

ТРЕНД

единый центр недвижимости

ТЕХНИКА ПРОДАЖ

5 ЭТАПОВ ПРОДАЖ

ЭТАПЫ

ПРОДАЖ

Подготовка



Рекомендации. Анализ

1. Установление контакта с клиентом

Чтобы с Вами - незнакомым человеком начали говорить, нужно уметь завязать разговор.

2. Выявление потребностей

Не узнав, что нужно потенциальному клиенту сделка состоится. Недвижимость, как основная ценность для клиента

3. Презентация услуги

Любая услуга нужна, только если она ценна, ее ценность формируется правильной презентацией

4. Работа с возражениями

У любого кто отдает заработанные деньги, есть сомнения и для успешной сделки их необходимо преодолеть

5. Сделка

Даже когда клиент готов купить услугу, ему нужен толчок, который заставит сказать - ДА

5 этапов продаж – это
последовательное
выполнение следующих
действий

Цель первого звонка

- ✓ Установить контакт, продать себя!
- ✓ Выявить первичные потребности
- ✓ Назначить встречу
- ✓ Предупредить о сканировании документов на встрече и фотографировании квартиры



*Продай себя – качество услуги, чтобы в
последствии продавать - товар
Цель звонка – дозвониться.
Цель первого звонка – назначить встречу.*

- ! Перед звонком обязательно провести мониторинг рынка.
- ! Важно хорошо ориентироваться в ценах и предложениях.
- ! Посмотрите выставлен ли данный объект на продажу – кем и за какую цену.

ДО звонка ВАЖНО ответить себе на 4 вопроса:

1. Где и как рекламируется данный объект?
2. Кем рекламируется данный объект?
3. Как давно рекламируется данный объект?
4. По какой цене рекламируется данный объект?

1. Установление контакта с клиентом

Поприветствуйте
(Грамотная речь)

Определите, кто с Вами беседует – агент или собственник

Уточните параметры его объекта недвижимости

*Выстраивайте совместный диалог, используя этап подготовки. Показав тем самым свою компетентность. Вызовите у клиента **доверие***

Параметры его объекта недвижимости - это единственная общая тема на данном этапе разговора, которой клиент готов с Вами делиться, которая может Вас сблизить, расслабить клиента и проявить особенности своего характера, выстроить совместный диалог.

Первоначальная задача – наладить контакт с клиентом.

Применяйте чувство юмора (только в случае, если оно к месту) и чувство такта.

2. Выявление потребностей



Вам нужно выяснить ответы на **вопросы**:

1. В чем заключается недовольство проживания в данной квартире?
2. Что человек хочет взамен?
3. Для чего и какие потребности он этим удовлетворит?
4. В каком виде у него доплата, если он доплачивает?
5. В какой срок им необходимо провести сделку?
6. Какая ситуация по документам?
7. Насколько опытен клиент в сделках с недвижимостью и в чем именно?
8. Выяснить продают ли они самостоятельно без помощи других агентств недвижимости и как давно?
9. Поинтересоваться, какие результаты продажи? (аккуратно)
10. Выяснить кто принимает решение и как можно с этим человеком пообщаться? (аккуратно)
11. Понять реальность сделки и сразу отнести ее к разряду: *отложенная* продажа или продажа *сейчас*?

*В основе любой потребности
лежит*

ДИСКОМФОРТ!

2. Выявление потребностей



2. Выявление потребностей

Цель этапа – понять, какое предложение следует сделать, **чтобы заинтересовать клиента.**



Задаем вопросы
МНОГО
ВОПРОСОВ

2. Выявление потребностей

С

Ситуационные вопросы

*для установления
контакта*

чтобы задать

П

Проблемные вопросы

*так что продавец
выявляет*

Скрытые потребности

И

Извлекающие вопросы

используя

*что
требует
задавать*

*которые заставляют покупателя
яснее и острее ощутить проблему*

Н

Направляющие вопросы

*так что покупатель
определяет*

Явные потребности

Выгоды

*позволяющие продавцу
сформулировать*

*которые имеют прямое отношение
к успеху продаж!*

2. Выявление потребностей



*Клиенту важно знать,
что
ЕГО СЛЫШАТ*

3. Презентация

- ✓ Презентация услуг компании
- ✓ Описание подхода к работе
- ✓ Преимущества компании
- ✓ Имеющиеся потенциальные покупатели
- ✓ Этапы работы с клиентом

3. Презентация

Ваша задача - подготовить клиента к тому, что Вы будете делать на квартире: фотографировать, смотреть и сканировать документы, а не привезете ему деньги за квартиру или покупателя с ними. Спросите клиента – готов ли он, доверить Вам продажу объекта на эксклюзивных основаниях.

Также, мы можем заняться продажей основательно и не ограничиваться только предложением потенциальным покупателям, а найти покупателя именно на **ваш объект.**

У нас есть покупатели на аналогичные объекты недвижимости в вашем районе. Мы можете предложить этим покупателям ваш объект. Для того чтобы предложить покупателям, нам необходимо объект посмотреть, сфотографировать, ознакомиться с документами

3. Презентация



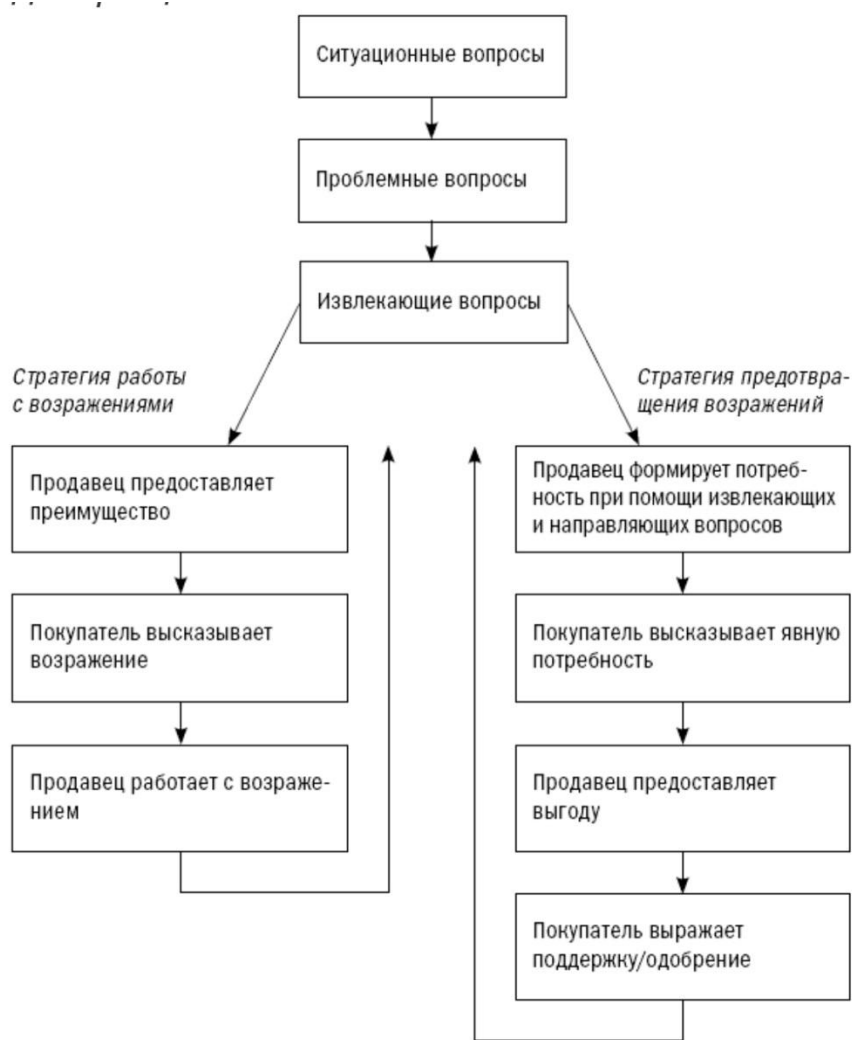
ПРИВОДИТЕ АРГУМЕНТЫ

«Договор Вас ни к чему не обязывает, он не содержит пунктов, отражающих штрафные санкции, если в течение двух недель Вам не понравится моя работа, Вы можете расторгнуть договор, даже по телефону».

4. Работа с возражениями

Как относиться к возражениям:

- **Позитивно.** С пониманием, что без них никуда.
- **Активно.** Спрашивайте и слушайте, чего хочет клиент, и чего боится.
- **Заинтересованно.** Ищите выгоду клиента.
- **Будьте готовы предоставить максимум информации.**



Цель этапа – избавление клиента от опасений, связанных с рисками, недопониманием, эмоциями и т.д.

5. Сделка

Какими способами можно подвести клиента к принятию решения?

- Предложите клиенту принять решение самому (запросите обратную связь);
- Сделайте ситуацию критической;
- Попросите клиента назвать (обсудить с Вами) положительные и отрицательные стороны Вашего предложения;
- Резюмируйте все, о чем говорили и отдельно резюмируйте выгоды;
- Попробуйте задавать цепочки закрытых вопросов на ответ «Да!»



*В целом предложение для Вас интересно?
Вы могли бы воспользоваться данным предложением?
По стоимости Вас все устраивает?
Отлично, если вам все подходит, предлагаю встретиться в
офисе.
Обязательно согласуйте БЛИЖАЙШИЕ ДЕНЬ И ВРЕМЯ.*