



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



**POR FAVOR
APAGA
TU CELULAR**



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

“El éxito no es cuestión de
suerte”

“Es cuestión de Estrategia”



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

BIENVENIDO



Al Curso Básico de Consultor Inmobiliario

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

Las actividades de un Top Producer se clasifican en tres :



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

TIEMPO ORO

Son todas aquellas actividades que van dirigidas directamente a generar dinero, *ejemplo:*

Cara a cara con
el cliente

Hacer
presentaciones



Prospectar

Informar

El costo de este tiempo es altísimo, por ello no hay que desenfocarse de las actividades de este tipo, por lo general solo tienden a ocupar entre el 20 y 25 % del día.



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

TIEMPO PLATA

Son todas aquellas que **“ayudan” a generar dinero**, ejemplo:

Esperas

Reuniones

Formación

Telemarketing

Labores de marketing

Clientes pasados

Desplazamientos

Mails





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

TIEMPO BRONCE

Son todas aquellas actividades meramente administrativas, burocráticas, ejemplos:

Papeleos

Ir a recoger o llevar llaves

Redactar anuncios



Poner o quitar carteles, Etc.

Por ello un agente tiene que ver la forma de desplazar el tiempo que le dedica a las actividades Plata y Bronce hacia el Tiempo Oro, ya que su costo hora hombre es muchísimo más caro, llegado el momento la Agencia le pone un asistente.

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



Ahora se entiende ¿Cómo? es que los grandes productores logran trabajar solo un poco más que los vendedores promedio, y aún así obtener muchísimos más ingresos.

En Resumen

“RADICALIZAN SU TIEMPO”

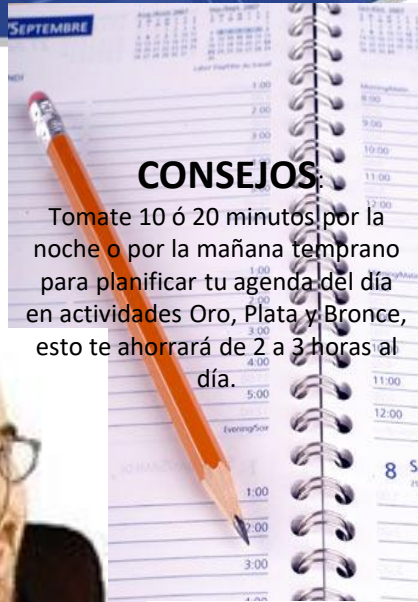
DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



CONSEJOS:

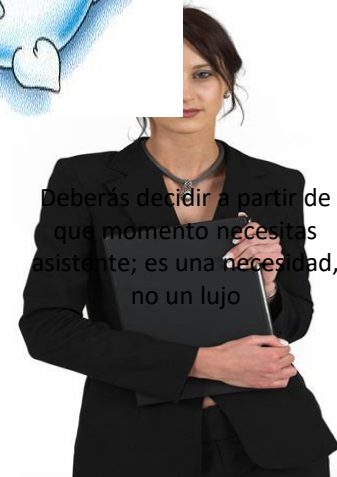
Tomate 10 ó 20 minutos por la noche o por la mañana temprano para planificar tu agenda del día en actividades Oro, Plata y Bronce, esto te ahorrará de 2 a 3 horas al día.



Si un día te levantas por la mañana y no tienes ninguna actividad ORO, es casi preferible que **"NO VAYAS A TRABAJAR"**



"No trabajes como burro, trabaja inteligentemente"



Deberás decidir a partir de que momento necesitas asistente; es una necesidad, no un lujo



Aprende a decir
"NO"



Prospecta diariamente un mínimo de 3 horas

Mantén informados a tus clientes
Vendedores y Compradores



Realiza presentaciones de
Captación muy bien elaboradas
(PLAN CHASIS)





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

1. PROSPECTAR



Conceptos e ideas

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES
CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

... éxito, está antes
... o"

PERCEPCIÓN

El éxito en ventas es un trabajo de números
(estadística pura). si nos ponemos a preguntar a
todas las personas que conocemos si necesitan de
nuestros servicios, vamos a encontrar 3 diferentes
tipos de personas:

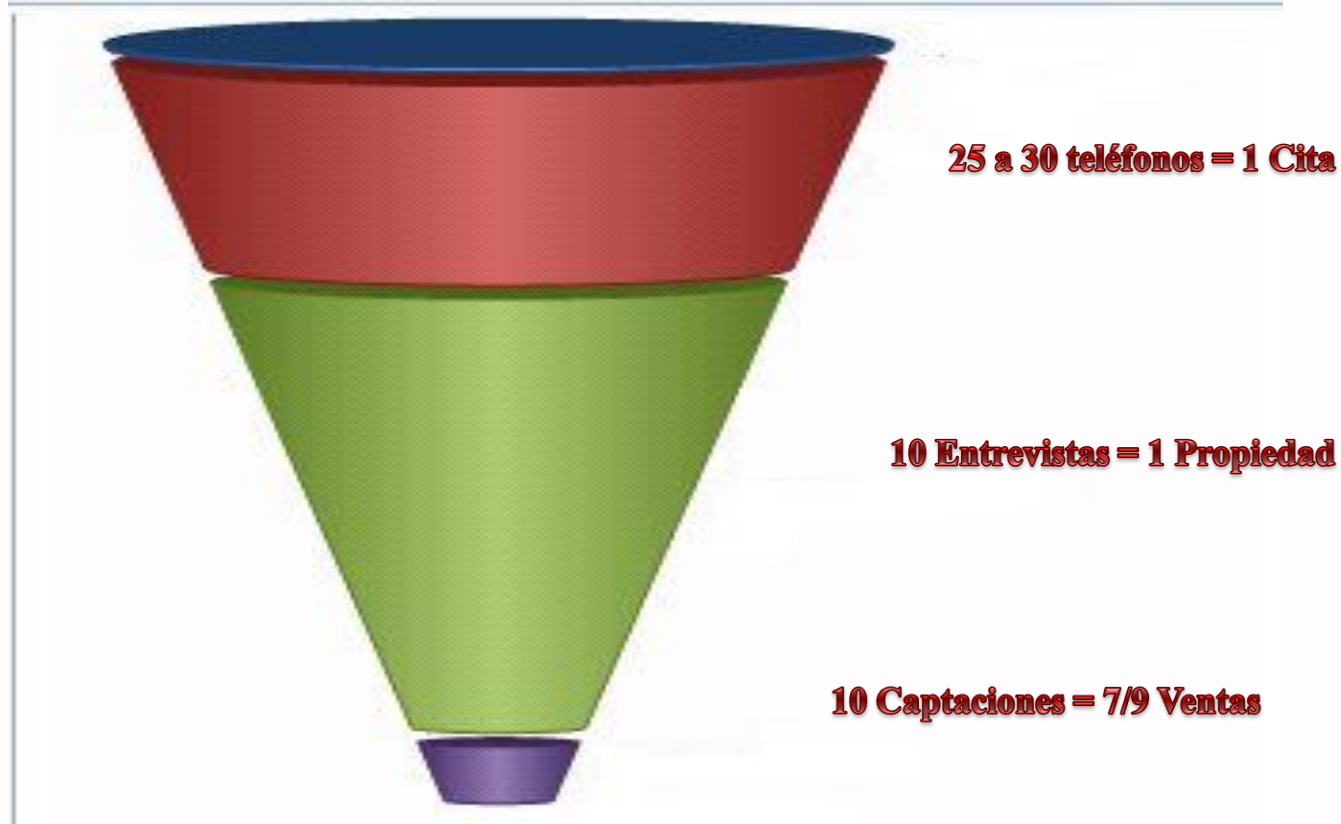
- Las que no necesitan nuestros servicios
- Las que no necesitan nuestros servicios hoy
- Las que necesitan nuestros servicios hoy



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROSPECCIÓN





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROSPECCIÓN

“No puedes esperar tener resultados significativamente mejores que los demás, si continuas haciendo lo mismo que los demás”

NECESITAS:

Tener un “Sistema de ventas”

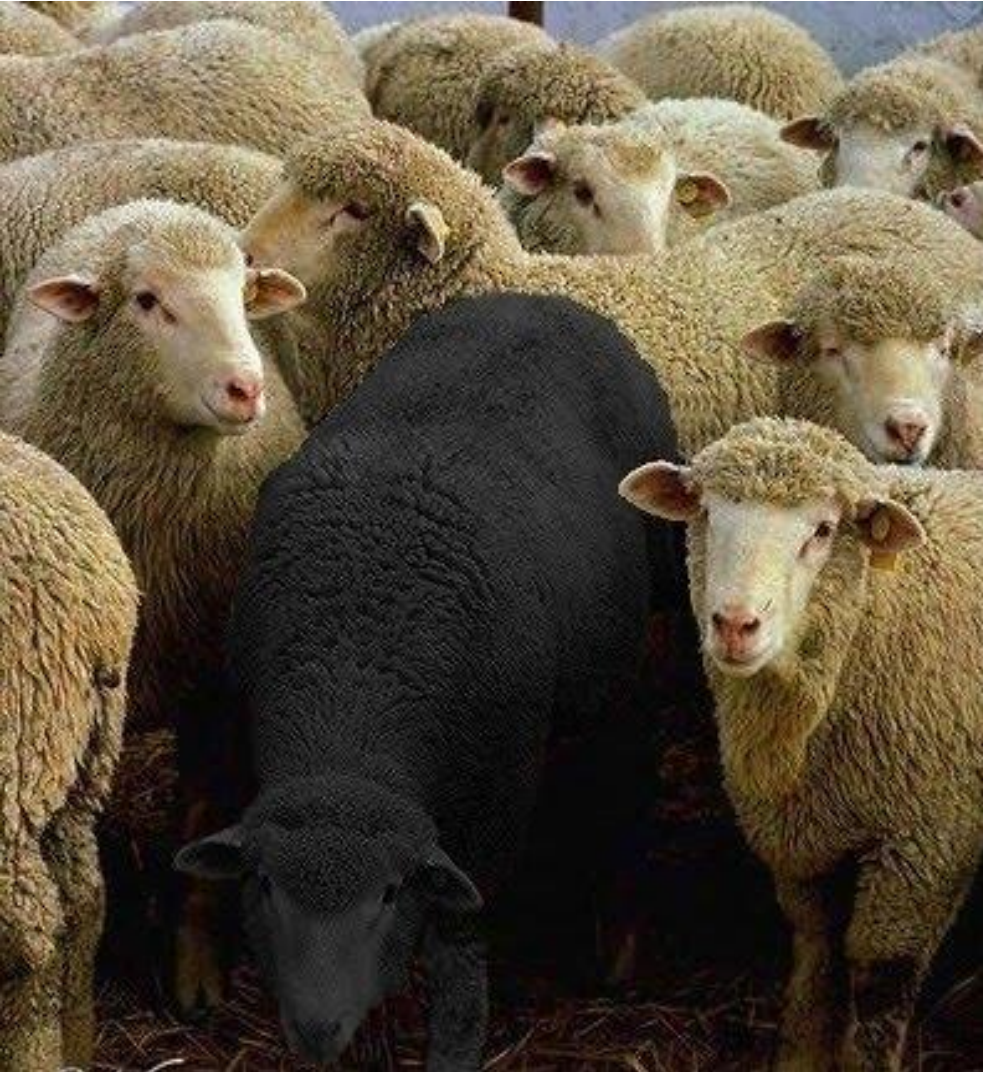
Entender que tu función principal es incesantemente captar

El tener muchas posibilidades,
te da el poder para seleccionar buenos clientes

Impactar a los buenos clientes 4 veces al año

Pedir repetidamente y sin cansarte

Saber escoger, y decir “No”,
cuando hay que decir “NO”



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROSPECCIÓN

Esta es la frase que más dinero les va a traer en su vida:

“¿SABE USTED DE ALGUIEN A QUIEN PUDIERA AYUDAR A COMPRAR O VENDER UNA PROPIEDAD?”



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROSPECCIÓN

**Prospectar es la
función más
importante que
puedes realizar, tu
futuro y tus
ingresos
dependen de ello.**



DOCENTE: ROSEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PROSPECCIÓN

Tipos de Prospección:

POCO COMPROMETIDOS	COMPROMETIDOS
INTERNET	PROSPECCIÓN EN CALLE
PRENSA	POSICIONAMIENTO GEOGRÁFICO (Cara a cara, Telemarketing, Cartas, etc.)
REVISTAS	POSICIONAMIENTO DEMOGRÁFICO
	CENTROS DE INFLUENCIA
	CENTROS DE REFERENCIA (Almorzar con 3 colaboradores)
	AGENTES COLABORADORES
	TRABAJO DE CAMPO (Objetivo 10 tarjetas al día)

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

2.CAPTAR



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



LA CAPTACIÓN

• “TUS INGRESOS SERÁN DIRECTAMENTE
PROPORCIONALES
A LA CANTIDAD Y CALIDAD DE LAS CAPTACIONES
QUE TENGAS”

SI NO CAPTAS, NO DURAS

CONSEJO:

TRABAJA EN EXCLUSIVA

- Un agente que trabaja por encargo (sin exclusiva), de cada 10 ó 20 propiedades que toma, como media vende 1, mucho trabajo, pocos resultados, Entre un 5 y 10% de efectividad
- Un agente que trabaja en exclusiva de cada 10 propiedades captadas en precio de mercado vende 8, tiene un 80% de efectividad

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

TRABAJANDO CON VENDEDORES

**¿Tenemos claro para que
vamos a una primera
entrevista?**

¿A quién voy a ver?,

¿A la propiedad, o al propietario?





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

TRABAJANDO CON VENDEDORES

El paso más importante de esta entrevista es calificar al cliente, es decir, ver si el cliente nos interesa a nosotros, de lo contrario,
DAR MEDIA VUELTA E IRNOS.



Para ello debemos apoyarnos en un sistema de ventas estructurado, un **PLAN CHASIS.**





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

TRABAJANDO CON VENDEDORES

SE VENDE



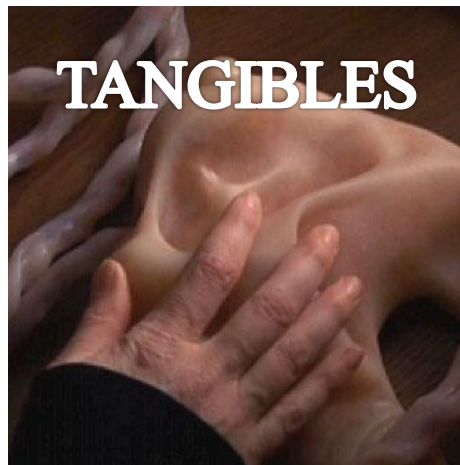


USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



Como consultor inmobiliario
¿Qué vendemos en primera instancia?



TANGIBLES



INTANGIBLES

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

¿QUÉ SERVICIOS DAMOS?

Para ello debemos saber en cual de los factores que determinan la venta de una propiedad intervenimos.



**DE CARA AL CLIENTE:
ELABORAR UN EXCELENTE
Y MUY AGRESIVO PLAN DE MARKETING,
ANALIZAR Y HACER CAMBIOS.**

Su mejor decisión ... Hable con XXXXXXXXX



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

PLAN CHASIS



¿Qué es un “Plan Chasis” ?

**Presentar las ideas correctas,
en la secuencia correcta,
expresadas con las palabras adecuadas
y presentadas con habilidad verbal y
física,
frente un candidato potencialmente
adecuado.**





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

Como captar una **EXCLUSIVA** y no morir en el intento



Para ello vamos a dividir
el trabajo en dos entrevistas



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

Objetivos de la 1ra entrevista

1. CALIFICAR AL CLIENTE:
Detectar Necesidad y Urgencia

2. GENERAR CONFIANZA
Presentaciones

3. CONOCER COMPETENCIA

4. CONSOLIDAR 2da
ENTREVISTA

5. OBTENER DOCUMENTACIÓN

**Y si no estuvieron todos conseguir
que en la 2da entrevista estén
todos.**

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

1ra ENTREVISTA

1. IMPORTANCIA DE LA ENTREVISTA

- Esta entrevista es muy importante, tanto para usted como para nosotros
- Ya que a usted le ayudará a evaluar si nuestros servicios como inmobiliaria Matayoshi le son convenientes,
- Y también es importante para nosotros, ya que evaluaremos si nos conviene tomar su propiedad para la venta. ¿Estamos de acuerdo?

2. PRESENTACIÓN PERSONAL:

- Mi nombre es:..., soy..., tengoaños de experiencia en....., y le garantizo que voy a volcar toda mi experiencia y conocimientos en brindarle el mejor servicio y calidad que usted y a su propiedad realmente necesitan para vender su propiedad.

3. PRESENTACIÓN DE SERVICIOS:

- En inmobiliaria Matayoshi más que agentes inmobiliarios nos consideramos asesores inmobiliarios
- Porque nuestro objetivo es llevarlo de la mano a través de los diferentes procesos que involucran la venta de su propiedad, y
- Ayudarlo a que tome la mejor decisión en cada uno de ellos
- Logrando cumplir con nuestra misión que es vender su propiedad
- Al Mayor Precio de Mercado, en el Menor Tiempo Posible, y con el Mínimo de Inconvenientes para usted.

4. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA:

- Este Dossier es muy importante para usted, ya que en el encontrará información relevante de quienes somos, los diferentes servicios y compromisos que adquirimos con usted si ambos decidimos vender su propiedad, y presentar el Dossier Matayoshi.

5. TIEMPO Y PRECIO

- También informarle que tenemos 2 objetivos claramente definidos que son:
- El primero vender su propiedad en el menor tiempo posible, ¿Estamos de acuerdo en este punto? (Silencio y que responda);
- Como también en el mayor precio de mercado, ¿Compartimos ambos objetivos?

6. PRESENTAR BROCHURE "Estrategias de Venta"

***COMODÍN**

7. ANÁLISIS DE NECESIDADES

Para poder hacerle un buen plan de marketing necesito tomar información y como la mente es frágil y lo más probable es que al salir de aquí me haya olvidado de la mayoría de lo conversado, permítame tomar apuntes de lo que conversemos.

8. SACAR FOTOS

- Tomar nota de detalles positivos y negativos de la propiedad, no mencionarlos.
- Preguntar en cada habitación que queda y que no queda.

9. SACAR CITA:

- Proponer que estén presentes los demás propietarios o implicados en la decisión de venta
- Que toda la documentación esté preparada
- Presentar dos opciones de fecha para próxima cita (Más tardar a los tres días posteriores de esta entrevista).

***COMODÍN:** Se pueden presentar antes o después del "ANÁLISIS DE NECESIDADES".



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ROTURA DE HIELO



Usar cualquier elemento que nos llame la atención para buscar vincularnos con el cliente y relajarlo para la entrevista, elementos tales como si vemos trofeos, diplomas, fotos de los hijos, fotos practicando algún deporte; ya que ello nos indicaría aficiones o temas de las cuales están orgullosos.

También nos sirve para obtener información importante.



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

IMPORTANCIA DE LA ENTREVISTA:

*En esta primera pregunta lo que
hacemos es ponernos en una posición
de tú a tú con el cliente para que
sepa que la decisión de comprar
su casa con nosotros depende de él
suya.*

*También nosotros
vamos a
evaluarlo, para
ver si nos
conviene tomarla,
y tampoco
queremos crear
falsas
expectativas.*

**EQUILIBRANDO
POSICIONES**



*La entrevista muy
importante para usted como para
nosotros. Que a usted le ayudará a
decidir si nuestros/mis servicios le son
útiles; y también para nosotros, ya
que evaluaremos si nos conviene tomar su
propiedad para la venta. ¿Estamos de
acuerdo?*

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

2. PRESENTACIÓN PERSONAL

Mi nombre es:.....,
soy....., tengo
.....años de experiencia
en....., y le garantizo que
a volcar toda mi experiencia y
conocimientos en brindar el
mejor servicio y calidad a usted
y a su propiedad. Si usted
necesita más información sobre su
propiedad, estoy a su disposición.

GENERADOR DE CONFIANZA



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

3. Presentación Dossier

Pre-captación:

Este Dossier contiene información muy importante para usted ya que verá quienes somos, los diferentes servicios que ofrecemos, y los compromisos que adquirimos con usted.

GENERADOR DE CONFIANZA

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

4. TIEMPO / PRECIO

PRE-CALIFICACION

En esta segunda pregunta el único factor que nos interesa medir es el tiempo, saber si realmente tiene necesidad de vender, ya que un vendedor que no tiene ningún apuro,

***NO ES UN VENDEDOR,
PROBABLEMENTE ES UN
ESPECULADOR.
(CRONOFAGO)***



Pregunta: También informarle que mis objetivos son **vender**

su propiedad en el menor tiempo posible, ¿Estamos de acuerdo

en este punto? (PAUSA); Como también en el mayor precio de mercado,
¿Compartimos ambos objetivos?

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

ESTRATEGIAS DE VENTA



Su mejor decisión ... Hable con XXXXXXXX



USMP
UNIVERSIDAD
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

INFORME CONFIDENCIAL

_____ de _____ de 2014

ME PERMITE UNAS PREGUNTAS, SON MUY IMPORTANTES PARA HACERLE UN BUEN PLAN DE VENTA

Nombre: _____

Dirección: _____

Telfs.: _____ M/C/N _____ RPM/RPC _____

e-mail: _____

- | | | | |
|---------------------------|---|--------------------------|---|
| 1. IMPORTANCIA ENTREVISTA | 3 | 2. PRESENTACIÓN PERSONAL | 3 |
| 3. PRESENTACIÓN SERVICIOS | 3 | 4. PRESENTACIÓN BROCHURE | 3 |
| 5. TIEMPO / PRECIO | 3 | 6. Estrategias de Venta | 3 |

DESARROLLAR EL

2. ¿Ya tiene previsto a donde mudarse? ¿Tiene en mente una compra? ¿Especifique? _____

3. ¿En cuánto tiempo quiere vender su propiedad? ¿Por qué quiere vender su propiedad? _____

4. Si no se vendiera en "X" meses (El plazo que el fideicomitante desea) ¿Cuántos meses? ¿Cómo le afectaría? _____

5. ¿Desde hace cuánto tiempo está vendiendo su propiedad? _____

6. ¿Qué le gustaría la venta de su propiedad? _____

7. ¿Cuánto es el precio que desea por su propiedad? _____

8. ¿Cómo llegó a este precio? _____

9. Metros cuadrados: _____

10. ¿Alguna vez ha trabajado con un agente inmobiliario? ¿Por qué no ha trabajado con un agente? _____

11. ¿Qué es lo que espera de su agente inmobiliario? A parte de vender su propiedad _____

12. ¿Quiénes son las personas que figuran en la escritura?, los propietarios _____



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



1.SACAR FOTOS DE TODA LA CASA Y ADEMÁS:

- Tomar nota de detalles positivos y negativos de la propiedad, no mencionarlos.
- Preguntar en cada habitación que queda y que no queda.

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



1.SACAR CITA:

- 1.Proponer que estén presentes los demás propietarios o implicados en la decisión de venta
- 2.Que toda la documentación esté preparada
- 3.Presentar dos opciones de fecha para próxima cita (De preferencia a los tres días posteriores de esta entrevista).



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

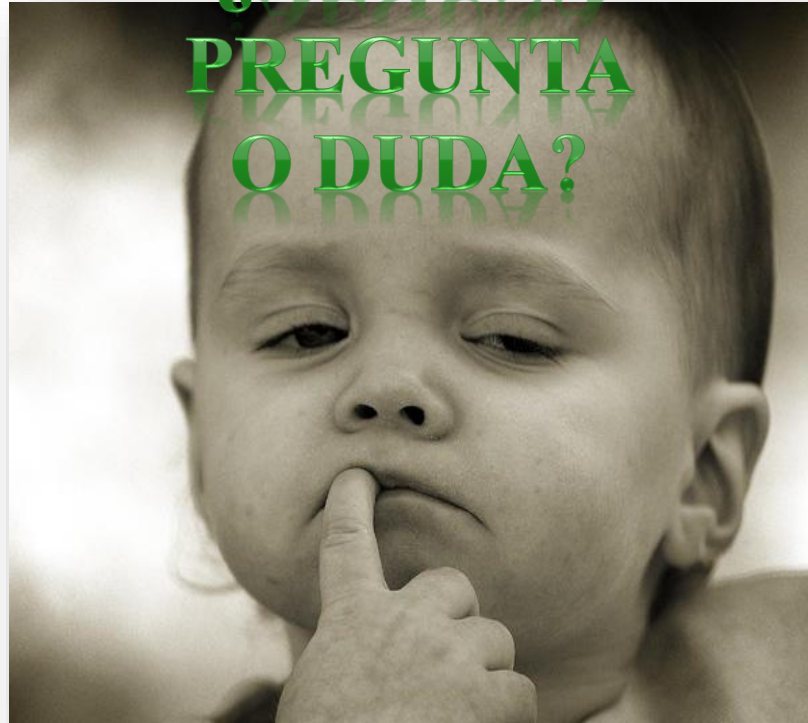
CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

¿ALGUNA
PREGUNTA
O DUDA?





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

LEY SOBRE EL DERECHO DE AUTOR

Decreto legislativo No. 822 de 1996

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin para ello contar con la autorización previa, expresa y por escrito del editor (Rubén Miguel Giralt Montes). Toda forma de utilización no autorizada será perseguida con lo establecido en la LEY SOBRE EL DERECHO DE AUTOR Decreto legislativo No. 822 de 1996 Decreto legislativo No. 822 de 1996

Los artículos así como su contenido, su estilo y las opiniones expresadas en ellos, son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la opinión de GRUPO ENFOQUE.

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES
CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRÉS

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

