



**POR FAVOR
APAGA
TU CELULAR**

“LA LLAMADA TELEFÓNICA”



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP





PRESENTADOR



ASESOR



VENDEDOR

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP



¿QUÉ SOMOS? COMUNICADORES

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

Y ESTO TAMBIÉN NOS LLEVA A HABLAR DE

La imagen personal

Esta es la primera carta de presentación que tenemos ante cualquier prospecto.

Es la primera impresión que damos y es determinante para el momento en el que alguien tenga que decidir sobre una situación en la que estemos inmersos, que en este caso es de ventas.



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

En 20 segundos nos catalogan
y en ± 4 minutos se generan una
opinión, un juicio sobre nosotros.
“COMO TE VEN TE TRATAN”

La importancia de proyectar una buena imagen personal en las ventas, radica en el hecho de que debemos emitir coherencia en todos nuestros canales de información.

- Apariencia exterior,
- Indumentaria,
- Actitud,
- Comunicación Verbal y
- Comunicación No verbal.

De no ser armónicos, el receptor entra en una disyuntiva sobre creer o no lo que escucha y lo que ve, es decir que surge una duda sobre nuestra confiabilidad.

COMUNICACIÓN

Hay dos tipos de comunicación: verbal y no verbal.

La comunicación **verbal** se caracteriza por utilizar el lenguaje **escrito u oral**.

Mientras que la comunicación **no verbal** abarca el lenguaje corporal y las características de la voz (lenguaje paraverbal).

Interpretamos el comunicado de nuestro interlocutor, analizando tanto el lenguaje verbal, como el lenguaje no verbal.

Y en ese contexto captamos:

7% del mensaje por las palabras,

38% por las características de la voz

55% por el lenguaje corporal

POR LO TANTO SI HABLAMOS POR
TELÉFONO
SOLO NOS QUEDAMOS CON UN
45% DE LA COMUNICACIÓN
DEL CUAL
7% ES MENSAJE Y
38% CARACTERÍSTICAS DE LA VOZ

EL MENSAJE SIGUE SIENDO LO MÁS
IMPORTANTE

PERO NO ESCUCHAMOS EL MENSAJE
SI LAS CARACTERÍSTICAS DE LA VOZ
NO SON LAS ADECUADAS

¿Y COMO SON ADECUADAS?

MANEJANDO:

EL TIMBRE

LA INTENSIDAD

EL RITMO

LAS PAUSAS

LA MODULACIÓN

ESCUCHEN



DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

ANTES DE LLAMAR MIRENSE EN EL ESPEJO



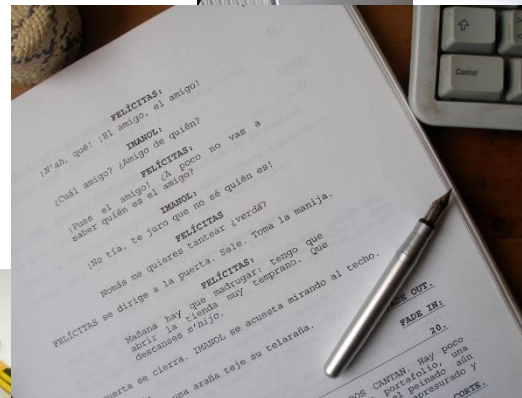
DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

LA LLAMADA TELEFÓNICA

PREPARA TU ÁREA DE TRABAJO

- BIEN ILUMINADA
- CÓMODA
- SILENCIOSA
- SIN DISTRACCIONES
- PON UN ESPEJO
- AGENDA Y LÁPIZ
- TEN TU GUIÓN A LA MANO



LA LLAMADA TELEFÓNICA

PROCESO DE LLAMADA TELEFÓNICA

OBJETIVO LLAMADA TELEFÓNICA:

Concertar una primera entrevista personal con el /los propietario/s y con todas las personas involucradas en la venta de su inmueble, en nuestras oficinas, previa Calificación del mismo.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

En la comunicación por vía telefónica el prospecto de cliente es consciente que hay una barrera comunicacional que es el teléfono, es solo voz, nuestro interlocutor no da la cara; lo cual le permite ser más crítico, duro, inclusive confrontacional, por teléfono es más fácil decir **no**, criticar e inclusive colgar sin más; pero esto no necesariamente es un problema; el éxito en el teléfono radica básicamente en dos factores:

**Nuestra Condición Mental y
Si empleamos Estrategias y Técnicas.**

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Condición Mental: Nuestro estado mental para llamar por teléfono ha de estar en condiciones de aceptar el rechazo como algo natural en este proceso, si aceptamos esta realidad, entonces aumentará nuestra tolerancia a la frustración.

El rechazo del vendedor jamás debemos atribuirlo a un motivo personal, ya que no se debe a que somos malos o que estamos haciendo las cosas mal; esto se debe exclusivamente a que forma parte del trabajo. Con el tiempo, ganamos experiencia y aplicando las técnicas que te vamos a enseñar, aprenderemos a mejorar tu desempeño, mejorando tu ratio de convertibilidad.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

El cliente rechaza nuestra propuesta por tres motivos básicos, como son:

1. La puedo vender solo, es cuestión de poner un/os aviso/s, con lo cual se ahorran la comisión,
2. No tienen por qué pagar por algo que es “tan fácil” como vender “su propiedad”.
3. Mala experiencia personal o por referencia de otros.

Todos ofrecen lo mismo y ya lo conozco.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Si se observa, ninguna de estas tres negaciones tienen que ver con nosotros, nuestro trabajo, o el profesionalismo que desarrollamos.

Las tres son objeciones que el cliente ya tiene en la cabeza antes de conocernos y de que lo llamemos.

Acuérdense que es probable que se esté llamando a un vendedor que no quiere trabajar con agentes o inmobiliarias.

Esto no implica que termine trabajando con nosotros.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Si ante la primera negación de nuestro prospecto de cliente y sin entrar en detalles lo que hacemos es empezar a hablar de lo bueno y magníficos que somos, o de la tremenda cantidad de servicios que le podemos ofrecer, etc.; entonces nos convertimos en monos con metralleta, disparando al azar.

De esta manera jamás vamos a dar en el blanco, estamos **REACCIONANDO** ante una respuesta de nuestro interlocutor, si no tenemos planteada una estrategia, vamos a la deriva y nuestras posibilidades de conseguir la entrevista caen dramáticamente.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

No se trata de **reaccionar**, se trata de emplear **estrategias con técnicas**.

Para ello lo primero que debemos es estar convencidos y muy conscientes del rol o papel que tenemos, somos **asesores profesionales**, y un buen asesor frente a una objeción lo primero que debe hacer es preguntar

¿Por qué?, si sabemos el por qué, entonces podremos resolver dicha objeción.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Preguntando el **¿Por qué?**, nos hace que tomemos el control de la situación, por muy adversa que esta sea, nos pone en una situación de poder conocer el real motivo porque esta persona no quiere trabajar con agentes.

Con ese conocimiento podemos resolver y aclarar su temor o duda, despejadas todas sus dudas o temores, es casi un hecho que obtendremos la entrevista, y lo mejor de todo, con una muy buena predisposición de este prospecto de cliente.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Si escuchamos atentamente las negaciones, estas giran alrededor de las tres (3) objeciones detalladas arriba, y para cada una hay una respuesta clara e inteligente.

La puedo vender solo.

Argumento.: Vender su inmueble no es cosa de improvisar, es cosa de profesionales, usted no tiene idea de la cantidad de dinero que pierden los propietarios vendedores por querer venderla solos, sin ninguna experiencia inmobiliaria, no estamos hablando de la venta de un par de zapatos viejos, estamos hablando de miles de dólares en juego, y que si no se trabajan bien todos los procesos hay decenas de miles de dólares en juego y que se pueden perder por malos manejos y que los propietarios no se enteran. (Negociación, mal plan de marketing, home stager, etc.).

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Es cuestión de poner un aviso o varios, con lo cual se ahorran la comisión y no tienen por qué pagar por algo que es “tan fácil” como vender “su propiedad”,

Argumento. Son muchas las variables (procesos a desarrollar para vender su propiedad) donde falla solo una, se pierden miles de dólares, por eso mismo que le parece si nos reunimos mañana a las ...

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Mala experiencia personal o por experiencia de terceros.

Primero preguntar ¿Por qué? ¿Cuál fue su experiencia? Dejar que hable, inclusive que haga catarsis, y aplicar nuestra escucha activa, ya que con esta información podremos rebatir su negación a trabajar con nosotros.

Segundo generar empatía: Antes de rebatir el temor (objeción) decir: *Lamento que haya pasado por esa experiencia, tiene toda la razón del mundo en su lugar yo también pensaría lo mismo*

Tercero resolver objeción: En base a lo dicho por el vendedor proceder a resolver la objeción marcando una clara diferencia entre su experiencia con esa agencia y nosotros.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

El cree que todos ofrecemos lo mismo y ya lo conoce:
Le aseguro que esta entrevista va a ser más importante para usted que para mí, ya que estoy en capacidad de demostrarle lo diferente que trabajo.

LA LLAMADA TELEFÓNICA

Entonces lo que debemos hacer apenas un cliente nos dice:

No quiero trabajar con agentes es preguntar cordialmente generando empatía

Cuénteme ¿Por qué?

BOCETO de GUIÓN

Buenos días, estoy llamando por el aviso de venta de la propiedad..., disculpe ¿Hablo con el/la propietario/a?

Tanto gusto mi nombre es..... Soy agente inmobiliario (y trabajo en inmobiliaria xxxx), quería ofrecerle los servicios de nuestra empresa para poder **ayudarlo** a vender su propiedad, quisiera tener una entrevista **sin ningún compromiso**, para que usted pueda informarse de **quienes somos, los servicios que brindamos y sobre todo los compromisos que le garantizamos como cliente**, y al finalizar dicha entrevista podrá evaluar si nuestros servicios le son convenientes, ya que trabajamos muy diferente al resto de inmobiliarias, le parece si la cita se puede dar para el día de mañana a las (Resolver si hubiera cualquier objeción)

Objeciones que jamás se contestan por teléfono:

1. ¿Cuánto cobran? - ¿Cuál es su comisión?

Argumento.:

- a) En este momento sería poco serio, le comento, nosotros trabajamos en dos entrevistas, en la primera vamos a tratar todos los puntos que le indiqué, y de acuerdo a la información obtenida, nuestra área de valoración, hará un primer estudio de su propiedad y si en caso decidan tomar su casa para la venta, junto con el estudio de valoración le indicará cual es el porcentaje de comisión asignado a su propiedad; pero **no se preocupe**, nuestra comisión está dentro de lo que trabajan las inmobiliarias.
- b) **No se preocupe**, nuestra comisión está dentro de lo que normalmente trabajan todas las inmobiliarias.

Objeciones que jamás se contestan por teléfono:

2. **No firmo exclusiva.** Ok, no hay problema, como le venía diciendo... (pasarla por alto)

ESCUCHA ACTIVA

1. TENER INFORMACIÓN PREVIA COMO:

**UNA FOTO
DIRECCIÓN
UBICACIÓN
COLOR
ANTIGÜEDAD
ETC.**



Llamar a un número de teléfono no te da conexión con el cliente

A mayor información, más conexión y mejor llamada,

ESCUCHA ACTIVA

**EL SECRETO ESTÁ EN HACER CONEXIÓN CON EL
CLIENTE.**

SI CONECTAS, YA TIENES LA ENTREVISTA

**Y SI EL CLIENTE YA QUIERE QUE LO VISITES,
ENTONCES TE TOCA**

SABER SI A TI TE INTERESA

Y PARA ELLO TIENES QUE CALIFICARLO

Escucha activa

Preguntas de abertura

1. **Cuénteme, ¿Está trabajando con otros agentes?**
 - ¿Cómo le va?
 - ¿Cuántas ofertas ha recibido?
2. **¿Desde hace cuanto tiempo está vendiendo su propiedad?**
 - ¿Con que precio Inició?
 - ¿Cuánto está pidiendo ahora?

Escucha activa

EN RESUMEN

**DEJEMOS DE HACER LLAMADAS
IMPROVISADAS
Y
HAGAMOS LLAMADAS
INTELIGENTES**

DOCENTE: RUBEN GIRALT MONTES

CURSO DE ESPECIALIZACION DEL AGENTE INMOBILIARIO USMP-CAIRP

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.

