

CONCEPTOS BÁSICOS

2022



LA VENTA DE UN INMUEBLE ES LA OPERACIÓN FINANCIERA MÁS IMPORTANTE QUE REALIZA UNA FAMILIA EN SU VIDA



NO VENDEMOS LADRILLOS SOLUCIONAMOS PROBLEMAS





PERSONAS



¿QUÉ NECESITA?

¿CÓMO PUEDO AYUDARLO?





SE TU MISMO

SER DIFERENTE

LA INFORMACIÓN



ES PODER



En potencia

**LO QUE HACES CON LA
INFORMACIÓN**

**ES LO QUE TE DA EL
PODER**

EL PODER DE LA INFORMACIÓN



ENTONCES RECOPILA







COMPETENCIA



VENDEDOR



COMPRADOR

ANÁLISIS

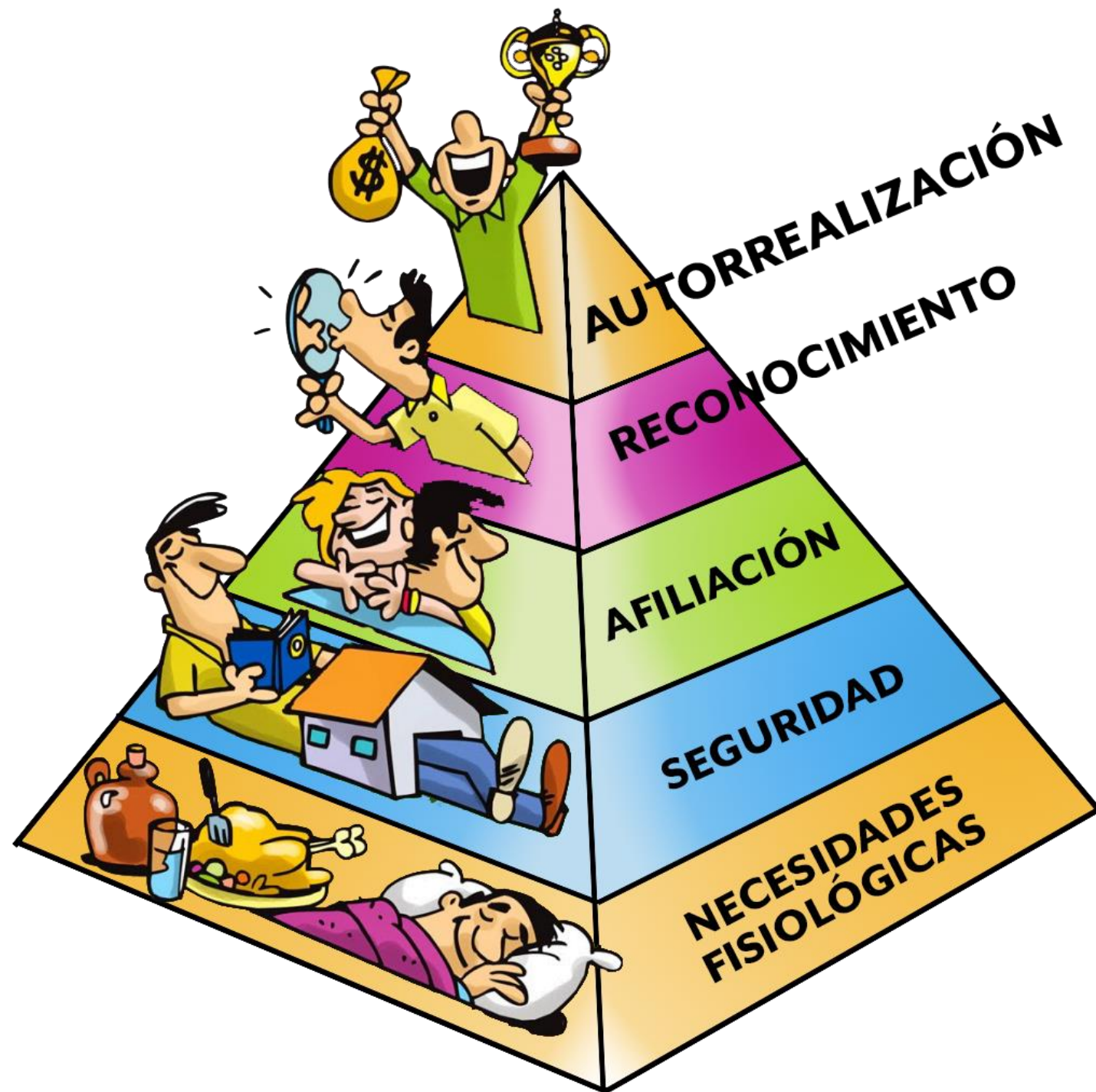




Sabrás a lo que te
enfrentas, **SI CONOCES**
A TU COMPETENCIA



The
Power **MBA**

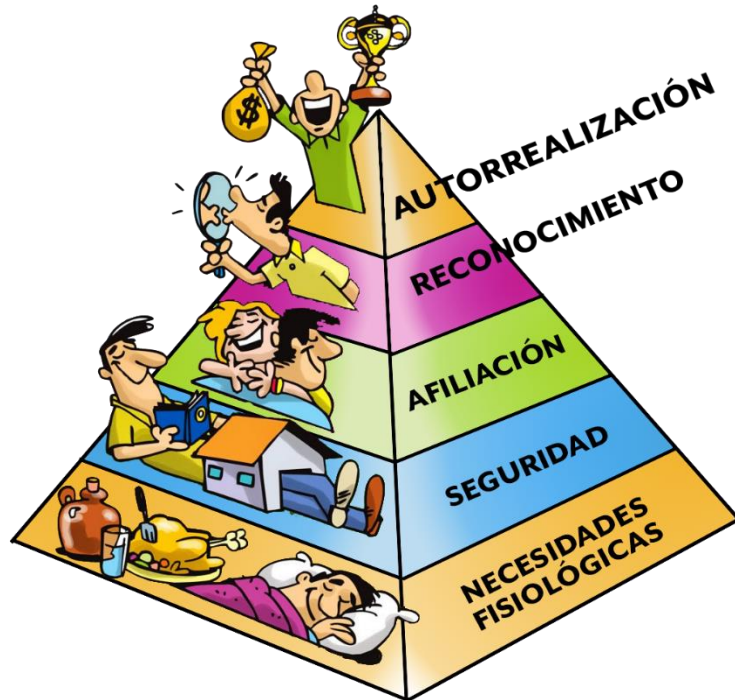






ESTRATEGIA





¿Qué Son?



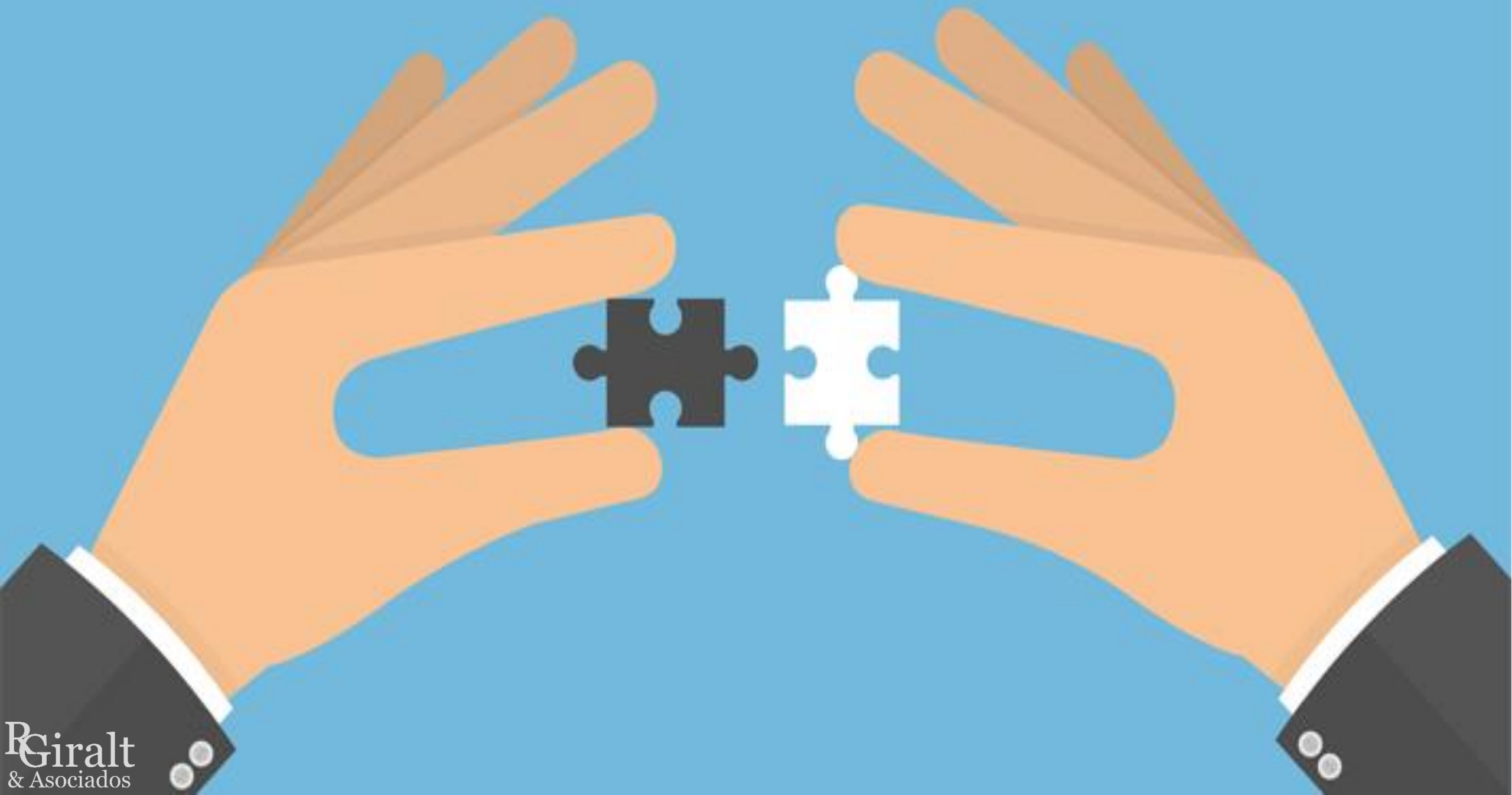
DEBILIDADES



SUS DEBILIDADES LAS
CONVIERTEN EN TUS...



FORTALEZAS





ODIAMOS QUE NOS VENDAN



PERO ADORAMOS COMPRAR



DESMÁRCATE DE LA COMPETENCIA





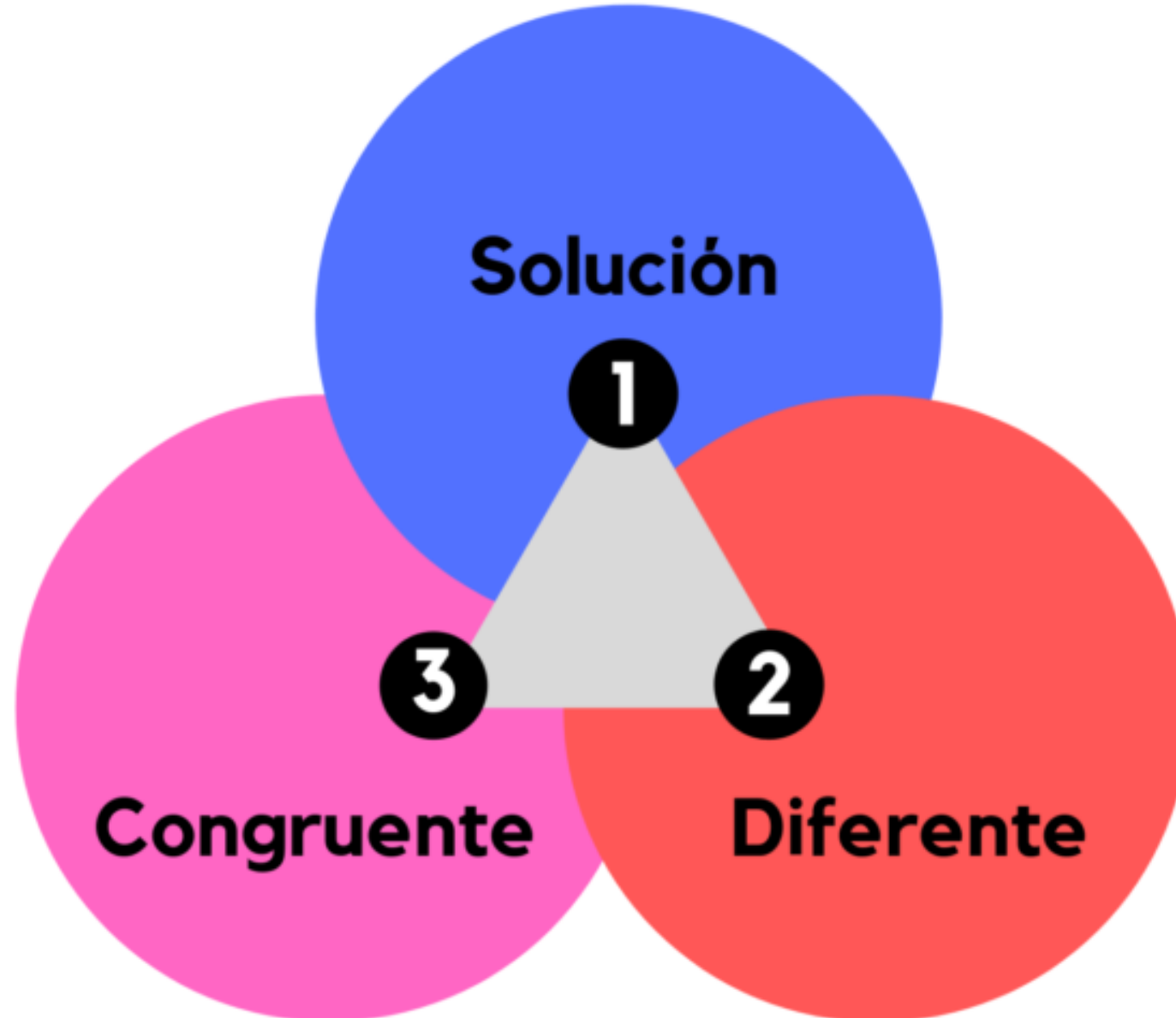


Debes conectar desde el corazón

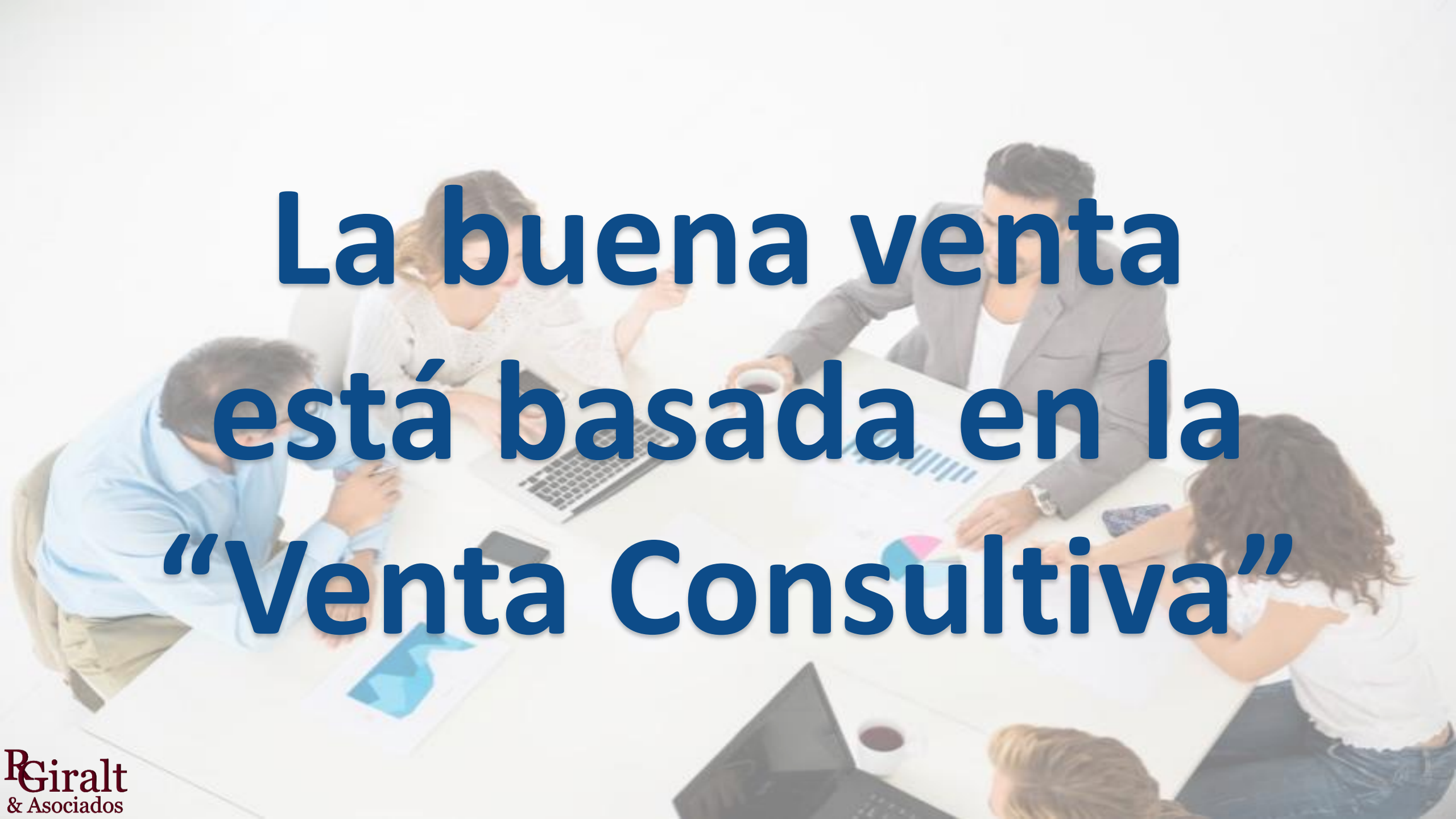


PROPUESTA DE VALOR

Valor Percibido



LO QUE NOS LLEVA A QUE...

A high-angle, slightly blurred photograph of four business professionals (three men and one woman) sitting around a white conference table. They are engaged in a meeting, with one man pointing at a laptop screen and another woman looking at a document. The table is cluttered with various items including laptops, papers, a smartphone, and a coffee cup. The background is a plain, light-colored wall.

**La buena venta
está basada en la
“Venta Consultiva”**

VENTA CONSULTIVA



Se trata de crear credibilidad a través de una entrevista y Vender

Llegar al corazón de los problemas y necesidades que preocupan a tus clientes.

Cruzar las barreras emocionales de tus clientes para llegar a su corazón que es el corazón de los asuntos que les preocupan, objetivos:

- Crear suficiente credibilidad, ya sean productos o servicios,
- Identificar problemas,
- Presentar soluciones y
- Cerrar.

¿Me interesa este negocio?



PROCESO VENTA CONSULTIVA

Preparación Previa

General: Programa Persona
Específica: Información Sectorial, Informe Comercial y referencias..

STEP
01



STEP
02

Presentación
Breve presentación
Escucha activa
y empatizar.



STEP
03

Entendimiento y validación

Encontrar los factores críticos del éxito y validarlo con el cliente.



STEP
04

Argumentación y cierre

Presentación personalizada de soluciones
Responder objeciones
Convicción y cierre.



CRM y seguimiento

Información al CRM y seguimiento de la relación.

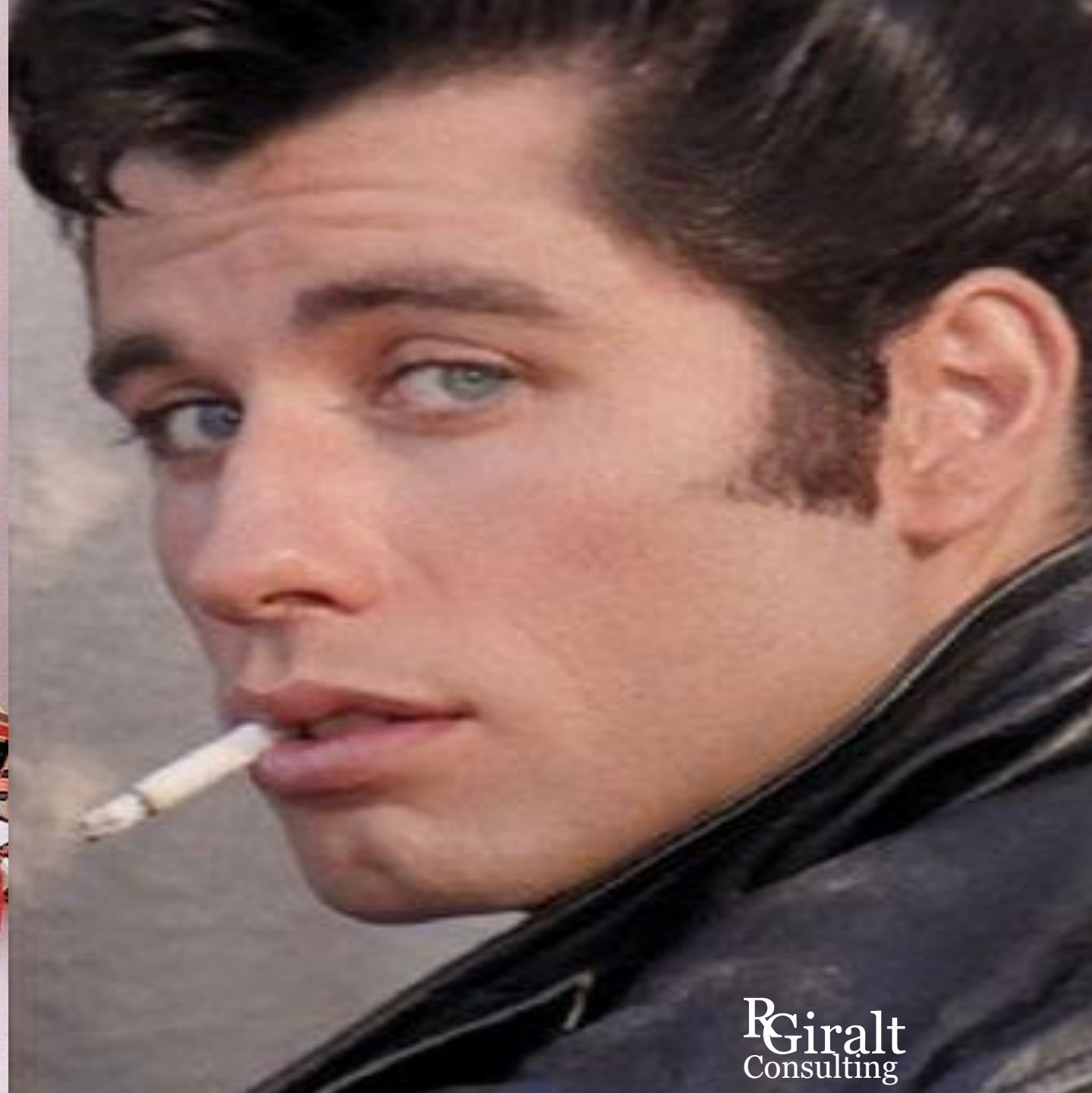
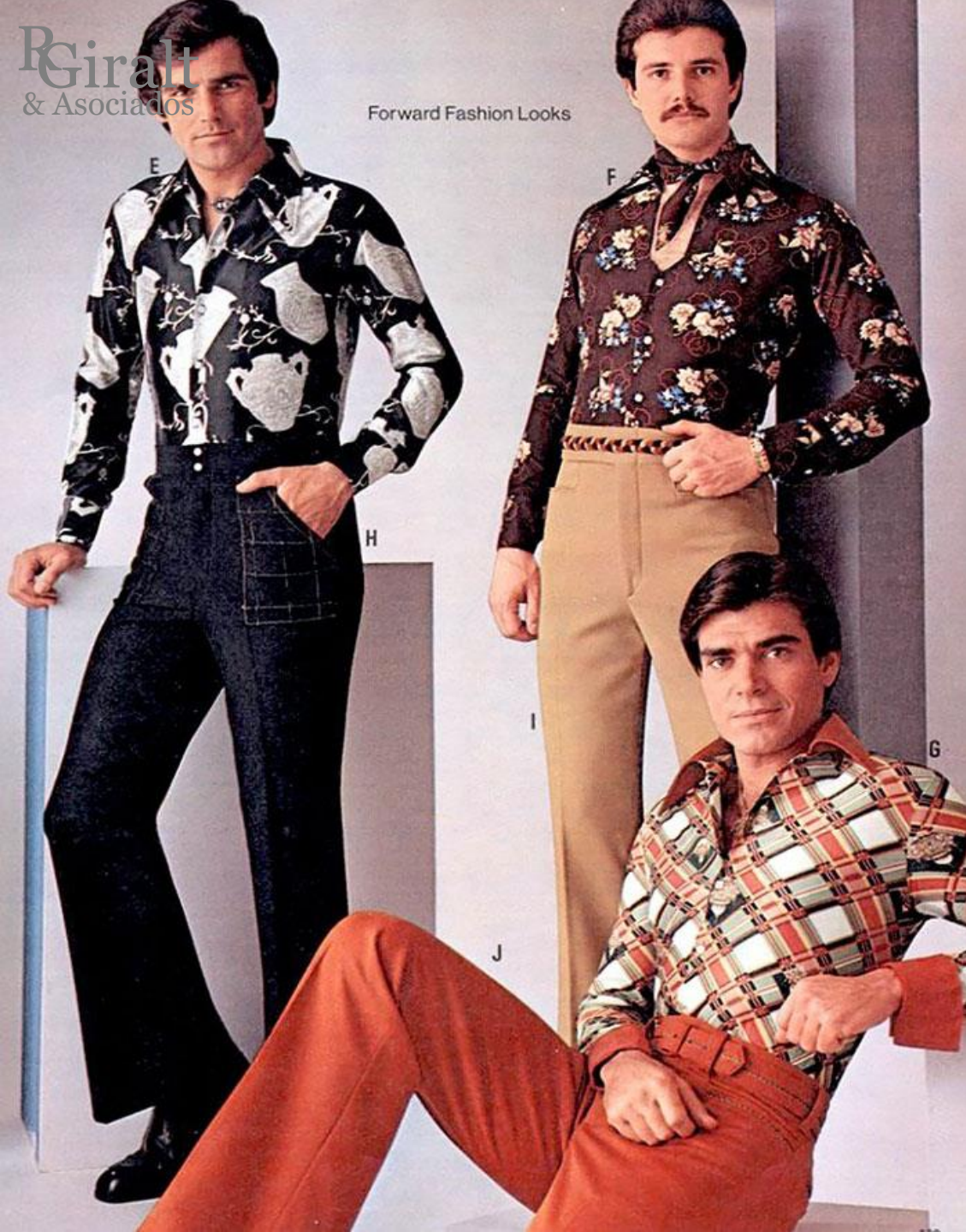
STEP
05

R Giralt

+900%

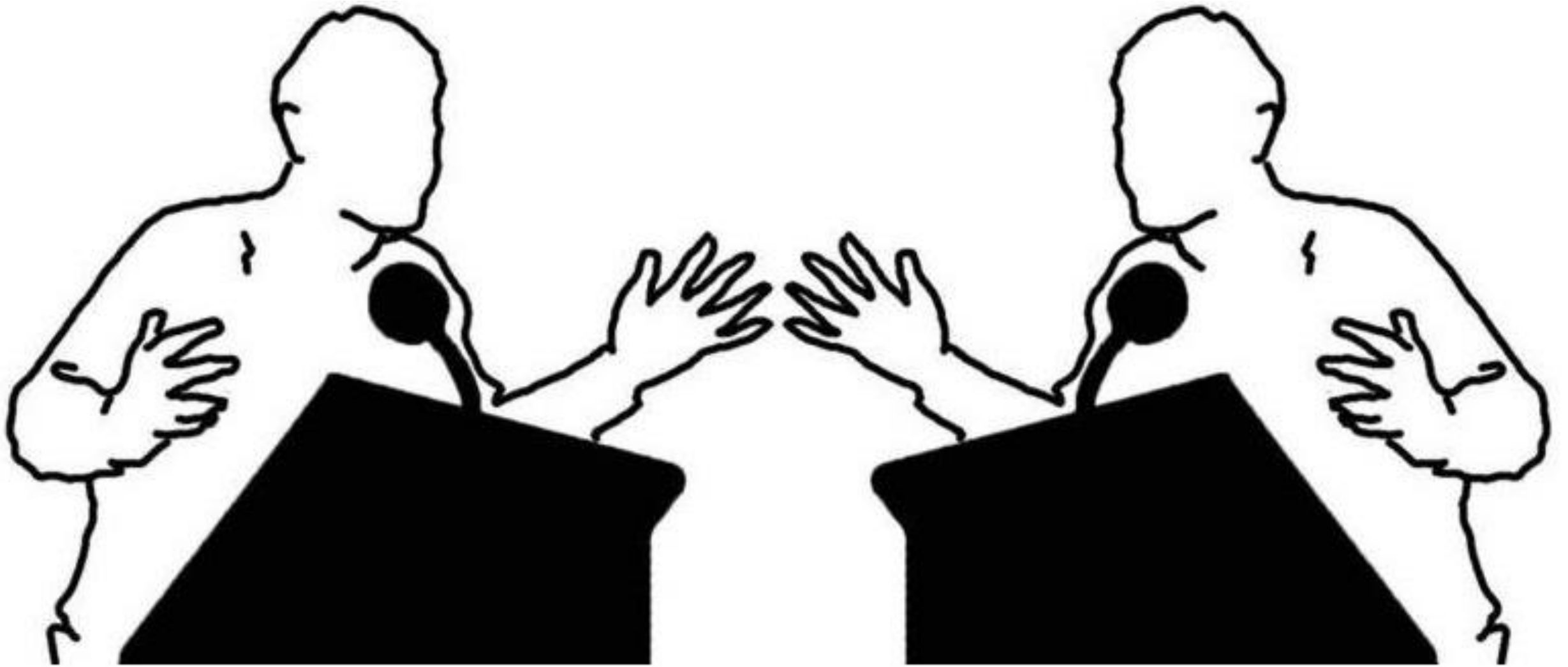






R. Giralto & Asociados

SI OFRECES LO MISMO QUE LOS DEMÁS



TE TRATAN IGUAL QUE A LOS





SI OFRECES LO MISMO QUE LOS DEMÁS



¿QUE TIENES QUE HACER PARA VENDER?

 SI EL MERCADO NO PERCIBE

DIFERENCIA



SU DECISIÓN SE BASARÁ EN
PRECIO

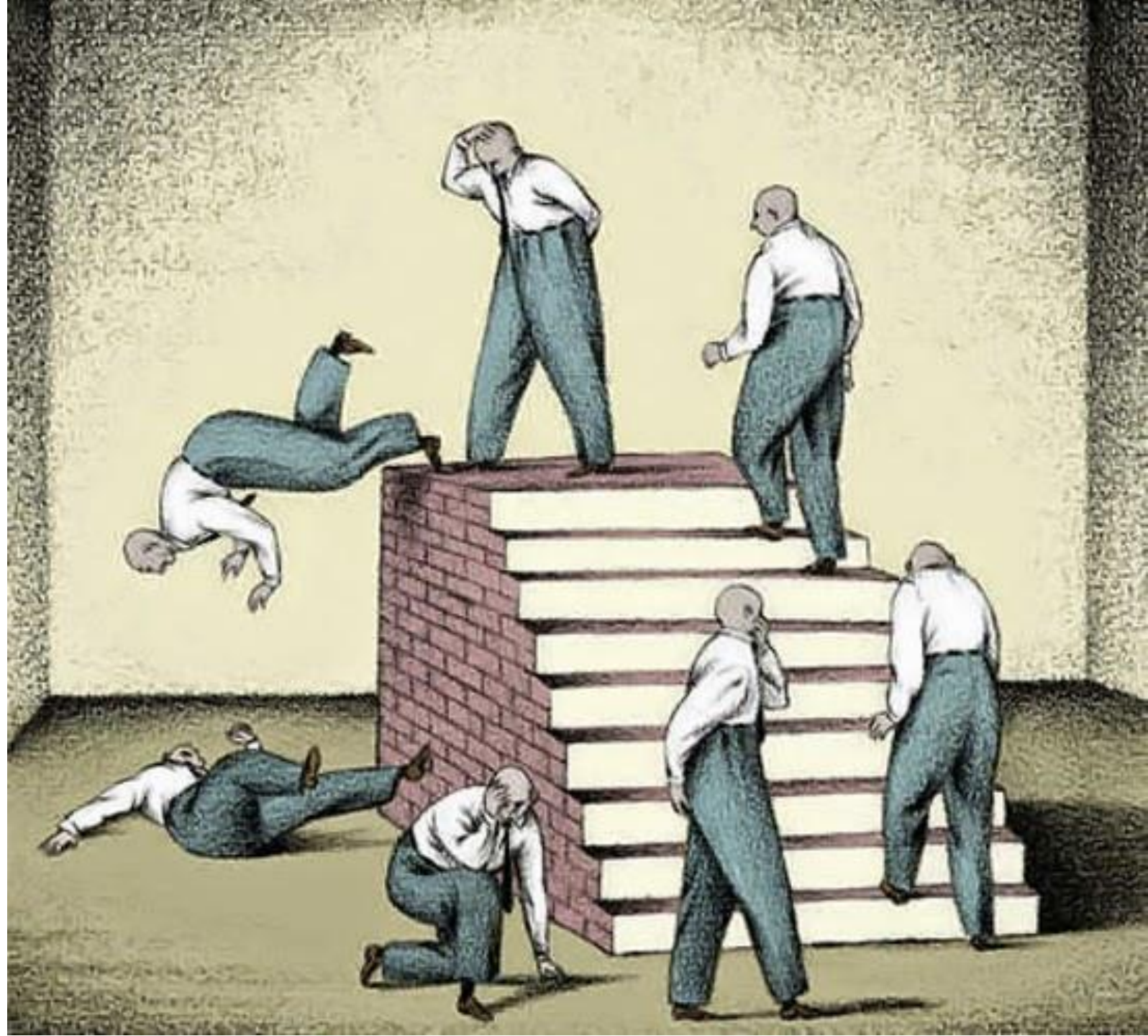


**Valor
Percibido**

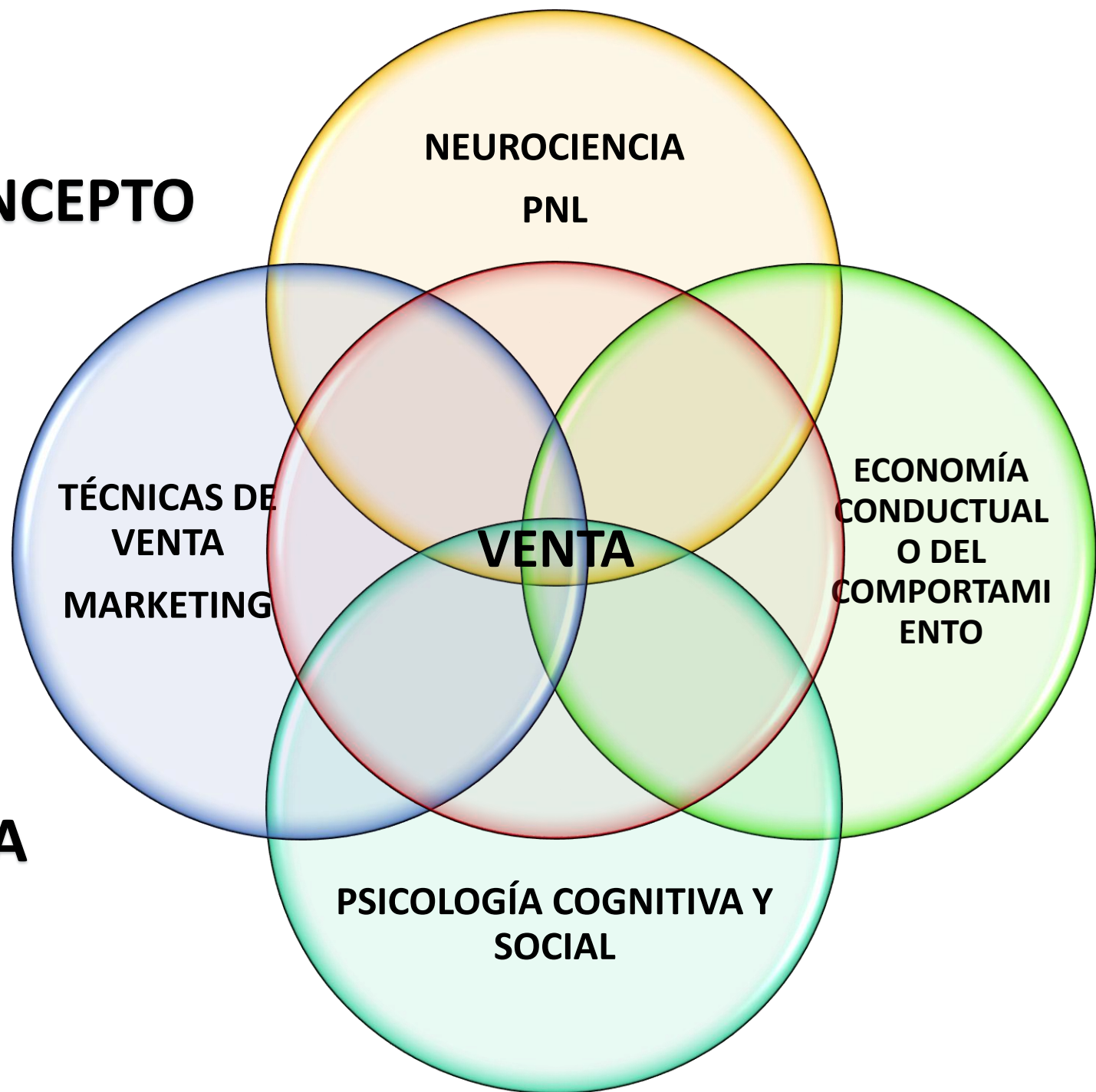
Precio

Si sigues
haciendo lo
mismo...

Vas a obtener...



CONFORMACIÓN DEL CONCEPTO DE VENTAS



INTERDISCIPLINARIA



**Hoy no vendemos
PRODUCTOS**



**Hoy no vendemos
SERVICIOS**

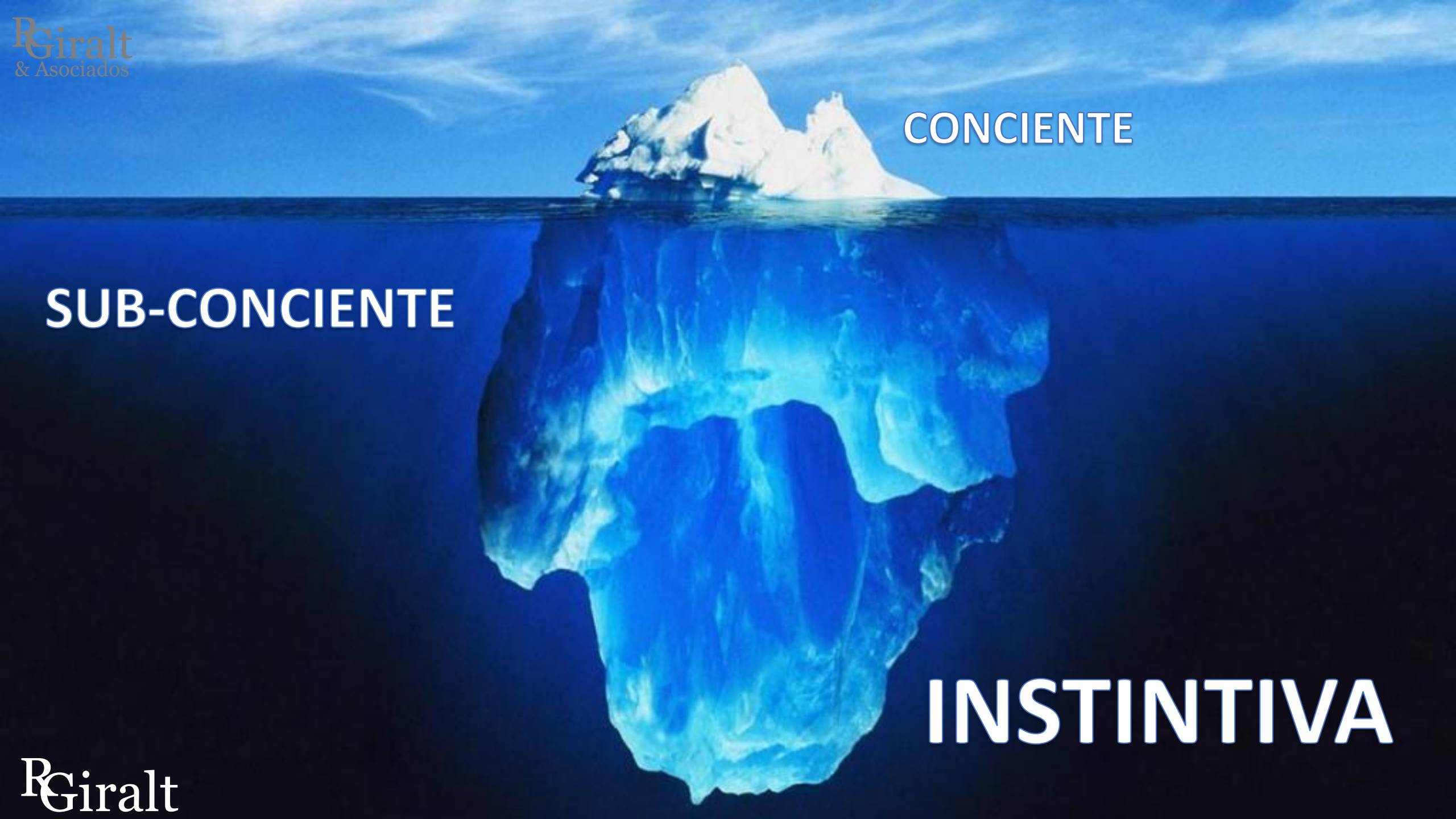


**Hoy no vendemos
CARACTERÍSTICAS**



**Hoy vendemos
EXPERIENCIAS**





CONCIENTE

SUB-CONCIENTE

INSTINTIVA

LO MÁS IMPORTANTE

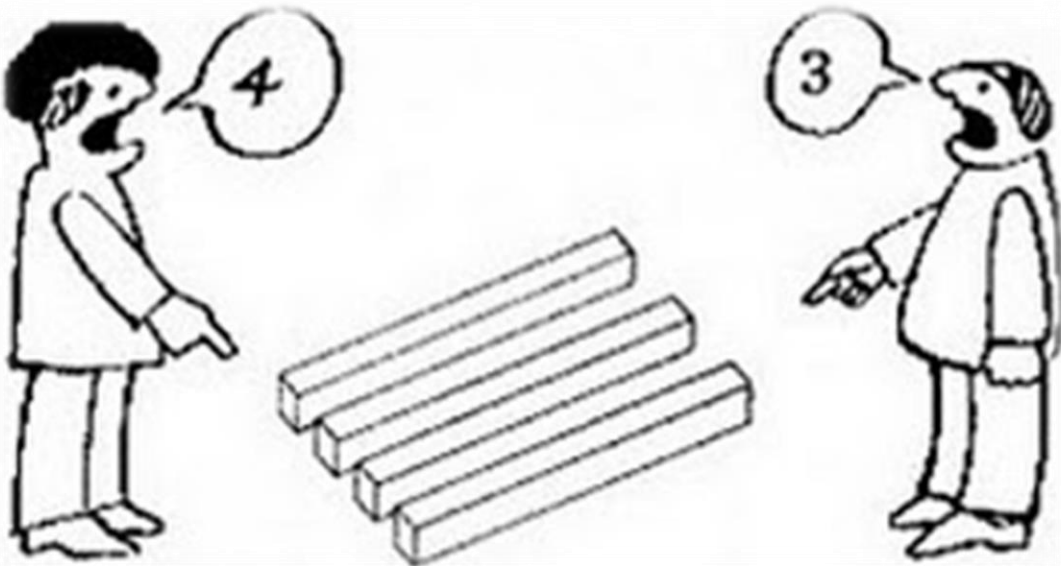
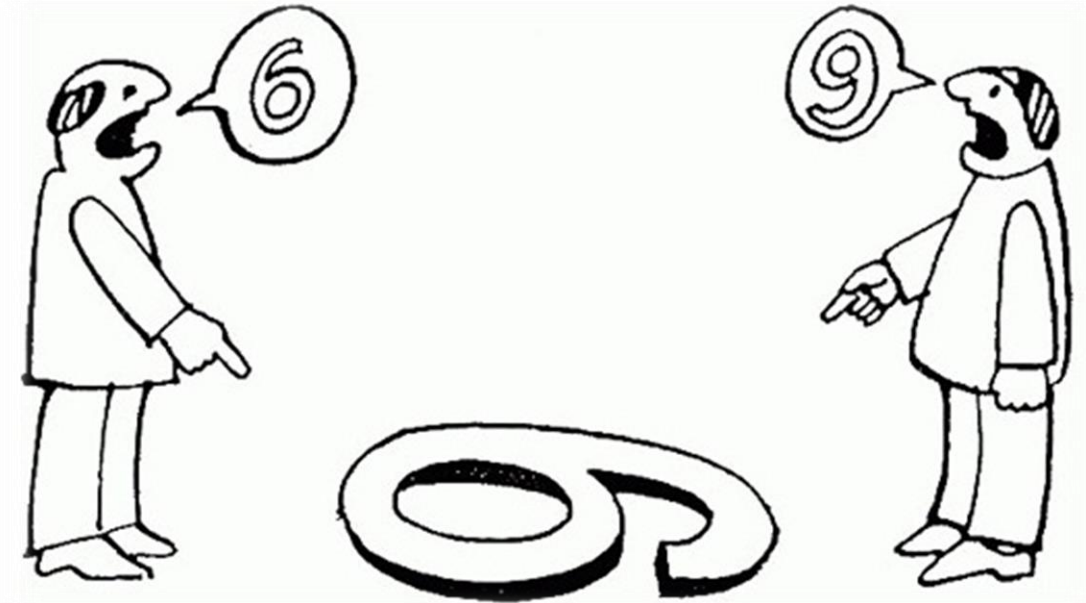
El Servicio o producto que ofrecemos es una construcción que se "hace" en el cerebro del cliente.

Por tanto no tiene una realidad en sí misma.

ES SUBJETIVA.

Tenemos que ocuparnos de esa construcción.

Antes solo se ocupaba del servicio o producto, ahora nos ocupamos de la construcción cerebral.



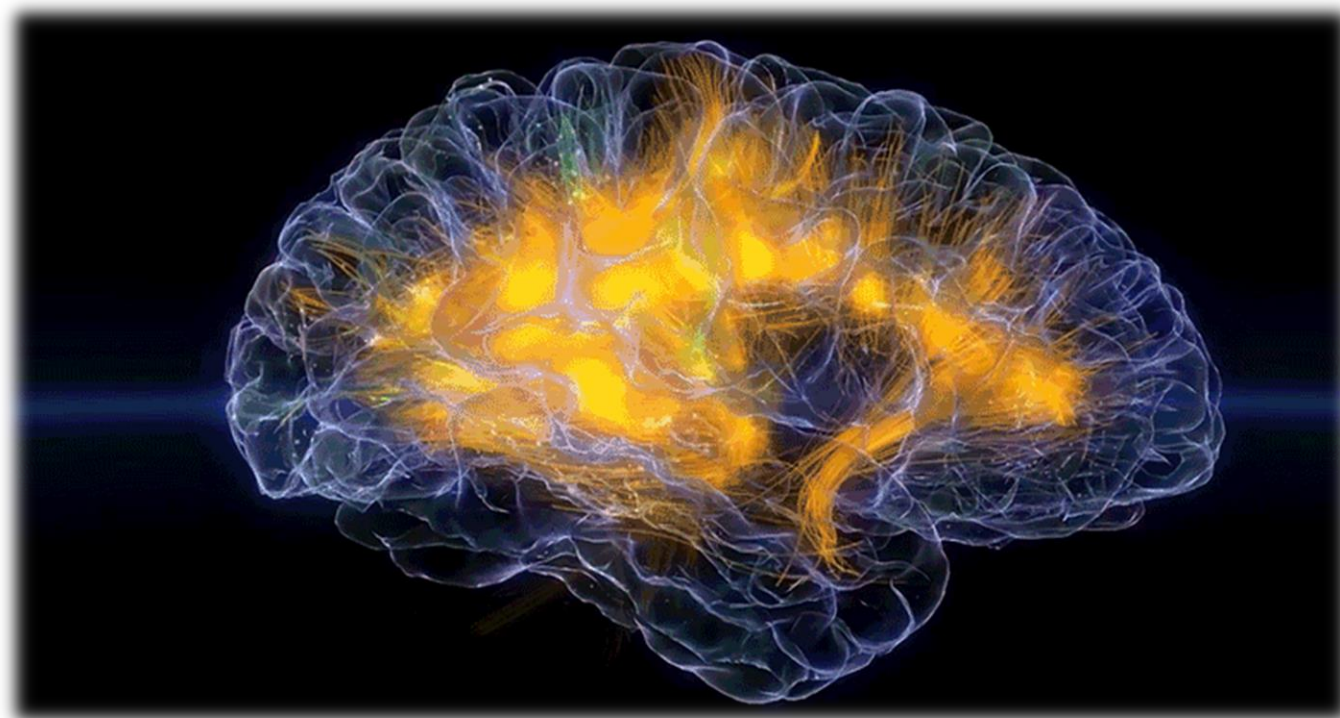
Para el cerebro del cliente el servicio o producto que recibe es un conjunto de percepciones, experiencias, por ello desarrollamos un sistema de venta basado en experiencias, gestión de las emociones...

El servicio y producto debe diseñarse para los 5 sentidos.

Por ello es y debe ser multisensorial.

Los servicios y productos pueden presentarse por webs, virtualmente, con documentación, en una asesoría personal, presentar viviendas, da igual, al final todo termina convirtiéndose en una serie de conexiones neuronales, impulsos eléctricos y químicos.

Es un baño de neurotransmisores y de hormonas dentro del cerebro de cada individuo y nos vemos obligados a gestionar con esta óptica.







La Venta Consultiva Requiere de “PROCESOS DE GESTIÓN EN VENTAS”



Que en nuestro caso son: “PROCESOS DE GESTIÓN INMOBILIARIA”



EL CAMBIO ES INEVITABLE





EL CRECIMIENTO ES OPCIONAL





**FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

