

10 consigli da ricordare a chi lavora con gli acquirenti

Testi di Dirk Zeller CEO della RealEstateChampion.com

Gli agenti di più grande successo sono gli agenti che rappresentano i proprietari di casa nella vendita del loro immobile. Ma la maggior parte di tutti gli agenti - e verosimilmente tutti gli agenti nuovi - guadagnano la maggior parte delle loro provvigioni lavorando come agenti immobiliari di clienti acquirenti. Se hai iniziato il tuo business negli ultimi anni, ti consiglio di seguire questi 10 consigli per migliorare l'efficacia derivante dal lavorare con gli acquirenti.

1. Qualifica i tuoi prospect

Ci sono prospect motivati e capaci di vendere e altri no. Gli agenti che lavorano con acquirenti di bassa qualità, li conducono a sperare di poter migliorare il loro livello di interesse e sperano di convincerli a passare all'azione, nella maggior parte dei casi, perdendo una marea di tempo prezioso.

Un agente può offrire un consiglio su un tasso di interesse favorevole, o essere esperti in vari campi, oppure far vedere agli acquirenti i benefici derivanti dalla proattività, ma anche gli agenti più dotati non possono attivare il senso di urgenza in un prospect non motivato.

Prospect di qualità devono essere motivati a comprare, devono desiderare o avere bisogno di agire in un breve lasso di tempo e devono impegnarsi a lavorare esclusivamente con te come agente. Se il tuo prospect non ha queste caratteristiche, è meglio che tu lo liquidi dicendo "Avanti il prossimo" e dedicando il tuo tempo e talento ad un altro prospect.

2. Lavora solo con clienti qualificati

Molti agenti pensano di fare il loro lavoro quando chiedono al prospect acquirente che sta lavorando con un altro agente di lavorare anche con loro, ma non sanno che questa è la domanda sbagliata per eccellenza. La domanda giusta da porre è: "Sei impegnato con un altro agente?" Questa domanda va diretta al cuore della filosofia che tu desideri che il tuo cliente sposi. Tu vuoi che i tuoi clienti si impegnino.

Gli agenti ricevono le provvigioni grazie anche all'impegno dei clienti. I clienti che lavorano con te non fanno promesse sul risultato e sulle probabilità a riguardo del fatto che possano decidere di cambiare agente in ogni momento, lasciandoti a mani vuote proprio alla fine.

Se hai pubblicizzato un immobile e ricevi una telefonata la cui fonte è la pubblicità o il cartello, non offri semplicemente di incontrare quella persona e di mostrargli l'immobile. Fai in modo che il tuo obiettivo sia quello di incontrare il prospect in ufficio. Se senti che hai bisogno di fargli vedere una casa per far sì che loro si impegnino, fallo, ma non mostrargli altri immobili senza avere la certezza che abbiano la giusta motivazione per vendere, confermando per iscritto il loro impegno a comprare e dimostrando la loro fedeltà a te come agente immobiliare.

3. Non dare per scontato che l'acquirente si impegni a lavorare con te in esclusiva

Se sei indulgente con te stesso credendo che un potenziale cliente che arrivi grazie all'open house, che risponda alla tua pubblicità, che chiami dopo aver visto il tuo cartello o dopo aver cliccato sulla tua homepage, sia disponibile a lavorare con te e solo con te, stai facendo pratica con il detto "La speranza è l'ultima a morire" e sbagli.

Poniti come obiettivo quello di essere il primo agente a fissare un appuntamento per un incontro face-to-face che miri a stabilire un rapporto di lavoro in esclusiva. Prima di guadagnarti l'incarico in esclusiva, sei in competizione con tutti gli altri agenti presenti nel tuo mercato.

4. Chiedi e vinci un appuntamento

Sia che tu lavori con acquirenti che con venditori, la via del successo inizia con un appuntamento face-to-face - nella tua agenzia - durante la quale puoi dimostrare il tuo valore al prospect.

L'appuntamento è il punto di inizio fondamentale con il nuovo cliente e, dopo quello, un affare concluso e l'assegno delle tue provvigioni. In occasione di ogni conversazione con un prospect qualificato, chiedigli un appuntamento.

5. Prerati alle obiezioni tipiche degli acquirenti

Gli acquirenti, specialmente quelli che acquistano la prima casa e rappresentano la maggior parte della tua clientela più nuova, spesso arrivano alla transazione con una conoscenza limitata e una serie di incomprensioni su come gli agenti immobiliari lavorano e su come ci si muova nel mondo immobiliare. Devi essere pronto al confronto e all'arrivo massiccio di obiezioni e problematiche di questo genere:

- Molti acquirenti non vedono perchè debbano avere bisogno di lavorare in esclusiva con un dato agente per trovare o vendere una casa. Molti pensano che una volta trovata la casa dei loro sogni, l'agente del venditore può portare a termine il lavoro. Come la vedono loro? Così: il venditore è già pronto a pagare le provvigioni al suo agente e lui, l'acquirente, pensa di potersi permettere di aggregarsi a tale pagamento, moralmente, e pretendono che l'agente del venditore, faccia anche la loro parte, gli dedichi del tempo e gli metta a disposizione la sua esperienza. Il tuo lavoro consiste nell'aiutare l'acquirente a capire che, se tu lavori in esclusiva per lui, avrà lo stesso trattamento preferenziale che avrebbe da un avvocato.
- Gli acquirenti non capiscono l'importanza dell'iniziare la loro ricerca di una casa avendo già effettuato un controllo e avendo fatto una pre-qualifica (meglio una pre-approvazione) in banca. Come loro consulente devi spiegargli che visto che desiderano trovare la casa dei loro sogni e quindi la migliore, i venditori devono trovare il miglior acquirente. Se i venditori ricevono due offerte, una da un acquirente che è in una posizione finanziaria che gli permette di chiudere la transazione e una da un acquirente con una situazione finanziaria traballante, indovinate quale delle due accetteranno!
- Troppi acquirenti hanno un preconcetto della loro casa dei sogni e pensano che se fanno una lunga ricerca - e se hanno più di un agente che fa per loro questa ricerca - troveranno la casa perfetta. La realtà è questa: gli acquirenti non comprano le case perfette, loro fanno diventare perfette le case che comprano. Se tu rappresenti un acquirente nella ricerca della perfezione pronta all'uso, hai bisogno anche di aiutare il tuo cliente a sfatare il mito della casa perfetta oppure hai bisogno di selezionare un altro cliente acquirente con cui lavorare.
- La lista di concetti sbagliati diventa sempre più lunga. Molti acquirenti pensano che non dovrebbero mai offrire il prezzo richiesto. Pensano che dovrebbero sempre iniziare la trattativa con un prezzo inferiore e salire dopo. E forse, peggio ancora, pensano che temporeggiare sia la giusta strategia perchè pensano che i proprietari di casa dipendano dalle loro azioni. Quando ti imbatti in acquirenti che hanno queste credenze, devi dirgli questa verità: l'acquirente più indisposto è quello che perde la casa che desidera per il fatto che non ha agito per tempo e non è stato abbastanza competitivo nel fare un'offerta.

6. Spiega i servizi che offri

Non puoi dare per scontato che gli acquirenti capiscano quello che tu fai. Non lo capiscono. E non sanno come tu ti distingui dagli tutti gli altri agenti presenti nel tuo mercato. Sii dettagliato su quello che fai e come lo fai, cioè meglio degli altri agenti. Segui questi consigli:

- Fornisci una spiegazione completa del processo di acquisto della casa
- Fornisci una panoramica completa delle condizioni di mercato della zona aggiornate ed emergenti
- Fai sapere ai tuoi clienti che sei pronto e capace di assisterli nella selezione della miglior casa per loro nel range di prezzo da loro stabilito
- Scrivi la tua proposta di acquisto per esprimere chiaramente e correttamente le tue intenzioni e come tu ti farai garante degli interessi del tuo cliente acquirente. La proposta di acquisto è un contratto tra l'acquirente e il venditore.
- Firma la tua proposta di acquisto in modo che tu sia nella posizione più favorevole

La cosa importante da ricordare è che devi distinguerti dalla concorrenza. Devi dar prova della tua eccellenza e convincere i prospect che tu sei in grado di offrire importanti servizi personali che loro possono ricevere solo scegliendo te in esclusiva, che rappresenti i loro interessi nell'acquisto della loro nuova casa.

7. Stabilisci una partnership con un agente finanziario

Un altro ottimo dettaglio per ottenere l'impegno del prospect acquirente è quello di offrire loro la possibilità di fare la loro qualificazione in termini finanziari per il tramite del tuo agente finanziario di fiducia. Questo ti dà due vantaggi:

- L'agente finanziario può qualificare il prospect e risparmiarti tantissimo tempo che altrimenti avresti sprecato seguendo un cliente che non ha le capacità finanziarie di comprare casa o di comprarla come lui desidera.
- Guidando il tuo prospect verso un agente finanziario di fiducia, metti la tua porzione di provvigioni nelle mani di un professionista che conosci. Così come il numero di agenti immobiliari può crescere o decrescere in base alle condizioni di mercato, ugualmente succede nel mondo bancario e dei mutui. Se non sfrutti un tuo contatto, il prospect si rivolgerà sicuramente ad un altro agente finanziario che tu non conosci o non raccomanderesti, mettendoti così nelle condizioni di dover risolvere magari all'ultimo, durante l'accettazione, problemi che rischiano di far saltare la vendita.

8. Fai agli acquirenti tantissime domande

Contrariamente al credo popolare, i prospect non vogliono ascoltare il tuo sermone sulla vendita. Desiderano parlare dei loro desideri, dei loro bisogni e dei loro sogni. Devi sempre avere con te una nutrita lista di domande e non solo sarai sulla buona strada per avere le informazioni che ti servono per fare bene il tuo lavoro, ma anche per stabilire un rapporto e la confidenza necessaria per ottenere l'impegno del prospect.

Per raccogliere le informazioni di cui hai bisogno, impara tutto ciò che puoi su ciò che l'acquirente cerca con la sua nuova casa. Quale area o aree preferiscono? Quali tipi di casa hanno in mente? Quale stile architettonico preferiscono? Quando vorrebbero trasferirsi? Quante camere da letto, bagni o altri tipi di stanze vogliono? Da quanto tempo stanno cercando casa? Hanno già visto qualcosa che assomiglia a ciò che desiderano? Qual è la loro situazione finanziaria e quanto tempo ci mettono per ottenere un mutuo? Con quale mezzo di comunicazione preferiscono ricevere le notizie? Qual è la loro aspettativa nei confronti del loro agente?

9. Tieni tutto sotto controllo

Quando lavori con i prospect venditori, puoi avere un incarico in esclusiva oppure no. Tu sai se hai un cliente impegnato e sai esattamente che cosa il venditore si aspetta di ricavare dall'affare, finché il prezzo è correttamente riportato sul contratto.

E' molto più difficile avere a che fare con i prospect acquirenti. Loro sono molto più inclini a lavorare con più agenti immobiliari. Loro gli vorrebbero far cambiare idea su quello che veramente vogliono. E vorrebbero che avessero aspettative alte e irrealistiche sulla casa. Per queste ragioni tu, come agente di un acquirente, devi prendere il controllo e gestire il rapporto agente-acquirente.

Il primo passo è quello di convincere gli acquirenti del valore del lavorare in esclusiva con un agente. Il passo successivo è capire quali sono le aspettative dell'acquirente in merito alla capacità finanziaria e al servizio, ponendogli una serie di domande dettagliate che trovi nella sezione successiva. Il terzo passo, il più importante, è quello di prendere il controllo e guidare gli acquirenti nelle visite degli immobili, nella valutazione della proprietà, nella selezione della casa e nella fase di acquisto.

Nel processo devi essere pronto a fare il terapeuta di realtà. Più spesso che mai, dovrai essere in grado di abbassare le aspettative dei tuoi acquirenti in merito al prezzo che sono in grado di pagare, di abbassare il livello della casa che vogliono comprare alla loro reale capacità finanziaria.

10. Bisogna saper dire NO

Se il cliente vuole che tu faccia qualcosa che tu non puoi fare, devi dire no. Se ti chiedono di scrivere un'offerta ridicola e che ti metterà in cattiva luce con l'altro agente e il venditore, devi dire di no. Se desiderano che tu partecipi ad una transazione disonesta, dove il passaggio di denaro avviene in maniera illecita, devi dire di no.

Mi è stato chiesto moltissime volte, nell'arco della mia carriera, specialmente durante i primi giorni, di effettuare transazioni con una "finanza creativa". Meno che onesti acquirenti sanno come trovare agenti nuovi, affamanti e inesperti con i quali lavorare sui loro affari "innovativi". Renditi conto del fatto che sempre di più la "finanza creativa" viene definita con un altro termine: frode!