

_EBOOK



7 Claves para contactar

A TUS LEADS INMOBILIARIOS





Contactar a los prospectos inmobiliarios no debería ser particularmente complejo, sin embargo en algunos casos, el proceso de gestión de ventas es difícil de implementar. Es muy sorprendente ver que existen debates sobre si debería responder a los prospectos de inmediato o darles unos días.

Es cierto que un prospecto necesita tiempo para familiarizarse con el desarrollo antes de iniciar una conversación de ventas. Sin embargo, todos los datos que hemos reunido al analizar las respuestas de leads de compañías inmobiliarias en toda América prueban que esperar para contactarlo es contraproducente.

¿Quieres elevar al máximo tus tasas de conversión?

1. Responde a tus prospectos con buen Lead Scoring en menos de 5 minutos.

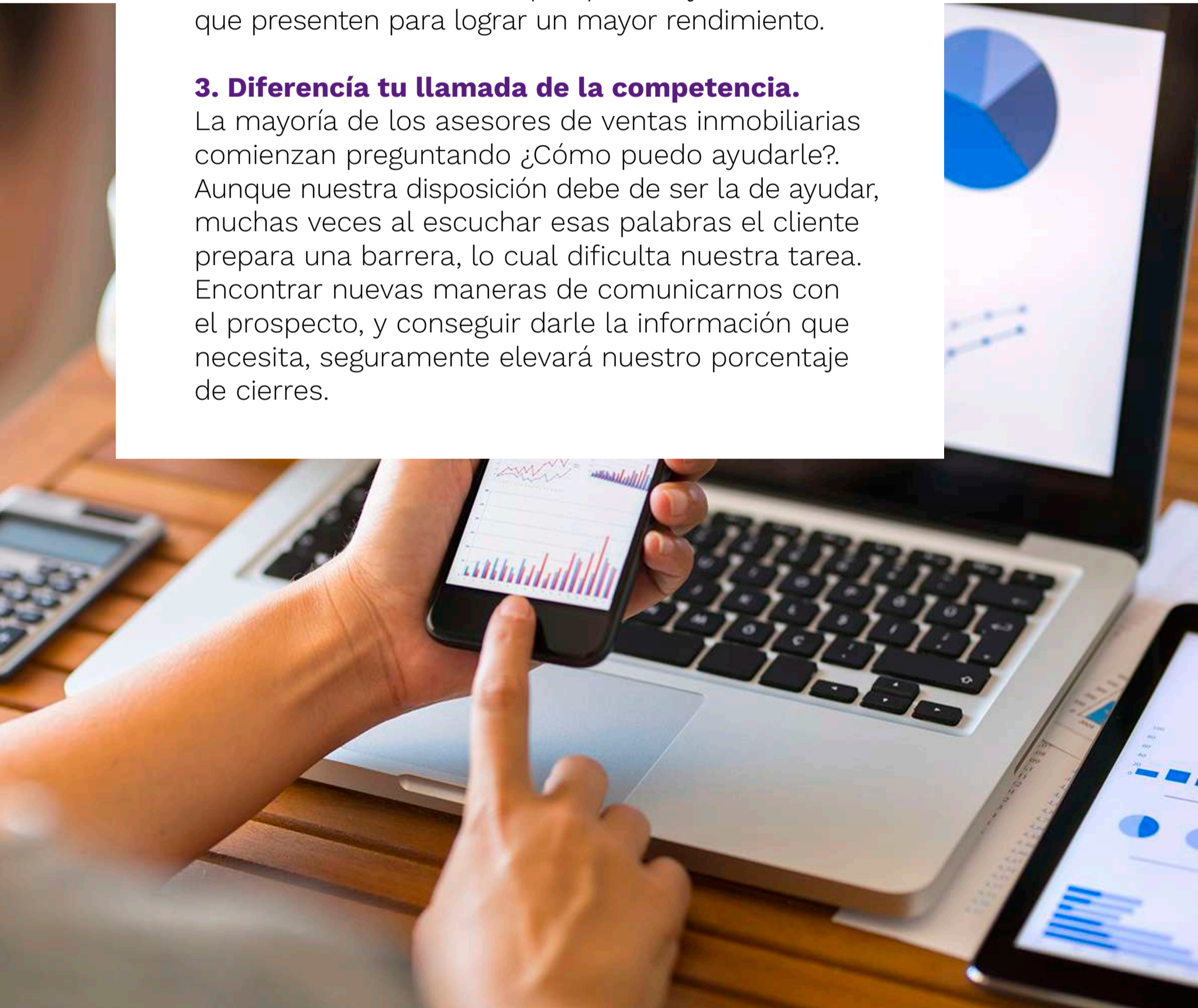
Si alguien llena un formulario o solicita una demostración, debes responderle de inmediato. Hay buenos datos para respaldar esta información: si se le llama en menos de 5 minutos a su prospecto, casi se triplica la probabilidad de que conteste la llamada, y tienes hasta **14 veces más** probabilidades de que se conviertan en compradores de tu desarrollo.

2. Busca siempre el equilibrio entre velocidad y puntuación.

Algunas empresas inmobiliarias intentan llamar a todos los prospectos, y eso les causa problemas al no saber cómo enfocarse. Al contrario, algunas otras sólo llaman a los leads mejor calificados, con lo que pueden perder algunas ventas. Nosotros recomendamos buscar un equilibrio entre el número de llamadas hechas a los prospectos, y la calificación que presenten para lograr un mayor rendimiento.

3. Diferencia tu llamada de la competencia.

La mayoría de los asesores de ventas inmobiliarias comienzan preguntando ¿Cómo puedo ayudarle?. Aunque nuestra disposición debe de ser la de ayudar, muchas veces al escuchar esas palabras el cliente prepara una barrera, lo cual dificulta nuestra tarea. Encontrar nuevas maneras de comunicarnos con el prospecto, y conseguir darle la información que necesita, seguramente elevará nuestro porcentaje de cierres.





4. Prepárate para repetir toda la información de tu desarrollo.

Independientemente de que en verdad hayan leído la información de tu desarrollo, o no, el cliente sin duda te hará repetirles al menos el 50% de la información, ubicación, características, precio, etc. Necesitas conocer dicha información a la perfección, además de tener datos interesantes y relevantes que puedan atrapar al cliente. Recuerda que la intención es concretar una cita, para llevar a cabo el cierre.

5. Los leads rara vez quieren hablar con un vendedor, encuentra el momento.

Los prospectos quieren hablar con un vendedor cuando solicitan ser contactados. Ahora, eso no significa que puedan tomar la llamada en cualquier momento. Estudia la información de la persona, eso te puede dar una excelente pauta de cuándo es mejor llamarla. y recuerda que las ventas consisten en ayudar a las personas, no en incomodarlas.

Ejemplo:

Podemos ver que este prospecto llevó a cabo sus acciones alrededor de las 10:00 am, por lo que podemos tomar ese horario como referencia para contactarlo.

Preguntas	Visitas	Acciones								
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Fecha</th> <th>Nombre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02 febrero 2021, 10:06:59 pm</td> <td>Registro - asesoria</td> </tr> <tr> <td>02 febrero 2021, 10:06:32 pm</td> <td>Registro - prototipos</td> </tr> <tr> <td>02 febrero 2021, 10:05:34 pm</td> <td>Registro - leads</td> </tr> </tbody> </table>	Fecha	Nombre	02 febrero 2021, 10:06:59 pm	Registro - asesoria	02 febrero 2021, 10:06:32 pm	Registro - prototipos	02 febrero 2021, 10:05:34 pm	Registro - leads
Fecha	Nombre									
02 febrero 2021, 10:06:59 pm	Registro - asesoria									
02 febrero 2021, 10:06:32 pm	Registro - prototipos									
02 febrero 2021, 10:05:34 pm	Registro - leads									

6. A los prospectos inmobiliarios les gusta sentirse atendidos.

Atendidos, sin embargo, es diferente a acosados. Es bueno dar un seguimiento correcto de los prospectos, pero cuidando siempre de no caer en lo molesto.

7. Llámalo pronto.

Todos los datos que tenemos dicen que cuanto más esperas, menos posibilidades tienes de ponerte en contacto con una persona, y menor será la posibilidad de tenerla en tu cartera. Muchos vendedores sienten que es mejor esperar hasta que el cliente potencial esté listo, pero los datos sobre gestión de leads dicen que es un enfoque incorrecto. En muchas ocasiones, al llamar a un lead bien calificado un par de días más tarde, nos enteramos que ha comprado en la competencia.



Por último, pero no menos importante, debes saber que normalmente un vendedor se comunica con sus prospectos en un promedio de 38 minutos. Los equipos de marketing deben hacer lo mejor para sus clientes y responder rápidamente a los mejor calificados.

Con la experiencia de haber trabajado con **más de 300 desarrollos inmobiliarios**, Perfilan puede ayudarte a llevar a cabo este proceso rápida, fácil y exitosamente, de manera que tus esfuerzos generen los mejores resultados. Si quieres conocer más acerca de cómo Perfilan puede ayudarte a acelerar las ventas de tu desarrollo inmobiliario, agenda una **DEMO** con nuestros asesores.

AGENDAR DEMO