



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ingeniería y  
Arquitectura

# Curso de Especialización del Agente Inmobiliario



# LA LLAMADA TELEFONICA



## **CONTENIDO**

**PARTE I . LAS 5 MEJORES ESTRATEGIAS PARTA CAPTAR INMUEBLES**

**PARTE II . CAPTACIÓN DE PROPIEDADES POR TELÉFONO**

**PARTE III . SPEECH INMOBILIARIO PARA LLAMADAS TELEFONICAS.**

**PARTE IV . OBJECIONES A LA CITA DE CAPTACION**

**PARTE V . RECOMENDACIONES PARA HACER UNA BUENA LLAMADA**

**PARTE VI . ROLE-PLAY DE LOS PARTICIPANTES**

# PARTE I . LAS 5 MEJORES ESTRATEGIAS PARA CAPTAR INMUEBLES

El proceso de captación inmobiliaria es el más importante para la mayoría de las inmobiliarias, y el que más dificultades representa.

Hay agentes inmobiliarios que le otorgan un 70% de importancia para lograr las metas y objetivos de su agencia inmobiliaria.

Buscar interesados en vender o alquilar su propiedad cuando la inmobiliaria todavía no es muy reconocida en su zona de mercado, la tarea se torna más complicada.

La inmobiliaria deberá transmitir al propietario confianza, honestidad, profesionalismo y efectividad en la venta o administración. Y todo esto podremos transmitirlo realizando publicidad inmobiliaria por los canales tradicionales, y sumar la tecnología a nuestro favor.

A muchos emprendedores y empresas inmobiliarias les cuesta seguirle la corriente a los avances tecnológicos y les resulta difícil adaptarse.

Pero inevitablemente, hacerlo es casi una obligación si queremos avanzar y perdurar en el tiempo. Puedes quedarte de brazos cruzados y mirar como avanza el tiempo, o subirte a la tendencia y sacar provecho de ella.

## Como captar inmuebles para una inmobiliaria:

### 1- Tu oficina o recomendación de clientes:

Es la técnica de captación de propiedades más vieja, y también la más eficiente.

Generalmente los clientes llegan a tu oficina por una recomendación o por los años de antigüedad y reconocimiento de tu negocio inmobiliario.

Es uno de los métodos de captación más efectivos ya que el cliente llega con una necesidad bien marcada, y está completamente dispuesto a escuchar tu propuesta.

Difícil de implementar y depender de esta técnica cuando recién comienzas.



## 2- Publicidad tradicional:

Hasta aquí expusimos canales de captación inmobiliaria bidireccionales, donde el cliente tiene la chance de responder al mensaje, escuchar e interactuar con la oferta.

La publicidad tradicional es un canal unidireccional, donde el cliente potencial no puede interactuar con dicha propuesta.

Estos canales son, por ejemplo, la prensa escrita, la televisión, la radio o una revista barrial.

Cada día esta publicidad resulta menos efectiva, al menos que se maneje presupuestos muy altos para invertir. Desde que Internet entró a jugar en la vida de todos los consumidores se ha vuelto una fuente más valiosa para publicitar.



### 3- Marketing Inmobiliario Off-line:

Existen muchas formas de captar clientes para una agencia inmobiliaria haciendo marketing offline, como pueden ser las ferias, el cara a cara, un buen cartel de venta o alquiler.

Además existe una modalidad que viene teniendo mucho éxito en Estados Unidos llamada “Open House”.

Consiste en realizar la apertura de una propiedad y organizar el evento para que gente interesada se acerque a visualizar la misma sin cita previa, en donde la inmobiliaria será la encargada de atender a todos los potenciales clientes.



#### 4- Marketing inmobiliario online:

Llegamos a la estrategia de captación inmobiliaria más accesible y efectiva de todas, si se sabe utilizar, por supuesto.

Consiste en publicitar tu marca o agencia inmobiliaria en la red, para atraer la atención de potenciales clientes.

##### **Web inmobiliaria:**

Es la base, el pilar de toda estrategia de marketing online. Es “la oficina de tu inmobiliaria en Internet”.

##### **Grupos de Facebook:**

Es una técnica interesante, pero que puede llegar a causar cierta molestia si no se gestiona correctamente.

##### **Chat Online:**

Una buena oportunidad es incluir un chat online en tu página web, para interactuar con el cliente

##### **Social Media:**

Gestionar tus redes sociales de forma correcta es importantísimo en tu estrategia digital.

##### **Google Adwords o SEO:**

Posicionarse en los primeros lugares del buscador más utilizado del mundo resulta una fuente de clientes

#### **Whatsapp:**

Cada día hay más empresas que se inclinan por utilizar esta técnica de captación inmobiliaria para comunicarse con sus clientes.

Whatsapp tiene unos 700 millones de usuarios activos. Casi todo el mundo tiene este medio de comunicación en su teléfono móvil ¿por qué no utilizarlo a nuestro favor?



## 5- Captación por teléfono:

Es otra técnica antigua y que cada vez tiene menos efectividad. Utilizarlo sin sentido tiene pocos argumentos y resulta hasta invasivo.

Lo ideal para llevar a cabo esta estrategia de captación de propiedades es segmentar tu público.

Una de las formas es, por ejemplo, captando propietarios dispuestos a vender su propiedad visualizando carteles en la calle de dueño vende o de otra inmobiliaria, anotando la dirección del inmueble y tratar de ubicar un teléfono mediante Google o alguna guía telefónica.

La clave estaría en preparar una propuesta de valor especializada en dicha propiedad, acercándole al propietario servicios que destaquen sobre el resto, como por ejemplo Tour Virtuales de su propiedad y una estrategia de marketing inmobiliario para vender su inmueble más rápido que la competencia.



## PARTE II . CAPTACIÓN DE PROPIEDADES POR TELÉFONO



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ingeniería y  
Arquitectura

Especialización del Agente  
Inmobiliario

● LLAMADA TELEFÓNICA

● Doc. German Gordillo  
Arcelles

Con anterioridad hemos escrito que la mejor estrategia para la captación de propiedades es que los clientes vengan a ti mediante estrategias de marketing digital, sin embargo, los medios tradicionales siguen teniendo un lugar importante en la captación de propiedades. En esta segunda parte te dejamos una guía para captar propiedades por teléfono.

La captación de propiedades por teléfono sigue siendo una técnica bastante útil por los agentes inmobiliarios y aunque tiene su efectividad, ésta debe estar sustentada de una buena estrategia de marketing y de la previa preparación por parte del agente para las llamadas.

Realizar un guion que guíe la conversación puede no ser tan sencillo como parece, antes se debe tener un objetivo claro y tiempo suficiente de realización. Solo así garantizamos que al estar por teléfono con un prospecto, la conversación fluya conforme lo planeamos.

Te dejamos esta Guía para la captación de propiedades por teléfono:

## Calificar

Antes de realizar la llamada debemos asegurarnos de que la persona que nos atenderá representa nuestro tipo de cliente ideal. De lo contrario, solo estaremos perdiendo el tiempo. Para ello, elabora previamente una estrategia de inbound marketing que te permita reconocer cuales son tus clientes potenciales de los curiosos.

Además, contar con un registro de estos leads y clientes en tu CRM te ayudará a perfeccionar tu estrategia y prospectar mejor a tus potenciales clientes.

## Presentar

Sabemos de antemano, que la primera impresión es la que cuenta y en una llamada ésta regla no es la excepción. Demuestra serenidad y confianza, preséntate a ti a tu agencia y después pregunta por el nombre de quien responde; la clave es mostrarse auténticos y que no parezca que hablan con una máquina que tiene todo un speech memorizado.

## Motivo

Dependiendo de cuál sea tu objetivo, el texto de tu guion cambiará. ¿Que te interesa saber de esa llamada? Se fiel a tu objetivo y no dejes que la llamada se desvíe hacia otras conversaciones no planeadas.

## Ventajas y beneficios

Una vez que has dejado claro cuál es tu propuesta, hazle saber la gran cantidad de ventajas de las que se beneficiará si escoge tu agencia para llevar a cabo tal proceso.

## Cierre

Decide cuál es el momento idóneo de finalizar la llamada. Tú debes llevar las riendas de la conversación. Pasa a la acción e intenta realizar un cierre amistoso independientemente de cuál haya sido la respuesta del usuario.

## CONSEJOS

Recuerda personalizar el mensaje: A pesar de que contemos con un guión genérico, lo cierto es que no todos los clientes son iguales. Toma en cuenta edad, ubicación y trata de adaptarte al ritmo de la conversación.

Prepárate para las objeciones: Es normal que la mayoría de las llamadas que realices, recibas objeciones de todo tipo. Te recomendamos leer cómo Resolver la objeciones en tu proceso de venta.

Hacer llamadas  
de prospección



## **PARTE III . SPEECH INMOBILIARIO PARA LLAMADAS TELEFONICAS.**



# INGREDIENTES DEL SPEECH DE VENTAS PERFECTO

Un speech de ventas es una descripción oral del producto/servicio que tratas vender, intentando persuadir a los prospectos para que lo compren y se conviertan en clientes.

## 1. ¡ADAPTARTE!

Pocos productos se venden solos. Solo conseguirás vender si, además de dar información, también adoptas el tono adecuado entendiendo a tus clientes.

## 3. RESPONDER CON PERCISIÓN

Recuerda siempre que tu tarea es mejorar la vida de tus prospectos. Si demuestras que entiendes el problema y que eres capaz de darles una solución, tus clientes potenciales responderán confiando en ti para lo que hagas.

## 5. VERIFICAR TU TRABAJO

Haz preguntas para ajustar tu mensaje de ventas a uno que encante al comprador. Transforma la presentación de tu producto en una conversación saludable sobre las necesidades de tu cliente.

## 7. ESPERAR RECOMENDACIONES

Es la manera más efectiva de conseguir nuevas ventas gracias a alguien que ya está satisfecho con lo que ofreces y que disfruta corriendo la voz.

## 2. HABLAR CON LA PERSONA CORRECTA

Antes de empezar con tu argumentario, es importante saber si estás hablando con la persona que, además de conocer tu negocio, también es la responsable de tomar la decisión.

## 4. NO OLVIDAR LAS OBJECIONES

Además de la presentación de tu producto y de la explicación de tus beneficios, tu speech de ventas también debe abordar las posibles objeciones que puedan surgir.

## 6. APELAR A LA ACCIÓN

Tú eres quien debe marcar los próximos pasos que debe seguir tu prospecto. Es tú responsabilidad ser alguien proactivo que les indique cómo deben continuar para cerrar la venta.

## Qué tener en cuenta para tu speech de ventas:

- **Verifica tus conocimientos sobre la oferta:** es necesario que recuerdes las funciones del producto. Además, mantén tus recursos actualizados, ya sean presentaciones en video o testimonios de satisfacción, entre otros.
- **Mantén el ritmo adecuado:** escucha con disposición y ofrece la información idónea para cada momento.
- **Expresa las ideas de forma directa:** cuanto más tiempo te lleve expresar una idea, menos efectiva será la técnica.
- **Cuida la coherencia:** crea un discurso en el que enaltezcas los valores de la marca y evites contradecir alguno de sus principios.
- **Prevé el cierre:** si el fin del discurso es vender, examina cuán bien va la conversación y elige el momento adecuado para terminarla.



## ¿Qué es un speech inmobiliario?

Un speech inmobiliario es un discurso y una herramienta importante para atraer a nuevos clientes y promocionar los servicios de una inmobiliaria.

El objetivo de un speech inmobiliario es captar la atención del interlocutor, despertar su interés en los servicios de la inmobiliaria y finalmente, seducir a la persona con una buena propuesta que crea la necesidad de trabajar con usted.

Es importante tener en cuenta que un speech inmobiliario es una interacción entre dos personas. Por lo tanto, es necesario personalizar su discurso y tener en cuenta a su interlocutor para que quiera trabajar con usted.

Además, durante una conversación telefónica, es importante escuchar al interlocutor y hacer preguntas necesarias para avanzar la conversación hacia donde se desea. Frases como «sé que está ocupado» o «no quiero robarle mucho tiempo» pueden ayudar a que la otra persona baje su guardia.

Un speech de captación de clientes inmobiliarios debe seguir algunos pasos importantes para ser efectivo. Es importante captar la atención del cliente con un mensaje que despierte su interés en los servicios de la inmobiliaria. Después, se debe seducir al cliente con una buena propuesta que cree una necesidad en él. Finalmente, el objetivo es concertar una visita con el cliente.

Para dar un buen speech como agente inmobiliario, es importante transmitir confianza y serenidad al cliente. Además, es importante tener en cuenta el mensaje que se quiere transmitir. Por ejemplo, puedes destacar las características únicas de una propiedad y cómo puede satisfacer las necesidades y deseos del cliente. También es importante tener en cuenta las regulaciones y leyes aplicables a la publicidad inmobiliaria.

Al momento de hacer un speech de venta inmobiliaria, es importante tener en cuenta la personalización de cada llamada y aportar información única y de valor, por ejemplo, estado de publicación de la vivienda, evolución de precio por m2 en la zona, antigüedad en el mercado, precio, posibles competidores y demanda actual en la zona. Es fundamental transmitir un estado de confianza y serenidad desde el primer momento para evitar una mala impresión de la agencia inmobiliaria.

# Claves para un speech de captación inmobiliaria

## **Personaliza el mensaje**

A pesar de que contemos con un guión genérico, lo cierto es que no todos los clientes son iguales. Cada persona se encontrará en una situación distinta y presentará características dispares, por ello es fundamental que realices algunos retoques previos a tus discurso.

La personalización del mensaje crea un ambiente más íntimo entre la agencia y el cliente y hace que este último deposite una mayor confianza.

## **Prepara tus argumentos**

Es normal que en la mayor parte de las llamadas de captación inmobiliaria que realices los usuarios pongan algunas objeciones. Lo ideal es que elabores una lista de argumentos infalibles. Destaca las mejores características de tu agencia, qué es lo que la diferencia de la competencia y cuáles son sus valores. No cabe duda de que un buen argumento resulta bastante complejo de rebatir.

## **Elabora preguntas a los no interesados**

Quizá te sorprenda, pero aquellos usuarios que no están interesados pueden revelarnos datos muy importantes. Si un cliente no desea trabajar con tu agencia, indaga cuál es el motivo. Puede que se deba a que te has dirigido a él en un momento poco oportuno, pero también te puede ser útil para descubrir qué aspectos de la agencia debes mejorar.

## Cómo captar inmuebles por teléfono

A continuación, te mostramos cuáles son los pasos para que tu captación inmobiliaria por teléfono resulte ser todo un éxito:

### **Cualificación**

Antes de realizar la llamada debemos asegurarnos de que la persona que nos atenderá representa nuestro tipo de cliente ideal. De lo contrario, solo estaremos perdiendo el tiempo.

Para ello, elabora previamente un plan de marketing inmobiliario en el que se especifiquen los datos de la forma más completa posible. Si no tienes claro a quién debes dirigirte, las probabilidades de tener éxito se reducen de forma considerable. Además, no olvides que las webs para inmobiliarias son una excelente fuente de captación de clientes potenciales a partir de la suscripción.

Todos los datos de tus clientes puedes agruparlos en un CRM inmobiliario. De este modo, obtendrás cualquier información de forma rápida y sencilla.

## **Presentación**

La primera toma de contacto es la más importante. Una vez que descuelgas el teléfono y marcas el número del cliente pueden asaltarte una multitud de dudas: “¿cómo comienzo?”, “¿debo mencionar el nombre de la agencia?”, “¿cómo realizo el saludo?”, etc. Si desde un primer momento no logras transmitir un estado de confianza y serenidad, es probable que el usuario obtenga una mala impresión de tu agencia inmobiliaria.

## **Motivo de tu llamada**

Por supuesto, otro de los aspectos que no puedes descuidar es tener claro cuál es el motivo de tu llamada. ¿Pretendes que esa persona ponga en alquiler una segunda vivienda? ¿Deseas concertar una cita para que venda a través de tu agencia su inmueble? Dependiendo de cuál sea tu objetivo, el texto de tu guión cambiará.

## **Ventajas y beneficios**

Una vez que has dejado claro cuál es tu propuesta, hazle saber la gran cantidad de ventajas de las que se beneficiará si escoge tu agencia para llevar a cabo tal proceso.

## Cierre

Decide cuál es el momento idóneo de finalizar la llamada. Tú debes llevar las riendas de la conversación. Pasa a la acción e intenta realizar un cierre amistoso independientemente de cuál haya sido la respuesta del usuario.

¿Conoces el embudo AIDA? Es una de las estrategias de marketing inmobiliario más empleadas para conseguir cerrar un proceso de venta:

**Atención.** ¿Sabías que disponemos de tan solo 20 segundos para llamar la atención de nuestro interlocutor? Por ello, es imprescindible elaborar una presentación atractiva.

**Interés.** Una vez que has captado su atención, tu mensaje debe despertar su interés hacia los servicios de tu inmobiliaria.

**Deseo.** El siguiente paso es seducir con una buena propuesta que cree la necesidad en el interlocutor.

**Acción.** Es el momento de concertar una visita con nuestro cliente.

## Guión para captar un propietario que alquile su vivienda

Buenos días, mi nombre es ———, le llamo en relación a un piso de alquiler que he visto a través de internet. ¿Continúa disponible?

\*En caso de que el interlocutor te dé una respuesta negativa, despídete educadamente.

\*Si su respuesta es afirmativa, continúa:

Nuestra agencia es —, una agencia inmobiliaria especializada en el alquiler en la zona de—. Actualmente, contamos con una amplia cartera de usuarios que estarían interesados en alquilar su inmueble, por lo que podríamos acordar una cita para realizar un reportaje fotográfico y elaborar una ficha de la vivienda. Seguro que le interesa que el proceso resulte totalmente seguro, ¿cierto? Nuestro equipo de profesionales realizará toda la documentación. Desde la agencia nos encargamos de comprobar la solvencia del inquilino y llevamos a cabo la redacción del contrato, así como el resto de gestiones.

¿Le parece bien que concertemos una cita? De este modo, podríamos comenzar a realizar el reportaje fotográfico y de video.

\*Ante una negativa, intentaremos conocer los motivos y nos despediremos de forma educada ofreciendo nuestros servicios para un futuro.

## Guión para captar un propietario que venda su vivienda

Buenos días, mi nombre es ———, le llamo en relación a la venta de un piso que he visto a través de internet en la calle ———. ¿Continúa disponible?

\*En caso de que el interlocutor te dé una respuesta negativa, despídete educadamente.

\*Si su respuesta es afirmativa, continúa con el siguiente discurso:

Nuestra agencia es —, una agencia inmobiliaria especializada en la compraventa de inmuebles por la zona ——. Actualmente, contamos con una amplia cartera de clientes que estarían interesados en comprar su vivienda. El proceso de venta de un inmueble puede resultar bastante complejo en cuanto a trámites burocráticos y legales, ¿verdad?

Con los servicios de nuestra agencia no tendrá que preocuparse de nada. Nuestro equipo de expertos se hará cargo de todo el proceso. Además, le haremos un reportaje fotográfico y de video y nos encargaremos de hacerle publicidad inmobiliaria creativa a la vivienda.

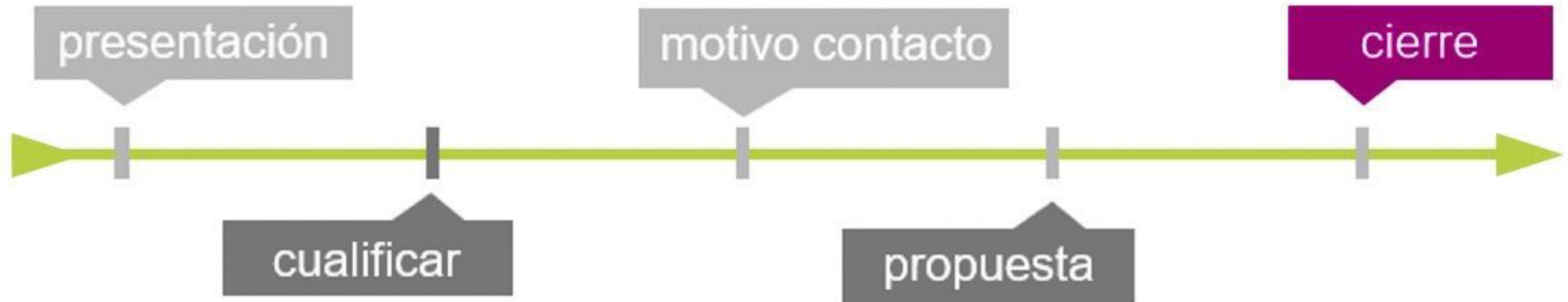
¿Desea concertar una cita para conocernos personalmente?

\*Ante una negativa, preguntaremos los motivos y nos despediremos de forma educada ofreciendo nuestros servicios por si en un futuro continúa sin encontrar comprador.

## Conclusión

Como has podido comprobar a lo largo del artículo, la captación de inmuebles por teléfono puede otorgar excelentes resultados a una agencia inmobiliaria. Eso sí, antes de ponernos a llamar a nuestro listado de posibles clientes debemos contar con una preparación previa. Esperamos que te resulte de ayuda nuestro guión para captar inmuebles por teléfono. A pesar de que cuentes con un texto base, no olvides personalizar el mensaje para cada usuario. De este modo, lograrás un trato más cercano y seguro que depositarán su confianza en los servicios de tu inmobiliaria.

# Guion de captación inmobiliaria



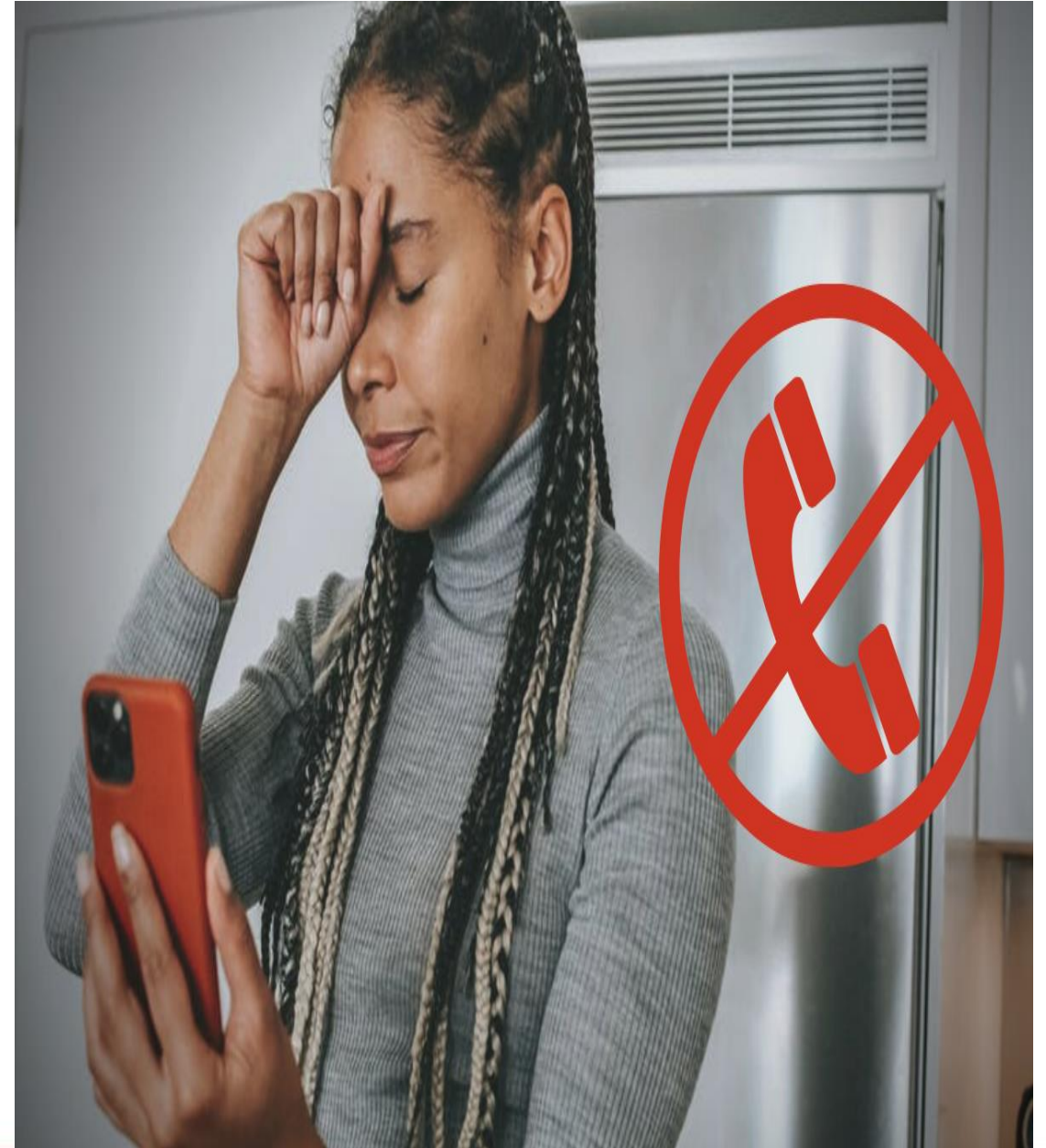
## PARTE IV . OBJECIONES A LA CITA DE CAPTACION

Pero aunque seas meticuloso y sigas todos los pasos anteriores para elaborar un guion para captar inmuebles por teléfono, es probable que llames y recibas un no por respuesta.

¿La razón? Porque solo llevas la mitad del camino y todavía no has terminado de elaborar el 'speech' de captación inmobiliaria.

¿Y qué nos falta? Una vez realizada toda la parte que está pensada sólo en lo que tú puedes trasladar, tenemos que pensar que en esta interacción van a participar dos personas, y que para que la otra persona diga “Sí, quiero trabajar contigo”, has de tener en cuenta a tu interlocutor/a.

¿Cómo conseguirlo? La respuesta es definir las fases por la que un interlocutor debe o tiene que pasar para poder darme la respuesta afirmativa tan anhelada.



## El interlocutor

Para que la persona que está al otro lado del teléfono pase a la acción y decida concertar una visita contigo, hay que conseguir que se vaya sintiendo a gusto. Así, este paso no será forzado, sino que lo dará de forma natural.

Hay muchas estrategias de marketing a las que recurrir que nos hablan de las fases del comprador antes de dar el siguiente paso, pero usaremos una que tiene muy buenos resultados: se trata del embudo de AIDA y nos puede ayudar tanto en este proceso como en muchos otros del proceso de captación y venta inmobiliaria.

## Fórmula



MR miguelrevelles.com®

# Tips para un speech de captación inmobiliaria infalible

## 1. Personaliza

Resulta evidente pensar que no todos tus interlocutores van a ser iguales. A pesar de que todos ellos son propietarios de un inmueble o lo gestionan, cada uno tendrá situaciones y motivaciones distintas, por lo que es complicado que siempre funcionen las mismas frases para captar inmuebles si las circunstancias son diferentes. Así que, aunque hayas elaborado un 'speech' "genérico", haz diferentes versiones para personalizarlo al máximo en cada llamada aportando información única y de valor, como por ejemplo comentar:

-Estado de publicación de la vivienda

-Evolución de precio por m2 de la zona

-Su antigüedad en el mercado

-Precio

-Posible competidores

-Demanda actual en su zona..... **¿Como te puedo ayudar?**

## 2. Argumentos infalibles

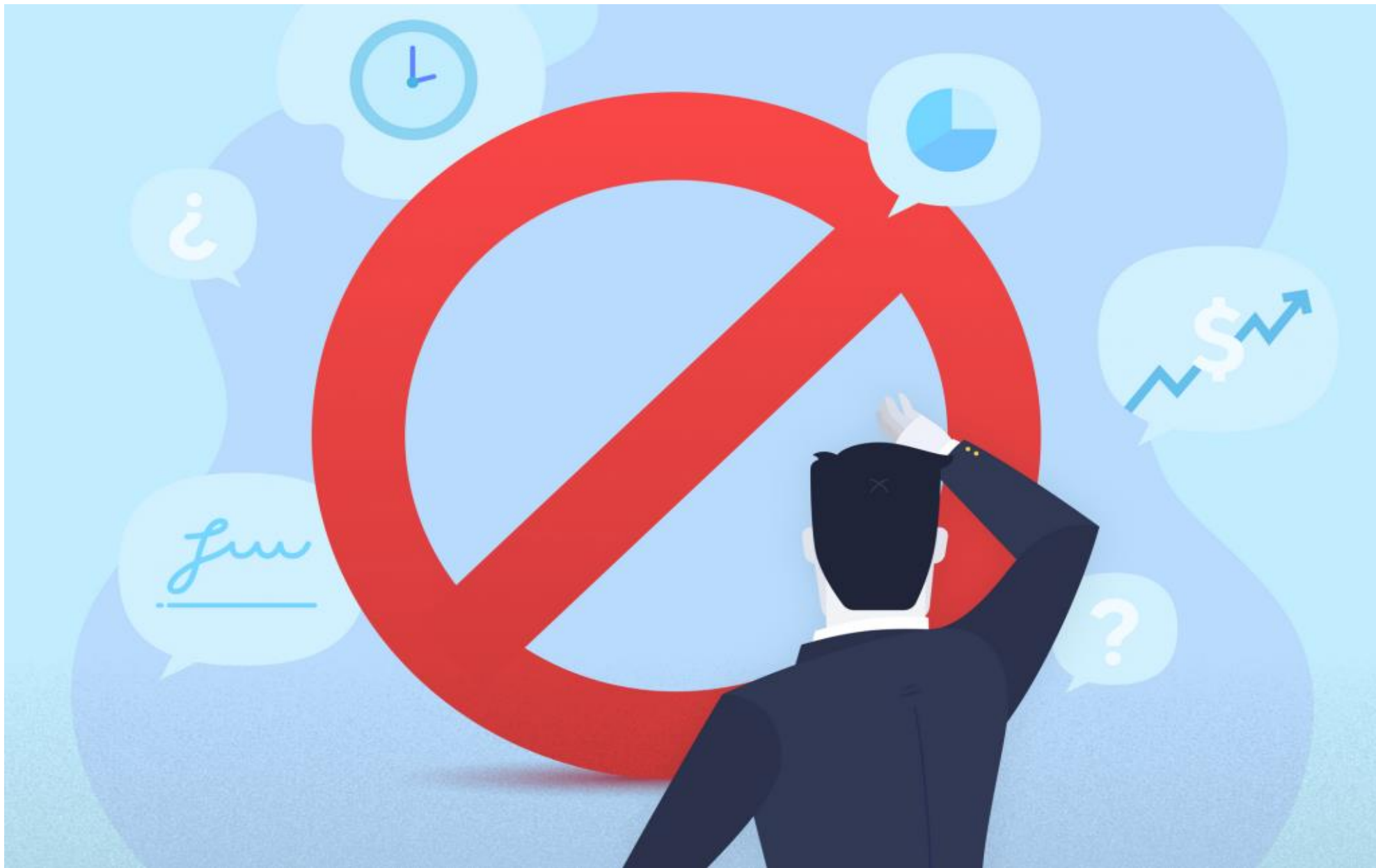
Dentro de cada persona o dentro de cada negocio se ha de tener detectado cuáles son aquellos rasgos que los hacen diferentes, en qué aporta valor tu persona o tu negocio. Hay que trabajar una lista de aquellas cualidades que queremos potenciar, Esos rasgos o valores es la imagen que vas a proyectar y hay que trasladar al cliente o posible cliente. Así que, si hasta ahora no te has parado a pensarlo, ha llegado el momento de buscar un hueco y escribir qué valor ofreces a tus clientes.

## 3. Objeciones

En función de cada negocio, de la cartera de inmuebles que tenga, de su ubicación y del perfil de sus clientes, hay una serie de objeciones que se repiten con cierta frecuencia. Y precisamente como se convierten en algo habitual, del día a día, hay que tenerlas previstas y buscar la mejor contra argumentación para poder rebatirlas. Si el cliente o posible cliente no quiere comprar, o no quiere trabajar contigo, no es un problema, pero lo ideal sería poder aprender de esa experiencia, saber los motivos reales por los que ha tomado esa decisión y trabajar para mejorarlos.

**Las principales objeciones que presentan los propietarios**, para darle a un Agente Inmobiliario /Agencia Inmobiliaria su inmueble son las siguientes:

- No trabajo con Agentes Inmobiliarios ni corredores.
- Los Agentes Inmobiliarios y corredores quieren ganar la plata fácil.
- Puedo poner mi letrero y publicar en las redes sociales, sin contratar a alguien para que venda mi propiedad.
- No me gusta firmar contratos que me amarran las manos y no me garantizan resultados.
- No confío en las personas que entran a mi propiedad, que está habitada.
- Las comisiones que cobran son muy altas para lo que hacen.
- Yo quiero negociar la venta de mi propiedad.



## PARTE V . RECOMENDACIONES PARA HACER UNA BUENA LLAMADA

# La llamada de captación inmobiliaria

Lo más frecuente es que el agente inmobiliario no se da cuenta que está vendiendo su servicio y su objetivo no es captar la propiedad, sino, seducir al cliente para ganarse su confianza mediante esa llamada telefónica.

De aquí la importancia que tu argumento sea convincente y claro, para que la persona que está detrás del teléfono diga:

– ¡¡¡me puede ayudar!!!

Ten en cuenta estos tres detalles en tu llamada de captación inmobiliaria

## 1 – La energía

Le tienes que hablar al cliente con energía, con ganas, con convencimiento, que se note que eres alguien especial, que amas tu profesión, que eres trabajador y muy bueno vendiendo.

## 2 – La confianza en tu propuesta

Tienes que creer en tu trabajo, a veces me encuentro personas que te explican lo que hacen, pero no lo dicen confiados, no miran a los ojos, parece que ni ellos mismos se lo creen.

Hazte esta pregunta. ¿Estás seguro que puedes ayudar a ese cliente cuando le ofreces tus servicios?

¿Crees que eres el mejor agente inmobiliario para ayudarlo?

Dile al cliente que puedes hacer por él y por qué le interesa trabajar contigo, proyectándose confianza.



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ingeniería y  
Arquitectura

Especialización del Agente  
Inmobiliario

● LLAMADA TELEFÓNICA

● Doc. German Gordillo  
Arcelles

### 3 – Empatía hacia los propietarios

Un error muy común, sobre todo de los agentes inmobiliarios con poca experiencia, es la falta de empatía para saber llevar al cliente a tu terreno y convencerlo.

Para eso tienes que entender lo que piensa y siente.

Cuando tú llamas a un propietario que tiene una casa en venta y le dices: — Hola, buenos días, Sr. Juan, he visto que tiene usted a la venta tal casa, ¿es verdad?

El Sr. Juan dice que sí.

Y enseguida te pregunta, ¿eres de una agencia?

¿Qué pasa por la cabeza del Sr. Juan?



¿Cansado de las agencias inmobiliarias?

El Sr. Juan normalmente está cansado que le llamen agentes inmobiliarios, ¿sabes por qué?

Porque pone el anuncio para que le llamen clientes compradores, no agencias, y cuando atiende a agentes inmobiliarios, y se encuentra que muchos de ellos no hacen bien su trabajo, porque no se presentan, porque llegan tarde, porque ven la casa, se lleven la documentación o el reportaje gráfico y luego desaparezcan, o porque aquel agente inmobiliario al que confió la venta hace 6 meses, ni siquiera lo llama para decirle como está la venta de su propiedad.

A lo mejor el Sr. Juan pretende vender su casa en unas condiciones complicadas, pero seguramente ningún agente inmobiliario se ha preocupado por el motivo de su venta, ni se ha atrevido a decirle claramente qué tiene que hacer para vender, buscarle opciones, en fin, de ganarse su confianza y ayudarlo a tomar decisiones.

Entonces sabiendo lo que pasa por su mente, ¿qué esperas?, que te diga: —Hijo mío, aquí tienes la casa en venta en exclusiva, pon el precio que quieras, la comisión que te convenga, toma las llaves y me llamas para ir al notario.

¡Nooooooo! Va a estar al otro lado del teléfono como un tigre de bengala, con las uñas fuera, pensando, ahí va otro chupatintas que quiere ganar una comisión por la cara.



## **Cómo hacer una llamada de captación inmobiliaria**

Como en cualquier interacción humana, es importante que antes de realizar la llamada te plantees qué quieres conseguir. Cuando acudes a una entrevista de trabajo tu misión es conseguir el puesto, para lo que escoges ciertas palabras y aptitudes que te ayudan a comunicar tu interés por la candidatura.

En el telemarketing sucede exactamente igual. El agente inmobiliario debe contar con una actitud que le permita ganarse a su interlocutor. Para ello vamos a repasar las mejores técnicas para la llamada de captación inmobiliaria.

## **Prepara las estrategias para vender inmuebles**

Como comentábamos, saber qué vamos a decir es clave para dar la impresión adecuada. Un saludo cansado, poco atractivo o atropellado, puede dar al traste la conversación a los pocos segundos de iniciada la conversación.



Ten en cuenta los siguientes puntos:

## **Saludo**

Dar los buenos días, preguntar por el propietario (si es una llamada fría) o por la persona de contacto (si trabajamos con un software para inmobiliarias) son los primeros pasos.

## **Oferta**

La vida de las grandes ciudades no nos deja respirar ni un minuto, por lo que conviene tener claro qué vamos a ofrecer en esta llamada. Medita sobre qué vas a plantear al interlocutor y si tu oferta es lo suficientemente atractiva como para que los potenciales clientes presten atención.

## **Sé respetuoso**

No hay nada más molesto que una persona al otro lado del teléfono prepotente o sabelotodo. Si te quieres ganar la confianza del potencial cliente, busca la forma de que sienta que él tiene el control. Frases para inmobiliarias como «sé que está ocupado», «no quiero robarle mucho tiempo» pueden ayudar a que baje la guardia.



## **Escucha**

Una conversación telefónica es algo de dos. No puedes hablar sin parar y esperar que te escuchen. Haz las preguntas necesarias, no demasiado personales, para hacer avanzar la conversación hacia donde quieres.

## **Evita las horas intempestivas**

Antes de lanzarte a hacer una llamada de captación inmobiliaria, examina bien a tu audiencia potencial. Trata de imaginar qué pueden estar haciendo y si la llamada va a interrumpir sus tareas y dificultar la conversación.

Por ejemplo, la hora de la siesta (fines de semana de 2 a 5) no son un buen momento para llamar. Tampoco lo es a primerísima hora ni a última. Muchas personas entienden estos horarios como pertenecientes a su esfera privada y no suelen estar dispuestos a hablar con un comercial que pretende captar pisos.

## **El tiempo es oro**

El tuyo y el del cliente que estás intentando captar. Por eso no te enredas en preámbulos que hagan sospechar al interlocutor de que estás intentando venderle «una moto». Explica brevemente quién eres y el motivo de tu llamada.

**Postura corporal**



**Voz**

**Volúmen, tono, articulación y ritmo.**

## 2.- Elementos en la comunicación.

**Escucha activa**

**Silencio  
Preguntas**

**Lenguaje**

**Positivo,  
correcto y  
adecuado**

AulaFacil.com

## **No insistas**

Estas estrategias inmobiliarias son sin duda muy eficaces, pero no infalibles. Siempre habrá quien no tenga ganas de hablar o a quien pilles en un mal momento. Ten en cuenta que tú eres la representación de la empresa en nombre de quien hablas y si te conviertes en un incordio estarás dañando la reputación de la empresa.

Si el potencial cliente no está interesado, no pasa nada. Pregunta educadamente si más adelante estaría interesado en recibir más información. Deja abierta la puerta a posibles contactos futuros con el cliente para poder hacer un email marketing inmobiliario.

## **Lleva un control exhaustivo**

Seguro que más de una vez has recibido una llamada de captación inmobiliaria en la que estabas interesado pero para la que no tenías tiempo en ese momento. Seguro también que quedaste con el comercial en que te volvería a llamar en unos días o unas horas... y el asesor inmobiliario nunca llamó.

La falta de profesionalidad afecta especialmente a este sector, y es algo que debes tener en cuenta. Muchos de los lectores habituales de este blog inmobiliario han puesto de manifiesto que los agentes inmobiliarios no hacen bien su trabajo o están molestos por la forma en la que se resuelven los conflictos



Cuanto más llamadas, más posibilidades

¿Recuerdas la película de Will Smith «En busca de la felicidad»? El protagonista trabajaba (gratis) en una empresa financiera donde solo una persona optaba al puesto deseado. Su misión: vender acciones telefónicamente.

Para ser el mejor, Chris Gardner (el papel que interpretaba Will Smith) tenía claro que debía realizar el máximo número de llamadas posibles. Cuanto más llamadas, más posibilidades de cerrar ventas. ¿Se tomaba algún descanso para tomar aliento? No, realizaba una llamada tras otra, aprendiendo de cada error y cogiendo impulso para la siguiente.

Si tienes oportunidad de ver esta genial película aprenderás que el gran secreto de las estrategias para vender es la actitud. Una mezcla perfecta entre interés, cercanía y confianza en ti mismo te hará atractivo a los ojos de tu interlocutor y eso, es el primer paso para asegurar un cierre de ventas.



# Tips para llamadas telefónicas

**RNMK#78**

## 21 consejos para hacer llamadas en frío efectivas

- 1.-Ten siempre en mente que el objetivo de la llamada en frío es conseguir una cita presencial.
- 2.-Conoce bien cuál es el servicio que ofreces y qué te hace diferente del resto de agentes inmobiliarios que llaman.
- 3.-Pregunta si tiene un minuto para atenderte. Si no es buen momento consulta si puede llamarlo en unos minutos.
- 4.-No debe tomarte más de 20 segundos identificarte como agente inmobiliario. Puedes comenzar preguntando por el precio del inmueble.
- 5.-Una vez identifiques que hablas con el propietario preséntate como agente inmobiliario y ofrécele tu intención de ayudarlo.
- 6.-Si el que responde es también agente inmobiliario preséntate brevemente y pregúntale si comparte comisión en caso consiguieses un cliente.
- 7.-Entiende que cada llamada es una potencial venta y que cada rechazo te acerca más a tus metas.

- 8.-Tómate varios minutos para preparar un breve speech de ventas adecuado a tu estilo y personalidad.
- 9.-Practica tu speech todas las veces que sea necesario hasta que no haya necesidad de leerlo. Debes sonar seguro, natural, relajado y claro.
- 10.-Practica con un amigo. El Role play (juego de roles) te ayudará a ganar confianza. Pónganse en diferentes situaciones.
- 11.-Sonríe antes y durante la llamada. Aunque nadie te vea, sonreír te ayudará a transmitir seguridad y optimismo.
- 12.-Prepara diferentes respuestas para las posibles objeciones. Que no te agarren desprevenido.
- 13.-No te rindas tan rápido. Insiste lo necesario sin llegar a ser pesado.
- 14.-Mide tus resultados. Un buen indicador es el número de citas logradas entre el número de llamadas realizadas.
- 15.-Lleva un registro de cada llamada. Anota lo que crees que hiciste bien, mal y cómo podrías mejorarlo.
- 16.-Si no estás teniendo buenos resultados, revisa tu speech y ajústalo todas las veces que sea necesario.

17.-Si quieres disminuir los nervios imagina que estás llamando a un amigo de años pero siempre manteniendo el respeto y formalidad del caso.

18.- En tus palabras y preguntas debes transmitir que tienes la confianza que la cita se va a dar y que tú eres la mejor opción para ayudarlo.

19.-No mientas con el objetivo de conseguir la cita. Sé honesto desde un comienzo.

20.-Escucha más de lo que hablas. La única manera de conocer al cliente e identificar sus necesidades es escuchándolo.

21.-Llama de ser posible todos los días. La práctica hace al maestro, además que el miedo se irá atenuando.

Muy bien, 21 consejos que te ayudarán a mejorar tus llamadas en frío 100% probados. Seguro que pasé uno que otro, pero ya será tu tarea descubrirlos y lo harás a medida que llames, llames y llames.

## PARTE V . ROLE-PLAY DE LOS PARTICIPANTES

<https://www.2clics.app/estrategia-captacion-inmuebles/amp/>

<https://blog.wasi.co/guiones-inmobiliarios/>

<https://www.blog.e-ichi.com.mx/guia-captacion-de-propiedades-por-telefono>

<https://inmogesco.com/blog/guion-para-captar-inmuebles-por-telefono/>

<https://inmogesco.com/blog/telemarketing-inmobiliario/>

<https://bolsainmobiliaria.pe/blog/como-hacer-llamadas-de-captacion-en-frio-efectivas>

<https://empowerment.es/llamada-captacion-inmobiliaria/>

<https://betterplacweb.com/como-utilizar-whatsapp-para-captar-particulares/>

# LA LLAMADA TELEFONICA

