

_EBOOK

 perfilan

8 Habilidades de los grandes vendedores inmobiliarios





El proceso de venta de un desarrollo inmobiliario se compone de muchas partes, pero pueden englobarse en dos grandes bloques, la captación y perfilado de leads, y el proceso del seguimiento y cierre de las ventas.

Aún teniendo una gran cantidad de prospectos, incluso muchos de ellos muy bien perfilados, si no se lleva a cabo un proceso adecuado de ventas, la venta de las propiedades no podrá ser concretada de manera eficiente.

Un buen asesor de ventas, cuenta con varias habilidades que le ayudan a llevar a cabo el seguimiento y conversión de los prospectos, y todas ellas pueden ser desarrolladas para tener un óptimo rendimiento y elevar las tasas y velocidad de las ventas cerradas.

1. Atento para escuchar.

Los profesionales de ventas están en una posición que requiere fuertes habilidades de comunicación, y eso no significa únicamente su capacidad para expresarse, sino también la de escuchar a sus clientes y descubrir qué es lo que necesitan.

Ya sea que esté realizando ventas en persona, llamadas telefónicas o videoconferencias, es importante darle a sus clientes tiempo suficiente para hablar. La mayoría de las veces, su comprador compartirá voluntariamente sus necesidades y deseos si simplemente se les dá la oportunidad.

“Los grandes vendedores necesitan entender la perspectiva, los problemas y objetivos de sus prospectos. Cuando el vendedor propone una solución basada en necesidades reales, tiene éxito, y eso sólo se consigue poniendo atención” dice Steve Benson, fundador y CEO de Badger Maps.

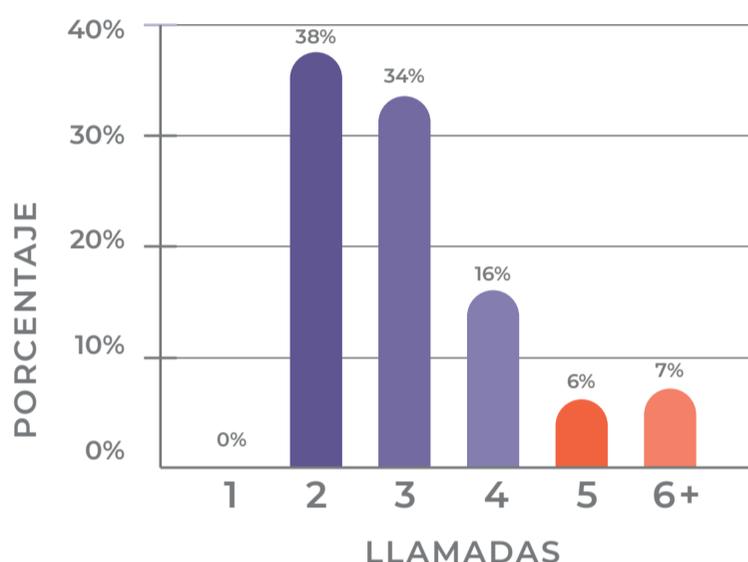
“La única forma de entender a su prospecto es a través de la escucha”, agrega Matt L. Schmidt, Director de Ventas de Diabetes Life Solutions. “Sin embargo, muy pocos vendedores se toman el tiempo para escuchar”.

Muchas veces la manera ideal de cerrar la venta del desarrollo inmobiliario es primero escuchando al cliente, ya que aunque el producto es exactamente el mismo, la manera de comunicarle los beneficios al cliente cambia dependiendo de las necesidades del prospecto.

2. Perseverante

Particularmente en el negocio inmobiliario, la perseverancia es muy importante, ya que según los estudios, las posibilidades de cerrar la venta de una propiedad aumentan después de llevar a cabo la 1ra llamada.

En base a un estudio de 400 citas generadas en nuestro microCRM observamos que en la segunda y tercera llamada se agendaron el 38% y 34% de las citas respectivamente.



La gran mayoría de los asesores de ventas sólo llaman a los leads una o dos veces, e incluso si no les toman la llamada, lo descartan automáticamente, con lo que las tasas de cierres totales se desploman.

Jon Gorman, gerente de ventas de Fundera, menciona que busca vendedores que sean trabajadores y perseverantes al momento de contratar. Los representantes de ventas que no se dan por vencidos incluso después de las múltiples objeciones del comprador son aquellos que se convierten en grandes líderes de ventas en el futuro.

“La actitud correcta ayuda mucho en las ventas, y si eres trabajador y perseverante, serás mejor en tu trabajo”, agregó.



3. Empático

Las habilidades sociales como la empatía, también pueden ayudar mucho a un vendedor a brindar un mejor servicio.

Ser empático es también una de las habilidades de representante de ventas más importantes, ya que te permitirán sintonizar con los clientes y anticipar sus necesidades y deseos, para poder comunicarle el valor de tu desarrollo inmobiliario de manera que él lo entienda. Cuando eres empático, puedes construir mejores relaciones con tus prospectos al entender realmente cuáles son sus necesidades.

Además, te ayudará a identificar lo que necesitan tus clientes y prospectos. Ni siquiera las mejores habilidades y habilidades de ventas te ayudarán si no puedes brindar soluciones a los problemas y necesidades de tus prospectos.

“Los grandes vendedores son empáticos. Necesitan escuchar al prospecto y preocuparse por resolver sus problemas”, dijo Carrie Pore, capacitadora en Sandler, una escuela de capacitación en ventas en Los Ángeles. “La clave aquí es escuchar con un oído imparcial. Sean humildes, necesitan estar dispuestos a poner al prospecto antes que a ellos mismos y a su compañía”.

“Un gran vendedor sabe lo que quiere el cliente incluso antes de que él mismo lo sepa, y lo guía hacia tu producto comunicándoselo de manera correcta”, agrega Eddie Kane, gerente de ventas de Tadi Brothers. “Si el cliente confía en que el vendedor encontrará el producto perfecto, será un trato cerrado. El cliente estará contento y repetirá la compra”.

4. Preparado

Los asesores de ventas deberían dedicar unos minutos a analizar toda la información disponible de cada prospecto antes de llamarlo, para asegurarse de que tienen a la persona adecuada y que además pueden personalizar la comunicación de la mejor manera posible.

Al contar con datos como el monto deseado de inversión, tiempo esperado de compra o percepción mensual familiar, se puede estar mucho más preparado para ofrecer el desarrollo al posible cliente.



Además, la investigación previa del cliente ayudará al equipo de ventas a prepararse para posibles objeciones durante el proceso de negociación. Los representantes pueden crear un script al cual referirse cuando sus clientes y prospectos se vuelven un poco difíciles de tratar.

Los mejores profesionales de ventas reconocen que la interacción de cada cliente es una negociación, y como tal, al prepararse lo más posible de antemano, existen mucho mayor posibilidad de un cierre exitoso, o al menos, de pasar al siguiente paso de la venta.

También es importante mencionar que tener un proceso o secuencia documentado cuándo se debe llamar, cuándo enviar mensaje o correo y que plantillas utilizar en cada contacto, ayuda también a tener mejores tasas de visitas.



5. Motivado

La motivación es crítica para el vendedor por varias razones. Una de ellas es el seguimiento activo a los prospectos inmobiliarios, ya que como anteriormente te mencionamos, en la primer llamada es muy probable que no se logre agendar una cita mientras que en la segunda y tercer llamada se logra agendar un 72% de las citas. Otra de las razones es que al estar motivado se lleva un proceso más estructurado, se administra mejor el tiempo y se puede comunicar de una mejor manera con los leads inmobiliarios.

Un buen sistema de comisiones y sueldos, y una herramienta de trabajo como el CRM son básicas para poder mantener una motivación alta en los asesores de ventas.

Según Pore, “Los grandes vendedores son motivados y competitivos. La mayoría de las veces, ellos mismos plantean objetivos de ventas para motivarlos y no esperan la dirección de la compañía. También identifican oportunidades. Los grandes vendedores son competitivos. Lo que sí tienen es el deseo de ayudar a otros, y las habilidades de trabajo de ventas para ayudar al posible cliente a encontrar en el desarrollo, su mejor opción”.



6. Confiable

Es muy difícil que un prospecto interesado en el desarrollo cierre el trato con un vendedor con quien no haya establecido hasta cierto punto una relación de confianza. ¿Cómo se puede construir esta confianza sin sacrificar la máxima oportunidad de venta?

Presionar constantemente al cliente sin dialogar, lo obligará a desconfiar de su presencia, e incluso acabará por hacer que el mismo evite el contacto. En lugar de eso, lo ideal es convertirse en un consultor para tu prospecto inmobiliario.

El primer paso es averiguar las necesidades del prospecto, y comenzar a construir la confianza desde ahí. Es importante también apoyar con tareas relacionadas, pero que provean valor a la relación, como asesorías con temas de créditos, acabados, etc.

También ayuda a establecer un proceso financiero transparente y confiable. De esta manera, el lead se asegura de saber que todas las transacciones son legítimas y legales.

7. Tenaz

Todas las acciones de los asesores de ventas inmobiliarias deberían girar en torno a brindar un 100% de satisfacción a sus clientes y cerrar la venta. Aún así, y con el mejor de los prospectos, llegará el momento en que rechacen el cierre a pesar de una relación ya establecida.

Cuando un prospecto dice que no, o bien no está perfilado correctamente y no puede comprar en el desarrollo, o aún no ha reconocido el valor del desarrollo como la mejor oferta. Un buen vendedor trataría de encontrar otra forma de cambiar esto.

En lugar de querer forzar la venta, es importante hacer siempre las preguntas correctas. De esta manera, podrá determinar la razón por la que dice que no y probablemente pueda encontrar la manera de cambiar esa respuesta..

El rechazo no siempre significa fracaso. Las personas tenaces lo ven como una oportunidad para adquirir más conocimientos y elaborar nuevas estrategias para superar otras posibles negativas en el futuro.





8. Informado

Nadie puede crear una relación de confianza con una persona que no conoce perfectamente aquello que está vendiendo. Para ganar más respeto en la industria de ventas, necesita conocer el desarrollo a la perfección.

No solo hablamos de los acabados y el número de recámaras, sino de la ubicación, servicios como telefonía e internet, tiendas de conveniencia, tiempos en horas pico a diferentes lugares, amenidades, etc. Cuanto más informado esté, más confiable será para su cliente.

Ganar la confianza y respeto del prospecto puede inclinar todas sus acciones de ventas a un lado más positivo de la balanza.

El conocimiento del producto no es la habilidad más importante para un vendedor, sin embargo, es un requisito para cerrar tratos. Ya sea que esté vendiendo productos o servicios, asegúrese de conocer las características como la palma de su mano.

Todas estas habilidades te serán muy útiles para el proceso de seguimiento y cierre de ventas de tu desarrollo inmobiliario. Te recomendamos que analices los puntos fuertes y áreas de oportunidad de cada elemento del equipo de ventas, y usando este libro como guía, generen la estrategia necesaria para convertirse.

Con la experiencia de haber trabajado con más de 300 desarrollos inmobiliarios, Perfilan cuenta con la experiencia necesaria para apoyarte en cada parte del proceso, desde la generación de prospectos perfilados, hasta la asesoría para el seguimiento y cierre. 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