



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Curso de Especialización del Agente Inmobiliario





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Curso de especialización del
Agente Inmobiliario

Análisis de necesidades

- | Coach Hugo Eliecer

QUE APRENDEREMOS:

POWER SESSION: (DÍA 1)

- *El lenguaje corporal (Kinesia).*
- *Conectando empáticamente y conociendo al vendedor (Rapport).*
- *Beneficios de la Exclusiva Compartida.*
- *Presentando tus Servicios, CITA 1.*

POWER SESSION: (DÍA 2)

- *Revisión y presentación de ACM (Opinión Valor).*
- *Presentación de plan de Mercadeo*
- *Manejo de objeciones.*
- *Firma de La Exclusiva.*

TRABAJANDO CON --- VENDEDORES

¡Capta y gana más!

HUGO ELIECER

COACH DE PRODUCTIVIDAD

Nuestra Labor como Agentes Inmobiliarios

ASESORAR para salir al precio correcto

19%

21%

Ayudar a difundir la oferta

Orientar a Vender en un plazo determinado

20%

15%

Encontrar un comprador

15%

Home Staging

6%

Ayudar con la Negociación

4%

Papeleo, Videos y Fotos

Fuente: (CRS)

OBJETIVOS DE LA CAPTACION EN EXCLUSIVA

- ***Vender lo más rápido posible.***
- ***Al mejor precio.***
- ***Con las mejores condiciones y sin problemas.***

CONTACTO INICIAL

- ***FARMING (prospección en zona).***
- ***Esfera de influencia. (conocidos)***
- ***Referido y repetido.***

LLAMADA DE PRE-LISTING

Nombre(s) del(de los) Propietario(s):

Dirección:

Teléfono:

Fecha de la cita:

Hora:

Ubicación:

¿Tiene 5 minutos disponibles para hacerle unas preguntas muy importantes antes que nos encontremos?

4. ¿Cómo se enteró sobre mí?

5. ¿A dónde se quiere muda?

6. ¿Qué lo motiva a mudarse allí?

7. ¿Qué tan pronto tiene que estar allí?

8. Si vendemos su propiedad en los próximos 30 días, ¿será un problema para uds.? Si "sí", ¿cuál sería el problema?

9. ¿Qué pasaría si su propiedad no se vendiera?

10. ¿En cuánto quiere ofrecer su propiedad?

11. ¿Tiene alguna hipoteca sobre la propiedad?

12. ¿Podría tener la siguiente documentación al momento de reunirnos?

COPIA LITERAL, PU Y HR, DNI DEL PROPIETARIO

13. ¿Tiene alguna pregunta para hacerme antes de que nos reunamos?

Sólo para que sepa, nuestra reunión tomará entre 45 y 60 minutos, ¿está bien?

Espero encontrarme con usted el _____ en _____.



KINESIA

“El lenguaje silente de las ventas”



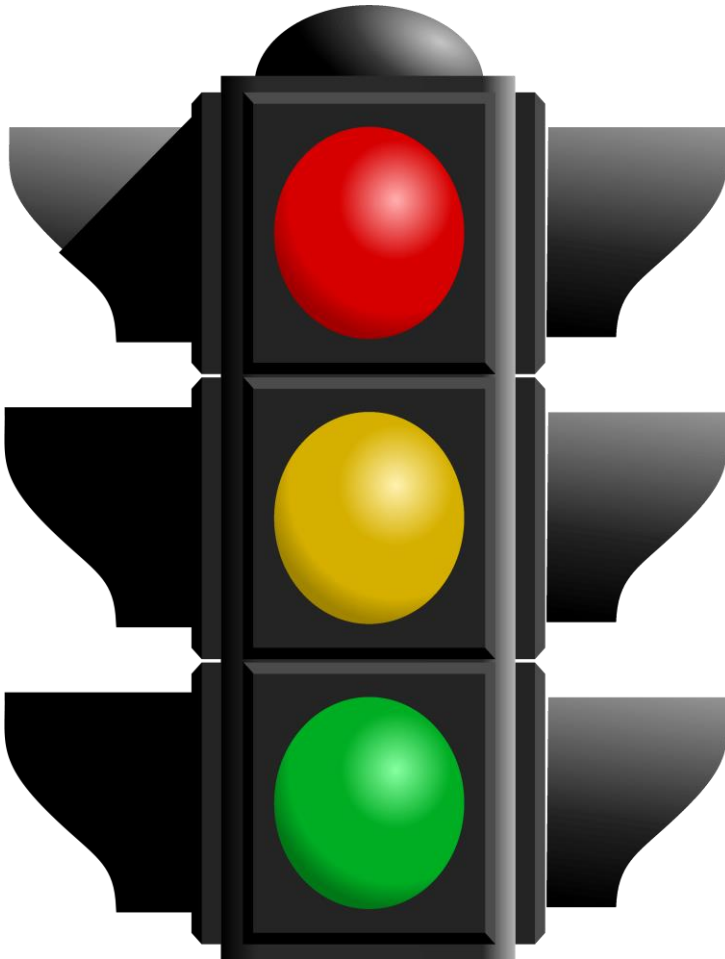
EL LENGUAJE SILENTE DE LAS VENTAS



La Kinesia tiene por objeto el estudio de "los movimientos corporales y posiciones resultantes o alternantes de base psicomuscular, conscientes o inconscientes, propios o aprendidos, de percepción visual, auditiva, táctil o cinestésica (individual o conjuntamente), que, aislados o combinados con las estructuras verbales y paralingüísticas y con los demás sistemas somáticos y objetuales, poseen un valor comunicativo intencionado o no".

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN

Podemos decir que existen 3 tipos de señales en la negociación:



- Las señales “rojas” significan STOP! Es hora de cambiar de marcha o dirección y hacer algo diferente.
- Las señales “amarillas” indican resistencia y que lo mejor será tener cuidado.
- Las señales “verdes” indican que el cliente está abierto y receptivo a lo que estás diciendo.

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN

Para poder leer estas señales, debes estar muy atento a tu interlocutor, como modula su voz, sus gestos y la postura de su cuerpo.

Los cinco canales a los cuales debemos prestar atención son:

- 1. Cara.*
- 2. Brazos.*
- 3. Manos.*
- 4. Piernas.*
- 5. Postura del cuerpo.*

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN: CARA



- Mirar a un lado o disminuir el contacto visual indica que la persona está intentando esconder algo. Si el contacto visual aumenta, ese gesto simboliza honestidad e interés.
- Ponerse rojo, o tener el cuello o la frente latiendo con fuerza es una señal roja sin lugar a dudas: ¡Para inmediatamente! La persona está enfadada, avergonzada o ambas cosas.
- El mentón hacia arriba suele indicar un desafío. El mentón hacia abajo puede indicar disgusto, depresión o tristeza o puede tan solo indicar que el cliente está mirando sus papeles.
- Una ceja levantada indica que la persona duda de lo que está diciendo.

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN: CARA (microgestos)



ENFADO - IRA - RABIA

- 1 Ceño fruncido, cejas hacia abajo
- 2 Mirada fija y ojos con brillo
- 3 Labios apretados



DESPRECIO

- 1 Comisura de los labios ligeramente elevada pero solo se levanta a un lado de la cara
- 2 Mirada fija y algo perdida



ASCO - DESAGRADO REPUGNANCIA

- 1 Entrecejo arrugado y ojos levemente cerrados
- 2 Labio superior ligeramente levantado



IEDO PÁNICO

- 1 Cejas levantadas y ligeramente hundidas
- 2 Ojos muy abiertos y párpados superiores arqueados hacia arriba
- 3 Párpados inferiores tensos
- 4 Labios ligeramente entreabiertos

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN: BRAZOS



- Los brazos abiertos generalmente indican que la persona está receptiva a lo que escucha.
- Los brazos cruzados pueden interpretarse de dos maneras diferentes: Si la persona siente frío, tendrá tendencia a encoger los hombros para mantener el calor del cuerpo. Si, por el contrario, los hombros están bajos y el mentón inclinado hacia arriba, la persona no es fría lo que siente, sino que está enfadada. Esta es una señal roja para parar.
- El “hombro frío”, un hombro apuntando en ángulo hacia ti, es una señal de aviso para que cambies tu estrategia.
- Un brazo colgado en el respaldo de la silla indica que no cuentas con la aceptación total del cliente. Los antebrazos que casi no tocan la mesa indican que la persona está lista para hacer una rápida retirada. Se trata de una señal amarilla para proceder con cautela.
- Los codos y el antebrazo lo más lejos posible de la silla indican que la persona se siente a la defensiva o que prefiere retirarse completamente. Esta es definitivamente una señal roja para parar de inmediato lo que estás haciendo o diciendo.

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN: MANOS



- Las manos abiertas y relajadas, especialmente con las palmas hacia arriba, son una señal verde, que sugiere continuar tu trayecto a toda velocidad.
- Las palmas abiertas en forma de señal de STOP, significan exactamente eso: “para”.
- Tocarse el mentón, las orejas, la nariz, el brazo o la ropa normalmente indican tensión. Esta es una señal amarilla para ir más despacio en la negociación o para sondear un problema.
- Las manos y los puños apretados o los gestos involuntarios de la mano que contradicen una expresión facial son por lo general una señal roja que indica una fuerte reacción negativa. Las manos o los puños apretados pueden aparecer antes de que la cara de la persona se ponga roja. Para inmediatamente antes de que empeores las cosas.

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN: PIERNAS



- Las piernas cruzadas en los tobillos indican que la persona se siente a la defensiva, reservada o poco cooperativa. Esto puede ser una indicación precoz de que has pasado de una señal verde o amarilla a una señal roja de parada.
- Si la persona tiene las piernas cruzadas y si el dedo del pie de la pierna que está cruzada apunta hacia ti, es una señal verde: el cliente está de tu lado.
- Las piernas cruzadas y si el dedo del pie de la pierna que está cruzada apunta hacia otro lado, es una señal roja: tu mensaje no está teniendo el efecto deseado.
- Las piernas separadas con los dos pies planos en el suelo indican que la persona está abierta a lo que estás diciendo o haciendo. Es una señal verde de que la negociación va por buen camino.

SEÑALES EN LA NEGOCIACIÓN: POSTURA CORPORAL



- Inclinarsse hacia adelante indica que el cliente está emocionalmente conectado contigo. Es una señal verde de que la negociación está yendo bien.
- Por el contrario, inclinarse hacia atrás, manteniendo el contacto visual y los brazos abiertos es normalmente una señal amarilla que indica que el cliente necesita de más hechos y hechos lógicos. Antes de avanzar, estudia el tipo de información extra que tu interlocutor necesita.
- Inclinarsse hacia atrás o girar la cara hacia otro lado es una señal roja que indica que la personas está reaccionando negativamente a lo que estás diciendo.
- Los movimientos laterales sugieren inseguridad y dudas. Es una señal amarilla que puede indicar aburrimiento. Estudia más en profundidad si la persona está incómoda o si ha perdido el interés.

RAPPORT EN LA CAPTACIÓN

Rapport proviene del francés *rapporter*, que significa «traer o crear una relación». Cuando decimos que debemos generar rapport, nos referimos al puente que se crea con la empatía, gracias a la cual logramos ser realmente perceptivos con nuestros clientes o colegas, al mismo tiempo que construimos lazos duraderos.



COMO GENERAR RAPPORT CON EL VENDEDOR



INTERMEDIAR VS REPRESENTAR



LA EXCLUSIVA DE TODA LA VIDA O TRABAJAR EN EXCLUSIVA MULTIPLE

Contratos Abiertos - No exclusivos



La Exclusiva Compartida - Modelo Exitoso





Primera Cita

PRIMERA CITA

OBJETIVO

- *Toma de Información.*
- *Crear expectativa.*
- *Generar Confianza y empatía.*
- *Conectar (Rapport)*



**IMPORTANTE CERRAR LA SEGUNDA
CITA Y EXPLICAR LO QUE VIENE.**

Fases: 1era CITA



PRACTIQUEMOS

Actividad de 20 mins

Objetivo:

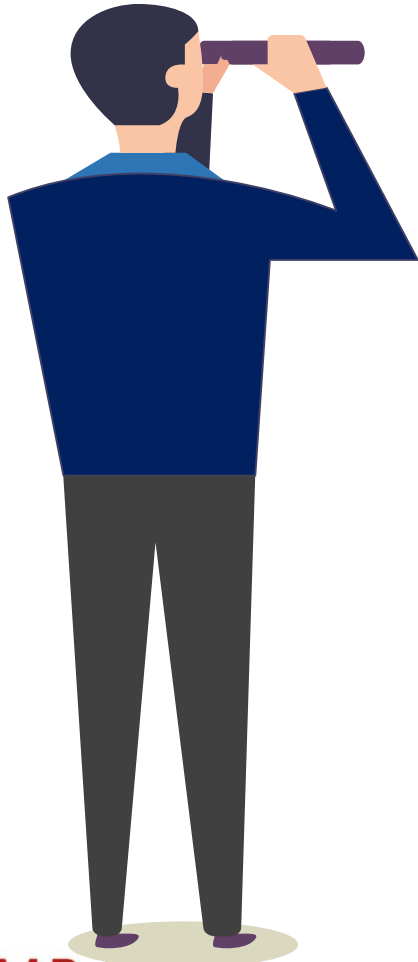
Descubrir la motivación y Urgencia

Presentación de tus Servicios

- **Mis antecedentes:** *Quien eres (Profesión, trayectoria, experiencia de vida).*
- **Experiencia:** *El Know How que posees y como haz crecido en la industria.*
- **Mi Equipo:** *Quien te acompaña y como te suman a lograr los objetivos.*
- **Que obtienen trabajando conmigo:** *como les vas a ayudar a conseguir sus objetivos.*
- **Método de Trabajo:** *El paso a paso de tu gestión, aprovecha y deja claro todo.*
- **Resultados propios:** *Ventas anuales, puntas, premios y logros obtenidos en tu carrera.*
- **Testimonios:** *Que dicen tus clientes satisfechos.*

EL TOUR POR LA PROPIEDAD

¿QUÉ OBSERVAR EN EL TOUR A LA PROPIEDAD?



- ✓ Vea por dentro y por fuera.
- ✓ Lista de acabados e instalaciones.
- ✓ Anote los problemas y averías de la propiedad.
- ✓ Tome nota de todo (esto da a entender que le das interés e importancia).



- No hable mas que el propietario (dos oídos y una boca).
- No entre a un espacio sin antes pedir permiso.

Toma de información



- ✓ Utilice preguntas abiertas.
- ✓ Hable mientras recorre la propiedad.
- ✓ Identifique las verdaderas necesidades de los propietarios.

SIN ESTA INFORMACION, SERÁ DIFÍCIL TENER UNA ÉXITOSA SEGUNDA CITA.

PREPARACIÓN Y ESTUDIO PREVIO A 2DA CITA

- ✓ Análisis comparativo de mercado.
- ✓ Presentación de servicios: info de tu agencia, ratios e historial de ventas propios o apalancarse con los de la oficina y autorización de exclusiva compartida.
- ✓ Planilla de Captación.

**SI HASTA AQUÍ HAZ HECHO UN BUEN TRABAJO LA
SEGUNDA VISITA SERÁ FÁCIL.**



¿QUÉ TE LLEVAS HOY?
¿Tus ahas de la sesión?



Aha...!

RECUERDA ESTO:

«Si conoces al enemigo y te
conoces a ti mismo, no debes
temer un centenar de batallas»

-PASIÓN INMOBILIARIA-
Hugo Eliecer

SUN TZU



@pasioninmobiliaria



Hugo Eliecer



GRACIAS



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Especialización del Agente
Inmobiliario



Cartera de negocios



Coach. Hugo Eliecer



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ingeniería y
Arquitectura

Curso de especialización del Agente Inmobiliario

• Coach Hugo Eliecer

Agente Inmobiliario: PN 05934

hugo.eliecer@gmail.com

+51 971-937-596



¡Mantengamos el contacto!



+51 971-937-596



Hugo Eliecer



Hugo Eliecer - Broker Inmobiliario

Puro ADN Inmobiliario, Te ayudo a lograr tus sueños, desarrollándot...



@PASIONINMOBILIARIA

