con el cliente por medio de:

- ❖ Preguntas abiertas y cerradas
- ❖ Confirmando lo expresado por el cliente
- ❖ Proporcionando soluciones que respondan a las necesidades expresadas
- ❖ Logrando acuerdos

Deje al cliente que controle el **contenido**; esto es:

- ❖ Que describa sus necesidades, gustos y deseos
- ❖ Que responda a sus preguntas
- ❖ Que responda a su propuesta de solución.

Las necesidades de los clientes se ubican generalmente en dos grandes categorías:






**Necesidades relacionadas con productividad,
utilidades, ahorro o eficiencia.**

**Necesidades personales
(Poder, reconocimiento, respeto, aprobación y seguridad)**



LA CALIFICACIÓN DEL CLIENTE

Calificar es :

-  **DETERMINAR LAS NECESIDADES**
-  **DETERMINAR LOS DESEOS / GUSTOS**
-  **CAPACIDAD FINANCIERA PARA COMPRAR**
-  **MÁXIMA MOTIVACIÓN PARA LA COMPRA**
-  **AUTORIDAD Y AUTONOMÍA**

Durante la relación interpersonal descubrir todo lo que sea posible acerca de ese comprador.

La calificación comienza cuando tomo contacto con el cliente y finaliza cuando el cliente toma la decisión de compra.

Para poder hacer una buena calificación haga buenas preguntas.



LISTADO ORIENTATIVO DE POSIBLES PREGUNTAS PARA INDAGAR AL CLIENTE

- ¿Qué está necesitando?**
- ¿Cuántos son de familia?**
- ¿Qué zona está buscando?. ¿Por qué busca en esa zona?.**
- ¿Cuáles son sus gustos y deseos?.**
- ¿Algún ambiente en particular le resulta más importante?**
- ¿Cuánto hace que está buscando?.**
- ¿Qué vieron y con quién vieron?.**
- ¿En que rango de precio estima su inversión?.**
- ¿Tiene que vender para comprar?.**

¿Qué le pareció la propiedad?
(Expresarle al cliente que con ello no me ofenderán).

Si mañana encontráramos lo que esta buscando,
¿Estaría usted dispuesto a toma la decisión de compra?.

DEJE LA IMPRESIÓN AL POTENCIAL COMPRADOR DE:
“ ME GUSTARÍA PODER AYUDARLE “



¿ DÓNDE Y CUANDO CALIFICAR ?

DÓNDE :

**En la casa del cliente
En la oficina.**

CUÁNDO :

**Antes de la visitas a las propiedades
Durante las visitas a las propiedades**

El mejor lugar es la oficina de la inmobiliaria, ya que allí usted tiene el control y le ofrece al cliente un ambiente apropiado para poder ayudarlo en la búsqueda de la propiedad. Además cuenta con los materiales apropiados para presentarle al cliente los servicios de la inmobiliaria.

Asegúrese de hacer la calificación más completa posible ya que ello le permitirá luego ahorrar tiempo . Recuerde el tiempo es su activo más precioso.

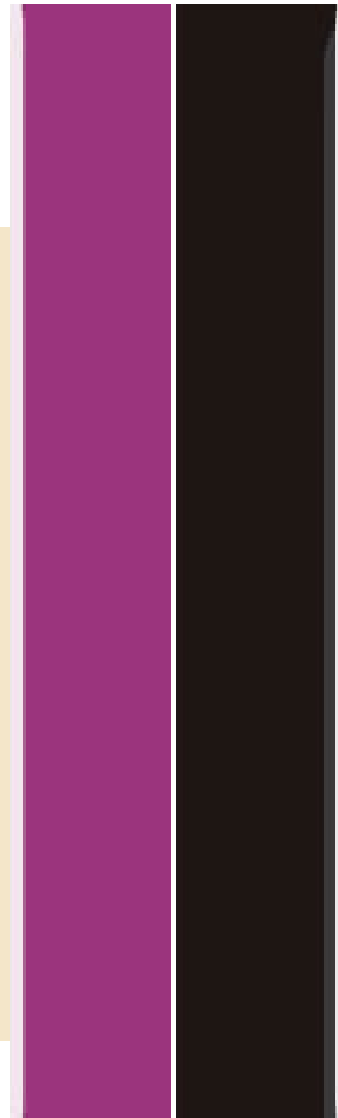
RECUERDE:

**Que para facilitar el intercambio de información
con el cliente la clave se centra en**

FORMULAR BUENAS PREGUNTAS Y SABER ESCUCHAR



Cambie
Rompa el molde
Deje la rutina
Abra la mente
Por qué insiste si no le funciona
Salga de la zona de confort
Todo está en su mente
No se deje contagiar por la gente pesimista



El servicio al cliente en la actividad inmobiliaria



Alfredo López Salteri



Muchas Gracias

Alfredo López Salteri
alsalteri@speedy.com.ar