

Коммерческое предложение

Цель этапа: представить выгодные стороны товара или услуги с ориентацией на нужды клиента

Три составляющих презентации товаров и услуг

Характеристики - Описывают свойства услуги/товара

Преимущества - Показывают положительные стороны товара по сравнению с аналогами и по сравнению с другими компаниями

Выгоды (Польза) - Описывают, как основные характеристики или преимущества отвечают потребностям клиента.

Предложение решения

Есть только один способ заставить свободных людей делать то, что выгодно вам: показать, что это выгодно им.

Характеристика: у нас проработано пять источников поиска покупателя.

Преимущества: собственник квартиры может воспользоваться только одним источником (реклама своей квартиры), а это дает всего 30% покупателей. Многие компании пользуются двумя-тремя.

Польза:

- быстрый сбор покупательской базы (до 98% всех потенциальных покупателей вашей квартиры)
 - чем больше покупателей, тем больше цена продажи.
 - налажен постоянный поиск, мы сделаем предложение первым покупателям уже сегодня.

Перечисление характеристик может помочь в «холодной» презентации услуги, когда потребности клиента нам неизвестны, а характеристик много.

Перечисляя все имеющиеся свойства услуги, мы можем увидеть, на что клиент отреагировал, – и уже здесь разворачивать сравнение и представление пользы.

Порядок работы риэлторской компании по продаже объекта недвижимости.

<i>Предварительный анализ варианта</i>	<ol style="list-style-type: none">1. На этом этапе необходимо изучить всю информацию о продаваемом объекте недвижимости и условиях сделки, выгодных для клиента. Чтобы порекомендовать вам оптимальную схему работы и определить максимально возможную цену объекта, наши специалисты проанализируют более сорока различных параметров. У нас есть возможность использовать собственные аналитические обзоры и обращаться к информации, предоставляемой Российской Гильдией Риэлторов.
<i>Рекламное продвижение объекта</i>	<ol style="list-style-type: none">2. На этом этапе мы можем управлять сроком экспозиции (продолжительностью продажи квартиры) и интенсивностью обращений потенциальных клиентов. Мониторинг эффективности рекламы, который наша компания ведет с 1999 года, и аналитические обзоры рынка дают нам возможность выбирать оптимальный набор рекламных средств.3. Организация рекламы на телефон Агентства дает возможность максимально широко рекламировать квартиру нашего клиента и при этом ограничить круг людей, получающих информацию о нем как о продавце.

Сравнение преимуществ может быть полезно, если наш собеседник сравнивает нашу услугу с чем-то конкретным.

Представление выгод – максимально эффективный способ предложения (при условии, что потребности клиента выявлены корректно)

Продажа

- обмен услуги на деньги.
- последовательность действий, приводящих к желанию клиента обменять свои деньги на нашу услугу
- это перемещение восхищения продуктом из головы и сердца продавца в голову и сердце покупателя. (Зиглар)

Продавать – означает так убедить человека в преимуществах товара, чтобы он принял решение в его пользу. Клиенты принимают решение о покупке, когда у них возникает чувство, что им нужен предлагаемый вами **результат использования товара.**

Если вы хотите убедить клиента, демонстрируя тот или иной продукт, как можно более наглядно и понятно рассказывайте, какую **пользу** извлечет для себя клиент.

Внимание клиента привлекает исключительно то, что его интересует, а не то, что считаете преимуществом вы.

Не забудем о типах потребностей клиентов

Безопасность

Престиж

Новизна

Привязанность

Комфорт

Экономия

Обратите внимание на связки и хвостатые вопросы

Это позволит нам с вами...

Верно?

Благодаря этому мы...

Вы согласны?

Это позволит получить...

Правда?

Таким образом, мы выиграем...

Так ведь?

Так мы обеспечим...

Да?

Не так ли?

AIDA

Attention - внимание

Interest - интерес

Desire - желание

Action - действие

Attention - ВНИМАНИЕ

Заголовок: Обмен на трехкомнатную за 5000 рублей в месяц.

Анонс информации: Семинар будет посвящен тому, как удвоить материнский капитал без дополнительных вложений.

Вопрос: Имеет смысл рассказать, как можно решить вашу задачу за 2 недели?

Interest - интерес

Идея проста: цены снизились, и теперь для покупки гостинки к материнскому капиталу нужно прибавить всего 450 000. Это значит, что ипотечный платеж будет равен платежу ваших арендаторов, так что вы бесплатно получите самую ликвидную квартиру на рынке.

Desire - желание

Наши сотрудники возьмут на себя все задачи, от начала до конца.

Вам больше не нужно будет беспокоиться о сохранности материнского капитала.

У вашего старшего ребенка сразу появится отдельное жилье.

Action - действие

Позвоните по номеру 333 33 33 прямо сейчас!

Позвоните по номер 333 33 33 и вызовите специалиста с каталогом трехкомнатных квартир.

Запишитесь на семинар до 18-00 21-го декабря.

Я предлагаю зарезервировать место.

Как понять, что пора делать предложение?

Варианты «покупательских сигналов» завершения продажи:

Клиент задает множество вопросов, уточняет специфические детали, условия, возможные проблем после заключения договора, повторяет и уточняет отдельные моменты.

Клиент высказывает конкретные требования, пожелания и условия.

Клиент просит продемонстрировать еще раз материалы, которые вы использовали во время презентации.

Клиент привлекает к обсуждению покупки лиц, влияющих на решение о сделке.

Клиент переходит на дружеский тон, улыбается, появляется блеск в глазах, оживленная жестикуляция. В то же время периодически могут наступать моменты рассеянности и задумчивости клиента, свидетельствующие о процессе принятия им решения.

Структура коммерческого предложения

Заголовок

Оффер

Убеждение

Ограничение

Призыв контакты

Постскриптум



Как мы обеспечим продажу квартиры за 1 месяц

*Порядок действий риэлторской компании
при организации продажи объекта недвижимости*

Ваш специалист по недвижимости

Наталья Ероцкая



10 шагов: просто и профессионально

1. Оценка квартиры: подбор аналогов, осмотр объектов-конкурентов, анализ продаж подобных квартир и текущего спроса на них.

2. Оценка условий решения задачи собственника: определение такого порядка действий по продаже, который обеспечит выполнения всех условий - сроков, порядка действий, особенностей оформления, покупки требуемой квартиры взамен с использованием планируемой суммы доплаты.

3. Помощь в предпродажной подготовке: анализ преимуществ квартиры с точки зрения покупателя и составление предложения по подготовке к фотосессии и продаже.

4. Изготовление презентационных материалов: профессиональная риэлторская фотосъемка, создание видеотура, буклета для покупателя, макетов для расклейки, продающих текстов для рекламной компании, коммерческого предложения для инвесторов.

5. Организация рекламной компании и продвижение квартиры на рынке: размещение информации о продаже квартиры в СМИ, расклейка, предложение инвесторам, активный поиск покупателей на обменном рынке, создание персональной страницы объекта в интернете и многое другое.

Коммерческое предложение не может существовать только в устной форме

Что остается у клиента в руках после вашей встречи?

Презентор

Аналитика

Журнал

Буклет

Описание услуги

ПРИМЕР МАРКЕТИНГ-ПЛАНА

Действие	Сроки
Фото и видео съемка	
Создание продающего текста по объекту <ul style="list-style-type: none"> • Короткий вариант • Развернутый вариант 	
Внесение информации в базу <u>Slon</u> , КРИЦ	
Интернет реклама	
Реклама в газетах и журналах	
Email-рассылка	
Вывесить на общий <u>инфостенд</u> в офисе	
Расклейка листовок	
Реклама на досках объявлений	
Наружный баннер	
Мониторинг базы покупателей (газеты, интернет)	
Бегущая строка	
СМС рассылка	

ПРИМЕР НЕДЕЛЬНОГО ОТЧЕТА



Отчет
о проделанной работе по договору
№ _____ от « _____ » _____ 200__ г.
с « _____ » _____ 200__ г. по « _____ » _____ 200__ г.

1. Реклама

Издание	Тип объявления	Дата выхода	Поступило звонков	Количество просмотров	Результат просмотра	Комментарии результата просмотра

2. Подготовка документов:

№	Документ	Организация	Сдан	Получен

3. Анализ рынка на « _____ » _____ 200__ г.

- 3.1. Цена кв.м. объекта _____ руб.
- 3.2. Средняя цена кв.м. аналогичных объектов _____ руб.
- 3.3. Рост цены на объекты данного типа составил _____ руб./месяц.
- 3.4. Динамика роста цен на объекты данного типа за прошедшие четыре недели составила _____%.
- 3.5. Соотношение спрос/предложение по объектам данного типа за месяц _____.

Спасибо за внимание!

Ваше домашнее задание должно быть выполнено в течение одной недели.

Следующее занятие – Переговоры. Работа с сопротивлением.