

## “GESTIRE UNA OPEN HOUSE, DOPO L’OPEN HOUSE”

Per un’Open House di successo sono necessari: una casa scelta con criterio, che sia presentabile; una ben organizzata ospitalità; un impeccabile piano di follow-up per far sì che nessun prospect si perda nel periodo successivo all’evento. Questo articolo si concentra sulla fase successiva all’Open House.

### Dopo l’Open House

Subito dopo l’Open House, **invia dei biglietti di ringraziamento scritti a mano ad ogni singola persona che ti ha fornito i suoi contatti**. L’effetto di una lettera scritta a mano viene amplificato, soprattutto al giorno d’oggi, dove la corrispondenza è per lo più generata da computer ed e-mail.

Quando procedi con il follow-up non presumere che la tua Open House sia l’unica alla quale il tuo prospect abbia partecipato. Posso garantirti che non è questo il caso. Realizza il fatto che sei in competizione con altri agenti, ed un modo per prevalere è provare che tu sia uno dei più capaci nel gestire il follow-up dei contatti. Una volta che il prospect ha ricevuto il tuo biglietto scritto a mano, prosegui con i seguenti step:

- **Se il prospect ha richiesto ulteriori informazioni, o tu personalmente ti sei offerto di fornire specifiche notizie, inviagliele immediatamente.** Ma mandagliele separatamente e successivamente ai tuoi ringraziamenti scritti a mano.
- **Nel pomeriggio o nella serata del giorno in cui il tuo biglietto di ringraziamento arriva a destinazione, chiama il prospect.** Se l’Open House si è svolta Sabato, il tuo biglietto di ringraziamento dovrebbe arrivare Lunedì, e tu dovresti fare la tua chiamata il giorno dopo, solitamente il martedì. L’obiettivo della chiamata è fissare un appuntamento nel tuo ufficio per la presentazione dell’acquirente.
- **Più tardi, la stessa settimana, verso Giovedì o Venerdì, chiama ancora.** Questa volta comunica al prospect che hai trovato un’immobile con caratteristiche simili a quelle della casa che lui o lei sta cercando. Spiega che ti piacerebbe fissare un incontro per valutare se effettivamente la casa è adatta a loro. Mira a fissare l’appuntamento nel tuo ufficio. Ricorda: sei in competizione con altri agenti. Chiunque riesca per primo a portare nel suo ufficio il prospect aumenta drasticamente le probabilità di ricevere l’assegno per le commissioni.
- **Ripeti settimanalmente gli step precedenti per qualche settimana.** Se non riesci a portare il prospect nel tuo ufficio nel giro di qualche settimana, allora la qualità del prospect sarà probabilmente inferiore rispetto a quello che pensavi. A questo punto sarà il caso di lasciarlo andare e spostare l’attenzione verso compratori più motivati.

Quando raccogli i contatti all’Open House, tra questi potrai trovare delle persone che sperano di traslocare, ma non lo faranno mai. Io li chiamo *prospect della speranza*, in contrasto con i *prospect motivati*, ed è il tuo lavoro di agente che ti aiuterà a determinare in quale delle due categorie inserire i tuoi prospect. In questo modo potrai rivolgere il tuo tempo, la tua attenzione, e il tuo talento ai bisogni del gruppo di prospect più motivati.

### Mantenere contatti low-cost con i prospect “incerti”

A volte vorresti mantenere i rapporti con dei prospect abbastanza motivati, con la speranza che decidano poi di lavorare con te quando saranno finalmente pronti a comprare o a vendere. Un buon mezzo low-cost per mantenere i contatti con queste persone è mandare, ad esempio, la newsletter del tuo immobiliare via mail o comunque altre forme di corrispondenza on-line che abbattano i costi di stampa e consegna.

**Non aspettarti che sia alta la percentuale di questi prospect a lungo termine che si convertiranno in acquisizioni o in vendite basandoti su questo mezzo di contatto**, perlomeno il costo da te sostenuto è quasi inesistente, quindi qualsiasi successo sarà quasi completamente un profitto. Sii comunque ragionevole con le tue aspettative. Se riesci ad ottenere la conversione del 3% di questi prospect, considerati fortunato.