

“I BENEFICI DEL TUO SERVIZIO”

L’approccio di un Top producer ad un acquirente sta nel convincerlo, alla prima chiamata, che un appuntamento con te aumenta le possibilità di:

1. Fargli comprendere meglio il mercato.

Comprendendo meglio il mercato, il cliente sarà in grado di scegliere una casa migliore, prendere migliori decisioni per la propria famiglia ed essere coinvolto in una transazione senza problemi e meno stressante.

2. Fargli avere un servizio di alto livello, incontrandoti.

Riceverà un servizio più professionale perché sta lavorando con te. Secondo le statistiche, più del 52% degli agenti immobiliari con patentino sono nel settore da meno di 36 mesi. La maggior parte degli agenti immobiliari negli ultimi anni ha visto un solo tipo di mercato. Quando sperimentiamo i cambiamenti del mercato, è probabile che, basandoci sul numero di agenti immobiliari e sull’esperienza, sulla competenza e la conoscenza di questi altri agenti, il cliente, molto probabilmente, sceglierà qualcuno che non è propriamente preparato a rappresentare il suo interesse. Molti agenti non sapranno cosa fare. “E’ questo il rischio che vuoi correre, Sig. Prospect?”

Spiega che tu lavori solo per esclusiva: dato che lo standard del tuo servizio è molto alto sia per te che per i tuoi clienti, sarebbe impossibile lavorare con tutti quelli che ti contattano per rappresentare i loro interessi nell’acquisto dell’immobile.

3. Fargli ottenere un vantaggio nella fase di negoziazione.

Attraverso la tua conoscenza del mercato, delle disponibilità e delle attuali tendenze del mercato emergente ed unendo il tuo sapere ad una chiara comprensione del suo obiettivo e delle sue aspettative, potrai posizionarti per essere un più efficace rappresentante e negoziatore per suo conto.

4. Assicurarli il miglior mutuo per una transazione più lineare.

Troppo spesso, gli agenti immobiliari concedono all’acquirente troppa libertà d’azione nella scelta del finanziamento. Non vogliamo essere accusati di pilotare il cliente, ma vogliamo invece assicurare al cliente un servizio di alto livello ed un rischio minimo. Un agente immobiliare Top producer guida il cliente a stringere un rapporto con il mediatore creditizio preferito. Questo permette di offrire un servizio migliore, una chiusura più tempestiva, meno sorprese ed un minore livello di stress sia per il cliente che per l’agente immobiliare. Ricorda, non sarai ricompensato ai massimi livelli se punterai ogni volta a fare i miracoli, chiudendo all’ultimo minuto. Solitamente il tutto richiede molte di più delle tue risorse di tempo, di energia e di coinvolgimento. Spesso anche lo stesso cliente è esausto da quel giro sulle montagne russe prima della chiusura. Hai messo a rischio il rapporto a lungo termine

che stai cercando di instaurare, a causa del coinvolgimento del mediatore sbagliato? Non c'è niente che puoi dire o fare per venir fuori dalla sensazione e opinione negativa che il cliente ha dalla transazione che il mediatore creditizio ha fatto saltare? Sarà così anche se tu non hai niente a che fare con l'operazione.

5. Fargli risparmiare denaro a breve e a lungo termine.

Incontrandovi faccia a faccia, potrai aiutarlo ad assicurarsi una casa migliore, che si trovi in una zona che soddisfi le sue richieste di prezzo e di accessibilità ai servizi. Una casa vista come un investimento sarà migliore rispetto ad altre che il cliente avrebbe potuto selezionare senza averti prima incontrato. Avendo ben chiaro il profilo finanziario del cliente, potresti anche fargli risparmiare del denaro sull'acconto iniziale, facendo contribuire il venditore ai costi di chiusura.

6. Rappresentarlo nel modo migliore.

Alla fine, il tutto sta nel capire in che modo il cliente vuole essere rappresentato. Dovrai inoltre comprendere le sue aspettative, in modo da poter raggiungere un alto livello di soddisfazione del cliente, cosicché il cliente parli di te ai suoi conoscenti che stanno vendendo o comprando casa.

Ciascuno di questi sei punti costituisce una valida ragione per fissare un appuntamento con te alla prima chiamata, piuttosto che richiedere semplicemente i loro riferimenti ed inviargli materiale per settimane o addirittura mesi senza mai incontrarli.

Dunque, l'obiettivo è quello di utilizzare delle solide argomentazioni per ottenere un appuntamento faccia a faccia con il possibile cliente. Devi essere in grado di recitare il copione in modo eccellente, spiegandogli i vantaggi che potrà ottenere incontrandoti. Riuscire a portare il cliente nel tuo ufficio per una consulenza richiede una buona comunicazione circa i benefici e i vantaggi che il cliente stesso desidera.