E-book

I segreti
dei grandi agenti immobiliari

Salvatore Coddetta

I segreti dei grandi Agenti Immobiliari

Copyright © 2016 Salvatore Coddetta - Via Castellafiume, 10 – 00132 – Roma

Proprietà letteraria e tutti i diritti riservati all'autore. La struttura ed il contenuto del volume non possono essere riprodotti, neppure parzialmente, salvo espressa autorizzazione del titolare dei diritti. Non è neanche consentita l'archiviazione su qualsiasi supporto informatico.

Per informazioni e autorizzazioni scrivere a:

Salvatore Coddetta
Via Castellafiume, 10 – 00132 – Roma
Tel.: 800 035 177 – 338.2441909

www.formarealestate.it - *info@formarealestate.it*
www.salvatorecoddetta.it - *info@salvatorecoddetta.it*

Indice

Introduzione

1. **Principi di marketing immobiliare**
   1.1 Gli 8 principi del marketing immobiliare

2. **I segreti dei grandi agenti immobiliari per l'acquisizione**
   2.1 Le 3 principali preoccupazioni dei venditori
   2.2 Le 3 regole per un eccellente appuntamento di acquisizione
   2.3 Come prepararsi per l'appuntamento di acquisizione
   2.4 I 6 passi da seguire per l'appuntamento di acquisizione da 40 minuti
   2.5 Tre passi per ottenere l'incarico con il tuo piano di marketing
   2.6 Come trasformare le obiezioni in provvigioni

3. **I segreti dei grandi agenti immobiliari per la gestione dell'incarico**
   3.1 Come ottenere l'adeguamento del prezzo
   3.2 Come prepararsi all'incontro con il proprietario
   3.3 Quattro passi per ottenere l'adeguamento del prezzo
   3.4 Obiezioni frequenti e relative risposte efficaci degli Agenti Superstar
   3.5 Come preparare la casa per assicurarsi la vendita

4. **I segreti dei grandi agenti immobiliari per ottenere richieste**
   4.1 Come scrivere annunci efficaci
   4.2 Come gestire le richieste
   4.3 Obiettivi principali quando si risponde a una richiesta
   4.4 Come prepararsi a ricevere le richieste
   4.5 Come trasformare le richieste in appuntamenti
   4.6 Come rispondere alle domande frequenti contenute nelle richieste

5. **I segreti dei grandi agenti immobiliari per le visite**
   5.1 Sette regole per mostrare e vendere case
   5.2 Come creare un rapporto positivo con gli acquirenti
   5.4 Le domande per qualificare l'acquirente
   5.4 Cinque passi per la corretta gestione dell'appuntamento in vendita
   5.5 Convertire le obiezioni degli acquirenti in vendite

6. **I segreti dei grandi agenti immobiliari per far accettare le proposte**
   6.1 Dieci consigli essenziali per la presentazione delle proposte
   6.2 Sette passi per presentare con successo la proposta al proprietario
   6.3 Quattro strategie per la gestione delle obiezioni del venditore

7. **I segreti dei grandi agenti immobiliari per chiudere le trattative**

7.1 Sei consigli per chiudere efficacemente una vendita
7.2 Cinque tecniche di chiusura dei grandi Agenti Immobiliari

Conclusioni

Bibliografia

Note sull'autore

Presentazione FormaRE

Introduzione

Benvenuti nel libro “I Segreti dei Grandi Agenti Immobiliari”. Questo libro è stato progettato per dare agli agenti immobiliari dei suggerimenti collaudati, insegnare loro degli script efficaci e delle strategie vincenti per acquisire incarichi e vendere immobili, e ottenere in cambio delle provvigioni dai loro clienti. Le strategie che imparerete in queste pagine funzionano davvero. Funzionano perché sono facili da apprendere e facile da usare. E sono state utilizzate più e più volte da migliaia di agenti immobiliari in ogni parte del mondo. Alcune di queste strategie possono sembrare basiche in un primo momento, ma che tu sia un agente alle prime armi o uno con 30 anni di esperienza, all’interno di queste pagine ci saranno idee, script o strategie che valgono il loro peso in oro. Vendere immobili non è complicato se si sa cosa fare in una qualsiasi situazione. Padroneggiare i fondamentali è la chiave per diventare un agente immobiliare Top.

E' importante ricordare una cosa prima di tutto. Se ti ammali e vai dal medico, come analizza il medico la tua situazione? Facendo domande, giusto? Questa è la stessa cosa che devi fare quando parli con qualcuno che deve vendere o comprare una casa. Invece di correre fuori dall’ufficio per mostrare proprietà immobiliari o fare presentazioni del tuo piano di marketing ai proprietari venditori, fai prima alcune domande ai tuoi clienti. Questo è l'unico modo per scoprire la motivazione dei tuoi clienti a vendere e/o comprare, e mantenere il controllo della situazione. I primi minuti di conversazione con un potenziale cliente metteranno le basi per un rapporto di successo e redditizio, oppure ti faranno decidere di finirla subito lì e potrai cercarti un nuovo cliente e una migliore opportunità per fare più soldi.

In un primo momento potrai sentirti a disagio, con l'apprendimento di alcune di queste strategie, ma continua a praticarle tutti i giorni. Il tuo disagio durerà solo il tempo che ci vuole per iniziare a guadagnare un sacco di soldi. Dopo di che, sarai di nuovo sicuro di te stesso, sarai una persona orientata al successo. Guadagnare dei soldi ci fa vedere la nostra professione e la vita in una prospettiva del tutto nuova. Tutto quello che ti chiedo è di dedicarti per i prossimi 90 giorni a fare le cose suggerite in queste pagine. Stiamo per attivare il tuo razzo verso il successo!

Non sarai solo nel tuo viaggio. Ho intenzione di guidarti attraverso ogni passo del tuo cammino: cosa dire, cosa fare, e sì, anche quando e come abbandonare prospect non qualificati. Come professionista l’agente immobiliare non è diverso da un medico, un dentista, o un avvocato. Devi fare delle cose ogni giorno e gestire il suo tempo come un professionista. Ricordati i tuoi obiettivi principali:

• Acquisire immobiliare
• Vendere immobili
• Convertire continuamente i prospect in clienti

Anche se fai l'agente immobiliare da molti anni, nelle pagine seguenti troverai gli ingredienti per un grande viaggio verso il successo nel campo immobiliare. Pensate alla tua carriera come a un aereo a reazione all'inizio di una pista, in attesa del decollo. In un primo momento, per decollare è necessario spingere il motore al 105% della potenza. In salita, avrete bisogno di almeno l'85% della potenza per raggiungere la quota prescelta. In crociera, avrete bisogno solamente del 55/60% di potenza. Il periodo di tempo per arrivare alla velocità di crociera dipenderà da quanto impegno e quanta potenza metterete nella fase iniziale della vostra carriera.

Quindi accendete i motori e iniziate la vostra "gloriosa avventura" nel mondo delle superstar del settore immobiliare!

Con i più calorosi auguri per il vostro successo,

Salvatore Coddetta

1

Principi di marketing Immobiliare

1.1 Gli 8 principi del marketing immobiliare

Gli 8 assiomi seguenti si riferiscono direttamente ad importanti principi di marketing immobiliare. Alcuni di questi assiomi possono già essere di tua conoscenza, ma la chiave per ogni competenza è il rinforzo.

Principio #1 - La motivazione e il prezzo sono fattori chiave per acquirenti e venditori

Nella maggior parte dei casi il prezzo è un indicatore di motivazione. Prezzo e motivazione contribuiscono entrambi alla vendita delle case. Più alta è la motivazione di un venditore, minore è il prezzo che chiederà per la sua casa, e viceversa. Tuttavia, il prezzo e la motivazione riguardano anche gli acquirenti: Più alta è la motivazione degli acquirenti, e più gli acquirenti probabilmente saranno disposti a pagare per la casa. Come vediamo, per l'agente immobiliare di successo, il prezzo e la motivazione sono i due fattori principali per l'acquisto e la vendita.

I tuoi sforzi di qualificazione della clientela dovrebbero concentrarsi a valutare la motivazione di acquirenti e venditori, e in base a quanto è forte la loro motivazione dovresti decidere se farli diventare tuoi clienti oppure no. Sei libero di sceglierti i tuoi clienti. Tu scegli chi sarà tuo cliente. Quando prendi un incarico, il tuo obiettivo dovrebbe essere quello di vendere la casa il più presto possibile. Se la richiesta del venditore è troppo alta la casa non si venderà in fretta, o non si venderà proprio!

La maggior parte dei proprietari venditori non capisce che il mercato è competitivo, e che il prezzo è determinato dal mercato. Non prendere incarichi da venditori che hanno richieste troppo alte. La casa non si venderà, e i proprietari venditori penseranno che sia colpa tua. Invece di affrontare il vero problema (la loro richiesta troppo alta) daranno la colpa a te per non aver commercializzato correttamente la loro proprietà. Perderai il controllo, la credibilità, e i soldi che avevi investito in pubblicità per vendere quella casa. Discuti sempre con il proprietario il giusto prezzo durante le acquisizioni.

Principio #2 - Il prezzo, i termini, la zona e le condizioni stabiliranno se, e quanto velocemente, sarà venduta una casa

In realtà il prezzo è un riflesso diretto degli altri elementi del processo di vendita: le condizioni della casa, i termini e la zona. Questi fattori determinano il prezzo. Se una casa non si vende, o non è in buone condizioni (ci sono troppi lavori da fare), o la zona in cui è situata ha dei problemi, oppure il prezzo è ancora troppo alto.

Mediamente c'è una differenza del 20% del valore di una casa, tra la fascia di prezzo più alta e quella più bassa, per ogni tipologia di immobile. Il top di gamma è rappresentato da quelle case la cui richiesta è in media un 20% più alta rispetto alle altre case in vendita sul mercato. Questo 20% in più è determinato dai proprietari venditori e da quello che pensano che la loro casa possa valere. Queste case di solito rimangono sul mercato per un lungo periodo, per molto tempo, se mai saranno vendute. La parte inferiore invece è quella rappresentata da quelle case che vengono messe in vendita mediamente un 20% in meno rispetto alle altre case simili in vendita in quel momento nello stesso mercato immobiliare locale. Questo 20% in meno è dettato dagli acquirenti e dalla minor quantità di denaro che sono disposti a pagare per entrare in quella casa.

Più il prezzo di una casa si avvicina al suo vero valore di mercato, e più velocemente si venderà quella casa. C'è una sindrome particolare che colpisce tutte le proprietà più costose. La prima volta che entrano sul mercato, gli agenti immobiliari mostrano la casa agli acquirenti, si fanno molte visite di vendita, e le cose sembrano essere OK. Ma non ci sono offerte, non arrivano proposte. Perché? Perché la casa è troppo cara.
I potenziali acquirenti non vanno a vedere ogni casa che è presente sul mercato, non sono nemmeno interessati a guardare tutte le case in vendita sul web. Così passano le prime 6 o 8 settimane, e non solo non hai ricevuto offerte, ma ben presto i compratori non vi invieranno più richieste per quella casa. Quindi, d'accordo con il proprietario decidete di abbassare il prezzo del 5% e ancora non succede niente. Si abbassa un altro 5% e ma l'attività rimane ancora scarsa.

Nel frattempo, i tuoi clienti stanno cominciando a rendersi conto che quella casa sta scendendo di prezzo e diventano attendisti. Cominciano a dire a sé stessi che se aspettano ancora qualche settimana quella casa scenderà ancora di prezzo. Infine, sarà necessario abbassare il prezzo di quella casa un altro 5% (o più) per far sì che gli acquirenti inviino di nuovo richieste agli agenti per andare a vedere quella casa. A quel punto magari faranno un'offerta al ribasso, forti della convinzione che tanto il venditore "scende di prezzo"!

Perché devi arrivare a questo punto? Perché gli Agenti Immobiliari di successo guadagnano 250 euro + l'ora? Perché gli Agenti Immobiliari TOP non sprecano il loro tempo (dai 250 ai 500 euro l'ora) con una casa che, per il momento, è fuori dalla portata dei loro acquirenti e non sarà presa in considerazione per un'offerta! Ecco perché le case quotate sopra il prezzo di mercato rimangono più tempo sul mercato e si vendono di meno, mentre le case messe in vendita al giusto prezzo di mercato sì vendono di più e più velocemente.

Principio #3 - Le case che si vendono velocemente di solito si vendono anche al prezzo migliore

Probabilmente stai dicendo: "Salvatore", ma questo lo so!".
Vedi, le stesse ragioni che fanno vendere una casa per una maggior quantità di denaro, e cioè le condizioni (lo stato dell'immobile), i benefici derivanti dal vivere in quella casa o in quel quartiere, le caratteristiche della casa, la vista, le dimensioni della casa, il piano, i servizi della zona, ecc., faranno sì che la casa si venda velocemente.

Ora, le case sono nella condizione migliore per essere messe in vendita quando sono "nuove sul

mercato", cioè nel corso del periodo che va dal primo mese alle prime sei settimane in cui vengono pubblicizzate.

Se la casa di cui gestisci la vendita NON è messa in vendita a un prezzo giusto in quel periodo, si perde un enorme impulso con il mercato. Si perde l'occasione di fare una buona prima impressione sul mercato. Si perde la possibilità di vendere velocemente e al prezzo più alto la casa.

Un sacco di proprietari venditori ti diranno che aspetteranno che il mercato immobiliare torni a crescere per ottenere il prezzo da loro richiesto.
Evitate di lavorare con queste persone, a meno che anche voi vogliate aspettare che il mercato immobiliare torni a crescere per incassare la vostra provvigione.

In questo caso la motivazione del proprietario è inconsistente, e lavorare con proprietari non-motivati non vi permetterà di fare una grande carriera nel business immobiliare.

Principio #4 - I venditori non possono decidere il valore della loro casa, ma possono decidere quanto velocemente si venderà

E' abbastanza evidente che i proprietari, gli agenti immobiliari, i periti, le banche, o chiunque altro non determinano il valore di una casa. Solo gli acquirenti lo fanno. Il valore di una casa è la cifra che scrive sull'assegno l'acquirente. I proprietari spesso pensano di affidare un incarico a un agente per vendere la loro casa al prezzo che dicono loro. E' come se pensassero che gli agenti avessero dei poteri magici e fossero in grado di convincere un acquirente a pagare di più di quello che la casa vale. Molti pensano che se il prezzo della loro casa è alto, alla fine saranno fortunati e riusciranno a trovare un acquirente ignaro che pagherà la loro casa di più del suo valore di mercato. Ecco un'altra considerazione utile:

Non esiste una cosa chiamata "fortuna" nel settore immobiliare.

Ovviamente i proprietari possono credere quello che vogliono, ma così facendo non riusciranno a trovare qualcuno disposto a comprare la loro casa. Semplicemente questo non accadrà mai. Indirettamente, gli agenti hanno il potere di influenzare la velocità con la quale una casa si venderà. Se sei forte a educare i tuoi clienti sul vero valore della loro casa, su come funziona il processo di vendita di una casa, e se sei influente e capace di indurre i proprietari a mettere in vendita la loro casa al giusto prezzo, la casa si venderà nel minor tempo possibile. Questa è la tua sfida come agente immobiliare professionale: educare e influenzare gli acquirenti e i venditori per creare un contesto che favorirà l'acquisto o la vendita della casa.

Principio #5 - Le decisioni di acquisto sono emotive, non logiche

Ventisei anni di marketing mi hanno convinto che quasi tutti gli acquisti si basano sulle emozioni.
Quasi tutti gli acquirenti prendono la decisione di acquistare una casa pensando ai vantaggi derivanti dal vivere in quella casa e in quel quartiere, lo stile di vita che rappresenta e le esperienze che faranno vivendo in quel quartiere e in quella casa.
Immaginano di sentire i loro amici complimentarsi con loro per la scelta che hanno fatto, immaginano di vedere i loro figli crescere lì, di passare i momenti speciali della loro vita, con la loro famiglia, in quella casa.
La loro autostima e la loro sicurezza si rafforzano pensando all'acquisto della casa che hanno scelto di comprare.

La gente compra sulla base delle emozioni, poi razionalizza la sua decisione con la logica.

E' importante fare appello alle emozioni di un acquirente per vendere una casa. Gli acquirenti sono alla ricerca di una casa che rappresenti un'estensione di loro stessi e vogliono fare una buona impressione sugli altri con la loro casa. Vogliono mostrare al mondo il loro regno. Il tuo compito è quello di creare il collegamento tra le loro emozioni e la casa che hai scelto per loro.

Principio #6 - Non confondere MAI la differenza tra il costo e il valore di una casa

Lo so che molti proprietari venditori cercano di ottenere per la loro casa una cifra maggiore del suo reale valore di mercato, calcolata in base a quanto hanno speso per comprarla, a tutti i lavori che c'hanno fatto da quando l'hanno comprata, e a qualche altro costo che hanno sostenuto.
Questa è una delle strategie più sbagliate che i proprietari venditori tentano di impiegare per riuscire a vendere la loro casa. Questa situazione si verifica soprattutto con le nuove costruzioni, in base alle aggiunte e ai miglioramenti strutturali o alle piccole riparazioni che sono state effettuate.

La questione è questa: una casa vale tanto, quanto quello che sarà disposto a pagare il mercato per averla. Il mercato sarà disposto a pagare una certa cifra in base alla posizione della casa, il suo stato interno ed esterno, le caratteristiche, i servizi che offre la zona, e tutto quello che si può pensare, ad eccezione del costo sostenuto dall'attuale proprietario. Il mercato non si preoccupa di quello che un proprietario ha pagato per acquistare o migliorare la sua casa. Se un venditore ha speso del denaro per la casa di sua proprietà, e questa spesa non è supportata dal mercato, andrà incontro a una perdita.

Ora, detto questo, come si fa a gestire il venditore che ha una richiesta più alta del valore di mercato per il suo immobile? Educandolo alla differenza tra il costo e il valore, e al fatto che il valore della sua casa è determinato esclusivamente dagli acquirenti.
A mio modo di vedere, è molto più importante essere onesti con un proprietario venditore che proteggere i suoi sentimenti. Non raccontare a un venditore che riuscirà ad ottenere il dieci per cento in più rispetto al prezzo di mercato solo perché ha comprato male (o in un altro periodo di mercato) o ha fatto dei lavori dentro casa.
Ecco una distinzione che potrai condividere con i tuoi clienti: otterrete dei soldi quando qualcuno comprerà la vostra casa, non quando la metterete in vendita.

Principio #7 - L'88% degli acquirenti sono influenzati dal pagamento del prezzo

Questo dato rivela l'importanza del finanziamento in una compravendita e la sua influenza sui valori di mercato.
Se l'agente immobiliare, grazie alla collaborazione con un mediatore creditizio, potrà offrire all'acquirente un finanziamento che abbasserà il pagamento mensile della sua rata del mutuo, riuscirà a vendere gli immobili che ha in portafoglio più velocemente e ad un prezzo più congruo.
Sorprendentemente, molti acquirenti fanno meno attenzione al prezzo complessivo di acquisto della casa, di quanto non facciano rispetto al pagamento mensile.
Molto probabilmente hanno determinato il prezzo di acquisto in base al pagamento che possono permettersi, per una durata del mutuo da loro gradita e ai tassi di interesse correnti. La loro preoccupazione principale è se possono permettersi il pagamento mensile della rata del mutuo, non necessariamente se possono permettersi il prezzo d'acquisto complessivo della casa.

Questo è il motivo per cui i tassi di interesse hanno un grande impatto sulla vendite delle case (nuove ed usate).
Quando i tassi di interesse salgono, case con rate di mutuo troppo alte diventano più difficili da vendere.

D'altra parte, le condizioni di finanziamento a volte possono compensare l'impatto di altre questioni, come ad esempio problemi legati alla zona, alle condizioni dell'immobile o al design.

Principio #8 – La condizione dell'immobile interesserà prezzi e tempi di vendita

La maggior parte degli acquirenti qualificati vanno a vedere le case che comprerebbero e fanno delle offerte in base a quello che vedono. Gli acquirenti fanno anche un'offerta in base alla loro attuale condizione economica. Una volta ho affiancato un agente che ha avuto un acquirente a cui ha mostrato circa 6 immobili in un giorno. La maggior parte delle proprietà erano in condizioni medie, e di conseguenza erano messe in vendita a un prezzo medio. Tuttavia, la sesta casa che gli ha mostrato era di proprietà di un decoratore. Era immacolata e bellissima. Era da poco sul mercato, circa una settimana. Per farla breve, l'acquirente se ne è innamorato e ha subito presentato una offerta che l'agente ha consegnato al proprietario quella sera stessa. Il giorno dopo abbiamo scoperto che il venditore ha accettato un'altra offerta di 10.000 euro al di sopra del prezzo di valutazione di quella casa, e tutti i contanti. Da questa esperienza ho imparato come le condizioni di una casa influenzano il valore di mercato e il prezzo.

C'è una regola empirica nel settore immobiliare che dice che il valore di una casa scenderà di 3 euro per ogni euro richiesto per sistemarla. Non so se sia vero, ma se è così, si tratta di uno scenario spaventoso per i venditori. Quindi, se una casa ha bisogno di 10.000 euro in miglioramenti estetici, potrebbe essere necessario ridurre il prezzo fino a 30.000 euro per ottenere offerte decenti.

Se una casa richiede miglioramenti strutturali (al contrario di quelli estetici), il venditore di solito recupera SOLO circa il 40% circa di tali costi nel prezzo di vendita. Questo perché la gente da naturalmente per scontato che una casa sia strutturalmente sana, e non è disposta a pagare molto per i miglioramenti che dovranno essere fatti in ogni caso.

Le case, generalmente, hanno due tipi di difetti: quelli curabili e quelli incurabili.
Entrambi i difetti delle case, sia quelli curabili che quelli incurabili, influenzano i valori delle proprietà.
I difetti curabili, di solito, possono essere sistemati dal proprietario per meno soldi di quanto gli costerebbe ridurre il prezzo di acquisto. Pertanto, se la casa ha bisogno di nuove mattonelle, una nuova moquette, una mano di vernice o altre riparazioni varie, è una buona idea quella di sistemare queste cose prima di mettere la casa in vendita sul mercato.

I difetti incurabili, d'altro canto, riducono permanentemente il valore di mercato di una casa. I difetti incurabili includono i problemi strutturali, di progettazione, una cattiva posizione o problemi simili "impossibili da rimediare". I difetti incurabili sono generalmente compensati da un prezzo di acquisto più vantaggioso per l'acquirente. In entrambi i casi, sia quando ci sono difetti curabili che quando ci sono difetti incurabili, se non si interviene, si avrà un valor di mercato più basso della media!

2

I segreti dei grandi Agenti Immobiliari per l'acquisizione

L'acquisizione dell'incarico è il "fine ultimo" dei tuoi sforzi in acquisizione. L'acquisizione dell'incarico di vendita richiede che l'agente immobiliare professionale sia mentalmente e fisicamente "pronto" in qualsiasi momento. Non si sa mai quando un proprietario sta per dire "sì" alla tua offerta o presentazione. L'abilità più importante in acquisizione è sapere che cosa dire al venditore per motivarlo a fare il passo successivo fino alla decisione finale.

Ci sono fondamentalmente due obiettivi da raggiungere in ogni acquisizione:

1. La presentazione deve affrontare le preoccupazioni dei tuoi venditori

Le preoccupazioni vanno oltre il semplice "vendere la loro casa". Le preoccupazioni comprendono il valore della loro casa, i costi e le spese connesse con la vendita, i problemi di finanziamento, le questioni fiscali, le questioni legali, le procedure di vendita, la caparra, gli acconti ecc.
La presentazione dei tuoi servizi deve far conoscere al proprietario i problemi che possono influenzare la vendita della sua casa. E' anche importante sapere il motivo per cui (e quanto velocemente) vogliono vendere. Tutto il resto sulla vendita, compreso il prezzo, ruoterà intorno a come si gestiscono bene le preoccupazioni venditore.

2. Durante la presentazione devi qualificare i tuoi venditori e scoprire la loro motivazione a vendere

Se i venditori non sono molto motivati a vendere, passa il tuo tempo con altri proprietari. **Ricorda:** noi scegliamo i nostri clienti tanto quanto loro scelgono noi. Devi acquisire il controllo della situazione, prima ancora dell'incarico. Qui di seguito trovi le sette migliori domande che puoi fare per scovare rapidamente la motivazione del venditore e ottenere il controllo della situazione:

• Entro quanto tempo desiderate vendere?
• Per quale motivo state pensando di vendere?
• Qual è il vostro progetto collegato alla vendita di questa casa?
• Quanto è importante per voi realizzare questo progetto?
• Cosa accadrà se non riuscirete a vendere?
• Potete permettervi due rate del mutuo in questo momento?

2.1 Le 3 principali preoccupazioni dei venditori

I venditori hanno motivazioni e preoccupazioni diverse da quelle di un acquirente. I venditori vogliono vendere la loro casa e in genere, vogliono sapere due cose su di te. Queste due cose sono la tua credibilità e i tuoi record di vendita.
La tua **credibilità** è costituita dai commenti dei clienti che hanno lavorato con te in passato. La tua credibilità te la crei con il giudizio dei proprietari che in passato ti hanno affidato la vendita della loro casa.
Il tuo **record di vendita** puoi ottenerlo tenendo una rilevazione statistica delle tue prestazioni con gli incarichi che hai avuto in passato: i tempi medi di vendita, la percentuale di immobili venduti a prezzo, il numero di case che hai venduto nella tua zona, ecc.

I venditori possono essere anche influenzati sfogliando strumenti di marketing come il "book di presentazione", l'analisi di mercato comparativa, l'indice di vendibilità, il days on market, ecc.

Quello che stanno veramente cercando i venditori può essere descritto in una sola parola: risultati!
Ciò che si intende per "Risultati" è definito dalle tre principali preoccupazioni del venditore. E' necessario affrontare queste tre principali preoccupazioni per avere successo in acquisizione. Queste tre principali preoccupazioni sono:

1. I venditori sono alla ricerca dei maggiori proventi netti possibili derivanti dalla vendita della loro casa. Notate che ho detto "maggiori proventi possibili", e non ho detto che vogliono la cifra che stanno chiedendo. Il "maggior guadagno possibile" può essere influenzato da una serie di fattori tra cui le condizioni della casa, le tue provvigioni, il mutuo che stanno ancora pagando o i miglioramenti da apportare alla casa prima di metterla in vendita.

2. I venditori vogliono che la vendita avvenga al momento giusto. Se sono venditori qualificati hanno bisogno di vendere o vogliono vendere proprio in questo momento. La velocità della vendita dipende dal prezzo. Un venditore probabilmente non sarà incline a prendere in considerazione un'offerta più bassa della sua richiesta nella prima settimana di vendita. Voler ottenere il prezzo desiderato può compromettere un po' la velocità di vendita.

3. I venditori vogliono avere il minor numero di problemi con la loro vendita. Se mentre vendono la loro casa, allo stesso tempo stanno cercando di chiudere una trattativa per l'acquisto di un'altra casa in un altro luogo della città. I venditori non vogliono avere a che fare con le contingenze, i mancati pagamenti di compratori poco affidabili o altri problemi relativi alla vendita della loro casa.

Mostrare ai proprietari una prova visiva del tuo record di vendita e della tua credibilità è di gran lunga il modo più potente per dimostrare questi risultati. Ecco perché è necessario raccogliere testimonianze dai tuoi clienti passati e dati sulle tue vendite passate in un book da mostrare al proprietario durante l'appuntamento di acquisizione.
Questo book sarà di grande valore per i tuoi venditori e ti aiuterà a vincere le loro resistenze in

acquisizione.
Più avanti in questa guida spiegherò come creare un “book di presentazione” di se stessi e dei propri servizi in acquisizione.

2.2 Le 3 regole per un eccellente appuntamento di acquisizione

Ci sono solo tre regole da ricordare in qualsiasi appuntamento di acquisizione. Se sei esperto del settore immobiliare dovresti già conoscerle, anche se non molti agenti ancora non le hanno imparate. Queste 3 regole sono:

Regola #1: Anticipa le domande che riceverai dai venditori. Il novanta per cento dei venditori fa sempre le stesse domande, in ogni appuntamento di acquisizione. Se sei ben preparato, con le risposte appropriate, la tua acquisizione avrà successo. In questo libro troverai le risposte giuste alle domande/obiezioni più frequenti che potrai ricevere da parte dei venditori.

Regola #2: Devi sapere di cosa parlare, e di cosa NON parlare. Quando incontri i proprietari a casa loro, sei lì per una sola cosa: discutere con loro la vendita della casa. “Parlare” con i proprietari ti servirà nella costruzione di un rapporto, ma non è sufficiente a farti dare un’incarico. Il mio consiglio è quello di parlare solo della loro casa. Il vostro ruolo dovrebbe portarvi a fare domande, non a dare opinioni personali. Usa pure il tuo giudizio e il tuo stile personale, ma so per esperienza che parlare di qualcosa di diverso dalla vendita della loro casa non è efficace per ottenere dal proprietario un incarico di vendita.

Regola #3: Anticipa le obiezioni che riceverai dai venditori. Le obiezioni possono variare da: "Non siamo pronti ad abbassare il prezzo", a “Vogliamo provare a vendere da soli”. Invece di voler "soffocare" il tuo venditore a seguito di un'obiezione, in questo libro ti insegnerò a gestire in modo efficace queste obiezioni.

2.3 Come prepararsi per l’appuntamento di acquisizione

La tua preparazione mentale e fisica determinerà quanto bene andrà il tuo appuntamento di acquisizione. Mentalmente, dovresti sapere cosa i venditori stanno cercando, le domande che potrebbe farti e le obiezioni che solleveranno. Fisicamente, però, devi prepararti in ufficio. Qui di seguito ci sono 5 passaggi da seguire per essere preparato “fisicamente” al tuo prossimo appuntamento di acquisizione:

Fase 1: Raccogli informazioni sulla casa
Innanzitutto hai bisogno di conoscere il più possibile sulla casa che andrai a vedere, prima ancora della visita. Le informazioni sulla casa puoi trovarle sul portale dove hai visto l’annuncio, o nella tua MLS, e comprendono l'indirizzo esatto, le dimensioni, lo stile con cui è arredata, le camere da letto, i bagni, i servizi in zona, chi è il costruttore, le scuole vicine, i negozi, ecc. Prova a ottenere quante più informazioni possibili. Ricordati di convertire le caratteristiche in benefici. Gli acquirenti ragionano in modo molto semplice: quello che vedono influenza il loro giudizio. Sta a te tradurre le caratteristiche della casa in benefici per l’acquirente in modo da influenzare positivamente il loro giudizio sulla casa. La preparazione a un appuntamento di acquisizione, così come è descritta in questo libro, vi aiuterà a ottenere l’incarico e a vendere la casa più velocemente di quanto fareste normalmente.

Fase 2: crea i tuoi materiali di marketing per la presentazione dei tuoi servizi al proprietario
L'assistente di marketing (o la segretaria/coordinatrice) dovrebbe aiutarti in questo compito. I materiali di marketing che devi preparare per una presentazione efficace sono i seguenti:

- Analisi comparativa di mercato (compresa l'analisi dei prezzi);
- Analisi delle vendite (mostrando al proprietario i dati finanziari lordi e netti);
- Il vostro "piano di marketing in 34 step";
- Un incarico con gli elementi principali già compilati;
- Una presentazione della piattaforma MLS a cui aderisci;
- Le soluzioni a potenziali problemi o le risposte alle domande che il proprietario ti ha fatto durante l'intervista telefonica.

Fase 3: non dimenticare il "Vademecum sull'acquisizione" e il "Book di presentazione"
Questi strumenti saranno fondamentali affinché la tua presentazione abbia un grande impatto sul proprietario. Nel "Vademecum sull'acquisizione", che trovi nell'**Appendice 1** di questa guida, troverai le domande esatte da porre al proprietario durante la presentazione dei tuoi servizi. Il "book di presentazione" contribuirà a creare la tua credibilità, a fornire dettagli sul piano di marketing e ad evitare che i venditori ti dicano che vogliono "pensarci su per un giorno".

Fase 4: Fai un giro in macchina in tutto il quartiere, 15 minuti prima dell'appuntamento di acquisizione.
Questi 15 minuti sono veramente molto importanti. Osserva il quartiere dal punto di vista di un acquirente. Ecco cosa dovresti cercare:

- **Controlla il quartiere.** Vedi punti della zona con problemi? Le strade sono ben asfaltate? Ci sono aree comuni ben curate?
- **Guarda le case della zona.** Quanto è forte l'appeal delle case dal marciapiede? Che stile, dimensioni, o materiali di costruzione predominano l'area? Come è la casa del tuo prospect in confronto alle altre?
- **Determina il percorso migliore per arrivare alla casa.** Il percorso che un acquirente compie per avvicinarsi alla casa influenzerà il suo parere. Se la casa è di prestigio gli acquirenti possono rimanere delusi se durante il percorso ci sono case tenute male o non riescono a vedere tutti i servizi della zona. Se, invece, gli acquirenti stanno andando a vedere una casa di minor valore, potrebbero addirittura decidere di non entrare. Cerca di capire qual è il percorso più interessante e che mostra il meglio della zona al potenziale acquirente.

Fase 5: Guarda la casa del venditore dall'altra parte della strada.
Anche in questo caso, guarda la casa nello stesso modo in cui lo farebbe un acquirente. Osserva le caratteristiche che possono influenzare il valore della casa: gli spazi esterni, le servitù, il paesaggio, le case vicine, le condizioni esterne della casa (la vernice, il tetto, la strada privata, ecc), la dimensione. Ora, prima di entrare dal proprietario, controlla i tuoi materiali per l'acquisizione.

2.4 I 6 passi da seguire per l'appuntamento di acquisizione da 40 minuti

Un'acquisizione è l'incontro che rivela il maggior numero di cose del rapporto con il cliente-venditore. Il tuo l'obiettivo primario è quello di prendere l'incarico, ma lo scopo secondario è quello di accertare la motivazione del venditore. Perché? Poiché la motivazione determina il prezzo, e il prezzo determina il tempo di vendita e il successo finale della transazione, il momento in cui sia tu che il venditore sarete felici e, soprattutto, sarete pagati! Il tuo compito è quello di determinare se vuoi prendere l'incarico. Ti esorto a prepararvi a prendere l'incarico in un solo incontro della durata di 40 minuti con i tuoi venditori, a meno che non ci sono circostanze attenuanti.

Se hai fatto il tuo dovere e presentato bene i tuoi servizi, i venditori devono essere in grado di

prendere le loro decisioni in fretta. Se stanno “parlando” anche con altri agenti, assicurati di andare da loro per ultimo. In questo modo sarai in grado di gestire le obiezioni sulla base delle presentazioni degli altri agenti, e sei nella posizione migliore per prendere l’incarico. I venditori non possono dirti: "Abbiamo ancora bisogno di parlare con un altro agente". Lo hanno già fatto e dovrebbero essere pronti a prendere una decisione.

In molti casi, la casa in questione sarà di proprietà di un marito e moglie. In tal caso, ecco un elenco di suggerimenti che ti farà risparmiare enormi frustrazioni:

Entrambi i proprietari devono essere presenti all’appuntamento di acquisizione!

Se uno dei due coniugi non può essere presente, ripianifica l’appuntamento di acquisizione in un momento in cui entrambi possono essere lì. Francamente, se un proprietario non riesce a trovare il tempo per essere presente il giorno dell’acquisizione, ti consiglio di mettere in discussione la loro motivazione a vendere. Se ti presenti ad un appuntamento di acquisizione ed uno solo dei proprietari è lì, ripianifica l’appuntamento. Non fare il tuo appuntamento di acquisizione per una sola persona. Ti garantisco che non prenderai l’incarico (che probabilmente verrà dato a un agente che è riuscito a incontrare entrambe le persone lì) oppure, nella migliore delle ipotesi, ti sarà richiesto di fare un'altra visita di acquisizione in presenza della persona assente. Devi dire ai proprietari che vendere la loro casa è un argomento complesso ed è necessario avere la presenza di tutti i proprietari attuali. Se NON sono disposti ad acconsentire a questa richiesta, è un primo segnale che NON hanno la motivazione necessaria per vendere la loro casa. Meglio evitare sul nascere una potenziale relazione con un cliente frustrante.

Ecco un altro suggerimento per l’acquisizione:

Non lasciare mai materiale ai venditori se non ti danno l’incarico.

L'unica cosa che devi lasciare è il tuo “Book di Presentazione”. Puoi usare questa fraseologia con i venditori: "E' la nostra politica aziendale quella di non lasciare nulla senza un incarico firmato". Se non possono prendere una decisione al momento, utilizzeranno le informazioni che gli lascerai per lavorare con altri agenti. Mantieni il controllo!

Infine, devi avere uno schema durante l’appuntamento di acquisizione e usare il “Vademecum sull’acquisizione” allegato a questo libro per porre al proprietario le domande giuste durante la tua presentazione. Ho preparato un “Vademecum sull’acquisizione” per riassumere i passi del processo di acquisizione. Ecco i 6 passi da seguire durante un appuntamento di acquisizione ben gestito:

Fase 1: L’approccio

Arriva sempre puntuale all’appuntamento di acquisizione. Questo ti permetterà di dimostrare che sei una persona che fa quello che dice. Ti consiglio di fissare gli appuntamenti di acquisizione la sera, quando entrambi i proprietari, marito e moglie, sono a casa. Quando aprono la porta, puoi dire: “Buonasera signori Verdi, sono Salvatore Coddetta della Coddetta Immobiliare. Posso entrare?". La prossima cosa che devi fare è chiedere ai proprietari se ti fanno vedere la loro casa. Devi fare in modo che entrambi, marito e moglie, ti mostrino la casa. Perché? Perché hai bisogno di conoscere la motivazione e la volontà di entrambe le persone a vendere. Perché hai bisogno di capire chi è il decisore tra i due. Puoi anche fare domande durante il tour della casa. Le domande ti aiuteranno durante la presentazione che farai in seguito.

Fase 2: Il tour della casa

Ricorda: assicurati che entrambi i proprietari siano presenti durante il tour. Ricordati anche di guardare tutta la casa, l'interno e l'esterno. Passeggia intorno alla casa. Prendi i venditori, portali dall'altra parte della strada, e fa guardare loro la casa dal punto di vista di un acquirente. Pochi agenti mostrano ai proprietari il loro interesse a vedere tutta la casa, sia internamente che esternamente. Facendolo potrai avere un impatto positivo sui venditori, e in più avrai tutto il tempo per fare le domande presenti nel "Vademecum sull'acquisizione". Durante il tour della casa, voglio che tu faccia 4 cose:

1. Fai le domande contenute nel "Vademecum sull'acquisizione";

2. Come inizia il tour della casa fai domande ai proprietari in merito alle caratteristiche della loro casa, piuttosto che fare commenti. Puoi anche fare domande che suonino come un complimento ai proprietari, ma davvero: non dire nulla! Fai domande come: "*Dove avete trovato quel tappeto orientale?*", o *"Avete arredato questa casa da soli?"*. Non puoi sapere se a loro una cosa piace o la odiano, quindi non fare nessun commento durante il tour. Fare domande su qualcosa ti porterà a conoscere il parere dei proprietari su quella cosa. Prendi appunti mentali in modo da non offendere i venditori.

3. Prendi appunti mentali su come migliorare la casa per mostrarla agli acquirenti. Hai bisogno di appunti mentali sugli aspetti positivi e negativi della casa quando si parla di acquisizione. Fai attenzione a discutere i punti negativi senza offendere i proprietari. Le persone sono sensibili. Inoltre, ad un certo punto dovrai "preparare" la casa con delle tecniche di Home Staging, in modo da fare delle buone foto.

4. Cerca di fare in modo che tu e i venditori siate come una "squadra" di vendita. Avrai bisogno della loro cooperazione nella vendita della casa: l'illuminazione, la pulizia, ecc. Coinvolgili utilizzando termini come "noi" e "nostro". Fidati di me, avrai bisogno della loro assistenza.

A questo punto, devi chiedere ai venditori se puoi far loro alcune domande. Le domande che farai sono studiate per raggiungere diversi obiettivi: capire la motivazione dei venditori, prendere il controllo della situazione, capire qual è la richiesta dei proprietari (il loro valore percepito della casa), e capire se dovrai gestire eventuali problemi per concludere la trattativa.

Ci sono 6 domande che hai bisogno di fare ai proprietari in acquisizione (sono anche nel "Vademecum sull'acquisizione"):

Domanda 1: Entro quanto tempo vi piacerebbe vendere? Già da questa domanda puoi capire il loro livello di motivazione. Stai chiedendo quando vogliono andarsene! I proprietari ti possono dire: *"Avremmo bisogno di vendere in 60 giorni in modo da poterci spostare nella nostra nuova casa"*. Oppure, ti possono dire: "*Non abbiamo un gran fretta, solo quando troveremo un amatore disposto a darci la cifra che stiamo chiedendo ci sposteremo"*. Prendi nota della loro risposta.

Domanda 2: Ci sono riparazioni o lavori da fare nella vostra casa? Identifica i principali problemi della casa. Se parlano di un problema come, ad esempio, il tetto da rifare, è necessario indagare se si risolverà il problema prima di vendere la casa. Se lo faranno, sono motivati. Se non lo faranno non sono dei venditori motivati o ci possono essere altri problemi sulla casa che è necessario indagare.

Domanda 3: Vendete per ricomprare? Resterete in zona o vi sposterete in un'altra parte della città? Questa domanda può farti capire se oltre ad avere davanti a te un venditore, hai anche un acquirente. Se i proprietari dicono che si vogliono spostare in un'altra parte della città, chiedi se hanno già un agente che possa aiutarli e, in caso di risposta negativa, offri il tuo aiuto. Spesso chi vende deve anche comprare. Tieni le orecchie aperte. Se andranno a vivere fuori città, possono essere più motivati a vendere la casa. Le persone generalmente non amano avere una casa sul mercato che si trova a una certa distanza dal luogo in cui vivono.

Domanda 4: Quanto chiedete per la vostra casa? Anche in questo caso, con questa domanda si vuole determinare la loro motivazione attraverso il prezzo. Conosci già il valore della loro casa grazie alla tua esperienza o alla tua valutazione professionale. I proprietari ti possono dire: *"Me lo dica lei, è qui per questo"*. Se dicono questo, chiedi loro: "*Avete già chiesto una valutazione professionale, o parlato con i vicini o altre persone per capire il valore della vostra casa?».* Quando dicono *"Sì"* (e dovrebbero dirlo a questo punto), chiedi ai proprietari che cosa gli hanno detto queste persone. Puoi dir loro quanto segue: "*Ho capito, ma se si dovesse ottenere un'offerta oggi, a quanto vorreste vendere la vostra casa?».* Continua a premere su questa questione (ragionevolmente), e poi fai una pausa.

Domanda 5: Avete bisogno di vendere questa casa per acquistare la vostra prossima casa? La situazione finanziaria di un venditore e la sua possibilità di acquistare la sua prossima casa sarà talvolta influenzata dalla vendita della casa attuale. Il venditore che ha bisogno di vendere può essere motivato da 2 cose: acconti e saldo finale. Se i venditori non possono comprare la loro prossima casa perché hanno bisogno di soldi per lasciare un acconto, o non possono permettersi due pagamenti mensili dei mutui, probabilmente sono dei venditori motivati.

Domanda 6: State pensando di vendere la vostra casa da soli? Con questa domanda puoi scoprire se hanno problemi relativi alla tua provvigione e il valore che attribuiscono al tuo servizio. Non aver paura di eventuali obiezioni al pagamento della tua provvigione. Se dicono di aver pensato di vendere da soli, chiedi perché hanno scelto di incontrare un professionista immobiliare. Forse ti diranno di aver bisogno di vendere in fretta, o di massimizzare il prezzo di vendita, o qualcosa di relativo alla loro vera motivazione. Presta attenzione alla loro risposta. Ti aiuterà a giustificare la tua provvigione, mettendo in relazione il valore del tuo servizio ai benefici che cercano.

A questo punto, hai appreso la motivazione del venditore, le sue possibili obiezioni, i problemi di finanziamento, e sei pronto a passare alla fase successiva. Chiedi ai venditori se ci si può sedere intorno a un tavolo per discutere ulteriormente della loro casa. Puoi sederti in una sala da pranzo o sul tavolo della cucina. Evita di sederti in salotto o in altri ambienti meno formali. Hai bisogno di spazio per presentare i tuoi materiali, e desideri la loro attenzione per tutto il tempo che durerà la tua presentazione. Questo accade solo quando ci si siede intorno a un tavolo.

Passo 3: Presenta la tua analisi di mercato

I venditori immobiliari non sono diversi rispetto a noi, quando ci troviamo in una situazione simile. Più sarai autorevole e saprai spiegare esaustivamente le questioni di importanza primaria per i venditori, maggiori saranno le possibilità di fare business con loro. Prenditi il tempo per insegnare ai venditori cosa devono aspettarsi dalla vendita della loro casa, come funziona il processo di vendita, e soprattutto perché dovrebbero fare affari con te invece di farli con chiunque altro. Non aspettarti che i tuoi venditori firmino un incarico senza capire nel dettaglio i contenuti dell'incarico e i vantaggi che loro avranno nel dare l'incarico a te. Insegnare tutto questo ai tuoi prospect è facile e richiede relativamente poco tempo. E' calmante e rassicurante, e rende il passo successivo del

processo di acquisizione più facile per entrambi. Se vuoi guadagnare credibilità, insegna ai tuoi prospect in modo significativo. Spiega loro i passaggi esatti del processo di vendita di una casa e il loro ruolo nella transazione.

La chiave per fare presentazioni efficaci in acquisizione è quella di utilizzare sia il linguaggio verbale (quello che dici) che le immagini (ciò che mostri ai proprietari). La gente, dopo tre giorni che ti ha incontrato, si ricorda solo il 10% di quello che gli hai detto. Ricordano il 18% se mostri loro qualcosa. Ma se si combinano le componenti visive della presentazione alle componenti verbali, si ricorderanno il 60% di quello che hanno sentito e visto per un lungo periodo di tempo.

Ormai sai qual è l'elemento primario per la vendita di una casa: il prezzo. I venditori, invariabilmente, credono che la loro casa valga più di quanto dice il mercato. La tua presentazione in acquisizione deve essere in grado di educare e influenzare i venditori sul prezzo, in modo da soddisfare l'obiettivo di entrambi. Il modo in cui puoi riuscire a determinare il prezzo di vendita appropriato è utilizzare la tecnica delle domande. Ecco le domande e i commenti che dovresti fare nel presentare la tua analisi di mercato:

Domanda 1: *"Signori venditori, potete dirmi di nuovo a che prezzo desiderate mettere in vendita la vostra casa?"*.
Questa domanda ti permetterà di avere un'idea della richiesta dei venditori. A volte la risposta che ti daranno in questo momento sarà diversa dalla risposta che ti hanno dato durante il tour di casa. Spesso una persona risponderà in modo diverso dall'altra. Se hanno già abbassato la loro richiesta in precedenza, saranno probabilmente più ricettivi e più motivati a vendere la loro casa. Hai aperto il discorso sul prezzo. Ora, è necessario parlare con i tuoi clienti in merito ai fattori che determinano la vendita di una casa.

Agente immobiliare - mossa 1: "*Signori venditori, ci sono diverse cose che possiamo e non possiamo controllare, le quali influenzeranno la vendita della vostra casa. E' importante per voi capire quali sono, prima di andare avanti".*

A questo punto spiega nel dettaglio, verbalmente, i seguenti elementi ai tuoi clienti:

Gli elementi che possiamo controllare sono:

• Le condizione della vostra casa
• Il prezzo che chiediamo
• I termini che siamo disposti ad accettare

Gli elementi che NON possiamo controllare sono:

• L'economia globale, i tassi di interesse
• La competizione, le altre case presenti sul mercato
• L'ubicazione della vostra casa

Mossa 2: Estrai la tua analisi comparativa di mercato, o un analisi simile, e condividila con cura con i venditori. Il metodo che segue è una tecnica collaudata dai migliori agenti immobiliari per far capire ai venditori quale dovrebbe essere il prezzo della loro casa: Dividi il prezzo in 3 parti: *"Non si venderà mai"*, *"Ci vorrà molto tempo (se mai si venderà)"*, e *"Si vende"*. Spiega ai venditori le differenze di prezzo nelle 3 aree in rapporto al mercato locale attuale, e motiva ogni prezzo con razionalità. Devi dare l'impressione di conoscere tutte le case della zona in vendita in questo momento. Quindi, procedi come segue di fronte dei venditori:

Mossa 3: Prendi un pezzo di carta e traccia una linea orizzontale lungo la pagina. Dividi la linea in tre parti e scrivi le parole che ti indicherò in seguito (i numeri che vedi di seguito sono messi solo ad esempio - utilizza le cifre reali con i tuoi clienti):

€ 180.000	€ 190.000	€ 220.000
Si vende!	Ci vorrà molto tempo (se mai si venderà)	Non si venderà mai

Agente Immobiliare: *"Signori venditori, questa riga mostra le tre categorie di prezzo che esistono in quasi tutti i mercati*". Quindi spiega ogni categoria:

Ora, prendi il foglio di carta e scrivi nella colonna più a destra (in lettere grandi e in grassetto). "*Non si venderà mai*". Quindi, scrivi il prezzo delle case in questa fascia, secondo quanto riportato dalla tua analisi di mercato comparativa, sopra alla linea corrispondente (ad esempio, io ho usato 220.000,00 euro). Poi usa questa fraseologia: "*La prima categoria è rappresentata dalle case che non si riusciranno mai a vendere sul mercato immobiliare attuale al loro prezzo corrente. Potrebbe essere per la posizione in cui è situato l'immobile, oppure perché la casa si trova in un quartiere orribile, o perché le condizione della casa sono fatiscenti, o qualsiasi altra cosa. Queste case non si venderanno fino a quando il prezzo non scenderà drasticamente, oppure si farà qualcosa per sistemare le altre condizioni della casa*".

Quindi, vai avanti e prendi il foglio di carta e scrivi nella colonna centrale, "*Ci vorrà molto tempo (se mai si venderà)*". Poi scrivi il prezzo delle case in questa fascia, sopra la linea corrispondente (io ho usato 190.000,00 euro). Poi fai questa affermazione:

"*La seconda categoria rappresenta le case che si potrebbero vendere, ma resteranno sul mercato per un lungo, lungo periodo di tempo. La casa in questione non avrà tutti i problemi della prima, ma presenterà ancora diversi problemi per quanto riguarda le sue condizioni o la sua ubicazione, e rimarrà sul mercato per molto tempo, se mai si venderà. La casa si inserisce in quella categoria che gli acquirenti definisco "ci dobbiamo pensare", il che significa in definitiva che la dimenticheranno non appena vedranno la prossima casa. I venditori di queste case di solito pensano di essere fortunati e che riusciranno a venderla ad un acquirente che non si accorgerà dei difetti dell'immobile. L'errore di questa casa è che non ha un prezzo allineato ai suoi problemi. Una volta che è sul mercato da un po' di tempo, gli acquirenti smettono di andarla a vedere perché sanno che è troppo cara. Il che significa che i venditori devono ribassare il prezzo per fare in modo che gli acquirenti tornino a vederla".*

Poi prendi il foglio di carta, e nella prima colonna (in grande e in grassetto) scrivi "*Si vende!*". Quindi scrivi il prezzo a cui desideri prendere l'incarico della vendita della casa sopra la linea corrispondente, e dì ai proprietari quanto segue: "*La terza categoria rappresenta le case che si vendono! Le case in buone condizioni o senza particolari problemi, che sono messe in vendita a un prezzo ragionevole per gli acquirenti si vendono. Gli acquirenti sanno che è una buona casa al giusto prezzo, quindi sono disposti a fare offerte. Come agente immobiliare professionale mostro agli acquirenti solo le case con un alto potenziale di vendita, perché non mi piace sprecare il tempo. Signori venditori, questa è l'area dove vorrei inserire la vostra casa".*

Domanda 2: Signori venditori, voi pensate che 180.000 euro sia un prezzo equo di valutazione per la vostra casa? Ascoltate attentamente le loro obiezioni. Se i proprietari sollevano delle obiezioni, è necessario entrare in modalità "*capisco*". Se invece sono favorevoli al prezzo da te

proposto, puoi passare direttamente al punto 4: estrai dal tuo book di presentazione il foglio dell'analisi della vendita. Se non sono disposti a vendere a quel prezzo, è necessario che tu faccia qualche domanda per conoscere le loro preoccupazioni.

Domanda 3: Signori venditori, posso farvi qualche domande sul prezzo della vostra casa? In questo momento è necessario innanzitutto capire il prezzo di vendita, quindi dovrai identificare eventuali altre importanti questioni per il venditore.

Domanda 3A: Quanto pensate che valga la vostra casa? Appuntatevi il loro prezzo di vendita. Se non hanno espresso volontariamente il loro parere fino a questo punto, lo faranno appena gli farete questa domanda. Se ancora ti danno un prezzo troppo elevato, fai la domanda successiva.

Domanda 3B: Estrai la tua valutazione di mercato comparativa, e chiedi: "Aiutatemi a capire perché credete che la vostra casa vale di più di quella che i vostri vicini stanno vendendo a _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _. Non temere di fare le tue domande. Ascolta attentamente le loro obiezioni. Ora fai la domanda più importante:

Domanda 3C: Se doveste comprare una casa oggi, e sul mercato ci fossero solo due case simili tra cui scegliere, quale casa comprereste, quella che i vostri vicini stanno vendendo a _ _ _ _ _ _ _ _ _ _, o pure la vostra a _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ ? la risposta più logica è che comprerebbero la casa meno costosa. Se questo non funziona, vai alle domande successive:

Domanda 3D: Signori venditori, se non riuscirete a vendere la vostra casa in _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ (indicare un periodo di tempo), sarete in grado di acquistare la vostra nuova casa, o effettuare 2 pagamenti del mutuo per due case? Devi cercare di far vedere ai proprietari come potrebbe essere il loro futuro se la casa non si dovesse vendere perché è fuori prezzo.

A questo punto è necessario prendere una decisione: prendere l'incarico o non prendere l'incarico. Se si decide di prendere l'incarico al prezzo più alto, è necessario informare i venditori che la casa è troppo cara. Una possibilità è quella di inserire nell'incarico una clausola per una riduzione automatica di prezzo dopo 4 settimane con poche visite.

Non prendere un incarico se la richiesta del venditore è troppo alta. Se qualifichi in modo efficace i venditori, non avrai bisogno di investire un budget elevato in pubblicità, ottimizzando i tuoi investimenti di marketing. Se prendi l'incarico fuori prezzo, prima o poi dovrai fare un ribasso, meglio spianare la strada oggi, negoziando dall'inizio un prezzo migliore con il proprietario. Se decidi di non prendere l'incarico, cerca comunque di lasciarti la porta aperta con i proprietari per una futura acquisizione. Quando la casa non si riuscirà a vendere nel corso del tempo, sarai in una posizione ideale per aiutare il venditore. Di al proprietario qualcosa di simile a ciò che leggi di seguito:

"*Signori venditori, mi piace molto la vostra casa, e so che sareste molto contenti di riuscire a venderla. Ma in questo momento, non posso, non me la sento di prendere l'incarico perché so che non riuscirei a darvi il servizio eccellente che voi meritate, in quanto a causa del prezzo la vostra casa NON si riuscirà a vendere nel mercato immobiliare attuale. Ci sono senz'altro altri agenti che prenderebbero l'incarico al vostro prezzo, ma credo che darebbero a voi innanzitutto, e poi a se stessi, un disservizio. Se in futuro sarete pronti a vendere ad un prezzo congruo ai valori di mercato, spero che pensiate a me in quel momento*".

Ricorda: se non prendi l'incarico, devi lasciare la casa del venditore al momento. Non lasciare nessun materiale ai venditori, tranne che una tua presentazione, che includa il tuo piano di marketing. Se si arriva ad un prezzo accettabile, è necessario andare al punto 4.

Fase 4: Il foglio di analisi della vendita

Il foglio di analisi della vendita è la parte più facile della presentazione, ad eccezion fatta di quando sorgono alcune obiezioni da parte dei proprietari. Il foglio di analisi della vendita mostra il guadagno netto dei venditori dall'operazione, dato il prezzo di vendita che hai stabilito in base alla tua valutazione. Dal momento che è stato determinato in base al tuo prezzo di vendita, si da per scontato che hai deciso di prendere l'incarico. L'unica cosa che è necessario verificare è che i guadagni netti siano sufficienti ai venditori per realizzare i loro progetti. In tal caso puoi passare a mostrare il tuo piano di marketing. In caso contrario, lavora con i numeri fino ad arrivare ad un prezzo che stia bene a tutti.

Un suggerimento: mai, mai, mai negoziare la tua provvigione! Una volta che si inizia a negoziare la provvigione, non si finisce più. Te lo garantisco! È anche compromettente per la tua professionalità. Quando è stata l'ultima volta che hai negoziato con il chirurgo su una appendicectomia? Parlerò di come negoziare le provvigioni più avanti in questa sezione del libro.

Fase 5: Presenta il tuo piano di marketing

Presentare il tuo piano di marketing è l'ultimo passo prima della firma sull'incarico. E' uno strumento estremamente potente per andare in chiusura. Per presentare il piano di marketing devi avere con te un book ad anelli con la tua presentazione personale e aziendale, una presentazione dei tuoi servizi e del tuo piano di marketing. Prima di entrare nella presentazione vera e propria, voglio parlarti delle chiavi per la creazione di un piano di marketing efficace. Negli esempi fatti finora, ho usato un "piano di marketing composto da 37 attività". Non so quante attività conterrà il tuo piano di marketing, ma dovrebbero essere sufficienti per impressionare i venditori, ma nemmeno così tante da non riuscire a realizzare tutte.

Una chiave importante per il tuo piano di marketing: Accertati che quando spiegherai le tue strategie di marketing, lo farai sotto forma di benefici per il cliente. Non basta dire *"Metterò la vostra casa in un MLS"*. Piuttosto usa queste parole: "Per la vendita della vostra casa collaborerò con oltre 4.000 agenti attivi nel nostro sistema di condivisione di immobili tra colleghi, chiamato MLS (Multiple Listing Service), ai quali invierò una scheda dettagliata con le informazioni relative alla vostra casa".

Ricorda: *"Più benefici si raccontano, più case si vendono"*. Anche se il tuo ufficio ha, molto probabilmente, una sua lista di attività di marketing standard, ecco un esempio di obiettivi che il piano di marketing dovrebbe prendere in considerazione. Ricorda, i benefici sono quello che farà scattare la scintilla delle emozioni nelle persone. I benefici fanno prendere gli incarichi e vendere le case.

Piano di marketing immobiliare

Obiettivi aziendali

1. Esporre la vostra casa al massimo numero di acquirenti interessati e qualificati
2. Mostrare a tutti i potenziali acquirenti interessati le caratteristiche uniche della vostra casa e lo stile di vita di cui beneficeranno acquistando la vostra casa

3. Aiutarvi a ottenere il prezzo più alto possibile per la vostra casa
4. Rendere il processo di vendita facile, conveniente e senza problemi per voi
5. Aiutarvi a presentare la vostra casa in modo che faccia la più grande impressione positiva ai potenziali acquirenti

Elementi del piano di marketing

I seguenti elementi del piano di marketing possono essere presentati al proprietario come un elenco di numeri o passaggi. Questi sono solo degli esempi, puoi personalizzare questi esempi per realizzare il tuo piano di marketing.

1. Inseriremo il vostro annuncio nel nostro MLS (Multiple Listing Service), condividendone la vendita con gli oltre 40 (o 400 o 4.000) agenti attivi nella rete
2. Forniremo una scheda del vostro immobile ai 10 agenti che lavorano nella nostra agenzia, i quali ogni giorno incontrano potenziali acquirenti e selezioneranno per voi quelli più interessati e qualificati
3. Vi forniremo una consulenza professionale sulla preparazione della vostra casa per le foto e le future visite con i potenziali acquirenti (Home Staging), in modo da mostrare al meglio la vostra casa, e venderla al prezzo più alto possibile
4. Organizzeremo una Open House solo per i nostri colleghi, oltre 150 agenti con cui collaboriamo che lavorano con acquirenti motivati
5. Promuoveremo la vostra casa in almeno (4) riviste locali e giornali di annunci con una tiratura complessiva di 12.000 copie
6. Creeremo una pubblicità personalizzata della vostra casa con volantini che i nostri agenti di zona distribuiranno direttamente nel quartiere
7. Promuoveremo la vostra casa anche presso i colleghi della nostra associazione di categoria (Fiaip, Fimaa o Anama – metti quella di cui fai parte), oltre 4.000 agenti attivi in questa zona che potranno collaborare con noi alla vendita della vostra casa
8. Creeremo un volantino personalizzato con le caratteristiche e i vantaggi della vostra casa (e lo stile di vita che rappresenta), che consegneremo a tutti gli agenti che collaborano con noi alla vendita della vostra casa
9. Creeremo per voi una cartolina denominata **"Appena messo in vendita"**, con una descrizione e una foto della vostra casa, che metteremo in tutte le cassette della posta delle case qui intorno, per informare tutti gli abitanti della zona che la vostra casa è in vendita
10. Creeremo un documento chiamato **"libretto della casa"** che conterrà tutta la documentazione del vostro immobile (descrizione delle caratteristiche della zona e del vostro immobile, dati catastali, certificazione della classe e della prestazione energetica, visure ipotecarie, planimetria, valutazione, i servizi del quartiere, le scuole, i negozi, e altre informazioni di interesse per l'acquirente) per presentarlo al meglio sul mercato
11. Promuoveremo la vostra casa attraverso la nostra esclusiva mailing-list personalizzata che viene inviata a oltre 250 acquirenti motivati e qualificati
12. Promuoveremo la vostra casa attraverso la nostra esclusiva lista di SMS che viene inviata a oltre 300 acquirenti motivati e qualificati
13. Massimizzeremo la visibilità della vostra casa attraverso dei cartelli professionali che metteremo nei punti strategici della zona e nelle vicinanze
14. Massimizzeremo la visibilità della vostra casa attraverso dei "cartelli vetrina" che metteremo sulla vetrina della nostra agenzia
15. Inseriremo il vostro annuncio nei principali portali immobiliare (Immobiliare.it, Casa.it, Idealista.it - citare il portale con cui si è abbonati)
16. Inseriremo il vostro annuncio nel nostro sito all'indirizzo www.nomesitoagenzia.it
17. Inseriremo il vostro annuncio nella nostra APP mobile disponibile su Apple Store e Play Store

18. Realizzeremo un articolo al mese da pubblicare sul nostro blog per promuovere la vostra casa, nel quale parleremo dei vantaggi di vivere nella vostra zona e delle caratteristiche uniche e i vantaggi della vostra casa e lo stile di vita che essa rappresenta
19. Realizzeremo delle campagne PPC (Pay per click) su AdWords per promuovere la vostra casa su Google
20. Realizzeremo delle campagne PPC (Pay per click) su Facebook per promuovere la vostra casa sui Social Network
21. Promuoveremo la vostra casa organizzando per voi delle Open House (Case Aperte)
22. Promuoveremo la vostra casa realizzando una brochures che consegneremo a tutti i potenziali acquirenti che verranno a vederla
23. Con l'aiuto di un mediatore creditizio nostro partner, assisteremo i potenziali acquirenti sui numerosi metodi per ottenere il finanziamento di cui hanno bisogno per l'acquisto della vostra casa
24. Realizzeremo per voi foto e video professionali
25. Invieremo una lettera personalizzata a tutti i residenti del vostro quartiere per promuovere le caratteristiche uniche e i vantaggi della vostra casa e lo stile di vita che essa rappresenta
26. Parleremo personalmente con un minimo di 10 persone al giorno, che abitano nelle vicinanze della vostra casa, chiedendo loro di illustrarci i benefici di vivere in questo quartiere e se conoscono potenziali acquirenti da segnalarci
27. Vi terremo aggiornati sull'andamento della vendita della vostra casa e sul mercato della zona contattandovi telefonicamente 1 volta a settimana e incontrandovi personalmente ogni 15 giorni
28. Vi aggiorneremo su tutte le attività che stiamo facendo per vendere la vostra casa: richieste di informazioni via email o telefono, visite effettuate, commenti ricevuti, presenze all'open house, commenti degli agenti con cui collaboriamo, ecc.
29. Promuoveremo la vostra casa presso i colleghi della nostra rete in franchising: oltre 200 uffici a livello nazionale (questo punto è solo per chi fa parte di un franchising immobiliare)
30. Inseriremo la vostra casa nel nostro database e incrociandolo con le richieste avremo una lista di potenziali acquirenti da contattare immediatamente per cominciare ad organizzare le prime visite
31. Ci terremo informati sull'esito delle visite dei colleghi con cui collaboriamo, delle domande che hanno ricevuto dai loro clienti potenziali, e gli forniremo delle risposte per stimolare un ulteriore interesse verso l'acquisto nei loro acquirenti motivati
32. Ritireremo solo proposte da parte di acquirenti qualificati e in grado di chiudere l'acquisto
33. Vi forniremo assistenza e consulenza nelle trattative contrattuali con gli acquirenti per contribuire a farvi ottenere il prezzo più alto possibile per la vendita della vostra casa
34. Vi forniremo assistenza e consulenza fino al rogito per garantirvi una chiusura della trattativa senza problemi
35. Realizzeremo per voi un minisito internet solo per la vostra casa
36. Realizzeremo per voi spot professionali per Cinema, Radio e TV locali
37. Inseriremo la vostra casa su Airbnb per permettere agli acquirenti di provare la vostra casa prima di acquistarla

Tempificare il piano di marketing

Dopo avere presentato al proprietario il tuo piano di marketing, nel modo che ti ho suggerito, puoi mostrargli come le varie attività verranno integrate nel tempo. Si tratta di un calendario che contiene la pianificazione delle tue attività di marketing su 12 mesi, suddividendola per mese e per tipologia di attività.

È possibile crearne un piano di marketing più dettagliato, se vuoi, ma questo ti aiuterà a iniziare.

Tattiche	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
Web MKT	Sito portali	Perisc one	Perisco ne	YouTube	Email MKT (DEM)	Google AdWor ds (PPC)	FB ADV	FB ADV			Blog	Email MKT
Event MKT		Home Stager	Open House						Open House			
MKT tradizionale	Cartello vetrina Cartello in zona incrocio in BD cartolina	Broch ures	Libretto casa		Tele- -MKT		Volanti no			Giornali e riviste		Lettere e cartolin e
Networking MKT		MLS	Associa zione									
Radio/TV/ Cinema									Spot			
Mobile MKT						SMS MKT						SMS MKT

2.5 3 passi per ottenere l'incarico con il tuo piano di marketing

Il prossimo passo è quello di presentare ai venditori il piano d'azione che verrà utilizzato per vendere la loro casa. I 37 elementi descritti sopra sono potenti, e qualsiasi elemento promuoverà bene la loro casa, permettendogli di vendere ad un prezzo e in un intervallo di tempo ragionevole. Ricordati la chiave di ogni presentazione: utilizza sia elementi visivi che sonori. Mostra e racconta! Qui di seguito ci sono 3 semplici passi per ottenere un incarico con il proprio piano di marketing:

Fase 1: Prendi il tuo "Book di Presentazione" e mettilo sul tavolo, proprio di fronte dei venditori. Il "Book di Presentazione" sarà la parte "visiva" della tua presentazione. Nella parte sonora dovrai discutere le molte strategie di successo che userai per vendere la loro casa, in modo rapido, semplice e senza problemi. La prima cosa da fare è girare verso i venditori la prima pagina del tuo "Book di presentazione" nella quale è stampata la tua "Unique Selling Proposition" (USP - Proposta Unica di vendita). La tua USP è la risposta alla domanda: Perché dovrebbero scegliere te per farsi aiutare a vendere la oro casa, e non qualcun altro? Leggi la tua USP ai venditori e, se lo desideri, digli qual è la filosofia sulla quale hai sviluppato il tuo business. Non utilizzare un disco vendita, cerca di essere umano e personale. Lascia che la tua personalità possa brillare attraverso le tue parole. Spendi solo 2 minuti (circa) prima di passare al punto 2.

Fase 2: Dopo, tira fuori i tuoi obiettivi aziendali, o indicali se sono presenti anche nel tuo "Book di Presentazione". Dopo aver mostrato ai venditori il tuo USP, discuti con loro i tuoi obiettivi aziendali. Mentre parli dei tuoi obiettivi, spiega ai venditori come la vendita della loro casa rientra

nei tuoi obiettivi e che proprio per questo coinvolgerai l'intero tuo ufficio per riuscire a venderla. Devi sottolineare l'influenza che le persone che lavorano nel tuo ufficio hanno nella comunità della zona in cui si trova la casa del venditore. Fai degli esempi a tal proposito o racconta degli aneddoti!

Utilizza aneddoti, racconti o testimonianze, se ti è possibile, quando parli degli elementi del tuo piano di marketing. Tira fuori le tue testimonianze relative a un elemento in particolare e parla delle case che hai venduto grazie a quell'elemento e delle persone coinvolte nella compravendita (Quali problemi aveva il venditore? Come sei riuscito a risolverli? Che problemi aveva l'acquirente? Come sei riuscito a risolverli?). Parla dei loro problemi o della loro situazione, e di ciò che la tua agenzia ha fatto per trovare l'acquirente, negoziare e, infine, chiudere la trattativa. Mostragli il risultato finale! Le storie convincono la gente perché le collegano emotivamente alla tua presentazione. L'obiettivo è quello di indurre i venditori a pensare che nessuno ha le risorse per vendere la loro casa come la tua agenzia. Una volta terminato con gli obiettivi aziendali, vai avanti con la fase successiva del tuo piano di marketing.

Fase 3: Ora, è arrivato il momento di tirare fuori il tuo piano di marketing composto da 34 step, oppure di indicarlo nel tuo "Book di Presentazione". Adesso stai spiegando ai venditori cosa farai per vendere la loro casa. Il tuo piano di marketing composto da 34 elementi è ciò che la tua agenzia farà, in cambio di un incarico in esclusiva, per vendere la loro casa. **Pensaci:** Hanno visto la tua USP, conoscono il potere della tua agenzia, ora si stanno definitivamente convincendo ascoltando nel dettaglio le tue strategie di marketing. Qual è la chiave per convincere i venditori? Fare domande! Di seguito trovi una strategia estremamente potente che trasformerà il tuo piano di marketing in una macchina da chiusura:

In primo luogo, leggi una strategia di marketing ad alta voce. Ricordati di parlare dei benefici della tua strategia, e non solo delle caratteristica. Se non sei sicuro che ne stai descrivendo anche i benefici, chiediti: **"Se fossi il venditore, cosa potrebbe fare questa strategia per me? Quali vantaggi mi porterebbe?".** I benefici sono ciò che fanno desiderare qualcosa, non le caratteristiche. Descrivi al venditore esattamente cosa può fare per lui quella strategia e in che modo può fargli vendere la sua casa.

In secondo luogo, fai riferimento al tuo "Book di Presentazione" e mostra ai venditori un esempio specifico della strategia di cui stai parlando. Se, ad esempio, la strategia è "Inseriremo la vostra casa nel nostro MLS" prendi un iPad o un PC Portatile, aprilo, e fagli vedere quante richieste ci sono già per un immobile simile al suo. Si tratta di dimostrargli che affidando l'incarico a te, è come se lo stessero affidando a più agenzie. L'obiettivo è quello di coinvolgerli nel processo di vendita della loro casa, pur mantenendo la loro attenzione sul risultato finale.

In terzo luogo, (questo è fondamentale), subito dopo che hai mostrato e spiegato ai venditori ogni strategia del tuo piano di marketing, fai SEMPRE questa domanda:

"Vorreste .... (che la vostra casa sia inserita nella nostra MLS)?"

Ricorda, fai sempre questa domanda di conferma dopo aver parlato di una tua strategia di marketing. Come mai? Perché le domande di conferma aiutano ad individuare eventuali obiezioni lungo la strada, e di conseguenza a chiudere la trattativa. Quando avrai finito di spiegare il tuo piano di marketing composto da 34 strategie, i tuoi venditori ti avranno detto "sì" fino a 34 volte! Come potrebbero mai dirti "no" ora che gli stai chiedendo l'incarico?

Allora, che cosa si fa quando si riceve un'obiezione? Ricordati che le obiezioni sono solo domande senza risposta. Incorrerete sicuramente in alcune obiezioni lungo il percorso che porta

all'acquisizione dell'incarico di vendita. Alcune persone non vogliono dare l'incarico in esclusiva; altri non vogliono mettere un cartello sul loro portone; altri non vogliono farti fare le foto; alcuni non vogliono che i vicini sappiano che stanno vendendo; altri ancora vorrebbero lo sconto sulle provvigioni, e l'elenco delle obiezioni potrebbe continuare. Ogni volta che ti trovi di fronte a una obiezione, fai domande per identificare il vero problema e mantieni il controllo della situazione.

Se qualcuno, per esempio, ti dice: *"Noi non vogliamo darle le chiavi"*, è necessario rispondere: "*Oltre l'85% delle case che abbiamo venduto, sono state mostrate dai nostri agenti agli acquirenti. I nostri agenti hanno bisogno di far vedere le case agli acquirenti, quando è più conveniente per loro. Se voi foste un acquirente vorreste vedere la casa quando vi rimane più comodo, giusto? Si può rischiare di compromettere la vendita se non si può mostrare la casa quando gli acquirenti lo desiderano".*

Indipendentemente dalle obiezioni che riceverai, non essere duro quando fai le domande al venditore. Invece, portali a scoprire da soli la risposta alle loro stesse obiezioni ponendo domande che li mettono nei panni di un'altra persona. Questa tecnica è chiamata *"cambio di prospettiva"*. Grazie a questa tecnica riuscirai a portare il venditore verso il tuo punto di vista, ma lasciandogli la sensazione che sia il suo punto di vista! Ci sono una serie di altre obiezioni che si incontrano lungo il cammino. Ho elencato le principali obiezioni del venditore e le risposte più efficaci in un'altra sezione di questo libro.

Una volta terminato di presentare l'intero piano di marketing, con gli esempi per ognuna delle 34 strategie, e aver chiesto conferma al venditore che desidera avere ognuna delle 34 strategie, sei pronto per passare alla fase finale della presentazione: l'accordo sull'incarico di vendita.

Passo 6: L'accordo per l'incarico di vendita

E' ora arrivato il momento di far firmare l'incarico ai venditori. I venditori devono essere entusiasti di vendere la loro casa con te. Hai fatto un ottimo lavoro guidandoli attraverso tutte le questioni relative alla vendita della loro casa. E' giunto il momento di chiudere la trattativa di acquisizione con un accordo per l'incarico di vendita. Ecco un suggerimento quando si tratta di clienti e incarichi: Chiama sempre l'incarico con il termine "*Accordo*". *"Accordo"* è una parola molto meno intimidatoria della parola "Incarico". Di seguito trovi la descrizione di un processo in 5 fasi, grazie al quale è possibile ottenere dai venditori la firma sull'incarico di vendita. Ho creato questo processo per non far saltare un'acquisizione:

Fase 1: compilare l'incarico. Si dovrebbero compilare alcune parti dell'incarico prima di andare in acquisizione:

- I dati della tua agenzia (nome dell'agenzia, sede,indirizzo, iscritta al ruolo degli agenti di affari in mediazione della CCIAA di….., ecc.)
- La data di scadenza dell'incarico (mettere sempre non meno di 180 giorni)
- La tua provvigione
- Descrizione della casa: via, numero civico, piano, composto da….., destinazione urbanistica, ecc.

A questo punto, è necessario compilare la parte dove va messo il prezzo della casa, il nome e l'indirizzo dei venditori, ecc. Fai questo davanti ai venditori.

Fase 2: Rivedere gli spazi vuoti dell'incarico, quelli ancora da completare, insieme ai venditori. Assicurati che tutti i dati siano corretti: il prezzo, la scadenza dell'incarico, la tua provvigione, le dimensioni della casa, la metratura, l'accatastamento, la destinazione urbanistica,

ecc. Assicurati di avere i dati corretti. Non puoi immaginare quanto possa essere spiacevole la sensazione di perdere una provvigione perché hai abbassato la guardia in questa fase dell'acquisizione e hai raccolto dei dati non corretti. Arrivato a questo punto, chiedi ai proprietari di descriverti le cose che amano di più della loro casa, quelle più particolari.

Fase 3: Ora rivedi insieme ai proprietari i paragrafi standard dell'incarico. Io di solito suggerisco di dire ai clienti quello che si vogliono sentir dire, e di leggere un punto dell'incarico, se pensi che quel punto è importante per loro.

Fase 4: Chiudi la trattativa. A questo punto, gira l'incarico verso i venditori e fai loro le seguenti domande, nell'ordine esatto in cui sono scritte qui sotto:

"Signori venditori, Avete delle domande da farmi sull'incarico?"

I venditori non devono avere nessuna domanda da farti; ma se la fanno, gestiscila come qualsiasi altra obiezione. A questo punto, metti l'incarico davanti a loro e pronuncia queste parole:

"Vi prego di autorizzarmi a occuparmi della vendita della vostra casa, firmando nello spazio in basso a destra".

Fase 5: Lascia ai venditori un "pacchetto-informativo". Dopo la firma dell'incarico dai al venditore una cartellina dove c'è una copia di tutto: dell'incarico, del tuo piano di marketing, della tua valutazione, della tua analisi comparativa di mercato (CMA – Comparative Market Analysis), ….. tutto! Metti il pacchetto-informativo in una cartella ordinata. Spiega ai venditori che quello che gli stai dando è personale, quindi suggerisci di conservarlo in un luogo sicuro e confidenziale.

Una buona idea è quella di lasciare ai venditori una lista di *"Consigli utili per preparare la casa in occasione delle visite con i potenziali acquirenti"*.

2.6 Come trasformare le obiezioni in provvigioni

Incontrare resistenze e obiezioni è un fatto normale nella vita di un Agente Immobiliare professionale. Da più tempo sei nel business immobiliare, e più volte avrai sentito le obiezioni dai tuoi clienti. Nel corso del tempo, però, avrai scoperto che i clienti, venditori e acquirenti, sembrano avere obiezioni simili. Se hai le risposte giuste, e sei pronto a darle, potrai acquisire più incarichi e fare più soldi!
Ammettiamolo, ogni giorno ci ritroviamo a negoziare le obiezioni che riceviamo da amici, parenti e conoscenti. Se vogliamo ottenere qualcosa, in qualunque campo della nostra vita, dobbiamo imparare a essere convincenti e a gestire la natura umana.

Ho detto precedentemente che le obiezioni sono semplicemente delle domande che non hanno ancora avuto una risposta. Gestire le obiezioni non è altro che rispondere alle domande in modo da motivare l'ascoltatore ad andare avanti. Quindi, come si fa a gestire le obiezioni quando le ricevi? Ecco alcuni suggerimenti:

- **Non reagire in modo eccessivo quando ricevi un'obiezione.** Che cosa otterrete con una reazione esagerata? Piuttosto, quando ricevete un'obiezione dovete rispondere pronunciando una sola parola: "*Capisco*". Questa parola ti permetterà di mantenere le obiezioni nella giusta prospettiva. Mai interrompere un cliente mentre sta parlando o terminare le sue frasi. A nessuno fa piacere essere interrotto. Lascia che i venditori finiscano di parlare e poi fagli vedere le cose da un'altro punto di vista. Prenditi il tempo di ascoltare, pensare, e poi dai la

tua risposta mantenendo il controllo.

- **Aspetta sempre da 5 a 10 secondi prima di reagire ad una domanda o un'obiezione.** Sforzati di fare una pausa prima di rispondere. Sarai sorpreso di quanti pensieri e idee innovative ti verranno in mente in breve tempo. Inoltre la pausa tende ad alleviare lo stress in te e nel venditore.

- **Quando rispondi alle obiezioni, dai risposte semplici e in un linguaggio che i tuoi clienti possano capire.** La maggior parte delle persone apprezzano una risposta diretta a una domanda o a un'obiezione. Se giri intorno al discorso, perderai credibilità e il tuo cliente perderà la pazienza.

- **Assicurati di rispondere a tutte le obiezioni.** Ho stimato che il 50% dei clienti si perdono a causa dell'incapacità dell'agente di rispondere a tutte le loro obiezioni. Se i clienti cominciano chiedendoti molte cose o facendoti molte obiezioni, prendi appunti in modo da poter rispondere a ogni domanda e risolvere ogni problema.

- **Infine, mantieni il controllo della conversazione.** Quando subiscono delle obiezioni gli agenti tendono a perdere il controllo della conversazione. Sapete già qual è il modo migliore per mantenere il controllo della conversazione: Fare domande! Chi domanda comanda. Quando ricevi un'obiezione, e tu rispondi con un'affermazione, che cosa stai facendo? Stai consegnando il timone della conversazione al tuo cliente. Mai rispondere ad una domanda o un'obiezione con una affermazione, ma sempre con una domanda. Ad esempio, se un venditore ti dice: *"Non voglio lasciarle le chiavi della mia casa"*, potresti rispondere semplicemente dicendo. "*Senza lasciarci le chiavi, si rischia di limitare il potenziale di vendita di oltre l'80%*". Poi chiedi: "*Vuole mettere questo tipo di limitazione alla vendita della sua casa?"*.

Qual è il modo migliore per ridurre al minimo le obiezioni?: Affinando le presentazioni a tal punto che la maggior parte delle domande e obiezioni del venditore trovino una risposta prima ancora che vengano fatte. Inoltre puoi ridurre al minimo le obiezioni, mantenendo il controllo della conversazione con il tuo cliente, e utilizzando le strategie che stai imparando in questo ebook.

Ricordati: Tu scegli i tuoi clienti quanto loro scelgono te. Non aver paura di rifiutare un incarico cattivo o un cliente non motivato. Inizialmente memorizza le risposte alle principali obiezioni che trovi qui sotto, e con il tempo cerca di trovare delle tue risposte efficaci che possano risolvere i problemi dei venditori. Più crescerà la fiducia che hai in te stesso e più riuscirai a trovare le tue risposte. Qui di seguito ci sono le 10 obiezioni più comuni che sentirai dai venditori, e le risposte che dovresti prendere in considerazione per superarle. Prima di usarle con dei clienti veri, provale ad alta voce e con un tono autorevole e professionale. Poi scegli quelle che più si adattano al tuo stile.

Obiezione 1: "Vogliamo darvi l'incarico, ma solo per 30 giorni"

I clienti che affermano questo sono ancora un po' indecisi; una parte di loro vuole collaborare con te, ma c'è un'altra parte di loro che ancora non è del tutto convinta. Vogliono vendere in fretta, ma non capiscono che ci vuole il tempo necessario per mettere in campo tutti gli elementi presenti nel piano di marketing. Dal tuo punto di vista, non è consigliabile accettare questa richiesta perché ti stanno dando un tempo troppo breve per vendere la loro casa nel mercato di oggi. Il periodo minimo di un incarico dovrebbe rispettare i tempi medi di vendita della tua zona. In generale, la durata di un incarico oggi non dovrebbe essere inferiore a 6 mesi, ma questo tempo può variare da

zona a zona. In ogni caso, non prendere incarichi brevi. Questo è anche un modo per qualificare i venditori. Rinunciare a un incarico da parte di chi non vuole accettare la durata da te proposta, può permetterti di avere il tempo con venditori qualificati che sono in attesa di lavorare con te.

Qui ci sono due modi per contrastare questa obiezione:

- Innanzitutto, chiedi ai venditori perché vogliono darti un incarico di breve durata. Poi, ascolta attentamente la loro risposta. Probabilmente i venditori credono che la loro casa si possa vendere in poco tempo, oppure si sentono a disagio con te o con il tuo piano di marketing. In entrambi i casi, puoi dire quanto segue: *"L'attuazione del piano di marketing che vi ho presentato per la vostra casa richiede un enorme quantità di tempo, denaro, e impegno che io e la mia agenzia metteremo in campo da quando ci affiderete l'incarico e fino al rogito. Gli sforzi di marketing danno risultati nel tempo. Lei vuole che il marketing per la sua casa sia efficace, giusto? "*.

- Se non funziona lo script precedente, come ultima risorsa puoi usare anche il seguente: *"Signori venditori, capisco la vostra preoccupazione nel sentirvi legati per troppo tempo a un agente immobiliare, il quale può non lasciarvi completamente soddisfatti. Pertanto, vi suggerisco questo. Scriviamo nell'incarico il vostro diritto di risolvere il contratto il giorno in cui riterrete di non essere soddisfatti dei miei servizi. In questo modo, e come se voi non firmate un incarico della durata di 180 giorni, ma un incarico che si rinnova automaticamente di giorno in giorno. E' accettabile questo per voi?"*. Questo discorso può essere rischioso se fatto con venditori senza scrupoli. Se prendi questa strada, assicurati anche di proteggere la tua provvigione nel caso in cui il proprietario vendesse la sua casa grazie ai tuoi sforzi di marketing, ma dopo aver risolto l'incarico con te.

Obiezione 2: "Ho intenzione di vendere da solo e risparmiare la provvigione".

Rispondere a questa obiezione è davvero più facile di quanto sembra a prima vista. Il tuo cliente pensa due cose:

1) Posso vendere la casa da solo, sono in grado di fare quello che fa un agente immobiliare, e…
2) Risparmio il 3% del prezzo di vendita (la provvigione che mi chiede l'agente in cambio dei suoi sforzi).

Io e te sappiamo che il cliente si sbaglia su entrambi i fronti. Ecco cosa dire:

- *Signori venditori, capisco il vostro desiderio di risparmiare il 3% della mia provvigione, ma in tutti i miei anni nel settore immobiliare, raramente è successo che un privato che ha venduto da solo ha poi effettivamente risparmiato quel 3%. In realtà, la maggior parte dei privati che vendono da soli, alla fine, si rendono perfettamente conto che avrebbero risparmiato di più se avessero venduto la casa con un agente. In primo luogo, perché gli acquirenti non sono sciocchi. Ogni acquirente, sapendo che vendete da soli, vi chiederà di fargli uno sconto pari alla cifra che avreste dato all'agenzia (3%). In secondo luogo, dovrete pagarvi da soli la pubblicità per almeno 6 mesi e forse anche di più (come abbiamo visto nel piano di marketing la pubblicità non consiste solamente nell'inserire l'annuncio sui portali che per un privato è gratuito, ma ci sono ben 34 attività di marketing molte delle quali richiederebbero al privato un investimento economico). In terzo luogo, dovrete pagare qualcuno (un tecnico) ogni volta che avrete bisogno di recuperare o sistemare la documentazione della vostra casa. Infine, gli studi dimostrano che i privati abitualmente*

vendono la loro casa o sotto prezzo, o così tanto sovrapprezzo che poi devono ridurre il prezzo in modo significativo per riuscire a vendere.

- *La maggior parte dei privati, nel tentativo di risparmiare qualcosa, riesce a perdere più soldi vendendo da sola la propria casa, di quanti ne avrebbero persi pagando la provvigione a un agente immobiliare. È per questo che il 94% di tutti i privati, alla fine, finiscono con l'affidare un incarico a un agente immobiliare per vendere le loro case. Inoltre, noi siamo in grado di controllare e tenere traccia di tutti coloro che richiedono informazioni o vengono a vedere la vostra casa. Lei vuole sapere quante persone si sono interessate alla sua casa e quali sono stai i loro commenti, vero? Inoltre, immagino che non vorrà sentirsi legato a rimanere in casa per le visite, compresi i fine settimana, ma preferirà essere libero vero?*

- Ad un cliente che pensa ancora di poter vendere da solo la sua casa, dopo tutto quello che gli avete detto fino ad ora, dì questo: *Signor venditore, diamo un'occhiata al piano di marketing che le ho mostrato, e la prego di dirmi quali elementi è in grado di fare da solo. Date un'occhiata alla lista: entrare in un MLS, fare un mailing a una lista di 250 agenti, preparare la casa per le foto e le visite (Home Staging), organizzare una Open House, ecc.* I venditori non possono fare nessuna di queste cose! Così ora puoi dire questo: *"Signor venditore, l'unica cosa che può fare da solo è mettere un cartello e pubblicare un annuncio su un portale. Come vede può fare solo 2 delle 34 attività che le ho presentato nel mio piano di marketing, neanche il 10% di quello che noi possiamo fare per voi. Forse la domanda è: come possiamo guadagnarci la provvigione che ci state pagando? Rivediamo ancora una volta, insieme, il piano di marketing*".

Obiezione 3: "Vogliamo uno sconto sulla vostra provvigione". Questa obiezione ci colpisce al cuore. *Ricorda:* quando il valore è percepito come pari, il prezzo diventa il problema. Innanzitutto, dovresti assicurarti che i venditori abbiano capito bene il valore dei tuoi servizi. Rivedi insieme a loro il piano di marketing composto da 34 strategie, e fai in modo di differenziarti dagli altri agenti, agli occhi del cliente. In caso contrario, prima di perdere la calma quando i venditori fanno questa obiezione, considera queste risposte:

- **In primo luogo**, chiedi ai venditori perché pensano che dovresti concedergli uno sconto sulla tua provvigione. Cerca di capire tutte le obiezioni. Poi tira fuori il tuo piano di marketing e usa queste parole: "*C'è qualcosa che non vi è chiaro nella commercializzazione della vostra casa? Vorrei rivedere il piano di marketing insieme a voi per essere sicuro che comprendiate il valore di ciò che state ricevendo in cambio dei vostri soldi"*. A questo punto metti di nuovo il piano di marketing di fronte a loro e spiegalo di nuovo, come hai fatto prima.

- **In secondo luogo**, si può dire ai venditori che probabilmente ci sono in giro altri agenti che sono disposti a ridurre la loro provvigione. La tua risposta a questa obiezione dovrebbe essere questa: "*Se lei fosse un agente immobiliare, quale sarebbe la sua priorità: ottenere dai suoi clienti provvigioni più basse, oppure ottenere provvigioni normali?»*. Poi usa queste parole: *"Se lei fosse un agente immobiliare, ai potenziali acquirenti mostrerebbe prima le case dove guadagna provvigioni normali o più basse? Vuole che la sua casa sia sottoposta a questo pericolo?"*.

- **Questa risposta funziona a meraviglia:** Prendi il tuo piano di marketing, mettilo proprio di fronte ai venditori, e chiedi: *"Come le ho detto prima, io utilizzerò la sua provvigione per rientrare dell'investimento di marketing. Quindi, per poterle concedere uno sconto sulle*

provvigioni, dobbiamo eliminare qualche elemento dei 34 punti di cui è composto il piano di marketing che le ho mostrato prima. Quale di questi elementi di marketing vuole eliminare?». E' molto probabile che non vogliano eliminare nulla, perché si stanno rendendo conto che pagare meno te, significherebbe dare meno visibilità al loro immobile. Ma se ne scelgono uno da eliminare, interrompili immediatamente e fai la seguente affermazione: "*Il 20% (o qualunque altra percentuale) delle nostre case si sono vendute grazie a questo elemento del nostro piano di marketing. Questo elemento è troppo importante, non vi consiglio di toglierlo*". Continua a dire così per ogni voce del piano di marketing, fino alla fine. Poi usa questa frase: "*Vendere la propria casa è semplicemente talmente importante che non vale la pena di rischiare di non riuscirci per aver ottenuto uno sconto da un'agenzia immobiliare, non è vero?».*

Obiezione 4: "Adesso vogliamo provare a vendere la casa al prezzo (alto) che diciamo noi poi, se non ci riusciamo, prenderemo in considerazione l'ipotesi di scendere con il prezzo". I venditori dicendo questo sanno che la loro casa è troppo cara, ma credono di essere fortunati e di riuscire a venderla ad un acquirente ignaro del fatto che il prezzo è alto. Non c'è fortuna nel settore immobiliare! In questo caso, puoi dire al venditore quanto segue:

- *Capisco il suo desiderio di ottenere il massimo dalla vendita della sua casa, ma gli agenti immobiliare mostrano ai potenziali acquirenti solo le case dove pensano che una vendita sia possibile. Se la vostra casa è messa in vendita a un prezzo troppo alto, gli agenti non mostreranno la vostra casa perché sanno che sprecherebbero il loro tempo. Allora avrete un problema reale: aver affidato la vendita della vostra casa ad agenti riluttanti a mostrarla agli acquirenti! Vuole ritrovarsi in questa situazione con la sua casa?*

- **Metti alla prova la loro motivazione con queste parole:** *le case a prezzi elevati non si vendono velocemente, se mai si vendono. Quando vorreste vendere? Avete bisogno dei proventi di questa casa per comprare la vostra prossima casa? È vostra intenzione vendere questa casa in tanto tempo? Potete permettervi di vendere in tanto tempo?*

Obiezione 5: "Vogliamo prima trovare la nuova casa da comprare, e poi vendere la nostra". I venditori non sanno come destreggiarsi bene nel mercato immobiliare di oggi, quindi è necessario aiutarli per evitare che quando avranno venduto la loro casa, quella da comprare che avevano trovato prima non sia più disponibile sul mercato.

- *Capisco la vostra paura di vendere la vostra casa e non avere un posto dove andare. Ma, ci sono molte opzioni a vostra disposizione per evitare questa situazione. Ad esempio, potremmo fissare il rogito a una distanza di 6 mesi dall'accettazione della proposta, in modo che così avrete tutto il tempo di trovare la vostra nuova casa.*

- *Se tenterete di acquistare una casa quando la vostra non è stata ancora venduta, probabilmente farete un'offerta più bassa di quella che potreste fare dopo aver venduto. I venditori di case di solito non amano ricevere offerte basse. Potreste anche perdere ogni capacità di negoziare il prezzo in queste condizioni. In definitiva, si perde in queste situazioni. E' nel vostro interesse, vendere la vostra casa prima di trovare quella successiva.*

- **Anche in questo caso, giocati la carta della motivazione:** *Il venditore può comprare la nuova casa senza aver venduto la vecchia? Può permettersi due rate del mutuo? Il venditore ha bisogno dei proventi della sua casa attuale per comprare quella nuova?*

Obiezione 6: "Non vogliamo lasciarvi le chiavi, e vogliamo che la casa venga mostrata solo in

questi giorni ...". Quando il venditore fa una di queste obiezioni, probabilmente hai a che fare con un problema di privacy o di ego. La chiave è quella di essere razionale.

- *"Sono convinto che anche lei, come me, sa quanto sia importante poter mostrare la casa agli acquirenti, non è vero? Abbiamo bisogno di essere a disposizione degli acquirenti facendogli vedere la casa quando vogliono vederla. Gli acquirenti fanno offerte quando vogliono comprare, non necessariamente quando i venditori vogliono vendere. Quando si mette un limite temporale ai giorni in cui gli acquirenti possono vedere la casa, si rischia di limitare il numero di acquirenti che verranno a vedere la vostra casa. Vorreste limitare il potenziale di vendita della vostra casa, limitando il numero di acquirenti che verrà a vederla?".*

Obiezione 7: "Vogliamo prima parlare con il nostro commercialista (avvocato, direttore di banca, ecc.)".

- *"Capisco. Che cosa in particolare sentite che sia necessario rivedere con loro?* Poi fai questa affermazione: "*Ok. Scriviamo sul nostro accordo che l'incarico è condizionato al parere del vostro commercialista (avvocato, o chi per lui), il quale darà l'approvazione entro 2 giorni. È un tempo sufficiente per voi?".*

Obiezione 8 "Vogliamo pensarci". Questa è una situazione difficile, perché non si sa a cosa vogliono pensare. La vera obiezione qui non è *"Vogliamo pensarci"*, ma ciò a cui vogliono pensare. Hai bisogno di fare ai venditori alcune domande per recuperare questa informazione. Ad alcune persone piace *"dormirci su una notte"* quando devono prendere delle decisioni. Prova questo metodo: Rispiega i tuoi servizi, il tuo modo di lavorare, il tuo piano di marketing e guarda se i venditori sollevano un problema su un punto specifico.

- *Capisco, avete bisogno di tempo per prendere la vostra decisione. Quando sarebbe il momento migliore per richiamare.* Qualunque cosa vi rispondano, puoi dire: "*Ok*". Così, loro penseranno di essere fuori dai guai. Ma tu continua a parlare, dicendo: *Oh, a proposito, vi sentite a vostro agio con la durata dell'incarico? Il prezzo che abbiamo concordato? La nostra provvigione? i tempi di vendita di cui abbiamo parlato?* Continua così finché non ricevi un'obiezione. Poi digli: *Abbiamo risolto tutte le vostre preoccupazioni? C'è ancora qualcosa a cui volete pensare?*

- Un altro approccio che funziona bene è quello di firmare l'incarico con un diritto di recesso entro le 24 ore. Digli così: *"Capisco; Guardi, possiamo firmare l'incarico con una clausola di recesso entro le 24 ore, se cambiate idea. Non c'è alcun obbligo per voi in questo modo. E' d'accordo? ».*

Obiezione 9: "La vostra agenzia è troppo grande (o troppo piccola)". La gente ti farà questa obiezione, in genere, perché un altro agente di una società più grande o più piccola della tua gli ha elencato i vantaggi di affidarsi alla loro agenzia. Che tu lavori con una grande o piccola agenzia, ecco una buona risposta a questa obiezione:

- *"Capisco. Mi sembra che lei sia preoccupato in merito alla nostra capacità di promuovere la sua casa sul mercato in modo efficace. Ho ragione?".* Probabilmente diranno di sì. *"Le azioni di marketing messe in campo per la vendita della vostra casa rappresentano uno sforzo congiunto da me e la mia agenzia, ma sarò io la persona che ci lavora. Rivediamo ancora una volta insieme il piano di marketing, così lei mi puoi dire quali sono le aree in cui ha delle domande da farmi".* Quindi estrai il tuo piano di marketing e inizia a rivederne i

punti, uno ad uno. Sottolinea il fatto che il tuo servizio è personalizzato, indipendentemente dalle dimensioni della tua agenzia.

Obiezione 10: "Un altro agente mi ha detto che la mia casa vale di più" oppure "Altri agenti me l'hanno valutata di più". Ti sarà sicuramente capitato di incorrere in questa obiezione. I venditori si confondono quando diversi agenti gli dicono che la loro casa ha valori diversi. Le loro preoccupazioni sono giustificate. Ecco un modo per gestire questa situazione.

1 *"Capisco. Questa accade quando si valuta una casa soggettivamente e non oggettivamente utilizzando un metodo di valutazione professionale come quello comparativo. Tuttavia, molti agenti vi diranno che la vostra casa vale di più, soltanto perché vogliono prendere un incarico da voi. Poi, quando la casa non si vende, lei si sentirà molto deluso e frustrato con il suo agente. A quel punto, sarà troppo tardi per far tornare indietro gli acquirenti o annullare l'incarico. Diamo un altro sguardo, insieme, alla nostra analisi di mercato e rivediamo il prezzo della vostra casa".* Nel rivedere l'analisi di mercato, fai di nuovo domande per indagare la motivazione dei venditori, quali: *Entro quando vorreste vendere? Potete acquistare la vostra nuova casa senza vendere questa? Potete permettervi di pagare due rate del mutuo?*

3

I segreti dei Super Agenti Immobiliari per la gestione dell'incarico

Qual è la strategia più importante che si può impiegare con il cliente venditore durante la gestione del suo incarico? Hai detto, "*comunicazione*"? Se è così, hai detto bene. Questo suona semplice a molti agenti immobiliari, tuttavia molti di loro cadono proprio su questo punto. È necessario stabilire regolari comunicazioni con i clienti per tenerli aggiornati sullo stato del loro incarico. Ci sono due ragioni fondamentali per fare questo:

1. Quando i clienti non ricevono comunicazioni, automaticamente si convincono di due cose:

1) Non stai facendo nulla per vendere la loro casa, e…
2) C'è una relazione tra il fatto che tu non stai facendo nulla per vendere la loro casa e gli scarsi risultati che stai ottenendo. La comunicazione periodica è la pietra angolare della vostra gestione dell'incarico. E' anche un ottimo modo per la ricerca di referral!

2. In circa il 60-70 per cento dei vostri incarichi, vi sarà richiesto di parlare con i vostri clienti per ridurre il prezzo di vendita.

Sarà più difficile e avrai bisogno di molto più tempo per convincere i venditori a ridurre il loro prezzo di vendita se non stabilisci regolari comunicazioni periodiche per aggiornarli sullo stato del loro incarico.

Vi consiglio caldamente di implementare due sistemi standard nella vostra pratica a partire da oggi. Questi sono due sistemi sono i seguenti:

1. Programma nella tua agenda incontri regolari con i proprietari venditori, personali o telefonici, per aggiornarli una volta a settimana sullo stato del loro incarico. Assicurati che il

tuo cliente riceva un rapporto standardizzato sulle attività di marketing che sono state impiegate fino a questo momento per vendere il suo immobile in modo da poterlo rivedere insieme. Alcuni agenti immobiliari effettivamente scrivono nell'incarico che il cliente si impegna a incontrarsi con l'agente, una volta alla settimana per discutere di questo incarico, parlare delle strategie di marketing migliori per la vendita di quella casa e dei risultati che si stanno ottenendo. Tu (o la tua assistente) dovresti anche chiamare il cliente-venditore almeno 1 volta alla settimana, in aggiunta alle riunioni. Se non sai cosa dire, puoi parlare di una strategia di marketing recente che hai appena utilizzato per vendere la sua casa, o dei risultati che stai ottenendo.

2. Fai un rapporto standardizzato delle attività di marketing impiegate. Si noti la parola "*standardizzato*". Io uso questa parola perché fornisce, di settimana in settimana, informazioni sulla vendita della casa in un formato coerente. I venditori sapranno più facilmente capire quello che stai facendo ogni settimana per vendere la loro casa. Utilizzare un rapporto standardizzato ti permetterà anche di gestire meglio la relazione con i venditori per la gestione dei loro incarichi. Ho incluso un esempio di questo rapporto standardizzato delle attività di marketing che ti mostro qui, di seguito.

Il tuo rapporto di attività di marketing dovrebbe essere diviso in due sezioni come segue:

Sezione 1: Rapporto del Mercato. Crea un semplice documento in cui è possibile mostrare l'andamento del mercato immobiliare in quell'area. L'andamento del mercato può includere una rassegna delle transazioni in corso, di quelle in attesa di conclusione e di quelle chiuse per la zona in questione. E' anche possibile visualizzare i tempi medi di vendita, la % di riduzione del prezzo di vendita rispetto alla richiesta originale del proprietario venditore, il prezzo per mq, ecc. L'agente immobiliare o l'assistente possono facilmente generare di settimana in settimana questi dati tramite il loro MLS.

Sezione 2: Strategie di marketing e risultati. Questa sezione elenca semplicemente gli sforzi di marketing che hai compiuto per vendere la casa del venditore e i risultati generati da ogni sforzo. Questo elenco si riferisce direttamente al piano d'azione di marketing che avevi promesso al venditore di attuare nel momento in cui ti avesse dato l'incarico in forma scritta ed esclusiva. Assicurati di elencare le strategie che impieghi, i risultati che ti portano e le osservazioni ricevute in merito alla casa. Per esempio:

- **Chiamate in uscita a contatti banca dati:** numeri e commenti potenziali acquirenti
- **Chiamate in entrata da inserzioni pubblicitarie:** numeri e commenti potenziali acquirenti
- **Visite:** le visite effettuate e i commenti dei potenziali acquirenti
- **Eventuali acquirenti seri o offerte:** Numeri e commenti

3.1 Come ottenere l'adeguamento del prezzo

Spesso durante la tua carriera di agente immobiliare che avrai bisogno di modificare il prezzo di vendita della casa del venditore. Ecco una regola generale: se la casa è sul mercato per il 75% del tempo medio di vendita per la zona, hai bisogno di parlare di riduzione del prezzo. Ad esempio, se il tempo medio di mercato nella vostra area è di 100 giorni, è necessario parlare con i vostri clienti venditori intorno al 70 ° o al 75° giorno. Usa il tuo giudizio, però. Se stai effettuando molte visite e prevedi di ricevere una proposta a breve, o se hai un acquirente che sta tornando a rivedere quella casa per la seconda o terza volta, ti consiglio di non ridurre il prezzo di vendita. In caso contrario, il mercato sta dicendo chiaramente che la casa non è vendibile al prezzo attuale. A quel punto, avrai bisogno di convincere i venditori ad adeguare il loro prezzo di vendita.

Una nota importante: quando si va ad un incontro con il proprietario venditore per un

adeguamento del prezzo, non accontentarti mai di nulla di meno del 5% del prezzo di richiesta originario. Preferibilmente, si dovrebbe andare per ottenere il 10% di riduzione o più, a seconda del mercato, dell'area e di come si è acquisito quell'incarico. Piccoli aggiustamenti sulle case che hanno un prezzo molto più alto del loro valore di mercato, di solito hanno uno scarso impatto sul mercato. Il tuo venditore crederà di dare un litro di sangue concedendoti una riduzione del 5%, ma i compratori saranno ancora freddi. Ecco i migliori momenti per discutere di un adeguamento del prezzo:

- **Durante l'acquisizione!** Già durante l'appuntamento in acquisizione hai bisogno di parlare con il proprietario venditore di riduzione del prezzo di vendita, soprattutto se credi che la sua richiesta è superiore di un 20-30% al valore di mercato. Fai questa domanda: "*Se in 60 giorni non otterremo offerte per la casa, di quanto siete disposti ad adeguare il prezzo?*" Quando rispondono, puoi chiedergli se vogliono farlo subito, invece di perdere del denaro (interessi, tempo, energie ecc) in attesa che sia il mercato a dirci di farlo.
- **Scrivi l'adeguamento direttamente nell'incarico di vendita della casa.** Molti agenti scrivono l'adeguamento del prezzo di vendita direttamente sull'incarico: "*Se la casa non si riesce a vendere entro 45 giorni dalla firma del presente accordo, il prezzo di vendita verrà ridotto di x euro. Inoltre, se la casa non riesce a vendere entro 90 giorni dalla firma del presente accordo, il prezzo di vendita verrà ridotto di ulteriori x euro*". Questo è uno strumento molto potente da utilizzare con i venditori che sono molto riluttanti a concedere l'incarico di vendita della propria abitazione ad un prezzo ragionevole.
- **Subito dopo aver presentato l'immobile ad altri agenti immobiliari.** Se ricevete più di un feedback negativo sul prezzo da altri agenti immobiliari che collaborano con voi nel vostro MLS, andare direttamente dal vostro cliente-venditore e ditegli quello che i vostri colleghi stanno dicendo circa il prezzo.
- **Dopo che il 75% del tempo medio di vendita per quell'area è passato.** A volte anche prima, a seconda dei livelli di attività e commenti.
- **Se ci sono poche visite nelle prime 4 settimane.** Se si fanno pochissime visite nelle prime 4 settimane, vai dal cliente venditore ad ottenere una riduzione del prezzo di vendita.
- **Se si fanno un sacco di visite, e non ci sono offerte.** Qualcosa non va con la casa, se molte persone la visitano e non ci sono offerte. Una volta ho preso un incarico (a malincuore, e ho imparato la lezione!) da un proprietario venditore che era sopra il valore di mercato del 30%. Abbiamo fatto moltissimi appuntamenti in vendita e ritirato una sola proposta più bassa del 10% della richiesta del venditore. I venditori hanno declinato l'offerta e il potenziale acquirente si ritirò dall'affare.
- **Se stai ricevendo più di una offerta bassa.** Quando più di un acquirente fa un'offerta bassa, è necessario riconsiderare il prezzo della casa. Porta i tuoi clienti venditori a prendere in considerazione tutte le offerte. Le offerte più basse sono la prova migliore che il prezzo è alto.
- **Hai perso un acquirente per un altra casa.** Questo è un momento emozionante per i venditori. E' anche il momento migliore per discutere di riduzioni dei prezzi.
- **I venditori sono sconvolti perché la loro casa non è visibile o non è stata ancora venduta.** Quando i venditori si arrabbiano sono anche più motivati. Possono avere da ridire per la mancanza di visite, probabilmente a causa del prezzo alto. In questa situazione hai bisogno di incontrarti con loro al più presto per discutere le questioni di marketing e di pricing.

3.2 Come prepararsi all'incontro con il proprietario

Così hai deciso che è ora di incontrare i tuoi clienti per discutere con loro dell'adeguamento del prezzo della casa. Se fino ad ora hai stabilito un flusso costante di comunicazioni con i proprietari venditori aggiornandoli regolarmente sullo stato del loro incarico, la riunione dovrebbe andare

abbastanza liscia. Ti rendi conto, ora, dell'importanza di comunicare con i tuoi clienti-venditori? Tuttavia, è necessario fare alcune cose per preparare la riunione. Ecco quello che ti suggerisco di fare:

- accumulare le copie dei rapporti settimanali consegnati fino ad oggi;
- raccogliere tutti i commenti sulla casa ricevuti dai potenziali acquirenti;
- creare un rapporto, non più lungo di una breve pagina, che mostra i dati di mercato: se è un mercato attivo, in attesa e gli immobili che sono stati venduti negli ultimi sei mesi;
- fare una nuova valutazione;
- fare un'analisi delle vendita in modo da poter mostrare i proventi netti della vendita della casa al nuovo prezzo;
- non dimenticare il tuo "servizio aggiuntivo" all'accordo per l'adeguamento dei prezzi. Riesci a immaginare di convincere i tuoi clienti-venditori a ridurre il prezzo di vendita senza dare loro un vantaggio?

3.3 Quattro passi per ottenere l'adeguamento del prezzo

Come abbiamo già detto il momento migliore per ottenere un ribasso del prezzo di vendita di un immobile è quando si prende l'incarico (lo sapevate già, giusto?). Ma se per qualche motivo hai preso un incarico ad un prezzo di vendita più alto del suo valore di mercato e hai la necessità di ottenere una riduzione del prezzo, puoi utilizzare questo semplice processo per correggere la situazione e salvare te stesso. Questo processo fa parte di un incontro faccia a faccia per "l'adeguamento del prezzo". I migliori agenti immobiliari utilizzano questi incontri per ottenere la fiducia dai proprietari venditori, ottenere riduzioni di prezzi con facilità e, infine, vendere gli immobili di cui hanno l'incarico più velocemente. Ti do la descrizione di come l'incontro per l'adeguamento del prezzo dovrebbe andare e le domande esatte da fare al tuo cliente-venditore in questo importante incontro. Di seguito troverai 4 semplici passi per un incontro di successo nel quale ottenere l'adeguamento del prezzo di vendita. Il tuo incontro per l'adeguamento del prezzo con i venditori sarà simile all'incontro che hai fatto in acquisizione originariamente, salvo che ora avrai a disposizione dati precisi, e uno storico di informazioni sulla casa del venditore.

FASE 1: Prepara una **valutazione di mercato aggiornata** prima della riunione per la riduzione di prezzo, da presentare al proprietario venditore durante la riunione stessa. Nel corso dell'incontro, fai il confronto con le altre vendite nella zona. Analizza le statistiche di fonti autorevoli (Scenari Immobiliari, Il Sole 24Ore, Nomisma, associazioni di categoria, ecc.), quali il tempo medio sul mercato, i prezzi, il listino della percentuale di riduzione dei prezzi di vendita e la percentuale o il numero di case vendute nello stesso periodo in cui sta vendendo il tuo cliente. Dopo aver presentato l'analisi di mercato, fai queste due domande:

Domanda 1. Avete delle domande riguardanti il mercato nella vostra zona?
Con questa domanda stai cercando di ottenere dai tuoi clienti la conferma che sono d'accordo con la tua analisi di mercato. Se ci sono domande, rispondi direttamente, per poi chiedere:

Domanda 2. Siete d'accordo che la casa è al di sopra del prezzo di mercato in questo momento? Non stai chiedendo ai tuoi clienti di abbassare il loro prezzo di vendita in questo momento. Ma stai chiedendo di confermarti che la loro casa è troppo cara. Chiederai ai tuoi clienti di ridurre il prezzo a breve. Una volta che hai la loro conferma che la casa è sovrapprezzo puoi passare alla fase successiva ...

FASE 2: Presenta la lista completa delle **azioni di marketing** che hai attuato per vendere la loro casa. Riprendi il tuo piano di marketing originale e discuti ogni azione che hai fatto sul mercato per vendere la loro casa. Spiega l'impatto o l'esposizione di ogni azione sui potenziali acquirenti. È anche possibile spiegare l'impatto storico che ogni attività ha avuto sulla vendita di altre case che hai acquisito, o case che hai venduto nella zona. Il tuo obiettivo è per ora quello di rafforzare la fiducia del venditore nella tua capacità di vendere la sua casa. A questo punto si devono fare altre due domande:

Domanda 3. Pensate che la vostra casa sia stata pubblicizzata correttamente fino a questo momento? Se dicono "*Sì*", passa alla sezione successiva. Se dicono "*No*", è necessario fare questa domanda:

Domanda 4. Di quali aree di miglioramento pensate ci sia bisogno nel marketing che è stato fatto per la vostra casa? Con questa domanda vuoi conoscere le loro aspettative sull' attività di marketing cha hai fatto fino a questo punto. Alcuni proprietari venditori daranno più valore al web, altri alla carta stampata, altri ancora ai contatti personali degli agenti, alle open house, all'MLS, ecc. Ognuno ha le proprie aspettative, logiche o no. Ora, presta la massima attenzione qui. Puoi regolare il tuo piano di marketing per adattarti meglio alle loro aspettative, se sono giustificate. Ciononostante, la questione sarà sempre tornare a fissare il prezzo di vendita della casa - una responsabilità del venditore. Dopo che i venditori hanno finito di condividere con te i loro pensieri sulla commercializzazione della loro casa puoi passare ai feedback che hai ricevuto dai potenziali

acquirenti.

FASE 3: Mostra i **commenti dei potenziali acquirenti** con i quali sei entrato in contatto per la vendita della loro casa. Prendi i commenti che hai avuto dalle persone a cui hai parlato della casa o a cui hai mostrato la casa e falli vedere ai proprietari venditori. Fai vedere ai proprietari venditori le osservazioni relative ai prezzi e alle condizioni della loro casa. Questi commenti sono molto importanti perché, se sono onesti, sono di terze parti che esprimono le loro opinioni sulla casa dei proprietari venditori. I venditori possono agitarsi un pò a questo punto, ma è importante che sentano i commenti di feedback che meglio li motiveranno a vendere la loro casa. A questo punto, puoi porre la seguente domanda:

Domanda 5. Siete d'accordo con le osservazioni di queste persone? Con questa domanda vuoi assicurarvi che i proprietari venditori riconoscano le osservazioni dei potenziali acquirenti in merito alla loro casa. Se alcune delle osservazioni formulate richiedono una ristrutturazione della casa, è necessario aprire la discussione e iniziare a fare i piani di miglioramento della casa. Ma, non facciamo confusione - c'è ancora un problema di prezzo da discutere...

FASE 4: Chiedere l'adeguamento del prezzo di vendita. La prima cosa che devi dire ai proprietari venditori a questo punto è che stai facendo tutto il possibile per promuovere la loro casa, come mostrato dalle attività e dal piano di marketing. In secondo luogo, devi dire ai proprietari venditori che i tuoi sforzi saranno inutili a meno che "*noi*" non modifichiamo il prezzo per avvicinarci alle aspettative degli acquirenti. Puoi dire loro quanto segue:

"*Signori venditori, la vostra casa rimarrà invenduta finché continueremo a metterla in vendita al prezzo di €_____. Ben presto coloro che oggi sono interessati alla vostra casa si rivolgeranno altrove perché il prezzo è troppo alto, e non vogliono sprecare il loro tempo. Prima che questo accada, abbiamo bisogno di ridurre il prezzo. Il mio consiglio è quello di ridurre il prezzo di circa il ___% per essere più in linea con il mercato*".

Importante consiglio: Vi siete accorti che ho usato una percentuale e non una cifra? Le percentuali sono più pertinenti e accolte meglio quando si effettua un adeguamento del prezzo. I clienti probabilmente vorranno sapere a quanto ammonta in euro, e voi dovreste dirglielo, ma presentate

per primo l'adeguamento in percentuale. Poi fate la seguente domanda:

Domanda 6. Questo prezzo è accettabile per voi? I venditori probabilmente diranno "no", e ti daranno un prezzo che è una piccola riduzione dal loro prezzo corrente. Se lo fanno, puoi dire quanto segue:

"*La formula qui è davvero molto semplice: maggiore è l'adeguamento del prezzo, più velocemente la vostra casa si venderà (e per la maggior parte dei soldi possibili). Minore sarà l'adeguamento del prezzo e maggiore sarà il tempo che la vostra casa rimarrà sul mercato*".

Poi, ricorda ai proprietari venditori la loro motivazione di vendita:

"Vi ricordate che tra x giorni dovrete trasferirvi per lavoro? (O) avete già preso una decisione sulla vostra nuova casa? (O) Per acquistare la vostra nuova casa avete bisogno di vendere questa casa, giusto?"

A questo punto, loro diranno "*OK*", o avranno comune delle obiezioni. **Ricorda:** le obiezioni sono solo domande senza risposta. Gestisci le obiezioni sollevate tenendo presente che i venditori hanno molte emozioni attaccate alle loro case, che possono compromettere la loro razionalità. E un'ultima cosa ... non dimenticare di compilare e firmare gli accordi per l'adeguamento dei prezzi prima di andare via. Tieni il campo prezzo vuoto, ma completa il resto del nuovo incarico. Saresti sorpreso di quanti agenti dimenticano alla fine di questo lungo (ma ora molto più semplice!) incontro per l'adeguamento del prezzo di far firmare ai loro clienti proprietari venditori la riduzione concordata.

3.4 Obiezioni frequenti e relative risposte efficaci

Ogni volta che si discute il prezzo con un venditore, si riceveranno alcune obiezioni. **Ricorda:** le obiezioni sono solo domande senza risposta, rivisitate. I venditori sono molto attaccati emotivamente alle loro case e, a volte, questo attaccamento emotivo compromette la loro razionalità. Qui ci sono 6 obiezioni che è comune ricevere durante l'incontro con il proprietario venditore per l'adeguamento del prezzo della sua casa e le relative risposte efficaci dei più grandi Agenti Immobiliari per mantenere il tuo incarico e il tuo reddito in pista:

Obiezione 1: "*Vogliamo ridurre il prezzo della nostra casa solo di poche migliaia di euro, diciamo 1.000 o 2.000 euro*".

Avrai spesso a che fare con questo tipo di obiezione. La strategia è del tutto irrazionale e sarà

inefficace perché non affronta adeguatamente il problema del prezzo. Qui ci sono due modi per rispondere a questa obiezione:

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione. Signori venditori, se noi avessimo messo in vendita la casa ad un prezzo vicino a quello di mercato, ora avremmo almeno alcune offerte. Se voi foste un acquirente in cerca di una casa e fate un offerta di 1.000 o 2.000 euro più bassa della richiesta, per il venditore sarebbe difficile non prenderla in considerazione, giusto? Lo stesso vale con la vostra casa. Se fossimo nel range giusto, in questo momento saremmo occupati a ricevere proposte. La chiave sta nell'arrivare per primi nella fascia di prezzo giusta, la fascia di prezzo delle altre case comparabili con la vostra sul mercato*.".

Agente immobiliare: "*Il mercato non riconosce le riduzioni di prezzo inferiori del 5%*.".

Obiezione 2: "*Un altro agente della "Mentimi Immobiliare" ci ha detto che la nostra casa vale di più della sua valutazione di mercato*".

Questa è una obiezione comune di molti proprietari venditori. Vengono inondati da molti agenti immobiliari che cercano di ottenere il loro incarico raccontando ai venditori che la loro casa vale più soldi di quelli che realmente possono ottenere.

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione. Signori venditori, indipendentemente da quello che vi dicono, che si tratti di un altro agente, un perito, il vostro banchiere, il vicino di casa, chiunque! L'unica persona che realmente conosce il valore della vostra casa è il compratore. Quello che chiunque altro pensa è veramente irrilevante. Non sono gli acquirenti della casa. Per quanto qualcuno ci vorrebbe dettare il valore della vostra casa, il mercato è il giudice ultimo*".

Agente immobiliare: "*Un sacco di agenti cercheranno di convincervi che possono vendere la vostra casa per più soldi. Gli agenti immobiliari non hanno il controllo del valore delle case. Il mercato determina il valore delle case. Rifacciamo una valutazione professionale con il metodo sintetico comparativo*".

Obiezione 3: "*Piuttosto che sostituire il tappeto (ritinteggiare le pareti, cambiare le piastrelle, ecc), troviamo un acquirente con un assegno in mano*".

Si sente dire questo perché i venditori spesso non vogliono spendere soldi extra su una casa che stanno vendendo. Può sembrare logico, tuttavia compromette veramente la qualità e il valore della loro casa, quando questa viene mostrata al potenziale acquirente.

Agente immobiliare: "*Capisco, ma ricordate questo: Gli acquirenti prendono le decisioni di acquisto sulla base delle emozioni, poi giustificano la decisione di acquisto con la logica. Immaginate la sensazione di un acquirente che cammina in casa vostra, vede e sente l'odore di un nuovo tappeto. Si fa una grande impressione della casa. Vedete, voglio soltanto fare tutto il possibile per rafforzare l'impatto emotivo della vostra casa sul compratore per farvi ottenere il più alto prezzo di vendita possibile*".

Obiezione 4: "*Abbiamo bisogno di quella cifra per acquistare la nostra nuova casa in un'altra zona della città*".

Il venditore spesso stabilisce il prezzo della sua casa sulla base di quella che vuole acquistare, non su quanto un acquirente è disposto a pagare. Con questa obiezione il venditore ti chiede di aiutarlo a entrare nella sua nuova casa, non solo di aiutarlo a vendere quella vecchia.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro bisogno di ricavare dalla vendita della vostra casa il denaro per acquistare quella nuova. Tuttavia, l'importo di denaro necessario ad acquistare la vostra nuova casa e ciò che un acquirente è disposto a pagare per la vostra non sono collegati. Forse quello che mi state chiedendo è: come possiamo comprare la nostra nuova casa con i proventi di questa. E' questo il caso, dico bene? Diamo un'altra occhiata ai numeri e vediamo se possiamo trovare un modo per fare tutte e due le operazioni*".

Obiezione 5: "*Ci state chiedendo di fare dei miglioramenti sulla casa e di abbassare il prezzo, ma voi non siete disposti a ridurre la vostra provvigione*".

Questa è una variante del "*vogliamo farvi abbassare la provvigione*" obiezione che si sente spesso durante l'appuntamento in acquisizione. Questa obiezione viene fatta anche quando i venditori sentono che stanno pagando troppo per vendere la loro casa, è una questione di percezione del valore del servizio che si ha in cambio. I venditori in qualche modo pensano che si dovrebbe ridurre anche parte della vostra provvigione se la loro casa è ha un prezzo sbagliato o ha altri problemi.

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione. La condizione della vostra casa e il prezzo finale di vendita è estraneo a quello che guadagno per i miei servizi. Diamo un altro sguardo al nostro Piano di Marketing e ditemi quali sono gli elementi che desiderate eliminare*".

Agente immobiliare: "*Ridurre la mia provvigione farà diminuire le possibilità di vendere la casa. Meno soldi per le provvigioni significa meno soldi per fare pubblicità e meno soldi per il resto del nostro piano di marketing*".

Obiezione 6: "*Abbiamo un problema strutturale, ma non vogliamo dirlo agli acquirenti*".

Ho voluto aggiungere questo perché accadrà qualche volta nella vostra carriera. Se ti senti dire questo, io ti consiglio vivamente di essere severo con i tuoi clienti o terminare il rapporto. Non ci saranno più incarichi. La tua reputazione è qualcosa che non può permettersi di essere danneggiata. Si può dire a queste persone quanto segue:

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione, ma non riesco a prendere un incarico senza, eticamente, rivelare tutto ai compratori. Se desiderate procedere con la sottoscrizione dell'incarico è necessario sistemare il problema e rivelarne l'esistenza agli eventuali acquirenti. Ci sono altre problematiche che dobbiamo discutere?*"

3.5 Come preparare la casa per assicurarsi la vendita

Preparare una casa per la vendita sembra semplice, ma non è così scontato che lo sia. Per preparare bene la casa per la vendita hai bisogno di lavorare con i proprietari come una squadra. Se sei un agente immobiliare attento forse già conoscerai la maggior parte dei consigli che sto per darti. Tuttavia, rafforzare le basi fa sempre bene. Ci sono 3 regole che dovreste sapere su come preparare le case in vendita:

Regola 1: La maggior parte degli acquirenti si attengono a quello che vedono. Giudicano solo quello che vedono. Hanno ben poca immaginazione. È necessario favorire la loro immaginazione per permettergli di vedere la casa per come sarà quando ci andranno a vivere.

Regola 2: Le prime impressioni degli acquirenti durano a lungo. Gli acquirenti decidono se a

loro una casa piace (o non piace) molto rapidamente. O una casa li colpisce o non li colpisce. È quindi necessario potenziare le prime impressioni della vostra casa attraverso lo strumento dello Staging.

Regola 3: La tua casa si venderà se saprà suscitare delle emozioni, non con la logica. L' unico modo per stimolare l'emozione è di rendere la casa un luogo dove le persone possono realmente sentirsi a casa loro. Rendendola calda e invitante. Sottolineando i vantaggi della casa.

Ci sono 2 grandi aree su cui è necessario concentrarsi: l'interno e l'esterno della casa. Prima di iniziare, c'è una regola che è necessario conoscere: Accertati che i tuoi suggerimenti al proprietario per migliorare le condizioni della sua casa siano dati in modo costruttivo. Le persone possono essere molto sensibili sui loro effetti personali. Ecco 10 consigli per preparare l'interno della casa per la vendita. Si consiglia di scriverli su una lista e consegnarla ai vostri clienti.

Preparazione degli interni della casa

Suggerimento 1: Siate sempre onesti con i venditori su ciò che deve essere migliorato. Adesso siete una squadra. Se il pavimento è rovinato o una stanza ha bisogno di pittura bisogna dirlo al venditore.

Suggerimento 2: Fai capire ai tuoi clienti che c'è una differenza tra come si vive in una casa, e come si mostra per la vendita. Possono aver bisogno di cambiare casa o stile di vita per un breve periodo per accogliere questa regola.

Suggerimento 3: La chiave per mostrare efficacemente le case agli acquirenti è sbarazzarsi degli OGGETTI di troppo. Sbarazzatevi dei quadri sulle pareti e delle foto sui tavoli, dei mobili in eccesso (se necessario), e mettete i libri in scatole. I tuoi clienti devono capire che stai facendo questo vendere la loro casa più velocemente.

Suggerimento 4: Ora è il momento giusto per dare una mano di pittura sui muri e nelle aree strategiche della casa. Una pittura nuova è un modo economico per mostrare una casa con successo. Se si rimuovono i quadri da un muro, si avrà probabilmente bisogno di pittura. Si consiglia di cambiare i colori della vernice per dare un tocco più moderno.

Suggerimento 5: Prendi una ditta di pulizie professionale per far pulire tutta la casa. Pavimenti, soffitti, finestre, camino, tappeti, tende, tutto! Inoltre, verifica la presenza di odori. Se i proprietari hanno un animale domestico, probabilmente ci sarà bisogno di pulire i tappeti o deodorare gli ambienti. Eventuali odori rendono una casa meno attraente.

Suggerimento 6: Ri-organizza la disposizione dei mobili in modo che le camere sembrino più grandi. Conserva i vecchi mobili o gli oggetti stipati in un altro luogo, almeno mentre la casa è in vendita.

Suggerimento 7: Sii consapevoli del COLORE della casa. Assicurati che il colore delle pareti sia intonato con il colore delle tende e della moquette. Se non lo è, considera il suggerimento 4: Pitturate la casa.

Suggerimento 8: Togli i mobili in eccesso dalla cucina e dal bagno. Si tratta di aree in cui è necessario mostrare più spazio e pulizia.

Suggerimento 9: Sbarazzati di cose molto "personali" che il venditore può avere in casa. Gli

acquirenti hanno difficoltà a visualizzare questa casa come “la loro nuova casa”, se ci sono tutti gli effetti personali del venditore. Provate a dare alla casa un look neutro, come se non si sapesse chi ci vive.

Suggerimento 10: Accendi sempre le luci quando mostri la casa. Devi dire ai venditori di accendere tutte le luci, in tutta la casa, prima che arrivi un acquirente. Le case luminose si vendono meglio delle case scure.

Preparare l’esterno della casa

Suggerimento 1: Fai una passeggiata fuori, dall'altra parte della strada, e fermati un attimo a guardare la casa. Valuta se la casa ti invita ad entrare. Prendi appunti di tutti quegli elementi che sono insoddisfacenti dal punto di vista dell’acquirente. **Ricorda:** gli acquirenti comprano quello vedono.

Suggerimento 2: Invitate anche i venditori a guardare dall’esterno la loro casa. Mentre lo fanno, chiedigli cosa gli piace, e cosa secondo loro deve essere migliorato.

Suggerimento 3: Proprio come per l'interno, anche per l’esterno della casa è necessario togliere dalla vista dell’acquirente tutto quello che è in più. Togli i tubi dell’acqua, i bidoni della spazzatura, i giocattoli dei bambini. Più ordinata sembra la zona esterna, migliore è la prima impressione che si farà l’acquirente.

Suggerimento 4: Controlla il soffitto, il tetto e le grondaie (se del caso). Il tetto dovrebbe essere in buone condizioni. Assicurati che le tegole, le piastrelle, o qualsiasi altra cosa sia in buone condizioni.

Suggerimento 5: Verificate che tutto funzioni correttamente anche all’esterno. Se c’è qualcosa di rotto (il citofono, il portone, ecc.) riparalo.

Suggerimento 6: Il paesaggio dovrebbe essere immacolato. Assicurati, se c’è un cortile interno o un prato, che sia curato, che i fiori siano freschi, rimuovi le foglie, e togli le erbacce.

Suggerimento 7: Controlla lo stato della pittura della parte esterna della casa. Se è da rifare, l'acquirente lo nota immediatamente. Non svalutare la casa, cercando di venderla con la pittura esterna in cattive condizioni. Presta particolare attenzione alla porta d'ingresso, alla cassetta postale, alle porte del garage e alla cantina. Questi spazi saranno visti dagli acquirenti i quali, se ci sono, noteranno subito eventuali problemi.

Suggerimento 8: Fai un giro intorno a tutta la casa. Assicurati che il cortile, i cespugli, gli alberi, le aiuole e il prato siano preparati e pronti a mostrare il loro meglio.

Suggerimento 9: Lasciate sempre qualche luce accesa all’esterno. Rendi la casa viva ed invitante.

Suggerimento 10: Lasciare tutte le finestre aperte. Con le finestre aperte entrerà più luce naturale e questo permetterà una migliore presentazione della casa. In inverno aprite le tende.

Dopo aver seguito questi suggerimenti, è necessario dire un paio di cose al venditore che ti aiuteranno a porre le basi per una corretta gestione dell’incarico. Puoi dire quanto segue:

1. È possibile che qualche acquirente non venga a vedere la vostra casa a causa del prezzo di vendita. *Se succede, non vi preoccupate. Ma se effettueremo molte visite e non ci saranno offerte, allora avremo bisogno di rivedere la questione del prezzo.*

2. *Ci sono degli acquirenti che fanno offerte più basse per vedere se un venditore accetta. Alcuni acquirenti partono da un 20% sotto il prezzo di vendita. Indipendentemente dal prezzo o dalle condizioni dell'offerta, facciamo in modo di esaminare e discutere tutte le offerte che arrivano, ok?*

4

I segreti dei grandi Agenti Immobiliari per ottenere richieste

4.1 Come scrivere annunci efficaci

Realizzando degli annunci efficaci riuscirai a vendere i tuoi immobili più velocemente e a un prezzo migliore rispetto agli altri agenti immobiliari. Inoltre scrivendo gli annunci nel modo descritto di seguito il telefono della tua agenzia tornerà a squillare come una volta. Ecco la formula in 5 Step per la scrittura di annunci, opuscoli, pagine web e altro, utilizzata dai super agenti immobiliari di tutto il mondo.

Step # 1: Diventa un detective di marketing.
Il motivo per cui alcuni agenti immobiliari hanno un grande successo è semplicemente perché fanno il loro dovere. Il segreto è quello di essere efficaci, di sapere quali domande porre e possedere un acuto senso di osservazione.
Quindi, il primo passo è quello di individuare le caratteristiche uniche e i benefici che la casa che stai promuovendo offre ai potenziali compratori. Ora, quando dico "*caratteristica unica*", sto parlando di caratteristiche molto particolari e accattivanti, di vantaggi che chiaramente richiamano l'interesse di un eventuale compratore. Non tutti potrebbero essere interessati a quella casa, per questo è importante identificare chi sarebbe l'acquirente ideale per quella casa, dato le caratteristiche e i vantaggi che essa possiede.

Il processo che ci porterà a scoprire chi è il compratore ideale per una casa prevede la risposta alle seguenti domande in 4 aree diverse:

AREA #1 - I proprietari: Chi sono? Perché hanno comprato/costruito questa casa in particolare? Hanno qualche stranezza che si riflette in questa casa? Che cosa fanno per vivere? Quali sono i loro hobby o le loro passioni? Hanno esigenze particolari che si riflettono nella casa? Qual è stato il sogno dei proprietari quando hanno acquistato quella casa?

AREA #2 - La storia della proprietà e i dettagli sulla zona, terreni o suddivisioni: Qual è la storia di questa casa? Chi erano i proprietari della casa prima dei proprietari attuali? Ci sono interessanti punti di interesse storico nelle vicinanze?

AREA #3 - Architettura, design e dettagli costruttivi: Che cosa è così unico nel design della casa? Quali materiali unici sono stati utilizzati nella costruzione? Ci sono particolari caratteristiche e vantaggi nel design che potrebbero suscitare l'interesse di un acquirente?

AREA #4 - Benefici della casa: Qual è il miglior uso che si può fare di questa casa? Come è stata

utilizzata dagli attuali proprietari? È una casa d'appoggio o è una casa grande, moderna e adatta a chi fa una vita frenetica?
La gente compra una casa, ma sono le loro emozioni che si trasformano in una "casa". Tentare di identificare l'attaccamento emotivo che gli attuali proprietari hanno associato alla loro casa ti aiuterà a scoprire anche le emozioni sulle quali far leva con i nuovi potenziali acquirenti.

Step # 2: Scrivere il titolo dell'annuncio.

Lo scopo del titolo è di:

1) Attirare l'attenzione del giusto tipo di acquirente e suscitarne sufficientemente l'interesse da indurlo a leggere l'annuncio,
2) Comunicare le caratteristiche uniche e i vantaggi della casa,
3) Cosa più importante, indurre il lettore a voler leggere l'annuncio.

Il titolo ha un'importanza fondamentale perchè spesso è l'unica parte dell'annuncio letto dalle persone. Quindi, in realtà, il titolo è l'annuncio "per l'annuncio".

Ecco come scrivere il titolo del tuo annuncio: Prendi tutti i dettagli interessanti che hai scoperto leggendo lo Step # 1 di cui sopra e seleziona 2 o 3 delle caratteristiche uniche e scrivile nel titolo.
Ricorda: è necessario innanzitutto intercettare un acquirente che è sinceramente interessato all'acquisto della casa. Quindi seleziona la seconda o terza caratteristica più allettante per il compratore specificamente interessato a quel tipo di immobile. Ricorda che stiamo parlando di marketing mirato, non di marketing di massa.
Avanti, fermati un attimo con la lettura di questo ebook e scrivi 15 o 20 (o più) titoli accattivanti. Dal momento che il titolo conta per almeno l'85% del successo di un annuncio, spendi almeno l'85% del tuo tempo sul titolo.

Step # 3: Scrivere una frase di apertura.
Ora, noterai che negli annunci pubblicitari realizzati dalle più grandi compagnie di pubblicità del mondo c'è un sotto-titolo. Il sotto-titolo collega il titolo con il corpo del messaggio ed è usato talvolta per spiegare il titolo. Il sotto-titolo può essere utilizzato per aggiungere al titolo qualcosa, al fine di stimolare maggiormente il desiderio di leggere l'annuncio. Il sotto-titolo corrisponde alla tua frase di apertura. La frase di apertura è quasi importante come il titolo. Lo scopo della tua prima frase è semplicemente motivare il lettore a leggere la tua seconda frase, e così via. Sembra ovvio, non è vero? Ma se il tuo lettore smette di leggere l'annuncio, in qualsiasi momento, hai perso un potenziale acquirente per la casa. Quindi l'obiettivo di scrivere una frase di apertura è quello di dire qualcosa che possa motivare i lettori a leggere.

Step # 4: Scrivi il testo dell'annuncio.
Hai catturato l'interesse del lettore con il titolo e hai ulteriormente aumentato il suo interesse con la frase di apertura. Ora è arrivato il momento di suscitare le loro emozioni con il testo dell'annuncio. Nella maggior parte degli annunci pubblicitari il corpo del testo è costituito da un enunciato o capoverso introduttivo, alcuni capoversi esplicativi e un capoverso di chiusura. Per sviluppare sistematicamente il corpo del testo alcuni copywriter hanno adottato le seguenti linee guida:

1) identificare un desiderio o un problema specifico dell'acquirente potenziale;
2) raccomandare l'immobile come la soluzione migliore per soddisfare il desiderio o risolvere il problema;
3) enunciare i benefici derivanti dal vivere in quella casa, in quella zona e indicare perchè è la casa migliore in relazione alla particolare situazione dell'acquirente;

4) corroborare le informazioni contenute nella pubblicità.

Quando si corroborano le affermazioni della pubblicità è importante farlo in modo credibile. La dimostrazione delle affermazioni dovrebbe aiutare a rafforzare l'immagine della casa che si sta promuovendo e l'integrità dell'agenzia immobiliare che la promuove. Si dovrebbe scrivere il testo dell'annuncio come se si stesse facendo un giro nella casa, e usare descrizioni molto coinvolgenti emotivamente e fornire i dettagli della casa - questi sono tutti gli elementi che avete scoperto durante il lavoro investigativo nel passaggio # 1 di cui sopra.

Passo # 5: Creare un invito all'azione.
Dall'alto dei miei anni di esperienza a contatto con gli agenti immobiliari di tutta Italia e di tutte le tipologie (indipendenti e affiliati ai vari franchising) ho visto migliaia di esempi di annunci di marketing degli agenti con i quali ho lavorato. E praticamente in ogni caso, il più importante ingrediente mancante è un invito diretto all'azione. **Ricorda questo:** Nessuno potrà mai rispondere alla tua campagna pubblicitaria senza una specifica e significativa RAGIONE irresistibile per farlo. Nessun invito all'azione, nessuna risposta - hai sprecato il tuo tempo e il tuo denaro. A parte sbagliare mezzo, questa è la sola ragione principale per cui il 95% della pubblicità di un agente immobiliare si rivela essere "soldi gettati al vento". In questa parte finale dell'annuncio, anche chiamata "firma", vanno inclusi più elementi quali: il logo, il nome e l'indirizzo dell'agenzia immobiliare e dovrebbe essere attraente, leggibile, particolare e facile da identificare.

Una cosa che penso sia brillante nella parte finale dell'annuncio è qualificare i potenziali acquirenti. Si possono qualificare i potenziali acquirenti mettendo il prezzo dell'immobile oppure inserendo la frase: "*Case così belle a questo prezzo, non rimangono a lungo sul mercato*". Questa frase permette di sfruttare il principio di scarsità. Questo principio della persuasione umana dice che di regola se una cosa è rara o sta per diventarlo, vale di più. Il principio di scarsità rende di fatto un potenziale acquirente più desideroso di fare Il prossimo passo, cioè chiamarvi.
La gente vuole le cose che stanno diminuendo o che siano difficili da ottenere.
Così l'agente immobiliare dice al lettore: "*Case così belle (o con questa caratteristica unica) a questo prezzo (e in questa zona), non rimangono a lungo sul mercato*" e chiede al potenziale acquirente di contattarlo, dà il suo numero di telefono e indirizzo della sua agenzia e del sito web dove le persone possono visualizzare più foto della casa.

L'unica cosa che vorrei aggiungere alla fine sarebbe quella di fornire un paio di motivi in più per visitare il sito web dell'agenzia, come ad esempio la possibilità di trovarvi informazioni gratuite per chi vende e compra casa, le offerte del mese, ecc.

Se adotterai questi consigli i tuoi annunci saranno migliori di quelli che hai utilizzato fino ad ora. Puoi creare annunci come questo, in grado di tornare a far squillare il telefono della tua agenzia, semplicemente seguendo le 5 fasi di cui sopra.

Voglio aggiungere una cosa degna di nota: Hai notato che tutte le foto degli annunci hanno una didascalia? Perché? Perchè le foto, naturalmente, attirano l'occhio e la didascalia aiuta a trasmettere il beneficio o evidenziare una caratteristica e guidare a leggere il resto dell'annuncio.

Esercitati sin da ora a fare gli annunci in questo modo e tienimi informato sui risultati che otterrai scrivendomi all'indirizzo salvatore@salvatorecoddetta.it

4.2 Come gestire le richieste

Alcune persone che lavorano nel settore immobiliare credono che il loro lavoro consista nel vendere case quando rispondono al telefono o alle email. Ora, la prima cosa da capire è che le persone non investono in immobili al telefono o via email. Non puoi passare la tua penna a qualcuno quando sei al telefono o davanti a un PC per farti firmare il contratto di compravendita e molte poche persone ti daranno il numero di carta di credito per fare l'acquisto della casa al telefono o al PC. Ti rendi conto di quante persone nel settore immobiliare si comportano in questo modo? Quando rispondono al telefono o alle email non sono preparate al tipo di lavoro che devono fare. Quando parli con un potenziale acquirente al telefono quello che devi vendere è solo una cosa: un incontro faccia a faccia.
La pubblicità si fa solamente per fare in modo che arrivino richieste via email o che il telefono squilli così che tu possa fissare un appuntamento con i compratori. Dimentica tutto il resto quando rispondi al telefono o alle email e pensa solo a questo. Come fai a ricevere richieste? Ovviamente con una buona pubblicità e nel paragrafo precedente abbiamo appunto visto come realizzare un annuncio efficace da questo punto di vista. Ora vediamo insieme come prepararsi a ricevere le telefonate in entrata.

4.3 Obiettivi principali quando si risponde a una richiesta

Innanzituttò devi essere consapevole di quali sono i tuoi principali obiettivi quando rispondi a una richiesta.
l tuoi obiettivi principali quando rispondi a una telefonata in entrata, o a una email, sono:

1. Ottenere il nome della persona che ha chiamato o scritto (non puoi fare riferimento solo a una voce o a un'indirizzo email);
2. Ottenere un numero di telefono e l'indirizzo email;
3. Fissare l'appuntamento (se non hai un appuntamento per incontrarli, cosa potresti fare?).

Adesso conosci quali sono i tuoi principali obiettivi quando prendi telefonate in entrata o ricevi richieste via email.

4.4 Come prepararsi a ricevere le richieste

Ora vediamo anche su cosa è necessario prepararsi quando si ricevono delle richieste:

a) Conoscere gli immobili. La prima cosa è che devi sapere tutto degli immobili che stai pubblicizzando. Come fai ad aiutare i potenziali compratori ad acquistare un particolare immobile se non ne sai niente? Ci sono persone in questo settore, magari qualcuna é anche nel tuo ufficio, che non sanno niente degli immobili che stanno pubblicizzando, che non li hanno neanche visti. Tu non devi essere come loro se vuoi avere successo, ma devi sapere che cosa stai pubblicizzando!

b) Memorizzare cinque appartamenti di diversa tipologia. Il secondo consiglio che mi sento di darti è quello di memorizzare bene almeno cinque case di fasce di prezzo diverse, tra quelle del tuo portafoglio immobili, che preferisci rispetto alle altre. I professionisti del settore immobiliare che ho conosciuto, grazie alla mia attività di coach e formatore, hanno sempre in mente quattro/cinque immobili che ritengono essere i migliori che ci sono sul mercato in questo momento. Questi sono immobili che possono essere suggeriti ai compratori se durante l'analisi dei loro bisogni determinerai che l'appartamento per il quale ti hanno chiamato o scritto non è la soluzione giusta per loro, mentre tra uno di questi cinque immobili può esserci quello più adatto alle loro esigenze.

c) Blocco notes. Devi avere anche un foglio per prendere gli appunti delle chiamate che ricevi dai potenziali acquirenti vicino al tuo computer e al tuo telefono e più penne. È importante che tu abbia

a portato di mano più di una penna perché solitamente quando servono o "non si trovano o non scrivono mai". Non pensare di riuscire a memorizzare tutto. Molti agenti immobiliari medi non prendono appunti perché dicono: *"tanto poi mi ricordo"* oppure *"Scrivo tutto insieme alla fine"*. Considera che potresti ricevere anche 20/30 telefonate al giorno e potrebbe essere difficile ricordare tutto. Prendi appunti, dammi retta, e ti accorgerai di come questi ti aiuteranno a conquistare i tuoi clienti e a trasmettergli fiducia.

d) Il gestionale. Se possiedi sul tuo computer un buon programma di gestione dei contatti usalo per inserire tutte queste informazioni. Alcune persone non riescono a digitare sulla tastiera del computer così velocemente come quando prendono appunti con una penna su un foglio di carta. Di conseguenza prima scrivono e poi trasferiscono il tutto sul computer. Non c'è un modo giusto in assoluto, fai semplicemente quello che è meglio per te.

4.5 Come trasformare le richieste in un appuntamento

Non riuscirò mai a dirti esattamente qual è l'ammontare di soldi che gli agenti immobiliari perdono quando fanno dei buoni annunci, generano tante email e chiamate in entrata ma poi non riescono a fissare appuntamenti con chi chiama o scrive. Se nella tua agenzia le funzioni sono separate e ti occupi solamente della parte della vendita hai l'obbligo verso il tuo collega che ha acquisito l'incarico e verso il tuo titolare di fissare l'appuntamento. Inoltre sei anche obbligato verso la tua famiglia a incontrare potenziali compratori, la quale si aspetta che a fine mese tu porti a casa dei soldi perché hai delle responsabilità nei loro confronti. Quindi in conclusione devi essere mentalmente preparato a vincere. Devi dire a te stesso: incontrerò queste persone! Ardi di questo desiderio. Quando li incontrerai protrai determinare che tipo di compratori sono, stabilire a quale categoria appartengono. Nella mia attività di affiancamento con gli agenti immobiliari ho visto persone chiamare per fissare appuntamenti per andare a vedere case da 100.000 euro che poi hanno finito per fare proposte per case da 200.000 euro. A voi è capitato mai? Ora, in una normale coppia media, chi è secondo te il più motivato a comprare una casa, il marito o la moglie? Normalmente è la moglie quella più motivata, dico bene? Il marito se può si tira fuori e lascia che la moglie visiti le case prima di lui. Secondo te però chi chiama normalmente? È il marito, giusto? E il marito normalmente fa la chiamata perché vuole liquidarti sperando così di evitarsi di dover seriamente andare a visitare questi appartamenti. Preferirà starsene a casa a guardarsi la partita o al massimo andare a pesca. Ecco perché devi imparare a terminare la telefonata con il marito fissando il primo appuntamento. Prova a immaginare questa storia. Stefano e Giovanna stanno leggendo "Il Messaggero", lui sta leggendo la pagina sportiva e lei l'inserto "Casa" con gli annunci immobiliari. Lei trova un annuncio che le sembra buono e questo annuncio ha attratto la sua attenzione, suscitato il suo interesse, provocato in lei il desiderio e l'ha spinta all'azione. La sua azione è dire a Stefano di chiamare. Lui legge l'annuncio, la formula funziona anche su di lui, e decide di chiamare. Ora faremo due esempi di come si può rispondere a questa chiamata, uno corretto e uno limitante. Voglio che tu li legga entrambi. Cominciamo con quello limitante. Stefano sta per chiamare la "Patetica Immobiliare" dove lavora Tristano. Tristano è appena rientrato di corsa in ufficio da un appuntamento al quale è arrivato in ritardo. Appena rientrato ha dato un'occhiata al giornale e si è depresso maggiormente leggendo tante brutte notizie di cronaca. Tristano non sa neanche perché è andato a lavorare quel giorno. Squilla il telefono e Tristano risponde:

Tristano: *"Immobiliare Patetica, buongiorno"*.
Stefano: *"Sto chiamando per quell'annuncio sul giornale che pubblicizza una villetta con giardino"*.
Tristano: *"Ah si, quella è una delle mie case preferite, che cosa posso dirle in proposito?"*
Stefano: *"E' grande il giardino?"*
Tristano: *"Caro signore il giardino di questa casa è uno dei più ampi della zona"*.

Stefano: *"Peccato, noi non volevamo un giardino molto ampio perché non volevamo avere troppo da fare con il giardino. mi dica qual è il prezzo dell'immobile?"*
Tristano: *"Stanno chiedendo 300.000 euro".*
Stefano (rivolgendosi alla moglie): *"Cara, stanno chiedendo 300mila euro, non vorrai mica spendere tutti questi soldi, giusto?"*
Naturalmente lei non vuole spendere tutti quei soldi, però vuole vedere la casa. Così il marito dice: *"Guardi non so se siamo interessati o meno. Può darci l'indirizzo così se avessimo voglia di fare un giro in macchina andremo a vedere la casa dall'esterno e ci faremo un'idea della zona".*
Tristano: *"Signore noi di solito non siamo abituati a dare gli indirizzi"*
Stefano: *"Bèh, se non possiamo andare a vederla allora non siamo interessati".*
Tristano: *"Va bene, se promette di richiamarmi...."*
Adesso Stefano ha tutte le informazioni di cui aveva bisogno e Tristano non ha niente.

Ora vediamo come i professionisti avrebbero risposto a questa chiamata in entrata. Il telefono squilla. Drin...driin...driiin... i professionisti rispondono al 3 squillo. Rispondendo troppo presto potresti dare l'impressione ai compratori che non hai nulla da fare e questo potrebbe farli dubitare delle tua professionalità. E' anche vero che se rispondi troppo tardi potrebbero pensare che non ci sei. Dal momento in cui rispondi al telefono la tua voce crea un immagine nelle loro menti. Se la tua voce suona come se soffrissi di una malattia terminale, stai sicuro che nessuno vorrà incontrarti. Alza la cornetta con un po' di entusiasmo. Se hai problemi ad avere un tono entusiasta, sorridi mentre alzi la cornetta. È difficile abbattersi quando si sorride. Vediamo ora tre diversi modi per rispondere al telefono in modo efficace. Scegli quello più vicino a te e ripetilo sempre allo stesso modo, tutte le volte. Qui ci sono alcuni suggerimenti:

1) XYZ Immobiliare buongiorno, come posso aiutarla?
2) Buongiorno, grazie per aver chiamato la XYZ Immobiliare, come posso aiutarla?
3) XYZ Immobiliare buongiorno, sono Salvatore Coddetta, come posso aiutarla?

Prospect: *"ho notato questo annuncio sul giornale".*
Quando loro ti dicono per quale annuncio hanno chiamato e sai a cosa sono interessati puoi lasciarli qualche secondo in attesa con queste parole:

Agente immobiliare: *"Certo signore, questo è uno degli immobili più belli nel nostro portafoglio, posso lasciarla un attimo in attesa mentre guardo se è ancora disponibile?"*

Il prospect dirà sì e tu li ringrazierai. Se tu fai la domanda in questo modo loro ti risponderanno sempre di sì e ti autorizzeranno a metterli in attesa. Perché ti ho consigliato di fare questo? Intanto perché quando loro sono in attesa tu hai il tempo di ricomporti, riprendere il controllo, prendere il file con tutte le informazioni legate a quell'immobile ed essere pronto per fissare l'appuntamento. Poi per sfruttare il principio di scarsità. Il principio di scarsità, come ho già detto, è uno dei massimi principi della persuasione umana. In funzione di questo principio le cose diventano decisamente più appetibili se a breve non sono più accessibili. Quindi se applichiamo questo principio al settore immobiliare, le case diventeranno più appetibili solo perché potrebbero non essere più disponibili o non esserlo più fra poco tempo. Dire: *"verifico se è ancora disponibile"* innesca nel compratore il principio di scarsità grazie al quale le opportunità ci appaiono più desiderabili quando la loro disponibilità è limitata. Vi è mai capitato di essere vittime del principio di scarsità? Pensate a quando c'e lò sciopero della benzina e voi avete finito la benzina. Diventa più desiderabile o no avere la benzina? Oppure se siete fumatori, pensando a quando c'è sciopero dei tabaccai e voi avete finito le sigarette. Quanto paghereste per un pacchetto della vostra marca di sigarette? Pensate a tutte quelle offerte dove c'è scritto: *"solo per pochi giorni"* oppure *"solo gli ultimi tre posti"* e vi renderete perfettamente conto della potenza del principio di scarsità. Ora perché non sfruttare la

potenza di questo principio anche nel settore immobiliare? Attenzione però a non lasciare mai i compratori più di 17 secondi in attesa. Se li lasci in attesa troppo tempo troverai dall'altra parte della cornetta delle persone completamente cambiate. Il cordiale e carino uomo che ha chiamato 4 minuti fa si trasforma in un selvaggio arrabbiato se lo lasci in attesa per 4 minuti. Sarebbe difficile anche capire se è la stessa persona che ha chiamato prima. Quindi toglilo dall'attesa dopo 17 secondi e utilizza il suo nome nella conversazione che avrai con lui per attirare la sua attenzione e gratificarlo. Quando rialzi la cornetta dirai:

Agente immobiliare: *"Grazie per l'attesa. Mi chiamo Salvatore Coddetta, posso avere il suo nome per cortesia?"*. E lui probabilmente dirà qualcosa come:
Prospect: *"Giovanni Pieretti"*.
Agente immobiliare: *"Allora sig. Pieretti posso chiederle che cosa la ha interessata di questo annuncio"*.
Prospect: *"Guardi mi sembrava una villetta carina, posso farle alcune domande in merito?"*
Agente immobiliare: *"Certo sig. Pieretti"*.
Prospect: *"Volevo chiederle se il giardino di questa villetta è grande?"*
Agente immobiliare: *"Sig. Pieretti lei e la sua famiglia state quindi cercando una villetta con un giardino grande?"*
Prospect: *"No, no, non molto grande. non volevamo avere troppo da fare con il giardino"*
Agente immobiliare: *"Ah, capisco. Guardi in base alla grandezza degli altri lotti in zona è un lotto di media grandezza. Per vedere la casa preferisce che venga a prenderla io oppure preferisce venire lei nel mio ufficio"*.
Prospect: *"Qual è il prezzo dell'immobile?"*
Agente immobiliare: *"Stanno chiedendo 300.000 euro. Qual è il vostro budget?"*

Ora se ti rispondono che il loro budget è più alto di quanto normalmente ti offrono per questa villetta non perdere il controllo. La stessa cosa dovrà accadere se ti fanno un offerta più bassa di quelle che normalmente ricevi. Comunque qualunque cosa ti rispondono procedi nel seguente modo.

Agente immobiliare: *"Si dovrebbe essere fattibile. Comunque io sono libero adesso signor Pieretti o preferisce vedere la casa alle tre di oggi pomeriggio?"*
Prospect: *"Guardi se mi dà l'indirizzo mi faccio un giro in macchina con mia moglie a vedere la villetta dall'esterno e ci faremo un'idea della zona e se ci piace la richiamiamo"*.

A questo punto qualcuno di voi sarà tentato di dare l'indirizzo perché avrà paura che i clienti chiamino qualcun altro e lo rimedino diversamente. Ma se gli dai l'indirizzo con la speranza che ti richiamino, stai tranquillo che loro non ti richiameranno. E non ti richiameranno, primo perché ti stai comportando da impiegato e non da consulente immobiliare e secondo perchè loro magari hanno un amico che è nel settore, il quale gli avrà detto che se lo chiamano avranno dei vantaggi. Per essere un professionista nella vendita immobiliare hai bisogno di evitare di dar via gli indirizzi. Usa invece queste parole:

Agente immobiliare: *"Mi piacerebbe darle l'indirizzo sig. Pieretti, ma il nostro accordo con i venditori è che noi accompagniamo i compratori a vedere l'immobile, preferisce venire adesso o vuole fare questa visita nel pomeriggio?"*
Prospect: *"Vorrei solo avere l'indirizzo"*.
Agente immobiliare: *"Sig. Pieretti penso ci sia un modo per raggirare l'accordo che ho con il venditore. Lasci che lo chiami e vedo se mi darà il permesso di darle l'indirizzo, se a loro non interessa si figuri a me, a che numero posso richiamarla?"*
Prospect: *"Guardi vorrei solo fare un giro in macchina là intorno"*.

Agente immobiliare: *"Capisco è sempre una buona idea fare un giro del vicinato in macchina, a che ora pensava di andarci?"*
Prospect: *"Ma, per le cinque"*.
Agente immobiliare: *"Io sono disponibile per le cinque e potrò rispondere a tutte le domande che riguardano l'immobile, possiamo vederci al mercato o alla piazza. Io ho una macchina punto verde, che tipo di macchina ha lei? Come la riconosco?"*

Capisci cosa cerco di insegnarti? Loro non vogliono venire nel tuo ufficio. Loro vogliono soltanto farsi un giretto con la macchina e quindi li puoi incontrare anche in un posto neutrale, vicino all'immobile. A me non importa dove, l'importante è che li incontri. Questo dovrebbe essere il tuo ardente desiderio quando ricevi una richiesta: incontrare quella persona. Se loro sono veramente in contrasto in questa cosa con te questo ti dovrebbe far capire qualcosa: che probabilmente hanno i soldi, che sono qualificati e che hanno tenuto sotto il loro controllo tutti gli altri agenti immobiliari che hanno incontrato fino a questo momento. Può darsi solamente che hanno avuto qualche cattiva esperienza con qualche altro agente immobiliare e per questo non vogliono incontrarti. Se c'è una cosa che ho imparato in tutti questi anni è che più le persone sono deluse, più carino e caloroso hai bisogno di diventare con loro. Se perdi la tua tempra vinceranno. In più è difficile essere in contrasto con qualcuno che è carino e gentile nei tuoi confronti. Ecco perché un professionista, secondo me, deve dire questo:

Agente immobiliare: *"Sig. Pieretti sembra che lei abbia avuto qualche cattiva esperienza con qualche agente immobiliare, dico bene?"*
Prospect: *"Si è vero"*.
Agente immobiliare: *"Le va di parlarmene?"*

Se tu gli dai l'opportunità di parlartene loro ti racconteranno tutto. Mentre il tuo cliente parla e ti racconta la sua precedente esperienza negativa con un tuo collega devi ascoltarlo attivamente e prestare attenzione a quello che dice in modo da conoscere i comportamenti che dovrai evitare a tutti i costi di attuare con questo cliente. Presta attenzione. Se tu non gli chiedi di raccontarti la sua precedente esperienza negativa con un tuo collega rischi di non sapere mai quali sono i comportamenti da evitare assolutamente con questa persona, il che ti espone al rischio di comportarti esattamente allo stesso modo perdendo definitivamente questo cliente. Ascoltando attivamente e prestando attenzione a quello che dice il compratore capirai inoltre da quale esperienza proviene e questo ti consentirà di rispondere in questo modo:

Agente immobiliare: *"Posso sicuramente capire cosa prova. Più lavoro nel settore immobiliare e più mi rendo conto che non bisogna forzare la vendita. La vera abilità di un agente immobiliare professionale è nel cercare quello che al cliente piace o non piace e localizzare la casa che incontra i suoi bisogni nel migliore dei modi. Io ho sempre avuto grandi risultati nel servire la mia clientela e mi piacerebbe darle un suggerimento: forse questa casa non è giusta per lei, ma forse lo è. Apprezzerei molto se mi desse l'opportunità di venirla a trovare a casa sua per capire i suoi bisogni e quelli della sua famiglia in modo da trovare la casa giusta per lei. Le può andare bene?"*
Prospect: *"Ma guardi non so"*.
Agente immobiliare: *"Guardi potrei portare con me il file con tutte le schede delle nostre offerte e nella tranquillità di casa sua possiamo valutare insieme quelle che sono disponibili. Le va bene per le 18:00 o vogliamo fare per le 19:00?"*
Prospect: *"Alle 18:00 va bene"*.

Ora, presta la massima attenzione perché il prossimo passaggio è cruciale: devi riconfermare tutto. Mediamente le persone non ricordano che cosa hanno detto 10 minuti fa o cosa hanno mangiato a pranzo. Ecco perchè il professionista riconferma sempre tutto. Quindi l'agente immobiliare dirà:

Agente immobiliare: *"Grazie sig. Pieretti ha una penna per segnarsi alcune informazioni? Allora il mio nome è Salvatore Coddetta della XYZ Immobiliare, ci vedremo a casa sua questa sera alle 18:00, il suo indirizzo è? ..... Bene, nel caso dovesse capitare qualche imprevisto posso avere il suo numero di telefono così posso avvertirla. Grazie ancora e arrivederci".*

4.6 Come rispondere alle domande frequenti contenute nelle richieste

Ora vi illustrerò alcune domande frequenti che fa il compratore al telefono o via email e vi spiegherò come gestirle. Ad esempio, la prima domanda è:

1) "Dove è situato l'immobile?".
Cosa ti stanno realmente chiedendo con questa domanda i tuoi prospect? L'indirizzo ovviamente. E perché, secondo te, vogliono sapere l'indirizzo? Il motivo è che potrebbero cercare di scavalcarti contattando direttamente il proprietario. Ecco perché tu devi spostare la questione dell'indirizzo, dall'indirizzo alle immediate vicinanze. Ad esempio potresti rispondere in questo modo:

Agente immobiliare: *"L'immobile è situato al Prenestino, conosce la zona? È la zona che avevate preso in considerazione?"*
Prospect: *"Sì, però guardi mi piacerebbe conoscere l'indirizzo esatto".*
Agente immobiliare: *"Vede, sarei felice di darle l'indirizzo esatto sig. Rossi. Comunque, normalmente una delle condizioni degli accordi che prendiamo con il venditore dell'immobile è che accompagniamo noi i compratori a vedere l'immobile. Io sono libero oggi pomeriggio alle 16:00 oppure se preferisce domani mattina alle 11:30".*
Prospect: *"Va bene per oggi pomeriggio alle 16:00, ci vediamo direttamente all'immobile".*

Ora, siccome qualche prospect potrebbe anche darti buca, qualcun'altro potrebbe arrivare all'appuntamento prima dell'orario previsto e andarsene prima del tuo arrivo e altri ancora hanno l'audacia di fissare un appuntamento a un orario sapendo che non potranno mai essere lì a quell'orario, rispondi in questo modo:

Agente immobiliare: *"Bene, comunque visto che il nostro ufficio non è molto lontano dall'immobile, per evitare di non incontrarci, può passare qui verso le le 15:45".*

Qui il cliente comincerà a vedere quanto sei professionale, quanto cerchi di dargli un servizio veramente eccellente. Comunque se loro continueranno ad entrare in contrasto con te a questa tua richiesta, forse per te è il caso di valutare se è conveniente lavorare con gente così. Se loro chiamano dopo aver visto un cartello ovviamente già sanno l'indirizzo dell'immobile e vorranno altre informazioni da te. In questo caso tu potrai dire:

Agente immobiliare: *"Sarei felice di incontrarvi presso l'immobile per darvi tutte le informazioni necessarie, avrò una macchina bianca, una Punto bianca, che macchina avrà lei?".*

Se chiamano per un annuncio pubblicitario potrebbero dire:

Prospect: *"Vorremmo solamente fare un giro in macchina fino all'immobile".*

Non metterti in contrasto, mostrati d'accordo con loro e rispondi così:

Agente immobiliare: *"Certo, è sempre una buona idea vedere l'esterno delle case e farsi un'idea del vicinato, a che ora pensate di andarci?"* e quando loro ti indicheranno un orario tu puoi rispondere:
Agente immobiliare: *"Va bene sarò disponibile a quell'ora per rispondere a tutte le domande che avrete da farmi sull'immobile, vuole che passo a casa vostra o ci vediamo in ufficio"*.
Oppure potresti dirgli:

Agente immobiliare: *"Bene sarò felice di accompagnarvi a vedere l'immobile, potrei in questo modo indicarvi dove sono i servizi in zona, dov'è la posta, il supermercato, la banca e il bellissimo giardino pubblico, sarebbe un peccato perdersi il bellissimo giardino che c'è lì intorno. Per risparmiare tempo posso mostrarvelo adesso o preferisce verso le 15:30?"*.

In questo modo renderai utile e motiverai la tua presenza e per loro sarà più difficile dirti di no. Un'altra domanda che potrebbero farti è:

2)"Perché stanno vendendo?".
Mai, mai, mai rispondere perché la casa è troppo piccola o troppo grande. Se il tuo prospect sente una cosa del genere potrebbe percepire quella casa troppo piccola o troppo grande per lui. Anche se non ci aveva mai pensato prima, adesso potrebbe pensarci. Inoltre se il tuo prospect sta cercando una casa più grande e ti sente dire che i venditori la lasciano perché è piccola, potrebbe depennarla immediatamente. La stessa cosa si verifica se lui sta cercando una casa più piccola e ti sente dire che i venditori la lasciano perché è troppo grande. Invece rispondi qualcosa come:

Agente immobiliare: *"Guardi non ho il file di quell'immobile sulla mia scrivania sig. Rossi, da quanto tempo è che state cercando casa?"* oppure:
Agente immobiliare: *"Guardi sarò felice di farmi dare questa informazione per lei, a che numero posso richiamarla?"* Oppure:
Agente immobiliare: *"Perché hanno cambiato lavoro e si vogliono avvicinare al nuovo posto di lavoro"*.

Comunque ricordati sempre che il tuo obiettivo è quello di prendere l'appuntamento con queste persone. Un'altra possibile domanda è:

3)"Qual è il prezzo della casa?".
Ci sono alcune agenzie immobiliari che non mettono il prezzo dell'immobile in pubblicità perché ritengono che in questo modo le persone chiamino o scrivano per conoscere questa informazione. Questa scelta è dovuta al periodo come quello che sta vivendo attualmente il mercato immobiliare, dove i telefoni nelle agenzie non squillano più o squillano molto meno. Personalmente non condivido questa scelta perché ritengo che se un'acquirente chiama dopo aver visto il prezzo vuol dire che quel prezzo rientra nel suo budget. Allo stesso modo ritengo che se un potenziale acquirente non ha visto il prezzo della casa in pubblicità e chiama lo stesso, probabilmente è uno che pensa di poter fare l'affare nel mercato immobiliare di oggi. Ad ogni modo se tu (o la tua agenzia) usi questa tecnica rispondi così alle perone che ti chiamano per conoscere il prezzo della casa pubblicizzata:

Agente immobiliare: *"Chiedono 225 mila euro, è il tipo di investimento che aveva in mente?"*.
Un'altra domanda che possono farti è:

4)"Si può trattare il prezzo?".
Questa domanda mi fa impazzire. Non è una domanda stupida secondo voi? Perché offrire meno se ancora non hai visto l'immobile? Io suggerisco di rispondere così:

Agente immobiliare: *"Guardi ho imparato a non prendere mai decisioni per il mio cliente, comunque potrebbe interessarvi l'acquisto se loro decidessero di trattare il prezzo?"*. A questo punto molte persone probabilmente ti diranno:
Prospect: *"Non senza prima vederla"*, dandoti in questo modo l'opportunità di fissare l'appuntamento. Un'altra cosa che potrebbero chiederti al telefono è:

5)"Voglio portare con me mio cognato, lui è un esperto del settore immobiliare".
Vi è mai capitato di sentire una cosa del genere? Spesso lo dicono più che altro per proteggersi dalle fregature. La mia domanda è: se il loro cognato conoscesse veramente il settore immobiliare sarebbe iscritto al ruolo e loro non chiamerebbero te per primo, giusto? Loro vogliono solamente che questa terza parte sia un appoggio, che li aiuti a prendere una decisione o comunque che sia un filtro tra te e loro. Potrebbe però anche esserci una terza parte che è legittimata a stare dentro questa trattativa e alcuni agenti immobiliari fanno un errore qui cercando di chiudere la vendita escludendo questa terza parte, perché tentano di chiudere la vendita con il decisore sbagliato. È come se prendi una donna che sta cercando casa senza suo marito: non può decidere. Lo stesso vale per gli uomini, nessun uomo potrà decidere l'acquisto della casa senza il consenso della moglie. Oppure potresti trovarti con una coppia che sta cercando casa e che ti dice che i loro genitori gli daranno un prestito o un dono per l'acquisto della casa. Un vero professionista non chiuderà mai senza aver avuto di fronte la persona che ha l'autorità di prendere la decisione finale. Così quando ti diranno che c'è una terza persona che entra nel processo decisionale devi verificare se questa terza persona ha potere decisionale usando queste parole:

Agente immobiliare: *"Siete fortunati ad avere qualcuno che vi aiuta in questa ricerca. Molti amici e parenti sono riluttanti nell'aiutare gli altri in queste situazioni. Posso chiedervi se questa persona verrà a vivere con voi?"*.

Se vivranno insieme devi considerare quanto questa persona può essere influente nella decisione finale. Se invece queste persone non andranno a vivere con loro puoi anche ignorare questa informazione. Un'altra domanda è:

6)"L'ultimo agente immobiliare a cui ci siamo rivolti ci ha mostrato alcune case da ristrutturare, non è che ci farà perdere tempo anche lei?".
Ci sono dei compratori in giro che hanno il gusto dello champagne e il budget per la birra. Ti capiteranno sempre questo tipo di compratori. Alcuni agenti immobiliari sono carenti in quello che io chiamo: strategia e tattica. Quando chi ti chiama ti dice che quella che hanno visto era tutta spazzatura è possibile che invece è proprio quello che possono permettersi, cioè se gli altri colleghi li hanno portati a vedere catapecchie evidentemente è quello che fa al caso loro, non è che gli altri colleghi sono sprovveduti. Forse però il collega che gli ha mostrato le case che possono permettersi non ha avuto l'abilità di comunicare efficacemente con loro. Lui ad esempio avrebbe potuto fargli capire che avevano la possibilità di ristrutturare quella case esprimendo tutta la loro personalità e creatività. Utilizzando questa espressione è possibile incrementare il valore di quegli immobili agli occhi dei compratori ed ottenere enormi profitti. Gestire la comunicazione in questo modo aiuta le persone ad avere il coraggio di fare un acquisto che non avrebbero fatto se la cosa gli veniva presentata diversamente. Ricordati sempre che non è tanto quello che dici ma come lo dici che fa arrivare il messaggio al tuo interlocutore. Usa queste parole:

Agente immobiliare: *"Idealmente signore io mi sforzo di mostrare solo due immobili per ogni potenziale acquirente. Il primo per determinare cosa piace e non piace al prospect, il secondo solo quando ho capito qual è l'immobile giusto per loro. Quando vuole vedere il primo immobile? Adesso o alle 16:00"*. Oppure puoi anche dire:

Agente immobiliare: *"No signore, ma per assicurarle che il suo tempo non verrà perso preparerò tutta la documentazione degli immobili e gliela invierò per posta elettronica così lei potrà farsi un'idea e un giudizio prima di vedere le case. Se mi da il suo indirizzo email e il suo numero di telefono provvedo a fare questa spedizione"*.

Puoi suggerire ai potenziali compratori di visitare il sito della tua agenzia per vedere fotografie e filmati degli immobili. Però se il cliente dice ad esempio:

Prospect: *"Preferisco non dare il mio indirizzo e il mio numero di telefono per non essere disturbato"*, rispondi in questo modo:
Agente immobiliare: *"Capisco cosa prova. A nessuno piace un venditore che cerca di forzare la trattativa. Comunque, vista la mia lunga esperienza in questo settore mi rendo conto che non bisogna mai forzare la vendita ma la cosa importante è trovare una casa che veramente incontri i gusti di una famiglia e quello che faccio io è cercare di aiutare questa famiglia a capire qual è la casa migliore per loro e qual è il modo migliore per acquistare questa casa, lei non è d'accordo? Se mi capita un buon affare da proporle, come la rintraccio?"*
Prospect: *"Guardi preferisco non darle il mio numero di telefono. Tanto tempo fa ho parlato con un altro agente immobiliare il quale mi ha detto che mi avrebbe richiamato e non lo ha fatto"*.
Agente immobiliare: *"Signore, spero che lei non giudicherà me e la mia agenzia attraverso i comportamenti di un'altra agenzia o agente immobiliare. La prego di darmi il suo numero in modo che possa contattarla e provvedere a servirla al meglio"*.

Adesso hai tutto quello che ti serve per prendere telefonate in entrata o richieste via email e gestirle efficacemente. In questo capitolo ti ho dato tutto il materiale necessario per fissare appuntamenti di vendita. Comincia ad allenarti utilizzando questo materiale già dalla prossima telefonata in entrata che prenderai. Sicuramente ti sembrerà un po' strano all'inizio utilizzare queste tecniche e ti sentirai un po' goffo, ma una volta che le avrai interiorizzate ti verranno naturali. Leggi e recita le risposte a queste domande con qualcuno di tua conoscenza o con qualche tuo collega. Uno dei più grandi agenti immobiliari che ho conosciuto, all'inizio della sua carriera, quando ha cominciato ad applicare queste tecniche che gli avevo trasferito durante i miei corsi, si era scritto queste strategie su dei bigliettini che aveva posizionato accanto al telefono e si limitava inizialmente a leggerli quando rispondeva al telefono. Ma ben presto gli venne naturale rispondere in quel modo e ora chiude otto appuntamenti su dieci telefonate in entrata che prende. Non è male, vero? Ho una notizia per te: puoi riuscirci anche tu! Ricordati che tu prima di tutto, e al di sopra di tutto, lavori in un settore, quello immobiliare, dove il business è fatto dalle persone e quindi hai a che fare con le persone e quando si ha a che fare con le persone bisogna utilizzare le parole giuste. Nel prossimo capitolo vedremo come gestire le visite.

5

I segreti dei grandi Agenti Immobiliari per la gestione delle visite

5.1 Sette regole per mostrare e vendere immobili

La capacità di mostrare e vendere le case è fondamentale per il successo nel mercato immobiliare. Qui ci sono 7 regole che si dovrebbero imparare per mostrare e vendere delle case con successo; Regole che renderanno i tuoi sforzi di vendita premiati e ti permetteranno di avere un conto in banca più ricco.

Regola 1: Sii sempre pronto. Non trascurare questa affermazione. Sei mai stato in questa situazione: E' tutto il giorno che stai accompagnando potenziali acquirenti a vedere delle case. Verso le 16:00 arrivi a una casa dove il cliente comincia a misurare le stanze, dispone i mobili nella sua mente ed emette qualche mugolio del tipo… oooh e aahh. Stai pensando: "*Questa casa è venduta*". Mentre stanno attraversando tutte le stanze della casa per la quarta volta, stai pensando a quel viaggio alle Hawaii che potresti permetterti con la provvigione che guadagnerai da questa vendita. Ti vedi già sdraiato sulla spiaggia di sabbia bianca, vedi l' acqua cristallina ... la vita non potrebbe essere migliore! Poi il potenziale acquirente ti dice che vuole fare la proposta e tu ti ricordi in quel momento di esserti dimenticato di portare con te un form per la proposta d'acquisto. Se non hai ancora fatto questo errore, lo farai a un certo punto della tua carriera. E si spera che lo farai solo una volta.

Alcuni agenti immobiliari quando fanno vedere le case ai potenziali acquirenti non sono mentalmente pronti a chiudere un affare. Quando il tuo potenziale acquirente ti lancia dei segnali d'acquisto, è meglio essere pronto a vendere una casa. Ad esempio, alcuni degli agenti immobiliari migliori che ho conosciuto lo fanno proponendo agli acquirenti un incarico per l'acquisto della loro nuova casa. Esattamente come l'incarico di vendita per il venditore, loro fanno anche un incarico di acquisto per il compratore. Del resto, se i potenziali acquirenti si assumono l'impegno di firmare un accordo con un agente immobiliare per l'acquisto, hanno l'aspettativa di acquistare una casa molto presto, non credi?

Regola 2: Definisci le tue priorità. Sì, lo so, vuoi vendere una casa ai tuoi potenziali clienti, ma per riuscirci dovrai pensare anche a qualcos'altro. Ecco un piccolo consiglio utile quando si fanno vedere delle case a dei potenziali compratori: Dai delle priorità al tuo programma delle visite. Non far vedere a questi signori tutti gli immobili che hai in portafoglio, ma mostragli solo le case che ragionevolmente corrispondono ai loro desideri. Se sarai in grado di rispondere a tutte le domande

del compratore sulla casa, le tue possibilità di negoziare e concludere una vendita saranno maggiori e potrai davvero prenotare quel viaggio alla Hawaii.

Regola 3: Qualificare, qualificare e qualificare sempre di più. Sai già come qualificare, facendo domande! Nelle prossime pagine ti farò vedere quali domande fare ma, per ora, fissa nella tua mente l'obiettivo di qualificare i prospect. Qualificare è la chiave per far vedere delle case ai potenziali acquirenti, perché ti evita di sprecare tempo e denaro. Qualificare è la strategia per scoprire la motivazione dei potenziali acquirenti.

Ma ricorda questo: il vantaggio più importante di qualificare è che ti permette di dire addio! Sei tu a decidere con chi lavorare in base alla motivazione all'acquisto che emergerà dal tuo lavoro di qualificazione. Lavorare con gli acquirenti immotivati è come avere uno di quei sogni che si inseguono per tutta la vita, ma non si raggiungono mai! La differenza è che questa volta sei sveglio, e l'acquirente ti sta facendo vivere un incubo da inferno!

Il lavoro di qualifica non si ferma una volta che hai stabilito che il tuo cliente è motivato. È inoltre necessario qualificare anche i loro desideri e la capacità di acquisto. I desideri dei tuoi clienti sono diversi per ogni acquirente che incontri. Ascoltate attentamente i desideri dell'acquirente. Fai del tuo meglio per dare loro quello che vogliono. Se una casa con 4 camere da letto è in cima alla loro lista di priorità, ogni casa che gli farai vedere dovrà avere 4 camere da letto. So che questo sembra scontato, ma non puoi immaginare quanti agenti immobiliari cadono su questo punto!

C'è un altro punto: la cosa più importante è che è necessario comunicare agli acquirenti che l'acquisto di una casa comporta sempre dei compromessi. Non troverete mai una casa che corrisponderà esattamente ad ogni desiderio che rientra nella lista dei desideri di un acquirente. Gli acquirenti devono capire quello di cui non possono fare a meno e essere flessibili con le caratteristiche a cui possono rinunciare. Ti mostrerò un modo sicuro per superare questo problema a breve, ma è necessario rafforzare nell'acquirente il bisogno di accettare dei compromessi. L'assegno per la tua provvigione è legato a questo aspetto!

Devi anche sapere se hanno la possibilità di acquistare la casa che gli stai descrivendo. La cosa migliore è scoprire quale casa possono comprare e le opzioni di finanziamento disponibili per loro.

Regola 4: Conoscere e capire gli acquirenti. Conoscere e capire gli acquirenti offre un grande numero di vantaggi. È necessario sapere il più possibile su di loro per aiutarli. Da dove vengono? Qual è il loro mestiere? Hanno già acquistato una casa in passato? La loro esperienza è stata buona o cattiva? Conoscere gli acquirenti non ti aiuterà solo a vendergli una casa, ma ti sarà estremamente utile per continuare a fornirgli un servizio nel corso degli anni.

Conosco un agente che categorizza le occupazioni e gli hobby dei suoi clienti sul proprio database. Quando legge un articolo di particolare interesse per un suo cliente, lo fotocopia e lo invia ai suoi clienti che hanno interesse in questo campo, sempre, naturalmente, con una richiesta di segnalazioni di loro parenti e amici che potrebbero aver bisogno dei suoi servizi. A proposito, l'85% della sua clientela viene da segnalazione dei suoi stessi clienti!

Regola 5: più si comunica, più si vende. È necessario educare gli acquirenti su due questioni. **In primo luogo**, è necessario mettere al corrente gli acquirenti di tutti i dettagli della transazione proposta. Comprare una casa è uno degli acquisti più grandi in una singola vita. Gli acquirenti danno valore alle informazioni quando si trovano di fronte a questo processo. Prenditi il tempo per istruire i compratori su come funzionano le cose, qual è la sequenza delle cose da fare, e quali risultati si possono aspettare. Guidali durante il compimento del processo di acquisto.

In secondo luogo, è necessario educare gli acquirenti sui vantaggi unici di lavorare con te piuttosto che con chiunque altro. Come? Fai riferimento al tuo **Unique Selling Proposition**, cioè Proposta Unica di Vendita. Non sono solo parole. È necessario convertire la USP in azioni definibili. Chiediti: "Perché un acquirente deve scegliere di lavorare con me piuttosto che con chiunque altro?"

Regola 6: razionalizzare e sostenere la decisione di acquisto. Non dimenticare mai questo (l'ho già detto nel primo capitolo di questo ebook): le persone prendono le loro decisioni d'acquisto sulla base delle emozione, quindi razionalizzano la loro decisione di acquisto con la logica. L'agente immobiliare ha più influenza sulla logica che sulle emozioni. Puoi solo influenzare parzialmente il parere di una persona che ama una casa. Ma se decidono che a loro piace, puoi essere un grande sostenitore della loro decisione di acquisto facendo notare le molte caratteristiche positive di quella casa. Ricorda, i benefici (ciò che una cosa fa) sono collegati alla parte emotiva, le caratteristiche (ciò che una cosa è) sono collegate alla logica.

È possibile influenzare la vendita di una casa coinvolgendo i venditori nel processo d'acquisto. Oltre a influenzare la vendita per mezzo delle condizioni in cui viene mostrata la casa, gli agenti immobiliari possono fornire ai compratori esempi di prima mano dei benefici dello stile di vita di una casa. Ricordi l'ultima volta che hai intrattenuto qualcuno? O quando tutta la tua famiglia si è radunata per Natale, o quando i tuoi amici si sono innamorati della tua cucina? Condividi questi benefici con gli acquirenti.

Infine, rendi facile l'operazione di vendita per gli acquirenti. L'operazione di vendita diventa facile quando l'agente riesce a far sentire gli acquirenti importanti e speciali. La società tenta di farci diventare una merce, per renderci tutti uguali. Tutto e tutti nella vita siamo diventati standardizzati. Ma la gente vuole distinguersi, vuole essere particolare. Quando si riconosce l'unicità di una persona, la si fa sentire importante.

Regola 7: chiudi la vendita. La chiusura della vendita passa attraverso le prestazioni della casa e le sue caratteristiche, la gestione delle obiezioni, la firma dei contratti, i finanziamenti, ecc. La chiusura della vendita diventa molto più facile quando vengono osservate le prime 6 regole per mostrare e vendere gli immobili.

Ecco un suggerimento importante per lavorare con gli acquirenti: fai prendere a loro la decisione di acquisto. Un sacco di volte ci chiediamo se gli acquirenti possono permettersi una casa, o diamo per scontato che una certa casa non rientra nel loro stile di vita. Questo è sbagliato. Guidali attraverso il processo, ma fai prendere a loro le loro decisioni di acquisto (aiutandoli a portare a termine la decisione, ovviamente!)

5.2 Come creare un rapporto positivo con gli acquirenti

Ora, mettiamo che hai fatto l'annuncio con il metodo che ti ho indicato nel capitolo 4 e adesso hai un appuntamento con una coppia di potenziali clienti acquirenti che ha risposto all' annuncio pubblicitario dove hai promosso un immobile precedentemente acquisito. Hai riordinato la tua scrivania e stai aspettando il loro arrivo. Tu vuoi che loro ti aiutino ad aiutarli, ma il problema è che loro non vorranno farsi aiutare da te fino a che tu non gli piacerai. Quello di cui hai bisogno in questo momento è di stabilire un rapporto positivo con loro. Adesso ti do qualche idea per aiutarti a raggiungere questo obiettivo.

Per scoprire come creare un rapporto positivo con i tuoi clienti pensa per un attimo alle persone con

le quali, naturalmente, hai già instaurato nella tua vita un ottimo rapporto. Chi sono? Che persone sono? Perché hai un buon rapporto proprio con loro e con altre no?

Ecco cosa farai quando arriveranno i potenziali clienti acquirenti in agenzia:

a) **Prima di tutto tieni pulita la tua scrivania.** Quando le persone entrano nel tuo ufficio si guarderanno intorno e ti giudicheranno. La tua scrivania potrebbe essere in disordine, piena di carte e qualche briciola perché magari a pranzo hai mangiato un panino al volo in ufficio mentre lavoravi. Se l'acquirente vede che la tua scrivania è in disordine potrebbe pensare che così come gestisci la scrivania gestirai le sue esigenze e la sua richiesta.

b) **Tieni sempre un cassetto della tua scrivania vuoto.** Grazie a questo cassetto vuoto se sei occupato e hai tante carte da maneggiare e il potenziale acquirente arriva da te all'improvviso, puoi prendere tutto quanto e infilarlo in quel cassetto. In questo modo non perderai nessun documento importante e potrai riprendere tutto quanto quando loro saranno andati via.

c) **Se hai una famiglia, metti la loro fotografia sulla tua scrivania.** Perché le persone si fidano di chi è simile a loro, e cominciando a ottenere la loro fiducia inizierai anche a creare un rapporto positivo con loro. E' un modo per adeguarsi al loro modello del mondo e trasmettergli inconsapevolmente il messaggio: io e voi siamo uguali, anch'io ho una famiglia, sono come voi, comprendo i vostri bisogni e conosco le vostre esigenze.

d) **Fai rilassare il potenziale acquirente.** Come si fa a far rilassare qualcuno? Per prima cosa devi essere tu stesso ad essere rilassato perché, se non lo sarai, rischierai di trasmettere il tuo nervosismo ai tuoi clienti. Pensaci bene: daresti fiducia ad un venditore nervoso se tu fossi il cliente? Lo stress, le tensioni, il nervosismo, sono tutte emozioni ed ormai è risaputo che le emozioni si trasmettono, difficilmente restiamo insensibili davanti a una persona in preda ad una forte emozione. Quindi controlla il tuo livello di stress, prima di incontrare i tuoi potenziali clienti. Rilassati, respira profondamente e rilassati.

La prima impressione che i potenziali clienti si faranno di te e della tua agenzia è veramente cruciale. Come ti ho spiegato precedentemente nel momento in cui le persone ti vedono cominceranno a valutarti ed è per questo che occorre curare la propria immagine tenendo sotto controllo anche quei piccoli particolari che a prima vista potrebbero sembra ininfluenti. Prenditi un attimo prima che arrivino i tuoi potenziali clienti e dai una sistemata ai tuoi vestiti, ai tuo capelli e al tuo alito. Soffiati il naso se necessario. Fai attenzione a quando stringi la mano. Qualcuno si aspetterà che al primo incontro tu voglia stringere la loro mano, ma ad altri questo potrebbe non piacere. Così per non rischiare di creare da subito distonia con i tuoi potenziali clienti, non dare la mano per primo ma, aspetta che siano loro per primi a fare la mossa. Tieni il tuo braccio destro leggermente piegato, come se volessi dare la mano, così sarai pronto a darla se loro faranno la prima mossa. Non stringerla ne troppo forte da stritolare la loro mano ne in maniera troppo debole. Mantieni una via di mezzo. Se il tuo ufficio ha una piccola sala riunioni per fare le trattative riservate o la chiusura dei contratti usala per accogliere i tuoi potenziali clienti e fare loro l'intervista di analisi delle loro esigenze. Se sei abituato a fare l'intervista alla tua scrivania o se ti trovi meglio a fare questo lavoro alla tua scrivania, allora continua pure a farlo alla tua scrivania. Ti consiglio comunque di usare sempre lo stesso posto, sia per accogliere i tuoi clienti sia per fare l'intervista, perché se tu cambi le stanze tra l'accoglienza e l'intervista i potenziali acquirenti andranno un po' in contrasto con te perché cominceranno a sentirsi manipolati. Quando usi lo stesso luogo, invece, loro si sentiranno a loro agio, soprattutto la seconda volta che verranno, dove si spera

che sia per formulare una proposta. Individua il posto migliore per te per chiudere e usalo sempre. In alcuni casi potrebbe essere proprio la casa di cui si sono innamorati, molto dipende da quanto sono coinvolti emotivamente in questo acquisto. In ogni modo, qualunque posto sia, stai attento alle potenziali interruzioni che potrebbero distrarre i tuoi clienti e interrompere il loro stato emotivo favorevole all'acquisto che si è creato in quel momento e cerca di fare il possibile per limitarle. Considera che i due momenti, quello della visita in ufficio e quello della chiusura sono delicati e anche la più piccola interruzione può cancellare tutto il lavoro che hai fatto per arrivare a quel punto. Contro le interruzioni può essere molto utile l'utilizzo della **tecnica della dissociazione**. La *tecnica della dissociazione* consiste nell'abilità di separare sè stessi dall'ambiente immediato. Essa accade ad ognuno di noi quando ad esempio partecipa ad un incontro senza ascoltare ciò che viene detto in quanto la nostra attenzione è rivolta altrove. E' come se noi non ci fossimo affatto a quell'incontro perché in realtà siamo mentalmente dissociati. La dissociazione è un fenomeno utilissimo in psicologia, in medicina e negli affari. Nella psicoterapia per esempio lo psicologo può aiutare un paziente affranto dal divorzio dissociandolo dal proprio dolore. In medicina i pazienti possono essere dissociati dai loro corpi fisici per rimuovere percezioni di dolore. I pazienti allergici alle anestesie possono essere soggetti a parti cesarei o amputazioni attraverso un processo di dissociazione in luogo dell'anestesia. Nel campo dell'odontoiatria è di routine effettuare tali dissociazioni dal corpo per allontanare le percezioni dolorose. Tale fenomeno può essere utilmente adoperato nel settore delle vendite immobiliari.

Catturando e ri-focalizzando selettivamente le attenzioni degli eventuali clienti è possibile fare in modo che costoro non ascoltino o ignorino altre persone che parlano, frasi di critica, telefoni che squillano e che potrebbero distrarli dalla nostra intervista o presentazione. Per provocare tale dissociazione bisogna però essere onesti, ovvero far notare al cliente che un telefono sta squillando, che delle persone stanno parlando, e poi affermare che presto tali suoni svaniranno nello sfondo e quasi spariranno. I venditori di minor successo tentano di ignorare le distrazioni, laddove i venditori di successo pongono sulle distrazioni le loro attenzioni dissociando il loro cliente da esse. Le cosiddette distrazioni non sono da temere se sappiamo come usare la dissociazione.

Per esempio un'agenzia immobiliare in cui ho fatto dei corsi di formazione in passato, aveva una casa nel suo portafoglio immobili situata in una strada molto affollata da dove provenivano rumore e baccano e nessuno degli agenti immobiliari riusciva a trovare un acquirente. Gli agenti immobiliari di questa agenzia portavano i potenziali acquirenti a visitare la casa nei momenti in cui la strada era poco affollata ma nonostante questo i possibili acquirenti sembravano molto preoccupati del fastidio che il traffico avrebbe potuto arrecare nei giorni feriali. L'agente che vendette la casa prese il toro per le corna e decise di mostrarla nei giorni feriali e nei momenti in cui la strada era più affollata. In questo modo si confrontò direttamente con le paure dei potenziali acquirenti e mostrò loro come potevano dissociarsi dal leggero rumore delle strade e dopo poco addirittura non sentirlo più. Riuscì a dimostrare che la radio accesa anche a basso volume e la televisione o il brusio del fuoco nel camino coprivano il rumore delle macchine. Costui concluse la vendita alla svelta grazie alla *tecnica della dissociazione*.

Quando fai l'intervista per estrarre le esigenze del compratore ti devi concentrare solo sui bisogni delle persone che hai davanti a te. Con questo intendo dire che devi fare attenzione sia ai loro bisogni emotivi (quale casa gli piacerà?) che finanziari (quale casa potranno permettersi?). La prima cosa che devi dire al tuo potenziale cliente acquirente, la prima volta che entra nel tuo ufficio, è: *"Perché non andiamo nell'altra stanza, così da poter conoscere i vostri bisogni e potervi aiutare a trovare la casa giusta per voi, oggi?"*. Ora sei pronto per estrarre i bisogni di queste persone. Perché pensi che ti sto suggerendo di fare l'intervista per estrarre le esigenze di queste persone subito, al primo incontro? Ti rispondo con un'altra domana: Hai mai mostrato a un potenziale acquirente diverse proprietà perdendo un sacco di tempo, un sacco di benzina, un sacco di sforzi e

poi alla fine non ottenere nulla?

5.3 Le domande per qualificare l'acquirente

Qualche giorno fa ho chiamato un agente immobiliare che conosco, gli ho chiesto come era secondo lui il mercato in questo periodo, e lui mi ha risposto così: *"Questo mese ho venduto 4 case, anche se il mercato immobiliare in questo momento ha subito un rallentamento. Ci sono ancora persone che comprano, solo che ci pensano un po' di più, prima di prendere una decisione"*. Incuriosito dall'eccezionale risultato ottenuto in un periodo in cui altri agenti non vendono neanche un appartamento, gli ho chiesto come fa, e lui mi ha risposto: *"Do ai compratori quello che loro vogliono"*. Già ma, come si fa a sapere quello che vogliono i compratori? Semplice, bisogna saper individuare le loro esigenze emotive e finanziarie.

Estrarre i bisogni e le esigenze dei potenziali clienti acquirenti è uno degli aspetti più critici nella carriera di un agente immobiliare professionale. Gli strumenti che abbiamo a disposizione per raggiungere questo importante obiettivo sono le domande. Ora, non so bene per quale ragione, spesso gli agenti immobiliari hanno qualche difficoltà a fare domande. Forse qualcuno ha detto loro che fare domande è sbagliato. Molti agenti immobiliari si sentono in imbarazzo a fare domande, hanno l'impressione di fare l'interrogatorio ai loro clienti o una sorta di terzo grado e hanno imparato a ridurre questo stress saltando la fase di intervista nella trattativa di vendita immobiliare. Ora, sono d'accordo che qualche cliente potrebbe infastidirsi nel ricevere delle domande, ma la mia domanda è: Perché? Spesso questo accade perché l'agente immobiliare che chiede informazioni non ne da altrettante in cambio ai potenziali compratori. Quando si fanno domande lo scambio di informazioni è importante. L'ho imparato grazie alla mia attività di affiancamenti sul campo con gli agenti immobiliari che mi ha permesso di ascoltarne tanti continuare a chiedere informazioni senza darne nessuna in cambio ai compratori. Avevo l'impressione di assistere a un interrogatorio quando sentivo l'agente immobiliare in questione condurre l'intervista in questo modo: *"Allora, che tipologia di immobile volete? Quante camere? Qual è il vostro budget? Avete dei bambini? Dove lavorate?*" e altre domande simili. Alcuni agenti immobiliari mediocri li ho sentiti anche chiedere informazioni molto riservate prima di essersi guadagnati con la fiducia il diritto di farlo. Poi bisogna anche considerare che quando qualcuno riceve una domanda, di solito si chiede: *"Come mai questo tizio mi sta rivolgendo questa domanda?"*, *"Dove vuole andare a parare?"*. Dunque questo è il motivo per il quale è utile inserire, tra la fase di approccio con il cliente e la fase di intervista, la cosiddetta **cornice di accordo**. La cornice di accordo è un modo per chiedere ai tuoi clienti il permesso di fargli delle domande fornendogli una motivazione per loro vantaggiosa. Quindi, prima di iniziare a fare domande, chiedi ai potenziali acquirenti il permesso di farle in questo modo: *"Posso, con l'obiettivo di servirvi al meglio, farvi alcune domande per compilare il mio form di Analisi delle Esigenze dell'Acquirente?"*. Questo form non è altro che una serie di domande molto utili scritte su un foglio. La cosa importante è che mentre farai ai clienti queste domande dovrai scrivere le loro risposte. Se sono riluttanti e dicono qualcosa tipo: *"Noi vorremo solo andare a vedere la casa per cui abbiamo chiamato"*. Tu potresti dire: *"Capisco, ma io so per esperienza che 8 persone su 10 che chiamano per un annuncio poi comprano un'altra casa quindi sarebbe un peccato se mentre andiamo a vedere questa casa non ci fermassimo anche a vederne altre che magari potrebbero piacervi di più"*. Le domande che devi avere su questo form possono riguardare le questioni finanziarie, la tempistica, lo stile della casa, la struttura interna, la zona, l'esposizione, ecc.

Ci sono 2 tipi di acquirenti nel settore immobiliare. **Il primo tipo** di acquirenti sono quelli che

sanno esattamente quello che vogliono, quando vogliono acquistare, la zona specifica in cui vogliono acquistare, la fascia di prezzo, le caratteristiche della casa, ecc. **Il secondo tipo** di acquirenti sono quelli che non hanno assolutamente idea di quello che vogliono. Questo tipo di acquirenti non hanno pensato alle caratteristiche della casa che stanno cercando, alla zona in cui vorrebbero vivere e neanche alla fascia di prezzo. Non lavorare con questo secondo tipo di acquirenti, perché non sono molto motivati ad acquistare. Sono solo una perdita di tempo. Il tuo compito è quello di qualificare il potenziale acquirente per identificare quello che è sinceramente motivato a comprare. Ecco cosa dovresti cercare quando qualifichi il compratore:

- Hanno un sincero desiderio di acquistare una casa?
- Hanno bisogno di acquistare una casa presto (prima è, meglio è)?
- Sanno quale casa possono permettersi?
- Sono disposti a impegnarsi a cercare casa con te?

Dubito che troverai ognuna di queste caratteristiche, nella maggior parte degli acquirenti che incontrerai. Ma più ne hanno, più possibilità avrai di vendere una casa. La chiave per qualificare l'acquirente è quella di porre delle domande. Questa sezione è dedicata alle domande più importanti ed efficienti che vanno fatte ai potenziali acquirenti. Eccole:

Domanda 1: "*Buongiorno, mi chiamo Salvatore Coddetta della XYZ Immobiliare. Come posso esserle utile?*"

Presentati formalmente alle altre persone quando chiamano o entrano nella tua agenzia e stringi la loro mano. Noterai che quasi tutti ricambiano, presentandosi a loro volta e stringendo la tua mano. Poi chiedi se è possibile fare alcune domande per capire meglio quali case mostrare loro. Prova a qualificare gli acquirenti nel tuo ufficio o presso la loro casa. E' meglio se ci si può sedere attorno a un tavolo a parlare.

Domanda 2: "*Da quanto tempo siete alla ricerca di una casa?*"

La risposta a questa domanda ti dirà la loro motivazione ad acquistare in poco tempo un immobile. Se dicono di cercare casa da molto tempo, possono non essere molto motivati a comprare, probabilmente sono dei perditempo e forse è meglio che tu investa il tuo tempo in un modo migliore. Se invece hanno iniziato la ricerca da poco tempo, potrebbe essere acquirenti motivati. La risposta che daranno a questa domanda ti farà risparmiare un sacco di tempo. E' stato verificato che se l'acquirente è sinceramente motivato, trova una casa che gli piace e ha i soldi per comprarla, la comprerebbe in sette giorni. Qui c'è uno dei più grandi problemi per tutti gli agenti immobiliari. Infatti se gli acquirenti sono sinceramente motivati a comprare e tu non sei in gado di conquistarli li perderai perché andranno a comprarla in sette giorni da un altro agente immobiliare che riesca a conquistarli. E' per questo che, soprattutto nel mercato immobiliare di oggi, è importante saperli conquistare, per non perderli, perché se li perdi dovrai ricominciare a cercare nuovi compratori e i tempi di vendita si allungheranno ancora di più. Poi, passa alle domande successive.

Domanda 2A: *"Di quante camere avreste bisogno?"*

Non chiedete mai ai compratori quante camere vorrebbero avere, ma piuttosto di quante ne hanno bisogno, perché i potenziali compratori potrebbero anche volerne 20. Se loro ti rispondono che gli *piacerebbe* avere 2 camere significa che hanno bisogno in realtà di 3 camere. Se invece dicono che hanno bisogno di 3 camere significa che attualmente ne hanno 2 e che quindi hanno bisogno di più spazio. Per scoprire se effettivamente avrebbero bisogno di un'altra camera puoi chiedere:

Agente immobiliare: *"Quindi se ho capito bene avete bisogno di tre camere, giusto?"*

Compratore: *"Beh, quattro sarebbero meglio perché, essendo un libero professionista, avrei bisogno comunque di una stanza in più per il mio ufficio"*.

Agente immobiliare: *"Ufficio?"*

Un modo molto efficace per estrarre nuove informazioni consiste nel prendere l'ultima parola o frase pronunciata dal compratore e ripeterla in forma di domanda.

Domanda 3: *"Quanti siete in famiglia?"*

Avete mai chiesto ai compratori quanti bambini hanno? Questa domanda può essere molto rischiosa. Forse hanno perso un figlio in una disgrazia, forse non ne hanno mai avuti, forse ne vorrebbero uno. Comunque in ogni caso questa domanda è molto pericolosa. Per questo suggerisco agli agenti immobiliari che vengono ai miei corsi di porre la domanda *"Quanti siete in famiglia?"*. Se fai la domanda in questo modo gli acquirenti potrebbero rispondere che sono in tre, e a quel punto potresti dire: *"Allora avete un bambino/a"*. Al che potrebbero risponderti affermativamente oppure potrebbero dirti: *"No guardi, abbiamo mia madre che vive con noi"*. Comunque porgendo la domanda in questa maniera otterrai l'informazione che ti eri proposto di ottenere, ma non farai mai gaffes.

Domanda 3A: "*Dove vivete in questo momento (città, quartiere, ecc.)?*"

A prescindere dalla risposta che otterrai, assicurati di ottenere il loro indirizzo e il loro numero di telefono. Se loro dicono di vivere altrove, fai anche altre due domande:

Domanda 3B: "*Dove vivete attualmente?*"

Se ti rispondono dicendo che stanno in affitto, ottieni un'informazione importante perchè (magari) potrebbero anche essersi stancati di pagare l'affitto ed essere quindi pronti per acquistare una casa, il che significa che sono sinceramente motivati. Se ti danno una risposta generica, indicandoti soltanto il nome della zona dove vivono, chiedi il loro indirizzo.

Domanda 3C: "*Da quanto tempo vivete lì?*"

Stai cercando di capire se vivono in affitto o in una casa di proprietà e quanto hanno speso per la loro attuale casa, ammesso che ne possiedono a casa. Questo ti permetterà di cominciare a capire il loro budget per l'acquisto della nuova casa. Se stanno lì da tanto tempo e ne sono proprietari, può essere una buona notizia per te. Intendo dire che se stanno lì da poco tempo, ad esempio da solo sei mesi, e l'hanno comprata, potrebbero essere persone che si sono pentite dell'acquisto che hanno fatto. Avendola comprata da poco tempo però potrebbero non avere la capacità finanziaria di fare un nuovo acquisto. E' anche vero che potrebbero affittare la casa dove abitano in questo momento per pagare il mutuo della nuova casa. Oppure se l'hanno comprata da poco tempo e già vogliono rivenderla potrebbero essere persone che non riescono più a sostenere la rata del mutuo il che potrebbe darti informazioni importanti sulla loro situazione finanziaria, cioè su quale casa possono permettersi ora.

Domanda 3D: *"Volete affittare o comprare?"* Dovresti chiederlo solo se non è venuto fuori precedentemente.

Domanda 3E: (solo se proprietari dell'abitazione) *"Com'è il mercato nella vostra zona?"* Questa domanda può farti capire se hanno già venduto il loro appartamento e hanno il capitale da investire in una nuova casa. Se invece non hanno venduto e ti dicono che non sanno com'è il mercato nella loro zona questa cosa potrebbe farti capire che forse non hanno ancora considerato seriamente la possibilità di spostarsi. Sarai certamente d'accordo con me che chi vuole realmente vendere conosce il mercato della sua zona molto meglio di te. E magari potrebbero darti anche qualche notizia. Ad esempio potrebbero dirti: *"Sì, sappiamo che la signora di fronte sta vendendo a 300 mila euro"*. A quel punto potresti chiedere: *"Quale, la signora che abita al civico 32"*, e loro: *"Sì, quella al secondo piano"*. E pian piano arrivi a scoprire chi vende, e arrivi alla notizia. Oppure, se non hanno ancora venduto, potresti proporgli di prendere tu l'incarico per vendere la loro casa. Tuttavia se la loro casa è sul mercato da tanto tempo e non hanno ancora venduto è forse perché è sovrapprezzo. Ti consiglio comunque di considerare tutte le possibilità.

Domanda 4: "*Dove lavorate?*"

Con questa domanda vuoi scoprire se hanno un lavoro, se sono in pensione o se hanno una situazione particolare che influenzerà la loro capacità finanziaria. È inoltre consigliabile fare anche le domande successive:

Domanda 4A: "*Che lavorato fate?*"

Domanda 4B: "*Da quanto tempo lavorate lì?*"

Qui stai cercando di stabilire i loro guadagni e se lavorano da più anni con la stessa azienda. Le risposte a queste domande sono molto importanti. Se qualcuno lavora in un settore o in una azienda dove guadagna poco o se è appena stato assunto in un posto di lavoro, bisogna scoprirlo al più presto. Inoltre se il potenziale acquirente negli ultimi anni ha cambiato molte volte lavoro oppure se il suo datore di lavoro ha messo delle persone in cassa integrazione potrebbe non ricevere il mutuo dalla banca. Ricorda questo: se non possono ottenere un prestito, non possono comprare una casa!

Questa potrebbe essere una *domanda di rilancio* (vedi sopra) che ti permette di avere più informazioni sulla loro possibilità di ottenere un prestito. Normalmente chi prende dei prestiti deve dimostrare almeno due anni di disponibilità economica. Se sono lavoratori in proprio devono dimostrare un certo reddito.

Domanda 5: "*Avete avuto già la possibilità di guardare delle zone in cui vi piacerebbe vivere?*"

Ecco un'altra occasione per testare la loro motivazione all'acquisto. Se hanno già in mente una zona e la conoscono piuttosto bene, potrebbero aver dedicato già un po' di tempo alla ricerca, anche se ti hanno risposto diversamente alla domanda 2. Se invece non hanno idea nè della zona, nè della casa in cui vorrebbero andare a vivere, si dovrebbero fare domande per indagare le caratteristiche della casa o delle zone della città che a loro piacciono:

Domanda 5A: "*Avete già visto delle case che vi piacciono?*"

Se sono già coinvolti in un nuovo acquisto stai perdendo il tuo tempo con loro. Forse hanno già fatto una proposta e si stanno solo guardando in giro. La cosa da chiedere in questo caso è cosa li ha fatti innamorare di quella casa. E' fondamentale ottenere questa informazione in quanto quella casa potrebbe anche costare troppo. A questo punto diventa importante chiedere che cosa potrebbe fargli cambiare idea nell'acquisto di quella casa. Se loro vi rispondono: *"il prezzo"*, potreste avere delle probabilità proponendo delle soluzioni ad un prezzo più congruo alle loro possibilità.

Domanda 5B: "*È la prima volta che visitate la nostra zona?"*

Potresti anche saperlo e in questo caso non lo chiedere. Il vero obiettivo di questo questionario è di farti ottenere delle informazioni per scoprire quello che veramente stanno cercando i potenziali clienti. Se loro vivono già in quella zona potrebbero avere una casa da vendere prima di comprarne una nuova. Quindi potrebbero essere dei clienti buoni anche per l'acquisizione oltre che per la vendita. A questo punto dovresti usare la **tecnica del rilancio**, la quale consiste nel chiedere nella successiva domanda qualcosa in proposito dell'ultima risposta che ti hanno dato i tuoi potenziali clienti acquirenti. Se non vivono in quella zona e vogliono venire ad abitarci la risposta che daranno a questa domanda può darti un primo indicatore del fatto che siano dei perditempo o delle persone sinceramente motivate a venire a vivere in quel quartiere. Infatti secondo te, dimmi, se sono sinceramente motivati a venire a vivere in questa zona, l'avranno già visitata? Ovviamente sì. Se ancora non l'hanno visitata non stanno dimostrando un sincero interesse e una grande motivazione all'acquisto.

Domanda 6: "*In quanto tempo avete bisogno di trasferirvi nella vostra nuova casa?*"

Stai chiedendo qual è la loro motivazione per l'acquisto. Se dicono 60 giorni o meno, hai davanti a te un cliente "caldo" e hai bisogno di muoverti rapidamente. Se hanno dei bambini in età scolare possono programmare di aspettare la fine dell'anno scolastico e poi essere pronti per cambiare casa.

Ti consiglio di procedere con la domanda successiva:

Domanda 6A: "*A che ora, oggi, possiamo andare a vedere delle case ?*"

Quando risponderanno a questa domanda saprai con quale passo procedere oggi. Se hanno molto tempo a disposizione te la puoi prendere con calma. Se, invece, hanno poco tempo forse è già arrivato il momento di muoversi. Se i compratori lavorano durante la settimana e hanno solo il fine settimana disponibile per vedere case può essere necessario per te passare il fine settimana con loro. È possibile che i potenziali compratori abbiano bisogno di vedere almeno una ventina di case prima di prendere una decisione. Se è questo il tuo caso programma sempre di fargli vedere due/tre case alla volta. Dopo che hanno visto questi appartamenti chiedigli cosa gli piace o non gli piace delle case che hanno visto e poi, nei giorni successivi, portali a vedere gli altri immobili. Prima di entrare in una nuova casa chiedi ai potenziali acquirenti di pulire la loro mente. Chiedigli di dimenticare le case che hanno visto precedentemente e di concentrarsi solo su quella che stanno vedendo attualmente. Quindi imposta un orario specifico per andare a vedere qualche immobile, preferibilmente subito. Se sono motivati, vorranno guardare delle case il più presto possibile. Non è vero?

Domanda 6B: "*Se troviamo la casa dei vostri sogni oggi stesso, siete nelle condizioni di poter fare una proposta?*"

La risposta a questa domanda rivela tutta la loro motivazione. È un modo delicato e meno diretto per chiedere: *"se troviamo la casa oggi, la comprate o no?"* Posta in questo modo sicuramente questa domanda creerebbe delle barriere mentali. Questa domanda ti permette di distinguere se i compratori sono sinceramente motivati oppure dei perditempo. D'altro canto potrebbero esserci anche terze o quarte parti coinvolte nel processo decisionale che impediscono a queste persone di prendere una decisione oggi stesso. Ad esempio potrebbe esserci l'avvocato che deve sempre controllare e approvare ogni cosa che loro firmano, oppure un parente che gli fornisce l'investimento iniziale, quindi potrebbero avere degli impedimenti oggettivi nel prendere una

decisione immediata. Tuttavia questa domanda ti aiuterà proprio a comprendere se ci sono impedimenti reali oppure no. Inoltre questa domanda fa prendere un impegno al compratore che a sua volta innesca il *principio di coerenza*. Il *principio di coerenza* è quel principio della persuasione umana in base al quale se io riesco a farti prendere un impegno (assumere una posizione, dire pubblicamente qualcosa), avrò preparato il terreno per una tua condotta, automatica e irriflessiva, coerente con quell'impegno iniziale. Una volta preso un impegno, c'è una tendenza naturale ad attenersi caparbiamente all'impegno. In sostanza se risponderanno di sì a questa domanda sarà più difficile per loro dirti di no qualora realmente riuscirai a trovare oggi stesso la casa giusta per loro. Se esitano con la risposta, puoi cortesemente suggerirgli di rivolgersi a qualcun altro.

Domanda 7: "*Avete bisogno di vendere la vostra casa attuale prima di acquistarne un' altra?*"

Questa è una domanda molto importante. Il modo in cui risponderanno a questa domanda ti darà un'indicazione sulle loro capacità finanziarie. Se risponderanno che l'unico mezzo che hanno per comprare la nuova casa è vendere quella vecchia avranno delle capacità finanziarie diverse da coloro che invece ti risponderanno che possono comprare la nuova casa anche senza vendere la vecchia e in base a questa informazione sarai già in grado di fare una selezione tra gli immobili da proporre. Non cercare di vendere una casa a qualcuno che non può fare subito un'offerta. Prima rivolgi le seguenti domande:

Domanda 7A: "*Quanto pensavate di lasciare come caparra per la vostra nuova casa?*"

Il pagamento può venire dal ricavato della vendita della loro casa attuale o da risparmi, o da entrambi. Tuttavia, è necessario conoscere la fonte di tali fondi. Si consiglia di chiedere quanto dell'acconto viene da loro risparmi.

Domanda 7B: "*Quanto vi aspettate di realizzare dalla vendita della vostra casa?*"

Metti insieme la risposta che ottieni dalla domanda 7B con quella che ottieni dalla domanda 7A e avrai la quantità di risparmi che metteranno nell'acquisto della nuova casa, se già non te lo hanno detto. Qualunque cosa ti dicano preparati a scontarla almeno di un 25% perché molti venditori hanno un idea di realizzo più alta di quello che in realtà vale la loro casa per una serie di ragioni tra le quali il fatto che è la loro casa, che vi hanno fatto dei lavori dentro, ecc. Ti suggerisco con questi compratori di non provare a trovargli qualcosa dello stesso prezzo della loro attuale casa e nemmeno di un prezzo più alto. Se tu cerchi di costringerli a fare questo rischi di perderli. Se invece devono fare un mutuo per comprare la nuova casa, passa alla domanda successiva.

Domanda 8: "*Avete già parlato con la vostra banca o con un mediatore creditizio per il mutuo?*"

Questa è un'altra domanda che ti farà scoprire la loro "motivazione", anche se può indicarti che sono alla ricerca da un po' di tempo. Presta attenzione alla risposta. Se ti rispondono "sì", fai loro le seguenti domande:

Domanda 8A: "*Avete parlato con un finanziatore di una casa in particolare?*"

In tal caso, chiedi perché non hanno acquistato la casa.

Domanda 8B: "*Vi siete già fatti fare una Analisi di Fattibilità del mutuo?*"

Se hanno già fatto un'Analisi di Fattibilità con un mediatore creditizio, verifica la quantità di denaro per la quale hanno ottenuto questa fattibilità e se è ancora attuale.

Domanda 8C: "*Avete ottenuto una pre-delibera del mutuo?*"

Quando i tuoi clienti ottengono una pre-delibera l'operazione è più veloce perché si sa, 1) che i compratori sono seriamente interessati all'acquisto, 2) quanti soldi sono in grado di spendere, e 3) che sono pronti a comprare ora. Il modo migliore per motivare gli acquirenti a passare attraverso il processo che consente di ottenere una pre-delibera è dirgli: "*Signori acquirenti, i venditori sanno che hanno a che fare con un compratore vero e non con un perditempo quando il compratore ottiene una pre-delibera. Con la pre-delibera non solo dimostrare che siete seri, ma siete visti come un acquirente cash agli occhi del venditore. Questo vi dà una posizione negoziale più forte e in ultima analisi, vi fa risparmiare un sacco di tempo e denaro. Ecco i nomi dei nostri partner che possono aiutarvi in questo processo. Chiamiamoli in questo momento e avviamo la pratica, siete d'accordo…vero?"*

Domanda 8D: *"Sa, molte persone al giorno d'oggi si concentrano solo su l'investimento mensile, quale sarebbe un rata mensile del mutuo per voi sostenibile?"*

Probabilmente ti diranno una cifra che sarà vicina o leggermente più alta di quella che possono permettersi.

Domanda 9: *"Quale parte dei vostri risparmi pensavate di utilizzare per l'acquisto della nuova casa?"*

Questa domanda è molto meglio che chiedere direttamente ai vostri potenziali clienti: *"Quanti soldi avete?"*. Eppure vi darà la stessa informazione. Ma un conto è dire a una persona: *"Quanti soldi hai?"* e un altro e chiedergli: *"Quale parte dei tuoi risparmi…"*. Quando gli acquirenti ti diranno il loro budget, tu ovviamente vorresti che investissero tutto questo ammontare nell'acquisto della nuova casa. Se loro hanno un budget limitato te lo diranno in un modo che gli consenta di salvarsi la faccia. Dai sempre agli acquirenti la possibilità di salvare la faccia perché il segreto nella vendita è fare in modo che i clienti si sentano a proprio agio nei tuoi confronti. Nel libro *"L'arte della guerra"* Sun Tzu scrive che il nemico deve sempre avere una via di scampo, questa regola è valida sia nell'arte della guerra che nell'arte della vendita.

Domanda 9A: "*Avete una fascia di prezzo in mente per la vostra nuova casa?*"

Ancora una volta, stai verificando le loro aspettative. Devi assicurarti che le informazioni che hai raccolto sulla loro disponibilità economica siano allineate alle loro aspettative. Spesso, gli acquirenti pensano in termini di pagamento mensile, concentrandosi sulla rata del mutuo che dovranno pagare. Questa domanda è molto importante. In alcuni casi gli acquirenti non sanno cosa rispondere sulla fascia di prezzo che avevano preso in considerazione perchè qualche altro agente immobiliare potrebbe avergli mostrato qualsiasi casa dai 50 mila ai 300 mila euro. Se non hanno un'idea di fascia di prezzo in mente, chiedi quanto segue:

Domanda 10: "*Quali sono le caratteristiche della vostra casa attuale che amate particolarmente?*"

Dai ai compratori un block notes e chiedi di elencare tutte le cose che davvero amano della loro casa attuale. Oppure, se stanno acquistando per la prima volta nella loro vita una casa, chiedi quali caratteristiche dovrebbero esserci nella casa che stanno cercando. Questa domanda e la seguente, sono critiche. Perché? Non solo ti darà una lista che ti aiuterà nella ricerca, ma ti permetterà anche di classificare l'importanza di queste caratteristiche in modo da poterle eliminare! Proprio così, non si può mai trovare una casa corrispondente con tutte le caratteristiche che gli acquirenti desiderano,

quindi è necessario sapere quali caratteristiche sono più importanti per loro.

Di solito a questa domanda risponde la moglie. Se entrambi mostrano esitazione puoi dire: *"Vorrei essere sicuro che voi possiate ritrovare le cose che più vi piacciono nella vostra nuova casa"*. Per alcune persone ci sono degli aspetti che adorano a proposito della loro casa e se questi aspetti li ritrovano in un'altra casa può diventare uno dei maggiori punti di forza per chiudere una trattativa e ottenere la proposta. Se ad esempio il caminetto della vecchia casa era al centro della stanza e lo ritrovano nello stesso punto anche nella nuova può essere un vantaggio per voi.

Domanda 10A: "*Vi prego di elencare per me le caratteristiche della vostra attuale casa che davvero odiate*"**.**

Su un altro foglio, elenca tutti i problemi che gli acquirenti hanno con la loro attuale casa. Ciò contribuirà alla tua ricerca della casa giusta per i compratori. Se odiano le piscine, non li porterai a vedere case con piscina.

Se nessuno di loro ti da dei commenti negativi tu devi comunque chiederli perché per te è importante saperlo tanto quanto è importante sapere ciò che amano di quella casa. E la domanda che potresti fare per saperlo è: *"Non per essere negativo ma se poteste cambiare qualcosa della vostra casa, cosa cambiereste?"* Non riuscirò mai a ripetere a sufficienza l'importanza di scrivere tutte queste cose. Se ti dimentichi anche una sola cosa può accadere che magari la ritrovano proprio nella prima casa che gli fai vedere. Magari ti hanno detto che la loro attuale casa ha una cattiva esposizione e tu gli mostri proprio una casa con una cattiva esposizione. Cominceranno a dubitare della tua competenza e della tua professionalità. Non fare in modo che questo accada.

Domanda 10B: "*Fatemi un favore, accanto a ogni caratteristica che amate davvero, la prego di classificare un livello di importanza per voi da 1 a 10 (dove 1 è più importante e 10 meno importante)?*"**.**

Questa classificazione ti permetterà di estrarre le caratteristiche più importanti per i compratori. Se in futuro, quando li porterai a vedere delle case, ti faranno un'obiezione su una caratteristica che è in fondo alla lista, tira fuori la tua lista e mostragli dove si colloca quella caratteristica in classifica.

Domanda 10C: **"***Avete qualche caratteristica speciale che state cercando in questa nuova casa? Avete un aspetto particolare che desiderereste trovare nella vostra nuova casa?"*

Tutto quello che dicono in questa risposta è importante. Per dimostrartelo lascia che ti racconti di un episodio di cui sono stato testimone. Un agente immobiliare con il quale ho lavorato come formatore aveva dei clienti che avevano espresso un forte desiderio di andare a vivere in una casa dalla quale si vedesse il mare. Lui prese nota, ma non disse loro che la casa che sarebbero andati a vedere aveva un ampio terrazzo con una meravigliosa vista sul mare. Comunque quando videro la casa che lui aveva scelto per loro, i loro volti si illuminarono. E' incredibile come qualcosa di così piccolo può aiutarti a vincere difficoltà più grandi.

Quello che un agente immobiliare professionale deve riuscire a capire è se i suoi potenziali clienti acquirenti hanno necessità particolari soprattutto dal punto di vista della salute. Se ad esempio sono allergici agli aranci non devi ovviamente portarli a visitare nessuna casa vicino a un campo d'aranci. Se vogliono il pian terreno o hanno bisogno dell'aria condizionata devi mostrare loro immobili al pian terreno o con l'impianto di aria condizionata.

Questo questionario ti consentirà di offrire un servizio migliore ai tuoi clienti acquirenti portando alla luce le loro esigenze emotive e finanziarie. Se proprio non c'è modo di fare queste domande preparati per fargliele in macchina mentre vai a visitare gli immobili. Ovviamente non potrai scrivere le risposte mentre sei in macchina. Quello che dovresti fare è avere sempre a portata di mano questo questionario e darglielo mentre camminate. A volte funziona talmente bene che i clienti lo compilano da soli.

Ora, dovresti avere una buona sensazione circa la motivazione e la capacità dell' acquirente di comprare. Tutti i tuoi sforzi a questo punto dovrebbe essere impiegati per trovare una casa con le caratteristiche che l'acquirente desidera. E' giunto il momento di vendergli una casa.

5.3 I 5 passi per la corretta gestione dell'appuntamento in vendita

L'arte di mostrare un immobile ha bisogno di una strategia esattamente come per estrarre le esigenze dei clienti acquirenti hai avuto bisogno di fare un' intervista e così come la fase di chiusura richiede l'utilizzo di tecniche specifiche. Non è qualcosa che si fa senza la giusta preparazione e una certa dose di tecnica.
L'unico e centrale obiettivo nella gestione dell'appuntamento in vendita è quello di rendere il processo d'acquisto comprensibile e facile per gli acquirenti. Più domande avrai fatto durante l'intervista di qualificazione, più facile sarà il processo di vendita sia per te che per gli acquirenti. Se è così, sei sulla buona strada per vendere una casa.
C'è una verità nell'arte di mostrare gli immobili. Molte persone non sanno che cosa vogliono ma, sanno molto bene cosa non vogliono quando lo vedono. Molto spesso un acquirente ha bisogno di vedere una o due case che non gli piacciono e soltanto allora è in grado di darti il feedback di cui hai bisogno per capire il tipo di casa che sta cercando. In altre parole prendi una o due case che possono avvicinarsi a quella che tu pensi che risponda meglio alle loro esigenze e fagliele vedere. Questa cosa, se la farai, ti permetterà di farti anche un'idea migliore di quello che loro intendono per "casa ideale".

Seguendo questi semplici 5 passi aumenterai le tue probabilità enormemente.

Passo 1: Sii preparato

La preparazione è la chiave del successo in questa professione. Qui ci sono 6 consigli per prepararsi a vendere una casa:

Suggerimento 1: Devi sapere quello che vogliono gli acquirenti. Durante il tuo ultimo incontro dovreste esserti fatto una buona idea delle caratteristiche dell'immobile e dei vantaggi preferiti dai tuoi acquirenti. Tieni la lista delle caratteristiche e dei benefici, disponibile in ogni momento per farvi riferimento. Non dimenticare di portare il potenziale acquirente a vedere delle case che ragionevolmente incontrano i loro desideri.

Suggerimento 2: Sii entusiasta di mostrare case. L'entusiasmo è contagioso. Comprare una casa è spesso un momento emozionante per i compratori, nonostante le loro ansie. L'entusiasmo è dimostrato dal movimento fisico e dalla tua voce. Prendi consapevolmente coscienza di voler vendere una casa agli acquirenti e comunica questo tuo atteggiamento con il tuo entusiasmo.

Suggerimento 3: Chiedi agli acquirenti di prendere appunti. Oggi porterai gli acquirenti a vedere un certo numero di case. E' facile dimenticare o confondere le caratteristiche di case diverse. Pertanto, esci con un paio di blocchi notes. Traccia una linea verticale lungo il centro delle prime 5 pagine o giù di lì. Sul lato destro, scrivi in alto: "*Vantaggi*". Sul lato sinistro, scrivi in alto:

"*Svantaggi*". Chiedi ai potenziali acquirenti di elencare le cose che gli piacciono di più o di meno per ogni casa che vedono. Inoltre, chiedigli loro di scrivere il loro parere di ogni casa che vedranno.

Suggerimento 4: Fai vedere 3 o 4 case alla volta. Due cose succedono agli acquirenti quando guardano una casa: 1) diventano molto stanchi dopo aver guardato circa 4 case, e 2) confondono le caratteristiche e i vantaggi delle case che hanno visto nella stessa giornata. Mostra non più di 4 case, poi cerca di venderne una di queste quattro. Se non riesci a venderne una di queste 4, mostrane altre 4 (in un altro giorno) e cerca di vendere. Continua il processo fino a quando riesci a vendere una casa. Cerca di non far vedere più di tre case alla volta. Se ne mostri più di quattro si confonderanno e probabilmente li perderai. Ricordati che tu sei un agente immobiliare professionale non una guida turistica. Una volta un agente immobiliare mi ha raccontato di aver venduto una casa dopo averne fatte vedere ai suoi acquirenti ben 114! Mi chiedo se questi clienti sono stati qualificati correttamente.

Suggerimento 5: Tieni in ordine le tue cose. So che questo suona semplicistico, ma molti agenti cadono proprio qui. Assicurati che la macchina sia pulita e piena di benzina. Inoltre, assicurati di avere denaro contante in caso vogliate fermarvi da qualche parte a prendere un caffè e discutere della casa che avete visto (se non potete farlo dentro la casa stessa). Assicurati che la batteria del tuo telefonino sia completamente carica, o procurati una seconda batteria. Su questo punto ho già detto abbastanza!

Suggerimento 6: Porta una proposta d'acquisto! Non sempre la proposta d'acquisto verrà fatta nel tuo ufficio. Il momento più potente per sottoscrivere una proposta d'acquisto è dentro la casa stessa.

Passo 2: Cosa fare durante il tragitto dall'agenzia alla casa che vuoi mostrare al compratore

L'obiettivo qui è sfruttare il tempo che passerai in macchina con i potenziali acquirenti. È un tempo che dovrai trascorrere in ogni caso, pensa quindi a quello che puoi fare per vendere una casa. Qui ci sono 5 consigli che renderanno il tuo viaggio molto più efficiente e di successo.

Suggerimento 1: Andate tutti in una sola macchina. Il tuo obiettivo mentre guidi è continuare a qualificare gli acquirenti per mantenere il controllo. Se andate con due macchine diverse non potrai continuare a qualificare l'acquirente. Se stai accompagnando un gruppo di acquirenti, assicurati che i decisori siano saliti in macchina con te. Può essere davvero molto utile, ai fini del successo nella trattativa, che andiate insieme, nella tua o nella loro macchina, a visionare gli immobili. Ora ti spiegherò perché a mio avviso i potenziali clienti acquirenti devono venire con te fino all'immobile che hai intenzione di mostrargli. Una delle ragioni è che molte persone non discutono animatamente davanti a te. Una volta mi successe, mentre ero in affiancamento con un funzionario di un'agenzia immobiliare di Pescara, che i potenziali clienti acquirenti non vollero venire con noi in macchina e così li lasciammo andare con la loro e gli dicemmo di seguirci. Quando lasciammo la prima casa che gli avevamo mostrato era tutto ok e sembravano decisi per formulare una proposta, ma quando ci siamo ricongiunti in agenzia questa situazione era cambiata. Era cambiata perché nel frattempo avevano avuto delle discussioni e noi ci abbiamo rimesso e non potendo fare più nulla li abbiamo persi. E' proprio per prevenire questa cosa che ti suggerisco di portare sempre con te i clienti acquirenti negli appuntamenti in vendita. Capisci che in un momento di mercato come quello attuale non puoi permetterti che i compratori ci ripensino. Già eè più difficile ottenere una proposta, se in più gli dai la possibilità di poterci ripensare devi ricominciare da capo, cercando un altro compratore e in questo modo i tempi di vendita si allungheranno ancora di più. Qualcuno potrebbe chiedersi a questo punto: *"Ok Salvatore, ma come posso fare per convincerli ad andare insieme con la mia macchina?"*. Te lo dico subito. Per prima cosa cerca sempre di lasciare la tua macchina

davanti all'ufficio in questo modo è sempre accessibile. Poi, semplicemente, vai intorno alla tua macchina e apri le portiere per farli entrare. Se ti dicono:

Compratore: *"Guardi preferiamo prendere la nostra auto"*. Rispondi in questo modo:

Agente immobiliare: *"Ah, vi va di guidare, bene allora vengo io con voi"*.

Se loro cercano di non farti salire nella loro macchina, puoi rispondergli in questo modo:

Agente immobiliare: *"Capisco, mi lasciate fare una cosa? Come professionista la cosa migliore che posso fare per voi è mostrarvi anche le scuole, i negozi, i servizi intorno alla zona e tutto ciò che può esservi utile per decidere in merito a questo investimento. Quindi perché non andiamo insieme?"*.

Sarà difficile per loro dire di no quando sei così carino, cortese, educato e gentile. Queste sono chiavi che ti apriranno tutte le porte, comprese quelle delle loro automobili. La frase che ti ho suggerito trasmette ai potenziali acquirenti che stai solo cercando di aiutarli e quindi potrebbe essere sufficiente ad abbattere le loro resistenze. Che fai però se hanno portato con loro due o tre bambini? In questo caso è impossibile che tu possa andare con loro o che loro possano venire con te. Quello che puoi fare in questi casi è suggerire ai genitori che un bambino, magari quello più grande, venga con te. Molti genitori ovviamente si rifiuteranno di accettare questa proposta però facendo questa domanda qualche genitore si offrirà di venire con te. Se la famiglia è troppo numerosa e difficile da gestire suggerisci ai genitori che possono vedere le case quando potranno lasciare i bambini a una persona di loro fiducia. Una volta che hanno visto tra le case presenti nel tuo portafoglio immobili una casa che veramente gli piace e che rientra nel loro budget e sono quindi vicini alla scelta potranno fare una successiva visita anche con i bambini perché è giusto che a questo punto anche loro la vedano. Scegliere una casa per la famiglia è una grandissima decisione e i genitori non dovrebbero essere distratti dai bambini. Potrebbe anche capitarti, qualche volta, di incontrare dei bambini poco educati. Non posso evitare di dirti di non sgridare mai i bambini degli altri anzi, stai attento a quello che dici quando parli con i bambini dei tuoi potenziali clienti. Alcuni genitori si offendono se altri riprendono i loro figli. Mi rendo conto che forse avresti voglia di sgridarli per quello che stanno facendo alla tua macchina nuova, ma non fare niente che possà procurare astio ai genitori. Mi è capitato di incontrare, a volte, negli affiancamenti con gli agenti immobiliari, ragazzini che trovavano da ridire su tutte le case che mostravamo ai loro genitori. Ecco perché devi conquistare anche i bambini e se ci riuscirai potrebbero addirittura diventare tuoi alleati, aiutarti a far comprare quella casa ai loro genitori. Alcuni di loro mi hanno aiutato a far prendere la decisione ai genitori fra due abitazioni che gli avevamo mostrato basandosi unicamente sul fatto che c'era un loro amichetto che abitava in quella zona. Per i più piccoli suggerisco di avere con sé degli album da colorare o tenersi dei giochi in macchina. In questo modo se ai genitori piace la casa che gli stai mostrando e vogliono formulare un'offerta, puoi prendere i bambini, metterli da parte e discutere l'offerta con i loro genitori.

Suggerimento 2: Mostra sempre le case seguendo un ordine strategico.

Sembra semplice, ma molti agenti tralasciano questo aspetto. Pianifica il percorso dall'agenzia alle case che intendi mostrare agli acquirenti seguendo un ordine strategico. È fondamentale che tu abbia deciso prima di metterti alla guida qual è il percorso migliore per arrivare agli appartamenti che vuoi mostrare alla tua coppia di potenziali acquirenti. Soprattutto è importante che tu decida quale sia la strada migliore per arrivare alla casa che tu credi risponda meglio alle loro esigenze emotive e finanziarie. Non sto dicendo di scegliere il percorso o la strada migliore in senso lato, ma piuttosto di sceglierli dal punto di vista strategico, in funzione della vendita che devi effettuare. Ad

esempio mentre li porti a vedere le case puoi mostrargli i servizi più interessanti nella zona. Se ad esempio durante l'intervista ti hanno detto che per loro sono importanti le scuole e il centro commerciale puoi mostrargli queste cose mentre ti dirigi verso gli immobili da visitare. Se c'è una casa tenuta male, disabitata nella zona, cerca di non passarci davanti perché i clienti potrebbero farsi l'idea che la zona è un po' degradata e crearsi una cattiva opinione degli abitanti di quella zona. Prima di far salire in macchina con te i tuoi potenziali acquirenti devi anche prepararti gli argomenti dei quali parlerete durante il tragitto. Io suggerisco agli agenti immobiliari che frequentano i miei corsi di conoscere bene la loro zona. Ti renderai conto tu stesso di quanto potrai impressionare i tuoi potenziali acquirenti parlando della zona o della densità della popolazione di quella zona. Queste informazioni dimostreranno con i fatti ai tuoi prospect la tua professionalità. Ricordati che sono sempre i fatti quelli che ti aiuteranno a vendere e non le parole. Un'altra cosa importante è il tuo stile di guida. Se hai sempre voluto fare il pilota di Formula Uno, se il tuo mito è Schumacher, non è questo il momento per dimostrarlo. Tieni presente che gli acquirenti potrebbero aver avuto un incidente in passato e quindi potrebbero innervosirsi facilmente stando vicino a un estraneo che guida in maniera spericolata. Ora, se gli dai modo di pensare a questa cosa non penseranno più alla casa che devono comprare. Se hai qualcuno che siede al sedile posteriore della tua automobile sistema lo specchietto in modo da poter incrociare gli sguardi mentre parlate. Digli il motivo per il quale sistemi lo specchietto retrovisore in maniera da non dargli modo di pensare che tu sia un guardone. Ad esempio, puoi utilizzare una frase tipo questa:

Agente immobiliare: *"Sig.ra Maria, sto sistemando lo specchietto per poterla guardare in faccia mentre parliamo durante il tragitto da compiere per andare a vedere le case".*

La persona che vi siede dietro probabilmente lo apprezzerà perché la state coinvolgendo. Ovviamente però, se stai guidando in una zona molto trafficata sistema lo specchietto retrovisore in modo che sia più congeniale al guidatore e non all'agente immobiliare altrimenti rischi un incidente. Mantieni viva la conversazione durante il periodo di tempo che passate in macchina, anzi rendila un po' allegra con qualche battuta divertente. Fai domande sui loro hobby, sul loro lavoro, domandagli se hanno qualche interesse sportivo, racconta qualche barzelletta (non volgari ovviamente). Sii simpatico insomma, falli ridere. Non parlare mai di questioni etniche, religiose, politiche. Anche se loro ti dicono qualcosa tu non dire niente a loro perché questo potrebbe far emergere differenze di vedute che andrebbero a minare il rapporto di fiducia che stai cercando di creare con i potenziali compratori. Cerca di avere sempre rispetto di entrambe le persone che compongono la coppia di potenziali acquirenti e avere rispetto significa soprattutto avere rispetto delle loro idee, delle loro opinioni, delle loro convinzioni, dei loro valori, della loro mappa, del loro modello del mondo. Se sei un uomo non ti dilungare troppo in discussioni con il marito sul calcio, potresti finire con l'alienare la moglie dalla conversazione. Altrimenti se sei una donna non ti mettere a parlare solo di questioni femminili con la moglie che non sono di alcun interesse per il marito. Devi essere estremamente gentile ed educato in qualsiasi momento con entrambi. Se hai dei dubbi se il tuo comportamento sia gentile ed educato o meno ti consiglio di andare in libreria e comprarti un libro sul bon-ton, ce ne sono moltissimi. Chiedi ai tuoi potenziali clienti se hanno richieste speciali per la casa che stanno cercando. Lo so che hanno già risposto a questa domanda nell'intervista di estrazione delle esigenze, ma ora potrebbe venirgli in mente qualcosa che prima non ti avevano detto. Facendo questa domanda ancora una volta potrebbero venire fuori cose a cui non avevano pensato in precedenza, che non ti avevano detto nel momento del questionario. Quello che viene fuori ora potrebbe esserti d'aiuto nel chiudere la vendita. Per esempio forse chiacchierando a proposito degli hobby potrebbe venir fuori che loro hanno bisogno di spazio o di una particolare esposizione della luce. Chiedi dove attualmente si dedicano ai loro hobby e ricordati queste risposte quando mostrerai loro la casa giusta.

Suggerimento 3: Scegli la strada più panoramica per arrivare alla casa.

Mostra il meglio della zona, ma non i punti della zona superiori o inferiori al valore della casa che mostrerai al compratore. Se c'è un parco sulla strada per arrivare alla casa, fai un giro intorno al parco. Se ci sono negozi, ospedali, campi da calcio o altre aree di interesse, passaci con la macchina. Sfrutta il tempo che passi in macchina con i compratori.

Suggerimento 4: Prenditi il tempo per fare domande in macchina.

Sai già perché è importante fare domande. Estrai l'elenco delle caratteristiche che gli acquirenti desiderano nella loro nuova casa e inizia a fare domande su di esse. Cerca di limitare le loro priorità. Ad esempio, se qualcuno ti dice che desidera comprare una casa con 4 camere da letto, ti consiglio di chiedere: "*Se riusciamo a trovare una casa con 3 camere da letto, ma un prezzo giusto, sareste interessati?*" Riesci a vedere l'importanza di chiedere agli acquirenti la lista delle caratteristiche che ricercano in una casa e spingerli a dare delle priorità a queste caratteristiche?

Suggerimento 4: Non pronunciare le tue opinioni sulle case che hai fatto vedere agli acquirenti.

Avrai probabilmente pianificato delle visite insieme agli acquirenti. Se prima di arrivare dici che la casa ha una bella sala grande, corri il rischio che quando gli acquirenti la vedono, non gli piaccia. Non fare affermazioni. Le affermazioni contengono sempre un potenziale di conflitto. Consenti agli acquirenti di esprimere le proprie opinioni. L'unica cosa giusta che devi fare è fare domande.

Passo 3: Che cosa fare al momento dell'arrivo alla casa

Ok, quindi hai fatto domande, hai preso la strada panoramica e hai mostrato i punti di riferimento nel quartieri e le abitudini degli abitanti di quella zona della città. Ora è necessario ottenere il massimo dalla visita della casa. Qui ci sono 8 consigli per aiutare l'acquirente nel processo d'acquisto.

Suggerimento 1: Avvicinati alla casa dall'altro lato della strada. Avrai probabilmente sentito parlare di questo principio molte volte nei corsi di formazione, ma funziona. La prima impressione che gli acquirenti si fanno dovrebbe considerare il quadro generale della casa. Lascia che gli acquirenti abbiano una prospettiva completa della casa che comprenda la strada, la casa del vicino, l'architettura, il paesaggio, ecc.

Quando arrivi alla prima delle 3/4 case che devi mostrare ai tuoi clienti acquirenti, non parcheggiare la macchina proprio davanti all'abitazione ma ferma la tua auto dall' altro lato della strada e fai dare un'occhiata alla casa dall'esterno agli acquirenti. In questo modo consentirai ai tuoi clienti di farsi un'idea della zona e di dare un'occhiata ai dintorni, alle altre case, per prendere confidenza con il quartiere. Parcheggiare dall'altra parte della strada quindi ti aiuterà a ottenere questo risultato. Se i tuoi clienti, appena arrivi alla prima casa che vuoi mostrargli, mentre sono ancora dentro la tua macchina, già lì ti dicono, per esempio:

Compratore: *"Non penso che questo sia quello che noi stiamo cercando".*

Per te questa è un'informazione molto importante. Questa informazioné ti consente di ottenere un feedback sulla seconda casa che vuoi mostrargli, quella giusta. Se infatti, da questa informazione, ti accorgi che neanche la seconda casa andrà bene, perché ha delle caratteristiche in comune con il primo appartamento che i tuoi clienti hanno già criticato negativamente, sei ancora in tempo per cambiare e sostituire la tua seconda casa con la terza. Ecco perché ti suggerisco di avere sempre

almeno tre case da mostrare. In questo caso potresti sostituire la seconda casa con la terza. Per convincerli ad uscire dalla macchina, se loro proprio non vogliono vedere questa casa, puoi dire ad esempio:
Agente immobiliare: *"Guardi questa casa ha un costo più basso rispetto al vostro budget, però visto che ormai siamo qui perché non diamo un'occhiata veloce dal momento che ho anche preso un appuntamento col proprietario. Sapete, mi dispiacerebbe mancargli di rispetto".*

Se le prime due case che hai da mostrargli sono abbastanza diverse tra loro, e ai tuoi compratori questa prima casa non piace, sicuramente gli piacerà la seconda, e questo è quello che vuoi non è vero? Prima di attraversare la strada usa questa fraseologia:

Agente immobiliare: *"Sig.ri Verdi prendetevi un momento per apprezzare gli esterni di questa casa. Questo è quello che i vostri parenti e amici vedranno quando verranno a trovarvi. Cosa ne pensate?"*

Cosa stai facendo? Tecnicamente stai utilizzando la tecnica degli **inviti ad immaginare**, cioè stai cercando di trasportare il pensiero dei potenziali compratori nel futuro, evocando in loro un' immagine mentale dove amici e parenti stanno arrivando per la cena. Che cosa stimolerai in loro con questa tecnica? Un sacco di cose, ma soprattutto le emozioni. Le emozione infatti sono generate proprie dalle nostre immagini mentali, dalle rappresentazioni mentali che ci creiamo nella nostra testa. Poiché il nostro cervello non è in grado di distinguere se stiamo solamente immaginando un'esperienza o se la stiamo vivendo realmente, in quanto le vie neuronali dove passano queste informazioni sono identiche, ci farà provare le stesse emozioni che proveremmo se quella situazione si verificasse realmente. E quindi i tuoi clienti proveranno le stesse emozioni che proverebbero se quella sera avessero davvero degli ospiti a cena e ascoltando i loro commenti comincerai a ricevere i feedback di cui hai bisogno per condurre la trattativa in porto. Se riesci a metterli in questo stato emotivo loro ti diranno esattamente che cosa amano e cosa non gli piace di quella casa così tu potrai utilizzare queste informazioni quando gli mostrerai la seconda casa che hai intenzione di fargli vedere per concludere la vendita.

Suggerimento 2: Chiedi agli acquirenti di visualizzare intenzionalmente la casa come se fosse decorata con i loro arredi. Prima di entrare nell'appartamento, nel caso all'interno dell'abitazione ci siano i proprietari o delle persone in affitto, devi dire ai clienti acquirenti quanto segue:

Agente immobiliare: *"Prima di entrare cercate di immaginare la casa vuota, così potrete visualizzarla come l'arredereste voi".*

Questo invito a immaginare è utile nel caso in cui ci siano delle persone dentro quella casa che magari, per esempio, hanno dipinto le pareti di un colore che potrebbe non piacere ai tuoi potenziali clienti.
Se la casa è vuota, potrebbe essere da ristrutturare. Se è abitata potrebbe essere tenuta male. In entrambi i casi gli acquirenti potrebbero farsene un'idea sbagliata se la vedono così com'è. Se necessario, chiedi agli acquirenti di visualizzare la casa senza mobili o infissi

Suggerimento 3: Gestite bene il tempo. Molti acquirenti quando vedono una casa che gli piace ne sono coinvolti emotivamente. Normalmente questo coinvolgimento emotivo nei confronti della casa che hanno appena visto dura circa 30 minuti. Attorno ai 30 minuti le loro emozioni raggiungeranno il picco, quindi cominceranno a diminuire e di conseguenza gli acquirenti inizieranno a raffreddarsi nei confronti della casa.

Suggerimento 4: Tieni tutti vicini quando fai la visita. Una coppia di acquirenti, a volte, durante

la visita, può dividersi e guardare la casa separatamente. La moglie si può aggirare per una parte della casa, dicendo al marito che si aggira per un'altra parte della casa: "*Roberto, mi piacerebbe che vedessi questa camera*". Ci sono 2 motivi per mantenere gli acquirenti vicini. Il primo è quello di mantenere il controllo su ciò che vedono e come lo vedono. Il secondo è quello di osservare gli eventuali **"segnali di acquisto"** da parte di tutti. È possibile che uno dei due stia apprezzando la casa e voi non ve ne accorgiate.

Suggerimento 5: Coinvolgi le emozioni dell'acquirente. Le parti di una casa che sono generalmente più coinvolgenti, da un punto di vista emotivo, sono diverse per uomini e donne. Le donne tendono a favorire la stile o le caratteristiche della camera da letto, del bagno, della cucina e della sala da pranzo. Gli uomini tendono a favorire la dimensione esterna del cortile o del paesaggio, la camera per ricavarne un ufficio, la cantina, i materiali di costruzione, la strada privata o il garage. Sembra pazzesco, ma è vero per quasi tutti.

Suggerimento 6: Quando sei dentro casa, fai solo domande. E' un errore frequente quello di commentare qualsiasi parte della casa con gli acquirenti. Tu non sai quello che loro stanno pensando e potresti influenzare impropriamente un parere. Invece, fai domande del tipo: "*Le dimensioni del bagno sono di suo gradimento?*", o "*State già pensando dove metterete i mobili e il tappeto?*". Queste domande vi aiutano a capire se l'acquirente sta pensando alla sua vita in quella casa, cioè se la ha già acquistata mentalmente.

Suggerimento 7: Fai attenzione alla prima cosa che colpisce il cliente, poi fagliela rivedere alla fine della visita. Se qualcuno entra in una casa e sospira sul cortile d'ingresso, prendi una nota mentale. Al termine della visita, riportali al cortile.

Suggerimento 8: Fai domande che rafforzano le loro caratteristiche preferite. Prendi l'elenco di caratteristiche preferite degli acquirenti che avevano compilato in precedenza. Come entri in casa, fai domande in merito alle caratteristiche di questa casa, rispetto alle caratteristiche che gli acquirenti avevano indicato nel tuo ufficio. Ad esempio, se gli acquirenti avevano messo 3 camere da letto nella loro lista come "alta priorità", chiedigli (durante la visita): "*Vi piacciono le 3 camere da letto?*". Al contrario, fai domande per identificare e qualificare nuovamente le caratteristiche in conflitto nella loro lista. Ad esempio, se hai una casa che ha solo 2 stanze da letto invece di 3, chiedigli: "*Ci sarebbe una casa con 2 camere da letto che però ha molte delle altre caratteristiche che desiderate, che ne pensate se andiamo a vederla?*".

Passo 4: individua i segnali d'acquisto

Individuare i segnali d'acquisto è un'abilità. Non si sa mai quando gli acquirenti stanno per innamorarsi di una casa. Tieni le antenne dritte in ogni momento. I segnali d'acquisto sono disponibili in due forme: non verbale e verbale. I segnali verbali possono essere più difficili da individuare, soprattutto quando gli acquirenti sono persone tranquille. A volte si fa una domanda e non si riceve risposta. Non preoccuparti se non hai ricevuto nessuna risposta. L'acquirente ha sentito e risposto alla domanda, anche se solo a sé stesso. I segnali d'acquisto non verbali sono molto più evidenti da notare quando qualcuno è entusiasta. In entrambi i casi, fai attenzione ai seguenti indicatori d'acquisto:

Segnali d'acquisto verbali:

- Gli acquirenti potranno fare **commenti partecipativi**. Questi sono i commenti sulla casa. Le persone fanno questi commenti quando si vedono vivere nella casa. Questi commenti suonano più o meno così: "*Questo sarebbe un ottimo posto per il pianoforte a coda*". Qui

hai un forte segnale d'acquisto !

- Gli acquirenti iniziano a fare **domande presuntive**. Quando si sente l'acquirente fare queste domande che presumono che egli viva in quella casa, si è in presenza di un forte segnale d'acquisto! Molte di queste domande sono un modo in cui l'inconscio cerca di giustificare razionalmente l'emozione che lo spinge ad acquistare. Domande del tipo: "*E' possibile trasformare questo spazio in un ufficio in casa?*" oppure: "*C'è una presa elettrica per il forno a microonde in cucina?*"
- Gli acquirenti potranno iniziano a **pianificare**. Hai mai notato persone che durante la visita di vendita iniziano a misurare le stanze, i soffitti e le altre zone della casa? E' certamente un segnale d'acquisto proveniente da un prospect caldo. Aiutali a pianificare. Coinvolgili il più possibile.
- Gli acquirenti potranno fare **commenti possessivi**. La gente comincia a fare riferimento a parti della casa con le parole "*mio*". Hai mai sentito commenti del tipo: "*Questo sarà il mio angolo per lavorare*". Ogni volta che senti un commento possessivo, hai davanti a te un acquirente eccitato.

Segnali d'acquisto non verbali:

- Noterai un cambiamento di **postura** nei compratori interessati. Quando sono emotivamente coinvolti, tendono a stare in piedi o seduti in posizione eretta. Facci caso!
- Gli acquirenti aumentano i loro **movimenti del corpo** quando sono interessati alla casa. Cominciano a guardare le camere da diverse angolazioni e in generale, girano per la casa più velocemente
- Presta particolare attenzione alle **espressioni facciali**. Il Sollevarsi delle sopracciglia, aggrottare la fronte, i sorrisi, gli sguardi curiosi e i sorrisi compiaciuti. Si possono leggere facilmente le persone con le loro espressioni facciali, soprattutto dopo aver fatto loro una domanda
- Gli acquirenti interessati vogliono rivedere le parti della casa che amano. Potrai vederli tornare a vedere un bagno, una cucina o la sala molte altre volte. Il loro interesse sicuramente non è passeggero!

Passo 5: cosa fare alla fine della visita

Ok, quindi hai passato l'ultima ora, facendo vedere agli acquirenti la casa che ritieni possa corrispondere alle loro esigenze. Gli acquirenti hanno misurato, fatto domande presuntive e inviato tutti gli altri segnali verbali e non verbali d'acquisto. Cosa fare adesso? Ecco quattro consigli:

Suggerimento 1: Chiedi agli acquirenti che cosa gli piace di più della casa che hanno visto. Con questa domanda si desidera ricordare agli acquirenti perché stanno guardando la casa: i vantaggi dello stile di vita che essa offre. Quello che si ottiene è che gli acquirenti cominciano a immaginare se stessi che abitano nella casa. Fai domande di partecipazione e possessive agli acquirenti: "*Il frigorifero che avete già comprato è della giusta dimensione per la cucina di questa casa?*".

Al contrario, esplora quali sono le zone delle casa che hanno appena visto che sono risultate meno attraenti ai loro occhi. Cosa stai facendo? Prendi nota delle loro obiezioni. Queste obiezioni ti saranno utili in chiusura.

Suggerimento 2: Porta gli acquirenti a rivedere le stanze o le zone della casa che gli sono piaciute di più. Portali di nuovo a rivedere la zona della casa che li fa andare fuori di testa! A questo punto, si può andare diritti al suggerimento 3.

Al contrario, se percepisci che c'è un grosso problema con uno spazio della casa, torna lì e gestisci l'obiezione proprio lì. Nella gestione di questa obiezione, rispondi alle loro preoccupazioni, poi fai una domanda. Ad esempio, se qualcuno non ama le piastrelle del bagno, si può spiegare come è facile cambiarle. Poi chiedere: "*Lei sarebbe più interessato all'acquisto della casa se sostituiamo le piastrelle del bagno con altre scelte da voi?*".

Suggerimento 3: Chiedi agli acquirenti se vogliono comprare la casa. Se vuole concludere un affare, è necessario andare in chiusura! Quando vedi dei segnali d'acquisto, non perdere tempo. Chiedi agli acquirenti: "*Signori compratori, facciamo un offerta per l'acquisto della casa?*". A breve ti illustrerò alcune tecniche di chiusura.

Suggerimento 4: Se non sono interessati ad acquistare, continua a mostrargli delle case fino a che acquistano. Sembra sciocco? No se sono motivati e qualificati. Quando hai un buon compratore, non ti arrendere finché non gli vendi una casa.

5.4 Convertire le obiezioni dell'acquirente nella vendita di una casa

Sei arrivato al punto in cui gli acquirenti sono molto interessati, ma fanno un paio di obiezioni che rappresentano un ostacolo per l'acquisto della casa. E' ora di utilizzare la tua abilità nelle tecniche di vendita, se desideri vendere la casa. Ricorda quello che ho già detto: le obiezioni sono solo domande senza risposta. Se sei esperto (e lo sarai dopo aver letto e messo in pratica ciò che è scritto in questo ebook), e hai prestato attenzione a ciò che gli acquirenti hanno detto fino ad ora, non dovresti avere nessun problema. Molte delle obiezioni che sentirai dagli acquirenti sono simili alle obiezioni del venditore. La natura umana non cambia. Diamo ora uno sguardo ad alcune delle obiezioni più comuni in vendita e vediamo come trasformarle in proposte.

Obiezione 1: "Vogliamo dormirci sopra prima di prendere la nostra decisione e fare una proposta".

Si sente molto spesso questa obiezione. E' naturale per le persone riflettere. Dopo tutto, probabilmente è il più grande acquisto della loro vita. Pertanto, è necessario affrontare questo problema.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di dormirci sopra prima di prendere una decisione. Tuttavia, la casa è in vendita a un prezzo giusto e sta venendo molta gente a vederla. Siete disposti a rischiare di perdere la casa dei vostri sogni per averci pensato su, o volete fare una proposta che presenteremo al venditore dopo 24 ore, così avrete tutto il tempo di pensarci su?*"

Agente immobiliare: "*Capisco. (poi rivedi punto per punto le caratteristiche desiderate dai potenziali acquirenti e confrontale con quelle della casa) Siete soddisfatto della zona? dello stile della casa? delle dimensioni della casa? della cucina? delle caratteristiche ... etc? Se sono d'accordo, chiedete: volete dormirci su? Piuttosto che rischiare di perdere la casa, facciamo una proposta che presenteremo al venditore dopo 24 ore?*".

Obiezione 2: "Vogliamo fare un'offerta incredibilmente bassa, per vedere se il venditore è disperato".

Molti acquirenti vanno a vedere diverse case, poi fanno offerte irragionevolmente basse sperando di trovare il venditore disperato. Questo è un problema di motivazione. Credo che questa strategia dovrebbe essere riservata a coloro che cercano di acquistare una casa per un investimento immobiliare. Quando i tuoi clienti dicono di voler fare questo, è necessario mettere in discussione la

loro motivazione.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di fare un buon affare su una casa. Tuttavia, presentando offerte irragionevolmente basse mostrate al venditore che non siete seriamente interessati all'acquisto della sua. Mi dispiace dirvelo, ma in realtà così facendo perderete la vostra credibilità con il venditore. I venditori non avranno più voglia di negoziare con voi perché gli trasmetterete di non essere sinceramente interessati all'acquisto della loro casa. Ora, ditemi, quando dovete trasferirvi per lavoro? (oppure) quando inizia la scuola di vostra figlia?*". Ricorda loro il bisogno primario che hanno per comprare una casa.

Obiezione 3: "Vogliamo prima far vedere la casa a… (fratello, sorella, padre, madre, ecc)."

Questa affermazione rivela che l'acquirente cerca di rafforzare la bontà della decisione d'acquisto che sta prendendo attraverso il sostegno da parte di un membro prezioso della sua famiglia o dei suoi amici. Non devi mai acconsentire a questa richiesta prima di aver ritirato una proposta da queste persone.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di mostrare loro la casa. Volete rischiare di perdere la casa, mentre aspettate di farla vedere ai vostri parenti? Non riuscirete comunque a mostrargliela se qualcun' altro la comprerà prima di voi. Che ne dite se facciamo una proposta che presenteremo al proprietario venditore dopo 48 ore in modo che i vostri parenti possano vedere la casa?*"

Obiezione 4: "Il prezzo è troppo alto".

Se in precedenza avete qualificato gli acquirenti questo commento è solo un parere e non vuol dire che gli acquirenti non possono permettersi la casa.

Agente immobiliare: "*Capisco. I prezzi delle case stanno andando su in questa zona. Questo gioca effettivamente a vostro vantaggio. Quanto era il vostro budget? Diamo uno sguardo alle caratteristiche di questa casa, valutiamole rispetto alle altre case che abbiamo visto, e ditemi se il prezzo vale la casa più bella?*"

Agente immobiliare: "*Capisco, il prezzo è di 10.000 Euro superiore a quello che avete progettato. Ora, Ditemi quanto tempo avete intenzione di vivere in questa casa? (diciamo 40 anni anni) Lei sarebbe disposto a pagare un supplemento di 0,68 centesimi di € al giorno per vivere in questa casa invece che in una delle altre che abbiamo visto? (10.000 euro: 40 anni: 365 giorni = 0,68 €).*

Obiezione 5: "Ci piace il cortile, il piano e lo stile del palazzo, ma la casa è da buttare giù e rifare completamente".

Di solito è difficile per gli acquirenti riuscire a vedere oltre la condizione attuale di un casa. Spetta a voi aiutarli con questo problema.

Agente immobiliare: "*Capisco. Molti acquirenti sono interessati a case da buttare giù, perché offrono loro la possibilità di acquistare ad un prezzo più basso il che gli permette di ri-progettare la casa in base ai propri gusti personali. Abbiamo due opzioni qui: preferite pagare un prezzo più alto, chiedendo al venditore di ristrutturare l'appartamento per voi, o preferite dare alla casa il vostro tocco personale?*"

Obiezione 6: "Vogliamo dare, come caparra da allegare alla proposta, la cifra più piccola

possibile".

Spesso gli acquirenti vogliono trattare con il venditore allegando alla proposta d'acquisto un deposito di caparra di piccole dimensioni. In realtà, il piccolo deposito è irrilevante ai loro obblighi derivanti dal contratto di acquisto. Di solito è più che altro una questione emotiva. Il deposito serio dovrebbe essere il 10% del prezzo di acquisto della casa o del mutuo, e in ogni caso il maggiore dei due.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di usare meno denaro possibile per la caparra. Tuttavia, meno denaro si utilizza, minore sarà l'impatto che la vostra offerta farà sul venditore il quale sarà più restio a negoziare il prezzo della casa. Il venditore non penserà che voi stiate facendo sul serio. Una caparra del 10% del prezzo di acquisto della casa sarebbe accettabile per voi?*"

Obiezione 7: "La casa è troppo lontano dal lavoro, dalla scuola, ecc".

Questo non dovrebbe essere un motivo per non acquistare una casa, soprattutto se la amano davvero.

Agente immobiliare: "*Capisco. Anche se la casa è a 10 km dal lavoro e questo si traduce in circa 5 minuti di macchina soltanto. I 5 minuti valgono il prezzo migliore che questa ha rispetto alle altre che avete visto? (o altre caratteristiche e vantaggi che possiede la casa).*

Obiezione 8: "*Abbiamo intenzione di attendere qualche mese in modo che il mercato si abbassi ulteriormente per pagare di meno questa casa*".

Qui ancora una volta torna la questione di qualificare l'acquirente all'inizio della trattativa. Ora sai perché durante l'intervista agli acquirenti è importante chiedere quanto hanno a disposizione per comprare una casa?

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di risparmiare. Tuttavia, si potrebbe verificare che il mercato non scenda, ma anzi che si rialzi e voi sareste costretti a pagare di più per acquistare questa casa che, tra l'altro, da qui a qualche mese potrebbe essere già stata venduta visto che il prezzo è buono e stiamo facendo tante visite. Voi non volete correre questo rischio, vero?*

6

I segreti dei grandi Agenti Immobiliari per far accettare le proposte

Quanto tempo ed energia pensi di aver investito nella compravendita fino a questo punto? molto, troppo per perdere l'affare proprio ora! Ora che hai incontrato gli acquirenti, li hai qualificati, gli hai fatto vedere innumerevoli case, hai superato le loro obiezioni e ottenuto una proposta. Non è piacevole arrivare a questo punto e perdere l'affare a causa di una presentazione della proposta ai proprietari venditori inefficace. Il motivo principale per cui potresti perdere l'affare è perchè non sai gestire le obiezioni che i proprietari venditori possono sollevare quando gli porti la proposta. Se l'offerta è ragionevole, non c'è ragione per cui la proposta non dovrebbe essere accettata. Purtroppo, la maggior delle offerte sono più basse della richiesta. Ecco una soluzione a prova di bomba per presentare le vostre proposte ai proprietari venditori.

6.1 10 consigli essenziali per la presentazione delle proposte

Solo perché si ha una proposta firmata non significa che il venditore la accetti. E' necessario mettere in pratica i consigli descritti in seguito, se si desidera ottenere la propria provvigione. Ecco 10 consigli per preparare e presentare le proposte ai proprietari venditori:

Suggerimento 1: Conoscere le obiezioni del venditore in anticipo. Individua i termini della proposta che saranno inaccettabili per il venditore. Preparati le argomentazioni per sostenere l'accordo che stai presentando. Pensa a come giustificare il prezzo, i termini e le condizioni, la data di chiusura, il finanziamento, i miglioramenti richiesti, ecc. Non fornire solo risposte verbali, porta anche delle prove visive. Porta con te un'analisi attuale del mercato immobiliare e compara i dati di vendita.

Suggerimento 2: Il novantacinque per cento delle obiezioni dei proprietari venditori rientra in una delle 4 categorie che seguono:

1. il prezzo è troppo basso. Il prezzo è di solito il principale problema per il venditore.

Se la casa è messa in vendita ad un giusto prezzo, è necessario lavorare con gli acquirenti chiedendogli di offrire quanto più possibile, preferibilmente la cifra richiesta dai venditori.
Se il prezzo di vendita è troppo alto, è necessario informare gli acquirenti e chiedergli di fare un offerta adeguata ed essere pronti a giustificare la proposta con il venditore. Una volta ho visto saltare una trattativa, anche quando gli acquirenti hanno offerto il 5% al di sotto del prezzo richiesto dai venditori. Ovviamente, l'agente che non fa una valutazione corretta e non ottiene l'incarico di vendita a prezzo compie un errore che causa la guerra delle offerte.

2. La caparra allegata alla proposta è troppo bassa. Una volta ho visto ricevere un'offerta per una casa di 500.000 euro con deposito di una caparra di soli 2.000 euro, sul serio! Mettetevi nei panni del proprietario venditore. Stanno investendo massicciamente nella vendita della loro casa, sono pronti a negoziare il prezzo e le condizioni di vendita in buona fede e si stanno impegnando a rispettare i termini dell'accordo, ma gli acquirenti offrono solo 2.000 euro! Le azioni sono più eloquenti delle parole. Se gli acquirenti sono sinceramente motivati ad acquistare, faranno un'offerta più congrua e si impegneranno a lasciare un deposito ragionevolmente serio.

3. La data del rogito è troppo lontana. Si ottengono punti con i venditori quando fai sul serio per chiudere la trattativa. Offerte basse e lunghi periodi per rogitare servono solo ad indebolire la vostra posizione nei confronti del proprietario venditore rispetto agli altri termini della transazione.

4. I termini dell'accordo sono irragionevoli. Qui ci sono alcuni termini che dovrebbero essere evitati:

- Qualsiasi tipo di offerta troppo bassa da parte dell'acquirente
- Evita conflitti “tra” e “con” le parti. Quando si generano conflitti indovinate un pò chi rischia di perdere la maggior parte delle provvigioni o di perdere del tutto l'affare? TU!
- Stai attento con gli acquirenti che fanno offerte senza avere una pre-delibera del mutuo.
- Evita di acquisire incarichi da venditori che chiedono più del 15% del valore di mercato del loro immobile. Quando gli agenti immobiliari prendono questi incarichi, si accorgono che prendono tanto tempo e richiedono molto impegno, e che nel frattempo avrebbero potuto vendere altre 3 case.

Suggerimento 3: E’ necessario creare urgenza al venditore. Vendere una casa è un po' come strappare un cerotto dal braccio. Più velocemente si chiude l'affare, e meno male si farà il venditore e meno problemi, derivanti dal rimorso, ci saranno per lui. I venditori sono emotivamente legati alla propria casa dai loro ricordi. Non c'è niente di più frustrante che un venditore emotivo che rallenta l'accettazione di una proposta di acquisto. Se consenti ai proprietari venditori di prendersi dei giorni di tempo per prendere una decisione, comprometti la tua posizione negoziale. Inoltre, ti esponi alla concorrenza di altre offerte, soprattutto se lavori con l'incarico senza esclusiva.

Ti consiglio di dare ai tuoi clienti-venditori poco tempo per prendere una decisione. Solo il tempo di valutare i fatti della vendita e prendere una decisione. Alcuni agenti immobiliari di mia conoscenza consentono solo da 6 a 8 ore, ma ti consiglio di non lasciare mai più di 24 ore di tempo per prendere una decisione. Se stai presentando la proposta di persona al proprietario venditore in un incontro faccia a faccia, cosa che vi raccomando vivamente, è possibile ottenere subito la firma.

Chi ha l'ultima parola sulla scadenza finale per prendere la decisione controlla la situazione. Per rafforzare il tuo controllo dai ai venditori poco tempo per la risposta. Molte volte, un venditore lascerà scadere il tempo, per poi proporti di fare una contro-offerta. Penso che questo sia un gioco di potere del proprietario-venditore. A seconda della situazione, potrai dire ai proprietari-venditori

che quella proposta e quella trattativa sono scadute, oppure puoi chiedere agli acquirenti se vogliono accettare la contro-offerta da parte del venditore, o fare a loro volta una contro-contro proposta. Questo di solito mette i proprietari venditori in riga e li motiva a continuare la trattativa e a risolverla in modo tempestivo.

Suggerimento 4: Rafforza la tua credibilità trovando acquirenti che hanno ottenuto una pre-delibera del mutuo. Ho già parlato di questo perché è molto importante. I venditori più motivati sanno quando hanno a che fare con un acquirente sinceramente motivato a comprare. Trova acquirenti con una pre-delibera del mutuo, così i venditori prenderanno seriamente in considerazione la tua offerta, come se fosse in contanti.

Suggerimento 5: Fai una lista degli aspetti positivi della vostra proposta, dal punto di vista del venditore. Scrivi gli elementi positivi della tua offerta su un foglio di carta. Avrai bisogno di farvi riferimento durante la presentazione della proposta al proprietario venditore. La tua lista può includere:

- Vantaggi economici
- Termini e condizioni
- Data del rogito notarile
- Acquirente con pre-delibera del mutuo
- Caparra congrua
- Qualsiasi altra cosa si può pensare

Suggerimento 6: Impara tutto quello che puoi sul venditore. Che cosa puoi imparare sul venditore? Qual è la sua motivazione a vendere. Come si fa a conoscere cosa motiva il proprietario a vendere? Ponendo delle domande. Chiedi direttamente al proprietario-venditore perché sta vendendo. Se farai questa domanda potrai ottenere le seguenti informazioni:

- Quando (in che periodo) il venditore deve lasciare la casa che sta vendendo
- Da quanto tempo la casa è sul mercato
- Ci sono già state riduzioni di prezzo
- Stanno cercando di acquistare un'altra casa
- Hanno bisogno dei soldi provenienti da questa vendita per l'acquisto della loro nuova casa

Ascolta gli indizi sulla motivazione del venditore. Se il marito si è trasferito Milano per lavoro e la moglie è ancora Roma, è probabile che hai davanti a te un venditore motivato. La chiave è quella di mantenere le antenne dritte in ogni momento.

Suggerimento 7: Crea un documento di analisi della vendita per il proprietario venditore in base agli elementi della proposta che state portando in accettazione. Creare un'analisi degli aspetti finanziari della proposta. In questo modo, il proprietario venditore ha tutto ciò di cui ha bisogno per prendere una decisione immediata. **Ricorda:** è molto IMPORTANTE fare tutto il possibile per rendere l'operazione facile per tutte le parti. Facile da acquistare, facile da vendere.

Suggerimento 8: Più importante ancora: sii pronti a chiedere ai proprietari venditori di accettare la proposta! Tanti agenti immobiliari si preparano bene, fanno una grande presentazione e poi lasciano tutto sul tavolo, mentre se ne vanno. Non farlo anche tu! Fai i role-play per provare esattamente quello che dirai, alla fine della tua presentazione, in modo che suoni scorrevole e naturale. Qual è la cosa peggiore che potrebbe accadere in questa situazione? Il venditore potrebbe chiedere più tempo per pensarci. Non perderai un affare, chiedendo al proprietario-venditore di accettare la proposta. In realtà, ci si avvicina ad ottenere l'accettazione delle proposta, o

quantomeno a imparare quali sono le obiezioni che è necessario superare per ottenere l'accettazione della proposta. In entrambi i casi, hai vinto!

6.2 Sette passi per presentare la proposta con successo al proprietario venditore

Il tuo obiettivo, quando presenti una proposta d'acquisto al proprietario-venditore, è quello di fargliela accettare così come l'hai presa dal compratore senza dover fare modifiche o contro-proposte. I rischi di perdere un affare aumentano in modo significativo ogni volta che c'è una contro-offerta. **La mia regola è:** lavora per far accettare laproposta d'acquisto così come la stai presentando, ma sii pronto a proporre una contro-proposta, soprattutto al primo incontro con i venditori per l'accettazione. Durante l'incontro per l'accettazione della proposta d'acquisto si dovrà probabilmente affrontare almeno una delle tre diverse situazioni seguenti:

1. Il proprietario-venditore è un tuo cliente, per cui puoi presentare personalmente l'offerta al venditore. Questo è il vostro obiettivo finale. Le tue probabilità aumentano fortemente quando presenti personalmente l'offerta.

2. Il proprietario venditore è un cliente di un tuo collega, con cui stai collaborando, il quale vuole presentare l'offerta al venditore da solo. I vostri colleghi cercano in questo modo di mantenere il controllo sui loro clienti. E' comprensibile. Questa è la situazione più probabile che incontrerai quando collabori. Nonostante far presentare la propria offerta da un'altro agente immobiliare non sia la situazione preferibile, non è neanche così male.

3. I proprietari venditori vogliono sapere al telefono a quale cifra hai ritirato la proposta d'acquisto. Non farlo! Insisti su un incontro faccia a faccia per presentare l'offerta ai venditori. Non riesco a immaginare una proposta accettata per telefono.

I passi che sto per indicare sotto ti forniranno una base per la presentazione delle offerte ai proprietari-venditori. Tuttavia, questi 7 passi non possono coprire tutte le situazioni che incontrerai. Quindi, pensa al concetto che sta dietro ogni passo e sii pronto a integrarlo nella tua presentazione della proposta d'acquisto ai proprietari-venditori.

Inoltre, assicurati che all'incontro siano presenti tutti proprietari (se sono più di uno). Essere presenti è anche nel loro interesse, se vogliono vendere la casa. Se uno dei proprietari non può essere presente al momento della presentazione dell'offerta, riprogramma la riunione in un momento migliore e nel più breve tempo possibile.

Ecco i 7 passi da seguire per presentare con successo la proposta al proprietario-venditore:

Passo 1: Rompi il ghiaccio con alcune domande

Fai sempre un'introduzione formale ai proprietari venditori, anche se sono tuoi clienti. La cosa migliore da fare è fargli qualche domanda. Ci sono 2 motivi per fare questo: 1) aiuta a rompere il ghiaccio e a stare tranquillo, e 2) si scopre la motivazione dei venditori, e questa è la chiave per l'accettazione delle proposte! Le domande che si dovrebbero fare ruotano intorno alla loro casa. Qui ci sono alcuni esempi di domande:

- Cosa vi è piaciuto di più del vivere in questa casa? (o qualche altra domanda di rottura del ghiaccio);

- Quando iniziate il vostro nuovo lavoro?

Passo 2: Dai informazioni sugli acquirenti

Il tuo obiettivo è quello di fare in modo che i venditori sappiano che hanno a che fare con un'altro essere umano, che vive e respira come loro. Vendere una casa è un momento emozionale e aiuta davvero se il venditore sa che la casa sta andando a un "buon proprietario". Di ai venditori qual è il nome degli acquirente, dei loro bambini, che cosa fanno per vivere, di cosa si occupa la loro azienda, quali sono i loro interessi, ecc. Ancora una volta, chiarisci in anticipo questi aspetti con gli acquirenti, spiegando come darvi queste informazioni può aiutarli ad acquistare la casa che vogliono.

Passo 3: Fornisci informazioni sulla capacità finanziaria del compratore

Tira fuori, se ne disponi, un "rapporto sulla capacità finanziaria del compratore". Se il compratore dispone di una pre-delibera del mutuo, si può fare un grande impatto sul venditore. Puoi dire al venditore che il compratore ha avuto la piena approvazione per il finanziamento ed è pronto a chiudere la trattativa per acquistare questa casa. La pre-delibera del mutuo è una grande leva con i venditori.

Passo 4: Estrai la proposta d'acquisto dalla tua valigetta

A questo punto, metti la mano nella tua valigetta ed estrai la proposta d'acquisto e posizionala sulla destra del tavolo di fronte ai venditori e chiedigli se desiderano vedere l'offerta.

Passo 5: Presenta l'offerta di acquisto

Estrai la proposta, ma non darla ancora in mano ai venditori o a chiunque altro. Tienila in mano tu e dì ai venditori quanto segue: "*Ora vorrei leggere la proposta d'acquisto per la vostra casa insieme a voi*". Se chiedono di vederla, digli: "*Ci sono alcuni elementi importanti nella proposta, così preferirei vedere prima nel dettaglio questi elementi e poi la proposta vera e propria*". Ecco alcuni consigli per la lettura della proposta di acquisto con i venditori:

Suggerimento 1: Assicurati di dire a tutti che desideri rivedere l'intero accordo e il "Foglio di Analisi della Vendita" prima di ogni discussione o di eventuali domande. Puoi dire ai proprietari-venditori che è importante fare questo perché vuoi prendere in considerazione l'intero accordo, non solo uno o due elementi. Convincili ad accettare questa tua richiesta. Ti aiuterà a presentare l'offerta senza interruzioni che causano la perdita della sincronizzazione con i venditori e il controllo della situazione.

Suggerimento 2: Se il prezzo è ragionevole, inizia a leggere dall'inizio la proposta d'acquisto. Se il prezzo è basso, iniziate con la lettura dei punti secondari del contratto. Perché? Perché se presenti i punti di minore importanza dopo che hai presentato un prezzo basso è come se dai uno shock successivo al venditore. I punti di minore importanza in qualche modo possono apparire come punti importanti per il venditore. Succede ogni volta! Alcuni agenti immobiliari leggono la proposta d'acquisto con prezzo basso dal basso verso l'alto, dalla fine al principio. Utilizzate ciò che funziona meglio per gli altri, ma nel tuo stile.

Suggerimento 3: Ricordi che in precedenza ho menzionato l'importanza di elencare gli aspetti positivi dell'offerta d'acquisto? Ora hai l'opportunità di utilizzare tali aspetti positivi. Tira fuori il tuo foglio e offri dei vantaggi al venditore per accettare questa proposta d'acquisto.

Passo 6: Discuti il "foglio di analisi della vendita" con il venditore

Il foglio di analisi della vendita mostra la convenienza della vendita ai venditori, qual è il netto che rimane ai venditori dall'operazione dato il prezzo di offerta. Discuti con i venditori il foglio di analisi. E' una buona idea quella di condividere i benefici con i venditori presentando il foglio di analisi della vendita.

Passo 7: Chiedi di accettare la proposta

E' incredibile quanti agenti immobiliari cadono proprio qui. Non diventare vittima delle tue paure. Ecco cosa devi fare:

1. Guarda i venditori e digli queste parole: "*Signori venditori, avete domande sulla cifra offerta, sulla caparra, sulla serietà dei compratori, sulla data per il rogito o su qualche altra parte di questo accordo*". Quello che stai facendo qui è cercare di estrarre la più grande obiezione sull'accettazione della proposta che i venditori possono farti. Se dicono di no, vai alla fase 2. Se dicono "sì", rispondete alle obiezioni che vengono fuori. Ho messo le obiezioni più frequenti e le relative risposte efficaci alla fine di questa sezione.

2. Quando si è risposto in modo efficace alle obiezioni, o i venditori hanno detto "no" e non hanno altre domande, prendi la proposta, e al posto della firma scrivi una grande "X", (porta sempre una penna con te) accanto agli spazi dove i venditori devono firmare e digli: "Prego, firmate qui".

3. Che cosa devi fare dopo? Stai in silenzio! Il silenzio è d'oro. Non dire assolutamente nulla. Dai ai venditori la possibilità di firmare la proposta. Non possono firmare se stai parlando o facendo domande. Pertanto, rimani in silenzio.

A questo punto, i venditori faranno una delle seguenti cose:

- Firmeranno l'accordo come hai chiesto loro di fare;
- Faranno un'obiezione alla quale potrai rispondere;
- Ti chiederanno di lasciare la stanza in modo da poter discutere tra di loro l'offerta;
- Ti diranno che hanno bisogno di tempo per pensarci, e che successivamente si metteranno in contatto con te.

Le possibilità che accadano le opzioni 3 o 4 sono maggiori. Se i venditori desiderano discutere l'offerta, questo è in realtà un buon segno. Probabilmente te ne andrai con una contro-proposta o con l'accettazione. Cerca di non lasciare la stanza senza la proposta firmata, o una contro-proposta in mano.

Se ti chiedono di uscire dalla stanza per più tempo, chiedi ai venditori: "*Avete delle domande?*" Se hanno una domanda, rispondi. Tieni la situazione in pugno. Non avere paura.

Se ti chiedono di pensarci e non hanno domande, ricordagli la data di scadenza della proposta. Non dare più tempo di quello consentito dalla proposta. Dì ai venditori che hai ricevuto precise istruzioni dagli acquirenti i quali hanno tanta fretta. Puoi dirgli: "*Gli acquirenti ritengono che dovreste sapere quello che volete per la vostra casa ed essere in grado di prendere una decisione in fretta. Sono persone decise e si aspettano lo stesso comportamento dagli altri*". Capisci cosa stai facendo in questo momento? Stai posizionando sia i compratori che te stesso in una posizione di forza.

Indipendentemente dal risultato dell'incontro, accertati di lasciare i venditori in modo formale ed amichevole. È probabile che i venditori preparino una contro-proposta e te la comunichino entro il termine di scadenza della proposta.

6.3 Quattro strategie per la gestione delle obiezioni del venditore

Ci sono una serie di strategie diverse da utilizzare con i proprietari venditori, durante l'accettazione della proposta, a seconda della loro reazione alla presentazione dell'offerta di acquisto. Alla fine, i venditori in realtà hanno solo 3 scelte a loro disposizione: possono accettare l'accordo e firmare negli appositi spazi, possono fare una contro-offerta, oppure possono rifiutare l'offerta. E' improbabile che i venditori rifiutino la proposta a titolo definitivo, però succede. Il tuo compito è quello di presentare la proposta ai venditori con sufficienti informazioni a loro necessarie per prendere una decisione. Devi portarli ad una decisione che soddisfa al meglio i loro desideri. Si potrebbe presumere che non prenderanno una decisione definitiva fino a quando la loro decisione non risolverà la loro particolare situazione. Qui di seguito ci sono 4 strategie da utilizzare con successo per risolvere queste situazioni.

Strategia 1: Discuti le opzioni del venditore

Se i venditori non sono disposti ad accettare l'accordo così com'è, è possibile comunicargli le opzioni a loro disposizione per aiutarli a prendere una decisione. Utilizza le seguenti opzioni quando lavori con i venditori:

Opzione 1: La loro prima opzione è quella di accettare l'offerta nel modo in cui è presentata. Quando questo accade, i venditori hanno in mano un contratto valido e vincolante e hanno anche la possibilità di togliere la loro casa fuori dal mercato.

Opzione 2: Il venditore può rifiutare la proposta d'acquisto. I venditori di solito rifiutano la proposta d'acquisto per una delle due seguenti ragioni: 1) o sono arrabbiati di ricevere una proposta d'acquisto molto bassa e non vogliono nemmeno prenderla in considerazione, o 2) non gli piacciono i termini e le condizioni della proposta d'acquisto. Indipendentemente da queste due ragioni, è fondamentale ottenere dai proprietari venditori una contro-offerta, piuttosto che un rifiuto netto, in modo da non uccidere l'affare.

Opzione 3: Il venditore può fare una contro-offerta. Quasi tutti i proprietari venditori fanno una contro-proposta alla prima offerta che ricevono per la loro casa. Cerca di evitarlo se puoi! Le probabilità di perdere l'affare aumentano notevolmente quando c'è una contro-offerta. Ecco cosa si dovrebbe dire ai venditori prima di ritirare la loro contro-offerta: "*Signori venditori, la contro-offerta è in realtà un rifiuto della proposta originale. La proposta originale rappresenta qualcosa di certo (anche se non impegnativo), mentre con la contro-proposta non abbiamo certezze. Se presentiamo una contro-proposta rischiamo che i compratori si tirino indietro. Siete disposti a rischiare di perdere la vendita per voler fare una contro-proposta?*".

Strategia 2: Non puntare sulla logica, ma sulle emozioni

La maggior parte dei venditori hanno un grande bagaglio di emozioni collegato alla vendita della loro casa. Ad esempio hanno un sacco di ricordi della loro vita vissuta in quella casa e per questo diventano egoisticamente attaccati al loro prezzo di vendita o ai loro termini e condizioni per la vendita. Questa è una delle questioni più difficili che un agente immobiliare professionale dovrà affrontare con i proprietari venditori. Ho tre opzioni qui che è possibile utilizzare per influenzare in

modo efficace i proprietari venditori se hai presentato una buona proposta d'acquisto.

Opzione 1: Ricorri di nuovo ai tuoi dati di mercato. Ricorda che i proprietari venditori, gli agenti immobiliari, le società di finanziamento, etc. non determinano i prezzi di vendita delle case, solo gli acquirenti possono farlo! Prenditi il tempo per rivedere i dati di mercato per quella casa, non solo le vendite recenti, ma anche gli immobili che sono rimasti sul mercato, le nuove quotazioni del mercato, i tempi di vendita, ecc. Confronta la casa dei proprietari e la proposta d'acquisto ricevuta con ogni vendita conclusa in una zona simile. Se la proposta d'acquisto che hai in mano è ragionevole, le informazioni che fornisci influenzeranno i proprietari venditori. Alla fine, fai un confronto con ciascuno degli immobili invenduti nella zona. C'è un motivo per cui non sono stati venduti e scommetto che è a causa del prezzo.

Infine, assicurati di sapere quante nuove case sono state messe sul mercato da quando la loro casa è stata messa in vendita. La concorrenza può avere una grande influenza nella vendita. In breve, si deve dimostrare ai venditori perchè l'offerta è ragionevole. L'unico modo per farlo è dare un feedback reale al venditore. Poi, lascia che i venditori prendano le loro decisioni.

Opzione 2: Dai un feedback ai venditori sulle azioni di marketing fino ad ora effettuate. Ricorda ai proprietari venditori quante visite hai fatto, quante volte hai mostrato la loro casa a potenziali compratori, quanti acquirenti hai trovato per la loro casa e comunica ai venditori le osservazioni formulate dagli acquirenti che hanno visto la loro casa. Comunica ai venditori i commenti sulla loro casa che gli acquirenti ti hanno fatto in ufficio prima di vederla e dopo averla vista. Questo è il modo più potente per far vedere ai venditori la loro casa attraverso gli occhi di un acquirente.

Opzione 3: Metti i loro problemi nella giusta prospettiva. Questo processo inizia chiedendo apertamente ai venditori quali parti della proposta d'acquisto sono per loro inaccettabili. Non lasciare che siano vaghi. A volte ti imbatterai in venditori che non sono realmente motivati a vendere. Questa è colpa dell'agente immobiliare che non ha qualificato efficacemente i venditori in acquisizione. Un modo per gestire i venditori immotivati è mettendo i problemi con i quali essi si identificano nella giusta prospettiva. Come? Il modo migliore è con il tempo e la distanza.

Ad esempio: "*Signori venditori, farà una differenza sostanziale nella vostra vita, tra 5 anni da adesso, se la data del rogito è di 30 giorni più in là rispetto alla data in cui voi volevate rogitare?*" oppure "*Quando stava acquistando questa casa, una distanza di prezzo di 5.000 euro avrebbe fatto davvero una grande differenza differenza per lei?*" dovrebbero risponderti di "No".

Un altro modo è quello di capovolgere la situazione è questo: "*Signori venditori, non farà la differenza per voi tra 5 anni se oggi, rifiutando la proposta d'acquisto che vi ho presentato doveste rimanere in questa casa per altri 6-12 mesi, no?*" Cercare di far vedere al venditore, attraverso il tempo e la distanza, la sua situazione in una luce migliore.

Strategia 3: Invertire le parti. Questa strategia funziona meglio quando i venditori sono bloccati su un problema di prezzo. Ammettiamolo, se la proposta è più bassa di appena il 5% del prezzo di richiesta, non vi è alcun motivo per cui l'offerta non dovrebbe essere accettata. Un buon modo per gestire questa situazione è quello di mettere i venditori nella posizione del compratore: "*Signori venditori, se voi foste l'acquirente e aveste appena fatto una buona offerta, più bassa di appena il 5% della richiesta dei venditori, non è vero che vi aspettereste che il venditore accetti l'offerta?*".

Poi continua così: "*Ora, se decidete di non accettare e l'acquirente pensa di aver già offerto una cifra più che sufficiente e perdete l'affare, va da sè che avete appena riacquistato di nuovo la vostra*

casa per il prezzo che chiedete. Siete disposti a comprare la vostra casa per quel prezzo?".

Strategia 4: Discuti il punto di vista dell'acquirente. La cosa più difficile per un proprietario venditore è capire la situazione dal punto di vista dell'acquirente. Qui l'agente immobiliare professionale deve aiutare il proprietario venditore. Pensa a come dare maggiori informazioni sugli acquirenti per spiegare ai venditori il periodo che stanno attraversando al momento della presentazione della loro offerta. Sono molto preoccupati per l'offerta che hanno presentato e si chiedono se verrà accettata. Stanno sperando che la loro offerta sarà accettata "così com'è" senza alcuna modifica. La psicologia del compratore è molto strana in questa situazione. Se l'offerta viene accettata così com'è, gli acquirenti sono euforici e iniziano a fare progetti per la loro casa. Il loro stato d'animo va dall'essere ansiosi all'essere pieni di entusiasmo per la loro nuova casa.

Ora, diamo un'occhiata a cosa succede quando l'offerta viene rifiutata. Gli acquirenti pensano subito di aver fatto qualcosa di sbagliato. Cominciano ad avere un paio di rimpianti e a pensare che questa casa non fa per loro. Sono anche aperti a guardare altre case e altre opzioni. In breve, quasi sempre hanno dei ripensamenti. È necessario sottolineare ai venditori che ogni contro-offerta si porta dietro una quantità eccessiva di ripensamenti dei possibili acquirenti. E' la natura umana al lavoro. È per questo che dico che le possibilità di un arrivare a un accordo si riducono notevolmente quando c'è di mezzo una contro-offerta. Spiegalo ai venditori.

7

I segreti dei grandi Agenti Immobiliari per chiudere le trattative

Ci sono 2 elementi importanti da prendere in considerazione per diventare un grande venditore, micidiale nella fase di chiusura:

1) superare la paura di andare in chiusura… per prepararsi a…
2) chiudere il più possibile.

Più si va in chiusura, più si chiude. E' incredibile quanti agenti immobiliari temono il processo di chiusura. Le mie discussioni con centinaia di agenti immobiliari hanno rivelato che molti non chiudono perché credono di avere una sola possibilità di chiusura. Cioè, se il cliente dice "No" al loro primo consiglio di acquisto o vendita, si sentono fuori dal gioco. L' unico posto in cui questo è vero è nella loro mente. La chiusura è in realtà un processo, che ha un suo inizio, uno svolgimento e una conclusione quando l'acquirente o il venditore dicono "Sì". Non si sa mai quando il cliente sta per dire "Sì".

Quando le persone si trovano nella posizione di dover prendere una decisione su un acquisto o sulla vendita della loro casa, diventano indecisi e la paura di sbagliare prende il sopravvento in loro. Anche se un cliente è qualificato, interessato e in grado di acquistare, ha difficoltà a prendere la decisione finale. È qui che entrano in scena i migliori venditori. Il vostro ruolo è quello di guidare l'acquirente o il venditore a prendere una decisione che li avvantaggi il più possibile.

7.1 Sei consigli per chiudere efficacemente una vendita

Non è difficile imparare a chiudere efficacemente una vendita. Si tratta di sviluppare consapevolezza dei segnali di apertura del cliente e di chiedere continuamente la chiusura dell'acquisto. Qui ci sono 6 consigli per aiutarvi a entrare nella mentalità giusta per chiudere le vendite.

Suggerimento 1: Scopri la tua percentuale di chiusura. Credo che sia importante sapere qual è la vostra percentuale di chiusura su base mensile. Come? Prendi il numero di proposte d'acquisto che hai ricevuto il mese scorso. Poi dividi quel numero per il numero di persone a cui hai mostrato la casa nello stesso periodo di tempo.
Per esempio, se hai ritirate 12 proposte d'acquisto mostrando 16 case alle persone, la tua percentuale di chiusura sarà del 72%. In questo modo, sai che chiudi 3 proposte ogni 4 persone a cui fai vedere le case. Sforzati continuamente di far crescere la tua percentuale di chiusura.

Suggerimento 2: Non ritirare proposte dagli acquirenti che non sono pronti ad acquistare. So che sembra elementare, ma è necessario imparare a leggere le persone e a sapere quando sono realmente motivate ad acquistare e quindi hanno bisogno di aiuto per chiudere la transazione. Indipendentemente dalla tua brillantezza, come venditore, non chiudere un affare con qualcuno che non è ancora pronto a comprare. Il tuo compito è di fornire informazioni, fare domande e guidare il cliente a un esito positivo.

Suggerimento 3: Sii sempre pronto a chiudere. Dico questo in tutti i miei corsi perché è molto importante. Troppi agenti immobiliari riescono a sabotare le loro possibilità di chiusura essendo mentalmente impreparati a chiudere una transazione. Non si sa mai quando un cliente sta per dire semplicemente: "*Lo compro*". Sii mentalmente e tecnicamente preparato a scrivere una proposta d'acquisto in ogni momento.

Suggerimento 4: Segui la sequenza di vendita. Il tempo speso nella gestione efficace di ogni fase della trattativa renderà più facile chiudere sia con il venditore che con il compratore. La chiusura è il risultato naturale dei processi precedenti che portano fino alla fine, cioè a un incarico o a una proposta d'acquisto. Quindi se l'acquirente e il venditore sono motivati e in grado di acquistare o vendere una casa, seguendo tutte le fasi della vendita riuscirai a chiudere l'affare. Se tralasci alcune o tutte le fasi del processo di vendita, renderai il tuo lavoro più difficile e più bassa la tua percentuale finale di chiusura.

Suggerimento 5: Rafforza continuamente l'atteggiamento di acquirenti e venditori. Quando si ha a che fare con acquirenti e venditori, si deve continuamente lavorare sul loro atteggiamento rispetto all'acquisto o alla vendita della casa. Come? Ponendo continuamente domande sui loro desideri, sui vantaggi delle case o delle zone, ecc. Quanto più si riuscirai a coinvolgere i tuoi clienti in tutto il processo di vendita o di acquisto, maggiori saranno le tue possibilità di chiudere una transazione. Fare domande ti permette anche di avere il controllo della situazione che è sempre un elemento necessario nel processo di chiusura.

Suggerimento 6: Chiedere la vendita. È così semplice, eppure così difficile per molti agenti immobiliari. Durante gli affrancamenti che frequentemente faccio con gli agenti ne ho visti molti che non chiedono la vendita. Fanno tutto il processo di vendita con diligenza: qualificano il cliente, vanno in presentazione, mostrano le case o parlano dei loro eccellenti servizi, fanno domande, ecc. Ma quando vedono l'acquirente o il venditore lanciare segnali d'acquisto, si dimenticano di chiedere: "*Volete comprare questa casa?*" oppure "*Volete vendere questa casa con me?*". Molte persone sono impressionate da un approccio comunicativo diretto perché ritengono che sia più onesto e sincero. Penso che abbiano ragione.

7.2 Cinque tecniche di chiusura

L' unico modo che hai per diventare eccellente al momento della chiusura nella trattativa di vendita, compresa quella immobiliare, è quello di prepararti studiando libri come questo, facendo role-play, e andando in chiusura il più possibile durante le trattative reali. Le tecniche descritte qui di seguito

coprono quasi ogni situazione, ma non tutte. Apprendi i concetti e le idee che stanno dietro le tecniche di chiusura presentate in modo da essere pronto a chiudere qualsiasi trattativa di vendita in qualsiasi momento.

Tecnica 1: "Inizia a compilare il contratto"

Questa tecnica inizia stando seduti attorno a un tavolo con i clienti. E' possibile che il tavolo sia quello del vostro ufficio oppure quello della casa per la quale i compratori stanno considerando di fare un'offerta. Prendi il documento in cui analizzi la vendita, quello dove ci sono le informazioni in merito al finanziamento e le informazioni sulla casa. Poi, prendi il form della proposta d'acquisto e fai domande in cui le risposte logiche presuppongo che i compratori facciano una proposta d'acquisto. Coinvolgi gli acquirenti nel processo d'acquisto. Se gli acquirenti si allarmano per il fatto che hai appena tirato fuori una proposta, non negare le loro emozioni. Puoi tranquillizzarli dicendo che desideri soltanto annotare alcuni fatti sulla casa in modo che loro (gli acquirenti) possano prendere una decisione. Poi cominciate a scrivere sulla proposta: data, descrizione della proprietà, codice fiscale, nome dell'acquirente, ecc. Fai domande che li condurranno alla logica conclusione di fare una proposta d'acquisto. Se il prezzo della casa non è ragionevole chiedi ai compratori quanto vogliono offrire. I compratori offrono sempre meno del prezzo di acquisto della casa e questo è normale, è solo la natura umana. Se insistono per offrire un prezzo inferiore, è necessario ricordare ai compratori la loro motivazione d'acquisto (perché stanno comprando) e chiedergli se davvero vogliono comprare la casa. Se insistono ancora su un prezzo più basso e pensi che la loro offerta sia troppo bassa, rivedi insieme ai compratori i valori delle case in quella zona. Se la casa è troppo cara, utilizzare la tua "analisi di mercato" per arrivare a far offrire un buon prezzo ai compratori. Ma ricorda: quando i venditori ricevono una proposta d'acquisto, spesso danno per scontato che l'affare si concluderà nel punto in mezzo tra la loro richiesta iniziale e l' offerta che hanno appena ricevuto. Per esempio, se il prezzo richiesto è 155 mila euro e l'offerta è di 149.000 euro, i venditori riterranno di riuscire a vendere la casa a 152.000 euro. Se quel punto in mezzo non è accettabile per il compratore, avrai delle difficoltà a chiudere l'affare. Continua compilando il form della proposta d'acquisto finché non è completata, poi fino alla fine resta in silenzio.

Tecnica del 2: "Silenzio"

Ho menzionare questa tecnica di chiusura prima e brevemente la riprendo in esame di nuovo perché è molto efficace. La prima cosa da fare è rivedere la proposta con gli acquirenti. Quindi esamina la proposta d'acquisto (supponendo che si sta utilizzando un normale modello di quelli forniti dalle associazioni di categoria). A questo punto, prendi una penna e scrivi una bella "X" accanto al posto dove va la firma dell'acquirente e chiedi: "*Vi prego di sottoscrivere la proposta proprio qui*". Poi non dire più nulla. Consenti agli acquirenti di fare la prossima mossa. Se sollevano obiezioni, rispondi. Se ti dicono che non sono pronti ad acquistare, identifica le loro preoccupazioni. Sarai stupiti di quante persone saranno pronte a firmare una proposta d'acquisto solo perché glielo hai chiesto!

Tecnica 3: "Punto per punto"

Questa tecnica è un metodo utilizzato per riassumere i punti chiave della casa. L' agente immobiliare che utilizza questa tecnica può confrontare i punti chiave della casa con quello che l'acquirente o il venditore originariamente gli hanno detto durante il l'intervista per definire i loro bisogni e le loro esigenze. Puoi utilizzare questa tecnica dicendo: "*Durante la nostra intervista introduttiva, lei ha affermato di voler un ampio soggiorno, non è vero?*" Questa tecnica è utile

anche per gli acquirenti che vogliono solo "pensarci". Aiuta a identificare, punto per punto, quali problemi possono influenzare la decisione di un acquirente. Ricorda: ottenere una proposta o un incarico firmato è la chiave del successo. Rivedi con l' acquirente, passando attraverso le sue obiezioni, punto per punto, tutti gli aspetti dell'acquisto della casa, fino a trovarne uno dove hanno un problema. E mentre rivedi ogni punto, potresti dire: "*La casa dispone di 3 camere, voi preferivate acquistare una casa con 3 camere, non è vero?*". Devi abituare la gente a rispondere "Sì" alle tue domande. Poi, alla fine diranno di sì anche alla firma della proposta. Se non lo fanno identifica il problema, ma se i clienti non hanno obiezioni reali, non lasciare che se ne vadano via senza una firma!

Tecnica 4: "Giovanni si è trovato nella stessa situazione"

Comprare una casa è un processo che attiene per l'80% alla sfera emotiva e per il 20% a quella logica. Qual è il modo più efficace per stabilire una connessione emotiva con i tuoi clienti? Gestire le loro obiezioni o dubbi con una storia. La gente ama sentir parlare di altre persone che hanno affrontato problemi simili ai loro e li hanno superati. Ci sono alcune cose che dovresti tenere a mente utilizzando questo approccio: 1) verifica che la storia che racconti sia vera, e 2) non raccontare una storia su di te.
Le persone trovano le storie raccontate in terza persona molto più credibili. Quanto più la storia è identica a quella che l'acquirente/venditore si trova ad affrontare, tanto più l'impatto sarà maggiore. Questo approccio farà capire ai tuoi clienti che altre persone hanno avuto i loro stessi problemi. Infine, assicurati che la storia presenti una soluzione ragionevole per i problemi degli acquirente/venditori. La soluzione deve avere la forma di un beneficio. Questa è una tecnica molto potente!

Tecnica 5: "Ben Franklin"

Questa tecnica funziona bene sulle persone che hanno difficoltà a prendere una decisione. Prendi un pezzo di carta e disegna una linea a metà del foglio. Sul lato sinistro della linea, scrivi: "*Perché dovremmo acquistare la casa*". Sul lato destro della linea, scrivi: "*Perché NON dovremmo acquistare la casa*". La chiave di questo sistema è quella di assicurarsi che le motivazioni per acquistare siano maggiori delle ragioni per non comprare. Come? Focalizzando l'attenzione sui benefici della casa piuttosto che sui problemi. Non barare! Se il compratore, acquistando questa casa, può avere un problema che veramente non può superare, può non essere la casa giusta per lui. Ricorda: questa tecnica va usata quando una persona ama veramente la casa che gli hai mostrato, ma non riesce a prendere una decisione di acquisto. Alla fine, se i benefici supereranno di gran lunga gli svantaggi dell' acquisto, gli acquirenti capiranno di fare un grave errore se non comprano.

Conclusioni

Un giorno, un mio caro amico e collega, ha raccontato durante un workshop che stavamo tenendo insieme ad Ancona sul tema "Il cambiamento nel settore immobiliare: come vincere la sfida", di aver avuto in passato una tartaruga la quale, nonostante avesse un balcone a disposizione (anche carino se vogliamo), l'acqua per bere ed una bella lattughina da mangiare, era inquieta. Doveva relazionarsi con il fuori, sempre nel suo lento procedere si dirigeva verso il limite, il confine e così volò giù dal quarto piano. Si lanciò nel vuoto, come la fuga di un prigioniero disposto a tutto. E' strano. La tartaruga sopravvisse.

Questa storia mi ha fatto riflettere. Se una piccola tartaruga riesce ad andare oltre la sua limitata zona di comfort, qual è il nostro potenziale come esseri umani? Se la tartaruga ha sentito la necessità di abbandonare le sue certezze, le sue sicurezze, per esplorare l'ignoto in un contesto molto favorevole (balcone, acqua, lattuga, ecc.) a maggior ragione dovrebbero farlo gli agenti immobiliari che invece vivono in un contesto molto sfavorevole attualmente. Prendiamo esempio da quella tartaruga e cerchiamo quantomeno di allargare la nostra zona di comfort se vogliamo uscire dal guado nel quale si è impantanato il mercato immobiliare. Uscire dalla zona di comfort può fare paura ma significa anche crescere e la crescita e il miglioramento continuo, sono la distinzione suprema tra un agente immobiliare medio, colui che è in grado di fare grandi numeri solo quando il mercato tira, e l'agente immobiliare di successo, il quale è in grado di produrre i stessi risultati anche quando il mercato frena. Ho constatato che non sono mai le circostanze esterne a fare la differenze, ma gli uomini. Le circostanze esterne possono rappresentare un ostacolo, ma gli ostacoli sono ciò che vediamo quando distogliamo lo sguardo dall'obiettivo. È quando il gioco si fa duro che i duri cominciano a giocare, è quando il mercato frena che gli agenti immobiliare di successo emergono e si distinguono dalla media.

Il libro è arrivato alla sua conclusione. Quando avrai finito di leggere questo libro ti prego di non riporlo in un cassetto, su una libreria, o in un file del tuo Computer ma, piuttosto, portalo sempre con te e metti in pratica ogni giorno, in ogni trattativa, le tecniche suggerite. Sapere queste cose non serve a niente. Serve metterle in pratica. Se farai ciò che ti suggerisce il libro è possibile che questo manuale si riveli utile per te e ti aiuti a riuscire nel tuo lavoro anche in questo particolare momento di mercato. Se così fosse il libro avrebbe centrato il suo obiettivo. Ti invito caldamente a farmelo sapere tramite il mio indirizzo di posta elettronica salvatore@salvatorecoddetta.it

Che Dio ti benedica e ti custodisca sempre, che i tuoi desideri leciti possano tutti avverarsi. Che tu possa costruire una scala fino alle stelle e salirne ogni gradino. Possano le tue mani essere sempre impegnate a riempire un incarico o una proposta d'acquisto.

Buone vendite,

Salvatore Coddetta

Allegato “A”

Vademecum per l’acquisizione e la vendita

1. **Vademecum per la gestione dell’appuntamento di acquisizione**
2. **Vademecum per l’adeguamento del prezzo**
3. **Vademecum per qualificare gli acquirenti**
4. **Vademecum per la proposta e l’accettazione**

Vademecum per la gestione dell'appuntamento di acquisizione

Durante il tour della casa:
1. Quando vorreste vendere? Entro quanto tempo?
2. Ci sono dei lavori o delle riparazioni da fare nella vostra casa?
3. Dove vorreste ricomprare?
4. Quanto pensate di chiedere per la vostra casa?
5. Avete bisogno di vendere questa casa prima di acquistare un'altra?
6. State pensando di vendere la vostra casa da soli o con l'aiuto di un professionista?
7. Cosa accadrebbe se non riuscita a realizzare il vostro progetto? Quanto è importante per voi?

Durante l'analisi di mercato:
1. Potete dirmi di nuovo quale prezzo desiderate chiedere per la vostra casa?
2. Sentite che _____ sia un prezzo equo per la vostra casa?
SE DICONO "SI", comincia a presentare il tuo piano di marketing, SE DICONO "NO", chiedi:
3. Quanto pensate che valga la vostra casa?
4. Aiutatemi a capire perché credete che la vostra casa vale di più di queste altre case che sono attualmente sul mercato?
5. Se doveste comprare una casa, e ci fossero solo 2 case simili tra cui scegliere, la vostra e una di quelle che attualmente è sul mercato nella vostra zona a un prezzo più basso e in condizioni migliori, voi acquistereste la vostra casa per _____ , o comprereste l'altra?
6. Se non riuscirete a vendere entro _____, sarete in grado di comprare ugualmente un'altra casa? sarete in grado di sostenere 2 rate del mutuo?

Chiusura dell'incarico:
1. Avete domande sull'incarico?
2. Vi prego di autorizzarmi a svolgere il lavoro previsto dal nostro accordo, firmando nello spazio in basso a destra.

Vademecum per la gestione dell'adeguamento del prezzo

Presentando una nuova analisi del mercato:
1. Avete domande da farmi riguardanti il mercato nella vostra zona?
2. Siete d'accordo che la casa ha un prezzo al di sopra del mercato in questo momento?

Dopo aver presentato le attività di marketing realizzate:
3. Ritenete che la vostra casa sia stata pubblicizzata correttamente fino a questo momento?
4. Quali aree ritenete che abbiano bisogno di un miglioramento nel piano di marketing che abbiam per la vostra casa?

Dopo aver presentato la lista dei commenti dei potenziali acquirenti:
5. Siete d'accordo con i commenti di queste persone?

Proporre di adeguare il prezzo:

Raccomando una riduzione del prezzo del ___%
6. È accettabile per voi?

Vademecum per qualificare gli acquirenti

Domande per qualificare l'acquirente

1. Il mio nome è _____, come posso aiutarla?

2. Da quanto tempo state cercando una casa?

3. Dove vivete attualmente _____ (Da quanto tempo vivete lì?)

4. Dove lavorate? (Di cosa vi occupate?) (Da quanto tempo lavorate lì?)

5. Avete già scelto le zone in cui vi piacerebbe vivere? (Avete visto tutte le case disponibili sul merc

6. Entro quanto tempo avete bisogno di trasferirvi in una nuova casa? (Quando possiamo andare a ve

7. Avete bisogno di vendere la vostra attuale casa, prima di acquistare un altra? (Qual è la vostra disp

8. Avete già parlato con qualche banca o mediatore creditizio? (Di una casa in particolare?) (Avete u

9. Avete una fascia di prezzo in mente per la vostra prossima casa? (Quanto volete/potete spendere n

10. Quali caratteristiche della vostra casa attuale amate in modo particolare? (Elenca le caratteristiche desiderate) (Elenca le caratteristiche che odiano) (Accanto a ciascuna caratteristica, assegna un punteggio da 1 a 10 in termini di importanza per l'acquirente)

Vademecum per la presentazione delle proposte

Chiedi agli acquirenti che cosa gli piace di più della casa che hanno visto.

Porta gli acquirenti a rivedere le stanze o le zone della casa che gli sono piaciute di più.

Chiedi agli acquirenti se vogliono comprare la casa. Se vogliono concludere un affare, è necessario andare in chiusura! Quando vedi dei segnali d'acquisto, non perdere tempo. Chiedi agli acquirenti: "Signori compratori, facciamo un offerta per l'acquisto della casa?". A breve ti illustrerò alcune tecniche di chiusura.

Rompi il ghiaccio con i venditori
Dai informazioni sugli acquirenti e sulla loro capacità finanziaria
Estrai la proposta dalla tua valigetta e mostrala ai proprietari (dopo aver discusso con loro il foglio di Analisi della Vendita)

Chiedi ai proprietari di accettare la proposta
1. Avete domande su prezzo, deposito serio, data di chiusura, o qualsiasi altra parte dell'offerta?
2. Firmate qui.

Allegato “B”

Guida per realizzare il tuo book di presentazione

Cosa troverai all'interno di questa guida:
Ecco un semplice strumento che ti guiderà passo passo e ti aiuterà a dimostrare la tua credibilità e a fare una buona impressione ai clienti-venditori per ottenere da loro il conferimento dell’incarico, dando una convincente prova visiva del tuo successo.

Lo sapevi che l'ostacolo da superare con qualsiasi proprietario venditore, durante l'appuntamento di acquisizione, è quello di dimostrare che puoi fare quello che dici? E la dimostrazione visiva è di gran lunga la più potente. Ecco perché è necessario creare un "book di presentazione" se si vuole acquisire l'incarico di vendita e dominare la concorrenza.

Che cos'è un "book di presentazione"? In questa guida troverai tutto il necessario per creare il tuo.

Un book di presentazione è uno strumento che puoi creare da solo e che dimostra la tua professionalità e la tua capacità di ottenere risultati per il cliente venditore. E' una raccolta di tutti i tuoi sforzi di marketing presenti e passati, e un saggio che spiega perché un proprietario venditore dovrebbe fare affari con te invece che con un'altro agente immobiliare. Dovresti tenerne almeno una copia nella tua valigetta, rilegato in un formato portatile.

Allora, che cosa farà un "book di presentazione" per te, nella pratica? Due cose:

- Ti permetterà di distinguerti da tutti gli agenti immobiliari che hanno solo una brochure e biglietti da visita. Carte e depliant non dimostrano la tua capacità di "fare" e tendono ad essere buttati alla fine della giornata;

- Ti permetterà di dare una dimostrazione della tua credibilità. Gli agenti immobiliari non godono di un'immagine di "professionalità". Le persone sono scettiche di natura nei loro confronti. Questo book di presentazione insegnerà ai tuoi clienti, potenziali e acquisiti, la differenza unica del tuo servizio rispetto ai servizi della concorrenza. Questo libro ti aiuterà a creare un collegamento di interessi comuni tra te e i tuoi potenziali clienti. La ricerca di interessi comuni aiuta a colmare il vuoto di credibilità.

Le 6 sezioni del book di presentazione

Inizia a raccogliere informazioni da ogni acquisizione e vendita che chiudi e inseriscila nel tuo book di presentazione per l'appuntamento in acquisizione. Raccogli informazioni che riflettono le tue capacità di marketing e la tua personalità. Rendilo unico. Crea un file in cui posizionare vari elementi, nello stesso formato di quello che trovi di seguito. Gli elementi possono essere:

- Fotografie di tutte le case che hai acquisito e venduto.
- Un registro delle attività svolte: descrizione dei proprietari, l'indirizzo della casa, la piantina, le ragioni per cui il proprietario vendeva, tutte le sfide incontrate e risolte per realizzare la vendita. Raccontate la storia che c'è dietro la vendita di quella casa.
- Testimonianze positive da parte dei clienti che hanno usato i tuoi servizi.
- Materiali di marketing delle case hai venduto: Depliant, valutazione, pubblicità, cartelli, cartoline, ecc.
- Il tuo curriculum, la tua "Unique Selling Proposition" cioè la tua "Proposta Unica di Vendita", ossia qualsiasi cosa che c'è di speciale in te, nella tua agenzia o nel vostro metodo di lavoro.

Ora esci a comprare un paio cartelline con gli anelli da un negozio di forniture per ufficio. Acquista il tipo che ti permette di inserire una copertina nella parte anteriore (che ha un laminato trasparente con apertura superiore). In questo modo, è possibile creare una copertina sul tuo computer, fotocopiarla (magari una fotocopia a colori) e inserirla nella tua cartellina come copertina.

Ecco un suggerimento: la copertina potrebbe essere grande "8 x 10" (o anche di più), contenere una foto a colori di te in piedi, accanto a un cartello con scritto "venduto" di fronte a una casa splendida. Ricorda: le foto parlano davvero! Inoltre, utilizza un titolo forte, orientato al cliente, che richiama la sua attenzione, sulla copertina del tuo libro, come ad esempio: "*I metodi della XYZ Immobiliare per vendere velocemente la vostra casa*". Il risultato finale sarà molto professionale e avrà un impatto positivo sui proprietari venditori.

Sezione 1: Il tuo backgorund personale

Questa sezione descrive chi sei come persona e professionista. Nella prima pagina, però, cattura l'interesse del cliente, scrivendo su un foglio di carta, a caratteri cubitali, la tua "Unique Selling Proposition" o la dichiarazione della tua filosofia personale. Entrambe dovrebbero essere orientate al cliente. Puoi anche includere quello che garantisci al cliente. Queste cose sono la prima cosa che il proprietario venditore vedrà quando aprirà il tuo libro. Anche se la sezione è su di te, parla di te in relazione ai bisogni o desideri dei proprietari venditori. Questo è importante.

Sul secondo foglio, inserisci una copia ben fatta del tuo curriculum. Quindi includi le fotocopie dei diplomi che hai conseguito, del patentino di agente immobiliare, del tuo numero di iscrizione al Ruolo, l'assicurazione che hai sottoscritto per la tua agenzia, e tutto ciò che parla della tua credibilità. Ricorda: Questa sezione può anche creare un interesse comune con il potenziale cliente.

Sezione 2: Testimonianze dei clienti soddisfatti

Questa sezione mostra le testimonianze di persone reali che hanno acquistato o venduto una casa utilizzando i tuoi servizi. Come si fa a fare questo? Includendo le fotocopie delle lettere reali che hai ricevuto dai tuoi clienti. Consiglio di chiedere una testimonianza a tutti i tuoi clienti per utilizzarle nel tuo libro. Ecco alcuni consigli per ottenere grandi testimonianze:

- Chiedi ai tuoi clienti di inviarti una lettera che descrive, dalla loro prospettiva, la soddisfazione che hanno ricevuto utilizzando i tuoi servizi. Chiedi loro di descrivere esattamente cosa stavano cercando, i loro dubbi o frustrazioni e di come i tuoi servizi li hanno aiutati a comprare la loro casa.
- Assicurati che le testimonianze descrivano la situazione particolare dei tuoi clienti venditori o acquirenti. Questo è molto importante. Ad esempio: "*Mio marito Roberto è stato trasferito a Milano per lavoro e abbiamo dovuto vendere la nostra casa entro 45 giorni in modo da poterne comprare un'altra e far iniziare la scuola ai nostri figli nella nuova città dove abiteremo*".
- Chiedi ai tuoi clienti di specificare quali strategie o azioni che hai messo in campo con loro hanno fatto la differenza nella loro soddisfazione. Un elenco di vantaggi specifici funziona sempre bene.
- Rendi sempre le tue testimonianze orientate ai benefici! Ricorda la differenza tra caratteristiche e vantaggi. La caratteristiche sono quello che qualcosa è, i benefici sono quello che fa. Assicurati che le tue testimonianze contengano dei vantaggi, cioè quello che il tuo servizio ha fatto per qualcuno. **Ad esempio:** "*Siamo stati molto contenti di avere Maria*

che ha lavorato per noi. Ha venduto la nostra casa così velocemente che abbiamo avuto tutti i fondi disponibili per comprare la nostra nuova casa a Roma".

- Le più forti testimonianze provengono da persone che effettivamente si possono identificare con il loro nome, il cognome, la posizione, la città, ecc. Meglio ancora, se hai un ottimo rapporto con queste persone, chiedi ad alcuni dei tuoi clienti acquisiti, se i potenziali clienti, nel considerare di affidare la propria casa a te, possono chiamarli per discutere con loro il tuo servizio.
- Non dimenticare di avere il permesso dai tuoi clienti per usare la loro testimonianza a scopi di marketing. **Ad esempio:** "*Sono pienamente autorizzato a utilizzare la vostra testimonianza a scopi di marketing*". Assicurati che la lettera sia firmata da tuoi clienti.

Sezione 3: Mostrare i tuoi risultati passati

Questa sezione dovrebbe includere foto e descrizioni di case reali acquisite e vendute. Ecco un altro suggerimento: considera la combinazione delle sezioni 2 e 3 nel mostrare una foto della casa, una descrizione della situazione e il risultato che hai ottenuto, poi una testimonianza da parte del cliente. Questa strategia unisce tutti e tre gli elementi del marketing di successo: Una casa "reale" (foto), una situazione "reale" (desiderio) e un cliente "vero" soddisfatto (persona). Gli elementi da prendere in considerazione per questa sezione includono:

- Il nome dei proprietari, il loro indirizzo, la città, la professione, i loro interessi, ecc.
- Le foto della casa (con la scritta "Venduto" davanti). Puoi anche descrivere il quartiere, le scuole, ecc.
- La situazione di vendita: Ciò che ha motivato i proprietari a vendere la loro casa (trasferimento, aumento del nucleo familiare, ecc.). Dimostra di essere un problem solver perché questo avrà un forte impatto sui potenziali clienti.
- Le statistiche di vendita: il tempo medio di vendita degli immobili, il tipo di finanziamento offerto, ecc.
- Testimonianze. Ricorda: Le testimonianze dovrebbero rafforzare il beneficio di fare affari con te.

Sezione 4: Il tuo piano di marketing e le tue strategie

La prima parte di questa sezione dovrebbe contenere il tuo piano di marketing, come ad esempio, "*Il piano di marketing dell'agenzia XYZ Immobiliare*", descritto in dettaglio da una prospettiva di vantaggio per il cliente. Vai oltre la descrizione di marketing classica. Mostra ai vostri potenziali clienti il piano di marketing che hai studiato per vendere la loro casa, un esempio della pubblicità che farai per la loro casa, un esempio delle lettere che spedirai agli abitanti della zona, le fotografie, le brochure, e tutto ciò che può avere un impatto visivo e che dimostri la tua competenza.

Ecco un altro grande suggerimento: per ogni passo de "*Il piano di marketing dell'agenzia XYZ Immobiliare*", indica la percentuale di case che vendi utilizzando quella strategia. **Ad esempio**: Alla voce "*Inseriremo la vostra casa nei maggiori Portali Immobiliari*", mettete un 70% o qualunque altra sia la percentuale reale. Assicuratevi che la strategia descritta sia una strategia che solo gli agenti immobiliari possono adottare. Questo sarà importante quando si ha a che fare con dei clienti che pensano che gli agenti immobiliari non sono necessari.

Includete depliant, brochure, esempi di pubblicità, foto di case, rendering, ecc.

Nota: Quando mostrate le fotografie, usate una stampante a colori di alta qualità. Il colore coinvolge emotivamente i proprietari.

Sezione 5: Valutazione attuale della casa

Inserisce nel tuo book di presentazione una valutazione del valore dell'immobile in questione effettuata con il metodo comparativo. Non dovresti mai mentire sul valore della casa, solo per prendere l'incarico. Ricorda: Devi vendere quella casa e non prendere un incarico.

Sezione 6: L'impatto finale

Nella copertina inserisci una foto di te in piedi accanto a una casa che hai venduto oppure davanti alla tua agenzia. Se scegli una casa, scegline una che è architettonicamente bella ed è situata in un bel quartiere. Non dimenticare di utilizzare un titolo forte o una didascalia per la foto.

Considerazioni finali sul tuo book di presentazione

Ricordati, da oggi, di utilizzare il tuo book di presentazione in ogni appuntamento di acquisizione. Crea un sistema per ricordare ai tuoi collaboratori di aggiornare il libro con le ultime transazioni interessanti. Assicurati di monitorare l'impatto che produce il tuo book di presentazione sui proprietari venditori. Utilizza questo book in ogni situazione. Ecco alcune idee:

- Assolutamente in ogni appuntamento di acquisizione, o con gli acquirenti per fargli prendere in considerazione i tuoi servizi. Lascia il tuo book di presentazione ai proprietari venditori dopo l'appuntamento in acquisizione, non c'è modo per un altro agente di prendere un incarico, fino a quando quel libro è sulla loro cucina o sul tavolino.
- Dallo a un proprietario venditore dicendo: "*Ecco alcune idee su come vendere la propria casa*". In questo modo i proprietari possono vedere il tuo valore e quello dei tuoi servizi semplicemente esaminando il tuo libro.

Allegato “C”

Special bonus: La guida per superare le obiezioni più frequenti.

Qui trovi una guida che ti aiuterà a identificare le risposte più efficaci alle obiezioni più comuni di acquirenti e venditori.

Le 10 obiezioni più comuni dei venditori e le risposte da utilizzare per prendere più incarichi

Obiezione 1: "Vogliamo darvi l'incarico, ma solo per 30 giorni"

I clienti che affermano questo sono ancora un po' indecisi; una parte di loro vuole collaborare con te, ma c'è un'altra parte di loro che ancora non è del tutto convinta. Vogliono vendere in fretta, ma non capiscono che ci vuole il tempo necessario per mettere in campo tutti gli elementi presenti nel piano di marketing. Dal tuo punto di vista, non è consigliabile accettare questa richiesta perché ti stanno dando un tempo troppo breve per vendere la loro casa nel mercato di oggi. Il periodo minimo di un incarico dovrebbe rispettare i tempi medi di vendita della tua zona. In generale, la durata di un incarico oggi non dovrebbe essere inferiore a 6 mesi, ma questo tempo può variare da zona a zona. In ogni caso, non prendere incarichi brevi. Questo è anche un modo per qualificare i venditori. Rinunciare a un incarico da parte di chi non vuole accettare la durata da te proposta, può permetterti di avere il tempo con venditori qualificati che sono in attesa di lavorare con te.

Qui ci sono due modi per contrastare questa obiezione:

- Innanzitutto, chiedi ai venditori perché vogliono darti un incarico di breve durata. Poi, ascolta attentamente la loro risposta. Probabilmente i venditori credono che la loro casa si possa vendere in poco tempo, oppure si sentono a disagio con te o con il tuo piano di marketing. In entrambi i casi, puoi dire quanto segue: *"L'attuazione del piano di marketing che vi ho presentato per la vostra casa richiede un enorme quantità di tempo, denaro, e impegno che io e la mia agenzia metteremo in campo da quando ci affiderete l'incarico e fino al rogito. Gli sforzi di marketing danno risultati nel tempo. Lei vuole che il marketing per la sua casa sia efficace, giusto?* ".

- Se non funziona lo script precedente, come ultima risorsa puoi usare anche il seguente: *"Signori venditori, capisco la vostra preoccupazione nel sentirvi legati per troppo tempo a un agente immobiliare, il quale può non lasciarvi completamente soddisfatti. Pertanto, vi suggerisco questo. Scriviamo nell'incarico il vostro diritto di risolvere il contratto il giorno in cui riterrete di non essere soddisfatti dei miei servizi. In questo modo, e come se voi non firmate un incarico della durata di 180 giorni, ma un incarico che si rinnova automaticamente di giorno in giorno. E' accettabile questo per voi?"*. Questo discorso può essere rischioso se fatto con venditori senza scrupoli. Se prendi questa strada, assicurati anche di proteggere la tua provvigione nel caso in cui il proprietario vendesse la sua casa grazie ai tuoi sforzi di marketing, ma dopo aver risolto l'incarico con te.

Obiezione 2: "Ho intenzione di vendere da solo e risparmiare la provvigione".

Rispondere a questa obiezione è davvero più facile di quanto sembra a prima vista. Il tuo cliente pensa due cose:

1) Posso vendere la casa da solo, sono in grado di fare quello che fa un agente immobiliare, e…
2) Risparmio il 3% del prezzo di vendita (la provvigione che mi chiede l'agente in cambio dei suoi sforzi).

Io e te sappiamo che il cliente si sbaglia su entrambi i fronti. Ecco cosa dire:

- *Signori venditori, capisco il vostro desiderio di risparmiare il 3% della mia provvigione, ma in tutti i miei anni nel settore immobiliare, raramente è successo che un privato che ha venduto da solo ha poi effettivamente risparmiato quel 3%. In realtà, la maggior parte dei privati che vendono da soli, alla fine, si rendono perfettamente conto che avrebbero risparmiato di più se avessero venduto la casa con un agente. In primo luogo, perché gli acquirenti non sono sciocchi. Ogni acquirente, sapendo che vendete da soli, vi chiederà di fargli uno sconto pari alla cifra che avreste dato all'agenzia (3%). In secondo luogo, dovrete pagarvi da soli la pubblicità per almeno 6 mesi e forse anche di più (come abbiamo visto nel piano di marketing la pubblicità non consiste solamente nell'inserire l'annuncio sui portali che per un privato è gratuito, ma ci sono ben 34 attività di marketing molte delle quali richiederebbero al privato un investimento economico). In terzo luogo, dovrete pagare qualcuno (un tecnico) ogni volta che avrete bisogno di recuperare o sistemare la documentazione della vostra casa. Infine, gli studi dimostrano che i privati abitualmente vendono la loro casa o sotto prezzo, o così tanto sovrapprezzo che poi devono ridurre il prezzo in modo significativo per riuscire a vendere.*

- *La maggior parte dei privati, nel tentativo di risparmiare qualcosa, riesce a perdere più soldi vendendo da sola la propria casa, di quanti ne perderebbe pagando la provvigione a un agente immobiliare. È per questo che il 94% di tutti i privati, alla fine, finiscono con l'affidare un incarico a un agente immobiliare per vendere le loro case. Inoltre, noi siamo in grado di controllare e tenere traccia di tutti coloro che richiedono informazioni o vengono a vedere la vostra casa. Lei vuole sapere quante persone si sono interessate alla sua casa e quali sono stai i loro commenti, vero? Inoltre, immagino che non vorrà sentirsi legato a rimanere in casa per le visite, compreso il fine settimana, ma preferirà essere libero vero?*

- Ad un cliente che pensa ancora di poter vendere da solo la sua casa, dopo tutto quello che gli avete detto fino ad ora, dì questo: *Signor venditore, diamo un'occhiata al piano di marketing che le ho mostrato, e vi prego di dirmi quali elementi siete in grado di fare da soli. Date un'occhiata alla lista: entrare in un MLS, fare un mailing a una lista di 250 agenti, preparare la casa per le foto e le visite (Home Staging), organizzare una Open House, ecc.* I venditori non possono fare nessuna di queste cose! Così ora puoi dire questo: *"Signor venditore, l'unica cosa che può fare da solo è mettere un cartello e pubblicare un annuncio su un portale. Come vede può fare solo 2 delle 34 attività che le ho presentato nel mio piano di marketing, neanche il 10% di quello che noi possiamo fare per voi. Forse la domanda è: come possiamo guadagnarci la provvigione che ci state pagando? Rivediamo ancora una volta, insieme, il piano di marketing".*

Obiezione 3: "Vogliamo uno sconto sulla vostra provvigione". Questa obiezione ci colpisce nel

cuore. *Ricorda:* quando il valore è percepito come pari, il prezzo diventa il problema. Innanzitutto, dovresti assicurarti che i venditori abbiano capito bene il valore dei tuoi servizi. Rivedi insieme a loro il piano di marketing composto da 34 strategie, e fai in modo di differenziarti dagli altri agenti, agli occhi del cliente. In caso contrario, prima di perdere la calma quando i venditori fanno questa obiezione, considera queste risposte:

- **In primo luogo**, chiedi ai venditori perché pensano che dovresti concedergli uno sconto sulla tua provvigione. Imparare tutto il possibile. Poi tira fuori il tuo piano di marketing e usa queste parole: "*C'è qualcosa che non vi è chiaro nella commercializzazione della vostra casa? Vorrei rivedere il piano di marketing insieme a voi per essere sicuro che comprendiate il valore di ciò che state ricevendo in cambio dei vostri soldi"*. A questo punto metti di nuovo il piano di marketing di fronte a loro e spiegalo di nuovo, come hai fatto prima.

- **In secondo luogo**, si può dire ai venditori che probabilmente ci sono in giro altri agenti che sono disposti a ridurre la loro provvigione. La tua risposta a questa obiezione dovrebbe essere questa: "*Se lei fosse un agente immobiliare, quale sarebbe la sua priorità: ottenere dai suoi clienti provvigioni più basse, oppure ottenere provvigioni normali?».* Poi usa queste parole: *"Se lei fosse un agente immobiliare, ai potenziali acquirenti mostrerebbe prima le case dove guadagna provvigioni normali o più basse? Vuole che la sua casa sia sottoposta a questo?"*.

- **Questa risposta funziona a meraviglia:** Prendi il tuo piano di marketing, mettilo proprio di fronte ai venditori, e chiedi: *"Come le ho detto prima, io utilizzerò la sua provvigione per rientrare dell'investimento di marketing. Quindi, per poterle concedere uno sconto sulle provvigioni, dobbiamo eliminare qualche elemento dei 34 punti di cui è composto il piano di marketing che le ho mostrato prima. Quale di questi elementi di marketing vuole eliminare?».* E' molto probabile che non vogliano eliminare nulla, perché si stanno rendendo conto che pagare meno te, significherebbe dare meno visibilità al loro immobile. Ma se ne scelgono uno da eliminare, interrompili immediatamente e fai la seguente affermazione: "*Il 20% (o qualunque altra percentuale) delle nostre case si sono vendute grazie a questo elemento del nostro piano di marketing. Questo elemento è troppo importante, non vi consiglio di toglierlo*". Continua a dire così per ogni voce del piano di marketing, fino alla fine. Poi usa questa frase: "*Vendere la propria casa è semplicemente troppo importante che non vale la pena rischiare di non riuscirci per aver avuto uno sconto da un'agenzia immobiliare, non è vero?».*

Obiezione 4: "Adesso vogliamo provare a vendere la casa al prezzo (alto) che diciamo noi poi, se non ci riusciamo, prenderemo in considerazione l'ipotesi di scendere con il prezzo". I venditori dicendo questo sanno che la loro casa è troppo cara, ma credono di essere fortunati e di riuscire a venderla ad un acquirente ignaro del fatto che il prezzo è alto. Non c'è fortuna nel settore immobiliare! In questo caso, puoi dire al venditore quanto segue:

- *Capisco la sua preoccupazione di ottenere il massimo dalla vendita della sua casa, ma gli agenti immobiliare mostrano ai potenziali acquirenti solo le case dove pensano che una vendita sia possibile. Se la vostra casa è messa in vendita a un prezzo troppo alto, gli agenti non mostreranno la vostra casa perché sanno che sprecherebbero il loro tempo. Allora avrete un problema reale: aver affidato la vendita della vostra casa ad agenti riluttanti di mostrarla agli acquirenti! Vuole ritrovarsi in questa situazione con la sua casa?*

- **Metti alla prova la loro motivazione con queste parole:** *le case a prezzi elevati non si vendono velocemente, se mai si vendono. Quando vorreste vendere? Avete bisogno dei proventi di questa casa per comprare la vostra prossima casa? È vostra intenzione vendere questa casa in tanto tempo? Potete permettervi di vendere in tanto tempo?*

Obiezione 5: "Vogliamo prima trovare la nuova casa da comprare, e poi vendere la nostra". I venditori non sanno come destreggiarsi bene nel mercato immobiliare di oggi, quindi è necessario aiutarli per evitare che quando avranno venduto la loro casa, quella da comprare che avevano trovato prima non sia più disponibile sul mercato.

- *Capisco la vostra paura di vendere la vostra casa e non avere un posto dove andare. Ma, ci sono molte opzioni a vostra disposizione per evitare questa situazione. Ad esempio, potremmo mettere il rogito a una distanza di 6 mesi dall'accettazione della proposta, in modo che così avrete tutto il tempo di trovare la vostra nuova casa.*

- *Se tenterete di acquistare una casa quando la vostra non è stata ancora venduta, probabilmente farete un'offerta più bassa di quella che potreste fare dopo aver venduto. I venditori di case di solito non amano ricevere offerte basse. Potreste anche perdere ogni capacità di negoziare il prezzo in queste condizioni. In definitiva, si perde in queste situazioni. E' nel vostro interesse, vendere la vostra casa prima di trovare quella successiva.*

- **Anche in questo caso, giocati la carta della motivazione:** *Il venditore può comprare la nuova casa senza aver venduto la vecchia? Può permettersi due rate del mutuo? Il venditore ha bisogno dei proventi della sua casa attuale per comprare quella nuova?*

Obiezione 6: "Non vogliamo lasciarvi le chiavi, e vogliamo che la casa venga mostrata solo in questi giorni ...". Quando il venditore fa una di queste obiezioni, probabilmente hai a che fare con un problema di privacy o di ego. La chiave è quella di essere razionale.

- *"Sono convinto che anche lei, come me, pensa che sia importante poter mostrare la casa agli acquirenti, non è vero? Abbiamo bisogno di essere a disposizione degli acquirenti facendogli vedere la casa quando vogliono vederla. Gli acquirenti fanno offerte quando vogliono comprare, non necessariamente quando i venditori vogliono vendere. Quando si mette un limite temporale ai giorni in cui gli acquirenti possono vedere la casa, si rischia di limitare il numero di acquirenti che verranno a vedere la vostra casa. Vorreste limitare il potenziale di vendita della vostra casa, limitando il numero di acquirenti che verrà a vederla?".*

Obiezione 7: "Vogliamo prima parlare con il nostro commercialista (avvocato, direttore di banca, ecc.)".

- *"Capisco. Che cosa in particolare sentite che sia necessario rivedere con loro?* Poi fai questa affermazione: "*Ok. Scriviamo sul nostro accordo che l'incarico è condizionato al parere del vostro commercialista (avvocato, o chi per lui), il quale darà l'approvazione entro 2 giorni. È un tempo sufficiente per voi?".*

Obiezione 8 "Vogliamo pensarci". Questa è una situazione difficile, perché non si sa a cosa vogliono pensare. La vera obiezione qui non è *"Vogliamo pensarci"*, ma ciò a cui vogliono pensare. Hai bisogno di fare ai venditori alcune domande per recuperare questa informazione. Ad alcune persone piace *"dormirci su una notte"* quando devono prendere delle decisioni. Prova questo metodo: Rispiega i tuoi servizi, il tuo modo di lavorare, il tuo piano di marketing e guarda se

i venditori sollevano un problema su un punto specifico.

- *Capisco, avete bisogno di tempo per prendere la vostra decisione. Quando sarebbe il momento migliore per richiamare*. Qualunque cosa vi rispondano, puoi dire: "*Ok*". Così, loro penseranno di essere fuori dai guai. Ma tu continua a parlare, dicendo: *Oh, a proposito, vi sentite a vostro agio con la durata dell'incarico? Il prezzo che abbiamo concordato? La nostra provvigione? i tempi di vendita di cui abbiamo parlato?* Continua così finché non ricevi un'obiezione. Poi digli: *Abbiamo risolto tutte le vostre preoccupazioni? C'è ancora qualcosa a cui volete pensare?*

- Un altro approccio che funziona bene è quello di firmare l'incarico con un diritto di recesso entro le 24 ore. Digli così: *"Capisco; Guardi, possiamo firmare l'incarico con una clausola di recesso entro le 24 ore, se cambiate idea. Non c'è alcun obbligo per voi in questo modo. Ok? ».*

Obiezione 9: "La vostra agenzia è troppo grande (o troppo piccola)". La gente ti farà questa obiezione, in genere, perché un altro agente di una società più grande o più piccola della tua gli ha elencato i vantaggi di affidarsi alla loro agenzia. Che tu lavori con una grande o piccola agenzia, ecco una buona risposta a questa obiezione:

- *"Capisco. Mi sembra che lei sia preoccupato in merito alla nostra capacità di promuovere la sua casa sul mercato in modo efficace. Ho ragione?".* Probabilmente diranno di sì. *"Le azioni di marketing messe in campo per la vendita della vostra casa rappresentano uno sforzo congiunto da me e la mia agenzia, ma sarò io la persona che ci lavora. Rivediamo ancora una volta insieme il piano di marketing, così lei mi puoi dire le aree in cui ha delle domande da farmi".* Quindi estrai il tuo piano di marketing e inizia a rivederne i punti, uno ad uno. Sottolinea il fatto che il tuo servizio è personalizzato, indipendentemente dalle dimensioni della tua agenzia.

Obiezione 10: "Un altro agente mi ha detto che la mia casa vale di più" oppure "Altri agenti me l'hanno valutata di più". Ti sarà sicuramente capitato di incorrere in questa obiezione. I venditori si confondono quando diversi agenti gli dicono che la loro casa ha valori diversi. Le loro preoccupazioni sono giustificate. Ecco un modo per gestire questa situazione.

"Capisco. Questa accade quando si valuta una casa soggettivamente e non oggettivamente utilizzando un metodo di valutazione professionale come quello comparativo. Tuttavia, molti agenti vi diranno che la vostra casa vale di più, soltanto perché vogliono prendere un incarico da voi. Poi, quando la casa non si vende, lei si sentirà molto deluso e frustrato con il suo agente. A quel punto, sarà troppo tardi per far tornare indietro gli acquirenti o annullare l'incarico. Diamo un altro sguardo, insieme, alla nostra analisi di mercato e rivediamo il prezzo della vostra casa". Nel rivedere l'analisi di mercato, fai di nuovo domande per indagare la motivazione dei venditori, quali: *Entro quando vorreste vendere? Potete acquistare la vostra nuova casa senza vendere questa? Potete permettervi di pagare due rate del mutuo?*

Le 6 obiezioni più comuni dei venditori alla richiesta di ribasso e le risposte da utilizzare per ottenere un adeguamento del prezzo

Obiezione 1: "*Vogliamo ridurre il prezzo della nostra casa solo di poche migliaia di euro, diciamo 1.000 o 2.000 euro*".

Avrai spesso a che fare con questo tipo di obiezione. La strategia è del tutto irrazionale e sarà inefficace perché non affronta adeguatamente il problema del prezzo. Qui ci sono due modi per rispondere a questa obiezione:

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione. Signori venditori, se noi avessimo messo in vendita la casa ad un prezzo vicino a quello di mercato, ora avremmo almeno alcune offerte. Se voi foste un acquirente in cerca di una casa e fate un offerta di 1.000 o 2.000 euro più bassa della richiesta, per il venditore sarebbe difficile non prenderla in considerazione, giusto? Lo stesso vale con la vostra casa. Se fossimo nel range giusto, in questo momento saremmo occupati a ricevere proposte. La chiave sta arrivare per primi nella fascia di prezzo giusta, la fascia di prezzo delle altre case comparabili con la vostra sul mercato.*".

Agente immobiliare: "*Il mercato non riconosce le riduzioni di prezzo inferiori del 5%.*".

Obiezione 2: "*Un altro agente della "Mentimi Immobiliare" ci ha detto che la nostra casa vale di più della sua valutazione di mercato*".

Questa è una obiezione comune di molti proprietari venditori. Vengono inondati da molti agenti immobiliari che cercano di ottenere il loro incarico raccontando ai venditori che la loro casa vale più soldi di quelli che realmente possono ottenere.

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione. Signori venditori, indipendentemente da quello che vi dicono, che si tratti di un altro agente, un perito, il vostro banchiere, il vicino di casa, chiunque! L'unica persona che realmente conosce il valore della vostra casa è il compratore. Quello che chiunque altro pensa è veramente irrilevante. Non sono gli acquirenti della casa. Per quanto qualcuno ci vorrebbe dettare il valore della vostra casa, il mercato è il giudice ultimo*".

Agente immobiliare: "*Un sacco di agenti cercheranno di convincervi che possono vendere la vostra casa per più soldi. Gli agenti immobiliari non hanno il controllo del valore delle case. Il mercato determina il valore delle case. Rifacciamo una valutazione professionale con il metodo sintetico comparativo*".

Obiezione 3: "*Piuttosto che sostituire il tappeto (ritinteggiare le pareti, cambiare le piastrelle, ecc), troviamo un acquirente con un assegno in mano*".

Si sente dire questo perché i venditori spesso non vogliono spendere soldi extra su una casa che stanno vendendo. Può sembrare logico, tuttavia compromette veramente la qualità e il valore della loro casa, quando questa viene mostrata al potenziale acquirente.

Agente immobiliare: "*Capisco, ma ricordate questo: Gli acquirenti prendono le decisioni di acquisto sulla base delle emozioni, poi giustificano la decisione di acquisto con la logica. Immaginate la sensazione di un acquirente che cammina in casa vostra, vede e sente l'odore di un nuovo tappeto. Si fa una grande impressione della casa. Vedete, voglio soltanto fare tutto il possibile per rafforzare l'impatto emotivo della vostra casa sul compratore per farvi ottenere il più alto prezzo di vendita possibile*".

Obiezione 4: "*Abbiamo bisogno di quella cifra per acquistare la nostra nuova casa in un'altra zona della città*".

Il venditore spesso stabilisce il prezzo della sua casa sulla base di quella che vuole acquistare, non su quanto un acquirente è disposto a pagare. Con questa obiezione il venditore ti chiede di aiutarlo a entrare nella sua nuova casa, non solo di aiutarlo a vendere quella vecchia.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro bisogno di ricavare dalla vendita della vostra casa il denaro per acquistare quella nuova. Tuttavia, l'importo di denaro necessario ad acquistare la vostra nuova casa e ciò che un acquirente è disposto a pagare per la vostra non sono collegati. Forse quello che mi state chiedendo è: come possiamo comprare la nostra nuova casa con i proventi di questa. E' questo il caso, dico bene? Diamo un'altra occhiata ai numeri e vediamo se possiamo trovare un modo per fare tutte e due le operazioni*".

Obiezione 5: "*Ci state chiedendo di fare dei miglioramenti sulla casa e di abbassare il prezzo, ma voi non siete disposti a ridurre la vostra provvigione*".

Questa è una variante del "*vogliamo farvi abbassare la provvigione*" obiezione che si sente spesso durante l'appuntamento in acquisizione. Questa obiezione viene fatta anche quando i venditori sentono che stanno pagando troppo per vendere la loro casa, è una questione di percezione del valore del servizio che si ha in cambio. I venditori in qualche modo pensano che si dovrebbe ridurre anche parte della vostra provvigione se la loro casa è ha un prezzo sbagliato o ha altri problemi.

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione. La condizione della vostra casa e il prezzo finale di vendita è estraneo a quello che guadagno per i miei servizi. Diamo un altro sguardo al nostro Piano di Marketing e ditemi quali sono gli elementi che desiderate eliminare*".

Agente immobiliare: "*Ridurre la mia provvigione farà diminuire le possibilità di vendere la casa. Meno soldi per le provvigioni significa meno soldi per fare pubblicità e meno soldi per il resto del nostro piano di marketing*".

Obiezione 6: "*Abbiamo un problema strutturale, ma non vogliamo dirlo agli acquirenti*".

Ho voluto aggiungere questo perché accadrà qualche volta nella vostra carriera. Se ti senti dire questo, io ti consiglio vivamente di essere severo con i tuoi clienti o terminare il rapporto. Non ci saranno più incarichi. La tua reputazione è qualcosa che non può permettersi di essere danneggiata.

Si può dire a queste persone quanto segue:

Agente immobiliare: "*Capisco la vostra preoccupazione, ma non riesco a prendere un incarico senza, eticamente, rivelare tutto ai compratori. Se desiderate procedere con la sottoscrizione dell'incarico è necessario sistemare il problema e rivelarne l'esistenza agli eventuali acquirenti. Ci sono altre aree che dobbiamo discutere?*"

Le 8 obiezioni più comuni degli acquirenti e le risposte da utilizzare per ritirare una proposta

Obiezione 1: "Vogliamo dormirci sopra prima di prendere la nostra decisione e fare una proposta".

Si sente molto spesso questa obiezione. E' naturale per le persone riflettere. Dopo tutto, probabilmente è il più grande acquisto della loro vita. Pertanto, è necessario affrontare questo problema.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di dormirci sopra prima di prendere una decisione. Tuttavia, la casa è in vendita a un prezzo giusto e sta venendo molta gente a vederla. Siete disposti a rischiare di perdere la casa dei vostri sogni per averci pensato su, o volete fare una proposta che presenteremo al venditore dopo 24 ore, così avrete tutto il tempo di pensarci su?*"

Agente immobiliare: "*Capisco. (poi rivedi punto per punto le caratteristiche desiderate dai potenziali acquirenti e confrontale con quelle della casa) Siete soddisfatto della zona? dello stile della casa? delle dimensioni della casa? della cucina? delle caratteristiche ... etc? Se sono d'accordo, chiedete: volete dormirci su? Piuttosto che rischiare di perdere la casa, facciamo una proposta che presenteremo al venditore dopo 24 ore?*".

Obiezione 2: "Vogliamo fare un'offerta incredibilmente bassa, per vedere se il venditore è disperato".

Molti acquirenti vanno a vedere diverse case, poi fanno offerte irragionevolmente basse sperando di trovare il venditore disperato. Questo è un problema di motivazione. Credo che questa strategia dovrebbe essere riservata a coloro che cercano di acquistare una casa per un investimento immobiliare. Quando i tuoi clienti dicono di voler fare questo, è necessario mettere in discussione la loro motivazione.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di fare un buon affare su una casa. Tuttavia, presentando offerte irragionevolmente basse mostrate al venditore che non siete seriamente interessati all'acquisto della sua. Mi dispiace dirvelo, ma in realtà così facendo perderete la vostra credibilità con il venditore. I venditori non avranno più voglia di negoziare con voi perché gli trasmetterete di non essere sinceramente interessati all'acquisto della loro casa. Ora, ditemi, quando dovete trasferirvi per lavoro? (oppure) quando inizia la scuola di vostra figlia?*". Ricorda loro il bisogno primario che hanno di comprare una casa.

Obiezione 3: "Vogliamo prima far vedere la casa a… (fratello, sorella, padre, madre, ecc)."

Questa affermazione rivela che l'acquirente cerca di rafforzare la bontà della decisione d'acquisto che sta prendendo attraverso il sostegno da parte di un membro prezioso della sua famiglia o dei suoi amici. Non devi mai acconsentire a questa richiesta prima di aver ritirato una proposta da queste persone.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di mostrare loro la casa. Volete rischiare di perdere la casa, mentre aspettate di farla vedere ai vostri parenti? Non riuscirete comunque a mostrargliela se qualcun' altro la comprerà prima di voi. Che ne dite se facciamo una proposta che presenteremo al proprietario venditore dopo 48 ore in modo che i vostri parenti possano vedere la casa?*"

Obiezione 4: "Il prezzo è troppo alto".

Se in precedenza avete qualificato gli acquirenti questo commento è solo un parere e non vuol dire che gli acquirenti non possono permettersi la casa.

Agente immobiliare: "*Capisco. I prezzi delle case stanno andando su in questa zona. Questo gioca effettivamente a vostro vantaggio. Quanto era il vostro budget? Diamo uno sguardo alle caratteristiche di questa casa, valutiamole rispetto alle altre case che abbiamo visto, e ditemi se il prezzo vale la casa più bella?*"

Agente immobiliare: "*Capisco, il prezzo è di 10.000 Euro superiore a quello che avete progettato. Ora, Ditemi quanto tempo avete intenzione di vivere in questa casa? (diciamo 40 anni anni) Lei sarebbe disposto a pagare un supplemento di 0,68 centesimi di € al giorno per vivere in questa casa invece che in una delle altre che abbiamo visto? (10.000 euro: 40 anni: 365 giorni = 0,68 €).*

Obiezione 5: "Ci piace il cortile, il piano e lo stile del palazzo, ma la casa è da buttare giù e rifare completamente".

Di solito è difficile per gli acquirenti riuscire a vedere oltre la condizione attuale di una casa. Spetta a voi aiutarli con questo problema.

Agente immobiliare: "*Capisco. Molti acquirenti sono interessati a case da buttare giù, perché offrono loro la possibilità di acquistare ad un prezzo più basso il che gli permette di ri-progettare la casa in base ai propri gusti personali. Abbiamo due opzioni qui: preferite pagare un prezzo più alto, chiedendo al venditore di ristrutturare l'appartamento per voi, o preferite dare alla casa il vostro tocco personale?*"

Obiezione 6: "Vogliamo dare, come caparra da allegare alla proposta, la cifra più piccola possibile".

Spesso gli acquirenti vogliono trattare con il venditore allegando alla proposta d'acquisto un deposito di caparra di piccole dimensioni. In realtà, il piccolo deposito è irrilevante ai loro obblighi derivanti dal contratto di acquisto. Di solito è più che altro una questione emotiva. Il deposito serio dovrebbe essere il 10% del prezzo di acquisto della casa o del mutuo, e in ogni caso il maggiore dei due.

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di usare meno denaro possibile per la caparra. Tuttavia, meno denaro si utilizza, minore sarà l'impatto che la vostra offerta farà sul venditore il quale sarà più restio a negoziare il prezzo della casa. Il venditore non penserà che voi stiate*

facendo sul serio. Una caparra del 10% del prezzo di acquisto della casa sarebbe accettabile per voi?"

Obiezione 7: "La casa è troppo lontano dal lavoro, dalla scuola, ecc".

Questo non dovrebbe essere un motivo per non acquistare una casa, soprattutto se la amano davvero.

Agente immobiliare: "*Capisco. Anche se la casa è a 10 km dal lavoro e questo si traduce in circa 5 minuti di macchina soltanto. I 5 minuti valgono il prezzo migliore che questa ha rispetto alle altre che avete visto? (o altre caratteristiche e vantaggi che possiede la casa).*

Obiezione 8: "*Abbiamo intenzione di attendere qualche mese in modo che il mercato si abbassi ulteriormente per pagare di meno questa casa*".

Qui ancora una volta torna la questione di qualificare l'acquirente all'inizio della trattativa. Ora sai perché durante l'intervista agli acquirenti è importante chiedere quanto hanno a disposizione per comprare una casa?

Agente immobiliare: "*Capisco il vostro desiderio di risparmiare. Tuttavia, si potrebbe verificare che il mercato non scenda, ma anzi che si rialzi e voi sareste costretti a pagare di più per acquistare questa casa che, tra l'altro, da qui a qualche mese potrebbe essere già stata venduta visto che il prezzo è buono e stiamo facendo tante visite. Voi non volete correre questo rischio, vero?*

Le 5 obiezioni più comuni dei venditori quando ricevono una proposta e le risposte da utilizzare per ottenere l'accettazione

Obiezione 1: *"La vostra offerta è inferiore alla cifra con la quale noi abbiamo pagato la nostra casa"***.** In questo caso è probabile che i venditori hanno acquistato quella casa qualche tempo fa, quando il mercato ancora tirava e i prezzi delle case salivano esageratamente a distanza di poco tempo. In questo caso non è molto saggio per loro vendere e aspettarsi di fare profitto su quell'immobile. Devi spiegarglielo. Usa la valutazione effettuata con criterio comparativo che avrai elaborato in fase di acquisizione dell'incarico per fargli capire che la proposta è compatibile con il mercato attuale. Se possibile ricorda ai venditori da quanto tempo hanno messo la casa in vendita e le poche offerte ricevute fino a questo momento.
Obiezione 2: *"I signori Belli hanno venduto la loro casa per molto di più di quanto noi stiamo ottenendo"***.** Intanto, se possibile dovresti sapere questa cosa prima che loro la menzionano e dovresti sapere anche perché la casa dei sig.ri Belli è stata venduta per più soldi della loro. Usa sempre la valutazione effettuata con criterio comparativo per l'analisi del vicinato. Comparando i parametri della loro casa con quelli della casa dei sig.ri Belli potrebbe venire fuori che le due case hanno caratteristiche diverse (condizioni interne, disposizione dei locali, esposizione, balconi o terrazzi, ecc.) che giustificano valutazioni diverse.
Obiezione 3: *"Non voglio accettare la prima offerta che mi capita"***.** In casi come questo loro hanno paura che la vendita sia stata troppo facile perciò pensano di poter ottenere anche proposte migliori in futuro. Rispondi in questo modo: *"Nessuno vuole prendere decisioni sbagliate quando vende un immobile, ma sono sicuro che sarete d'accordo con me che non ci siano ragioni logiche per le quali la prima proposta non debba essere quella migliore"*. Spiega che potrebbero non arrivare altre proposte per un lungo periodo perché in questo momento di mercato i tempi di vendita si sono allungati e fai riferimento alla motivazione che li aveva portati a mettere in vendita la loro casa. Se ad esempio la loro motivazione era spostarsi velocemente in un'altra zona, ricorda ai proprietari che accettando la proposta avranno la possibilità di realizzare questo loro desiderio. Questo li stimolerà ad accettare la proposta.
Obiezione 4: *"Non ho urgenza di vendere, aspetterò finchè non ho ottenuto il prezzo che voglio"***.** Questa è sola una scusa. Quando ti fanno questa obiezione usa questa fraseologia: *"Invidio la posizione in cui siete adesso. Siete molto fortunati. Ma lasciate che vi mostri quanto questa proposta sia congrua rispetto alla vostra richiesta"*. Continua parlando di tutte le cose che perdono aspettando. Le cose che perdono sono le motivazioni che li hanno spinti a vendere e che ti hanno detto in fase di acquisizione. Devi essere in grado di ricordartele e di ricordarle a loro. Puoi dire ai venditori che aspettando rimandano anche la realizzazione dei loro obiettivi. Ad esempio rimandano l'andare in una casa più grande, più vicina al loro posto di lavoro, più bella, ecc.

Obiezione 5: *"Voglio parlare con il mio avvocato"***.** Questa è un'altra scusa. Sono semplicemente spaventati nel prendere la decisione. Di questo: *"Non ve ne faccio una colpa, penso che sia saggio e giusto negli affari che ogni volta che non siamo sicuri di qualcosa non dobbiamo approvarla o firmare niente finchè non ci sia tutto chiaro. Posso chiedervi una cosa: quale parte del contratto posso aiutarvi a capire meglio? È il tempo che ci vuole per l'acquisto? È la caparra? È la cifra complessiva?"*. Insomma chiedi tutti quanti i dettagli finchè loro non ti avranno detto espressamente cosa non hanno capito, soltanto allora potrai aiutarli.

Complimenti per aver completato la lettura di questo ebook ☺

Ora, se vuoi continuare a costruire la tua grande carriera nel campo immobiliare, puoi farlo partecipando al mio corso…

“Nuove Strategie di Acuisizione e Vendita Immobiliare per l’Agente Immobiliare Moderno”

Per iscriverti al corso vai su www.formarealestate.it

Ma le sorprese non finiscono qui: inserendo il codice che trovi qui sotto al momento dell’iscrizione avrai diritto a 25 euro di sconto sulla quota di iscrizione!

Codice: EBOOK25