

La llamada de Prospección Telefónica



Objetivos operativos: (nivel importancia 1 y nivel importancia 2)

- Conocer a una persona ⁽¹⁾. – **Conocer a una persona** ⁽¹⁾
- **darte a conocer** ⁽¹⁾. – **conseguir una cita** ⁽¹⁾.
- Comprobar si la propiedad sigue en venta ⁽²⁾
- Comprobar si el interlocutor es el propietario ⁽²⁾
- Confirmar dirección de la cita ⁽²⁾
- Confirmar la asistencia de todos los propietarios ⁽²⁾

Herramientas:

- Agenda.
- Guion llamada FSBOs Zona.
- Base datos “FSBOs ” (zona e internet)



Recomendaciones



Muy importante: no utilices en la conversación telefónica palabras que hagan que los FSBOs nos comparen a otros agentes inmobiliarios. Intenta diferenciarte, posicionarte, ser escuchado y crear una experiencia positiva para ti y tu interlocutor.

Habla sonriendo. Tu tono de voz será más agradable a los oídos de la otra persona



También es aconsejable que eleves un poco el tono de voz y hables un poco más rápido (así dominarás la conversación)

Para que logres empatizar lo antes posible, averigua su nombre y utilízalo en la conversación cuantas veces te sea posible y lo consideres adecuado.



Evita en lo posible utilizar “lenguaje empresarial” (términos comerciales, etc.). Que no parezca que queremos vender algo por teléfono. Recuerda entablar una relación P-P y no P-C



Para tener
en cuenta

Exprésate en primera persona. Lograrás “cercanía” con quien se encuentre al otro lado del teléfono.

No dudes en utilizar expresiones de ánimo como ¡Perfecto! o ¡Magnifico!.
Recuerda que el entusiasmo se transmite también por teléfono.



El dialogo que te propongo está pensado para que logres una presentación que te posicione de una forma más efectiva y duradera en la mente del prospecto.

Recuerda que el fin de todas tus llamadas es conocer a personas a las que puedes “ayudar” con información, consejos, etc. ¡No estás vendiendo nada en este momento!



Recuerda:

1º Lo importante es entablar una conversación con una persona (disfruta con ello).

2º No le des trato de cliente porque entonces él te dará a ti trato de proveedor..

3º Escucha con atención las respuestas u objeciones de los FSBOs para entender su verdadero significado. Expresiones como “*de momento no quiero trabajar con una agencia inmobiliaria*” o “*en un principio no cuento con un agente para la venta*” significan “*en este momento no pero más adelante quizás*”.

4º Se feliz con lo que haces. Recuerda que aportas valor con tu presencia en el sector y que tus consejos y conocimientos son una muestra de ello.





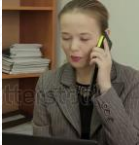
Principios de tu negocio

- Estoy en un negocio de personas para personas, no de cemento.
- Dispongo de las herramientas, los conocimientos, la pericia y, sobre todo, poseo la voluntad de ayudar a otras personas a solucionar sus problemas en la compra-venta de su casa.
- No intermedio, represento.
- Mi cliente es el propietario de la vivienda, no el comprador. Por lo tanto *trabajo para vendedores y como consecuencia trabajo con compradores.*

- No soy un vendedor, soy un asesor.
- En el mercado actual mi labor consiste, principalmente, en vender en el menor tiempo posible, en las mejores condiciones para lograr que mi cliente pierda/gane lo mínimo/máximo posible.
- No dispongo de clientes compradores para las viviendas. Mi trabajo consiste en utilizar estrategias de marketing para que la propiedad de mi cliente destaque sobre las demás y como consecuencia de ello se generen compradores.



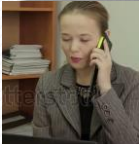
Ejercicio



Agente: Buenos días. Mi nombre es Isabel de la agencia inmobiliaria (**nombre de la agencia**)



Prospecto: Buenos días.



Agente: Le llamo porque he visto un cartel de venta en un piso en la calle Primero de Mayo. ¿Sigue en venta?



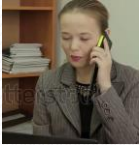
Prospecto: Si. Sigue en venta.



Agente: ¿Y hablo con la propietaria?



Prospecto: Si. Soy yo.



Agente: Como le dije mi nombre es Isabel ¿Cuál es el suyo, por favor?



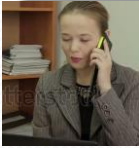
Prospecto: Mi nombre es Carmen Sánchez.



Agente: ¡Encantada Doña Carmen! (...) El motivo de mi llamada es concertar una cita con Ud. para explicarle como puedo ayudarle a que usted venda su piso en el menor tiempo posible y al mejor precio de mercado. ¿Cuándo le viene mejor, Doña Carmen , el martes a las 6 o el miércoles a las 7?



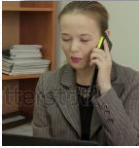
Prospecto: El martes a las 6 me viene mejor.



Agente: ¡Perfecto! ¿Me confirma, por favor, su dirección?



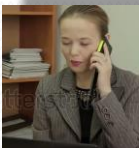
Prospecto: Si. Es en la C/ 1º de Mayo, 22. 1ª Planta. Puerta C.



Agente: Gracias. Permítame una última pregunta Doña Carmen.
¿Vende sola o con otro propietario?



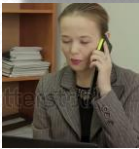
Prospecto: Vendo con mi esposo.



Agente: Pues le agradecería que su esposo también estuviera presente con el fin de explicarle a los dos cómo puedo ayudarles.



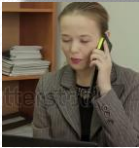
Prospecto: De acuerdo.



Agente: Muy bien Doña Carmen. Me pondré en contacto con usted un día antes para confirmar la cita. Le dejo mi teléfono por si surgiera algún imprevisto. Es el 679 779 049.



Prospecto: Muy bien.



Agente: Gracias por su atención Doña Carmen y que tenga un buen día.



Prospecto: Gracias a usted.

Análisis de la llamada



Agente: Buenos días. Mi nombre es Isabel de la agencia inmobiliaria
(**nombre de la agencia**)



1. **Preséntate. Es ahora cuando debes mencionar el nombre de tu agencia. De esta manera el interlocutor sabrá desde un principio que es una llamada hecha por un agente inmobiliario.**
2. **A partir de ahora evita nombrar a la agencia y ten todo el protagonismo, intentando no utilizar un lenguaje con términos comerciales, técnicos o empresariales con el fin de lograr un mayor acercamiento a la persona y no al cliente.**
3. **Pon una sonrisa en tus labios. Con ello conseguirás...**
4. **Con esta táctica lograrás que aparezcan menos objeciones y poder salvar más fácilmente las que plantee tu interlocutor.**

Agente: Le llamo porque he visto un cartel de venta en un piso en la calle Primero de Mayo. ¿Sigue en venta?



- 1. Comprueba antes que nada que la propiedad sigue en venta.**
- 2. Si se hubiera vendido o retirado de mercado intenta averiguar los motivos.**
- 3. La información sobre el precio de venta, tiempo que estuvo en el mercado, características, etc. te será información muy valiosa para utilizarla en tus valoraciones de propiedades en la zona (estás en el camino de convertirte en el “Vecino Experto)**
- 4. Haz la preguntas en orden creciente de importancia.**

Agente: ¿Y hablo con la propietaria?



- 1. Exprésate de una manera que tu interlocutor sienta que disfrutas entablando relaciones con personas por tu tipo de trabajo (sonrisa, cambios en el tono de voz, expresiones de entusiasmo, etc.)**
- 2. Al comprobar que hablas con el propietario consigues comunicarte con la persona que tiene la decisión de venta. De ella deberás averiguar su motivación y plazo de venta.**
- 3. No pierdas tu tiempo con “intermediarios”.**
- 4. Ten cuidado con utilizar un lenguaje que denote “violencia verbal” porque...**

Agente: Como le dije mi nombre es Isabel. ¿Cuál es el suyo por favor?



1. Este es el momento de conseguir empatizar lo antes posible con la otra persona.
2. Vuélvele a recordar tu nombre y, amablemente, pídele el suyo (“yo doy y tu me das”).
Recuerda que si le das “trato de cliente” el te dará “trato de vendedor” y que si le brindas trato de persona el te devolverá un trato de...”
3. Una vez que tengas su nombre utilízalo cuantas veces puedas y sea pertinente durante tu conversación telefónica. Si haces esto conseguirás empatizar porque...

Agente: ¡Encantada Doña Carmen! (...) El motivo de mi llamada es concertar una cita con Ud. para explicarle como puedo ayudarle a que venda su piso en **el menor tiempo posible y al mejor precio.**
 ¿Cuándo le viene mejor, Doña Carmen, el martes a las 6 o el miércoles a las 7?



1. Utiliza su nombre y muestra la alegría y el entusiasmo que tendría una persona que disfruta del trato humano y está conociendo a nuevas personas.
2. Tu misión consiste en ayudar.
3. La casa la vende él y no tu. Olvidar este hecho puede hacer que te expreses con “violencia verbal” porque...
4. Las personas que podemos ayudar son aquellas que tienen una motivación importante y un plazo de venta urgente. Los conceptos tiempo y precio son muy importantes para ellos.
5. Utiliza su nombre en los momentos críticos (al pedir su nombre o la cita)
6. Teniendo en cuenta tu agenda de trabajo bríndale dos opciones para la entrevista. Con ello lograrás...

Agente: ¡Perfecto! ¿Me confirma, por favor, su dirección?



1. Demuestra nuevamente alegría y entusiasmo. «*¿Estás de acuerdo conmigo que el desanimo y la inseguridad se pueden transmitir? y ¿la positividad y el entusiasmo?»*».
2. Confirma la dirección de la entrevista porque es posible que el prospecto quiera verse contigo en otro lugar.

Agente: Gracias. Permítame una última pregunta Doña Carmen. ¿Vende sola o con otro propietario?



- 1. Una vez que ya has conseguido la cita es el momento de intentar conseguir nuevos objetivos. Uno de ellos que acudan todas las personas con capacidad de decisión.**
- 2. Recuerda que es primordial conocer la motivación y el plazo de venta de todos los propietarios de la propiedad.**
- 3. Ganarás mucho tiempo al poder hablar, a la vez, con todas las partes implicadas, ya que nadie ni nada te garantiza que tu interlocutor será el mejor “mensajero” para explicarle a otros tus servicios como agente inmobiliario.**

Agente: Pues le agradecería que su esposo también estuviera presente con el fin de explicarle a los dos como puedo ayudarles



1. Recuerda que tu tiempo es muy importante y por lo tanto debes, desde los primeros momentos de la conversación, decidir que dirección seguir y que objetivos quieres lograr con ello.
2. Siempre que realices una acción de marketing debes tener presente que debes conseguir alguna información de valor para tu labor como agente inmobiliario.
3. Recuérdales tu “Misión”.