

“CHI E’ L’AGENTE IMMOBILIARE?”

Tratto dal Campione del Real Estate Dirk Zeller (CEO della RealEstateChampion.com) nel suo Coaches Corner.

Gli agenti immobiliari fanno parte di quella categoria di professionisti, come i dottori, i dentisti, gli avvocati, i ragionieri e i consulenti finanziari, che fornisce assistenza e consulenza al cliente. La grande differenza sta nel fatto che la maggior parte degli agenti immobiliari non vedono loro stessi come professionisti di alto livello. Buona parte degli agenti immobiliari e buona parte della clientela, vedono l’agente immobiliare come una guida turistica per immobili, oppure come colui che permette l’accesso all’immobile, o perfino come una necessaria rotella nell’ingranaggio della transazione. I migliori agenti sanno che non è così e agiscono in modo differente.

Infatti, gli agenti immobiliari sono rappresentanti fiduciari e consulenti finanziari – non sono persone pagate per aprire le porte degli immobili in vendita ai probabili acquirenti. Devi costruire la tua carriera immobiliare credendo fermamente nei servizi e nei vantaggi che puoi fornire ai clienti, in questo modo potrai offrire un importante servizio professionale ed essere riconosciuto come un valido professionista, quale sei.

Offrire un servizio da rappresentante di fiducia

Gli agenti immobiliari rappresentano l’interesse dei loro clienti. In qualità di agente immobiliare sei legato all’onore, all’etica e al dovere di lavorare per conto del tuo cliente per il raggiungimento dei risultati desiderati. Questo include le seguenti funzioni:

- **Definire l’obiettivo del cliente.** Per poter offrire un servizio da buon rappresentante fiduciario devi cominciare con il comprendere chiaramente gli obiettivi che il cliente ha intenzione di raggiungere con la vendita/acquisto di un immobile. Troppi agenti iniziano questo percorso con difficoltà, in quanto non hanno certezze riguardo agli interessi delle persone che stanno rappresentando. Per evitare questa insidia è necessario sottoporre un questionario al prospect nella fase di qualificazione.
- **Dare consigli.** Nello stesso modo in cui gli avvocati consigliano ai clienti il modo più conveniente per procedere legalmente, il tuo lavoro consiste nell’offrire consigli simili in modo tale che il tuo cliente possa raggiungere i risultati attesi.

Un avvocato dovrebbe incoraggiare il cliente a procedere con la causa quando ci sono buone probabilità di vittoria, oppure consigliargli di optare per un accordo extra-giudiziale quando le probabilità di vincere davanti alla corte sono scarse e il cliente si ritroverebbe solo i conti dell’avvocato da pagare. Allo stesso modo, tu devi essere in grado di condurre il tuo cliente verso la giusta decisione riguardo il valore della sua casa, la strategia che dovrebbe adottare, le linee di marketing che dovrebbe seguire, e il modo in cui il suo contratto dovrebbe essere negoziato per ottenere il massimo vantaggio finanziario.

- **Esaminare i problemi e proporre soluzioni.** Un buon agente immobiliare, come un buon dottore, spende molto tempo ad esaminare le situazioni, individuare i problemi, e proporre soluzioni. Nel caso dell’agente immobiliare, il centro della questione è la casa che il cliente sta cercando di vendere/acquistare. E’ quindi necessario analizzare le condizioni dell’immobile, la location, il

vicinato, la vicinanza alla scuola, la condizione delle strade, il paesaggio, la competitività sul mercato, la richiesta del mercato, la disponibilità a far visionare l'immobile e il rapporto valore/prezzo. La valutazione comprende svariate analisi sul valore della casa e su eventuali cambiamenti o modifiche necessarie.

Gli agenti immobiliari sbagliano quando non hanno il coraggio di dire al cliente ciò che non vorrebbe sentirsi dire. Se un immobile è troppo caro o non è pronto per essere visitato, oppure l'offerta è troppo bassa per il venditore, è compito dell'agente immobiliare prendere posizione con un saggio consiglio.

- **Risolvere i problemi.** Inevitabilmente, ci saranno momenti in cui, in qualità di agente immobiliare, dovrai essere portatore di cattive notizie. Le condizioni del mercato possono variare ed il prezzo dell'immobile del tuo cliente venditore potrebbe abbassarsi. L'acquirente potrebbe aver bisogno di rendere l'offerta iniziale più allettante, in modo da poter ottenere l'attenzione del venditore. Una richiesta di mutuo potrebbe essere rifiutata. L'odore di animali in una casa potrebbe far cambiare idea al possibile acquirente. La casa che il tuo cliente acquirente desiderava potrebbe essere venduta a qualcun altro. In momenti come questi, la tua calma, la tua predisposizione al problem solving e un rapporto stretto con il cliente saranno la chiave per la vittoria.

Dare supporto alle decisioni finanziarie

Quando offri consulenze ai clienti sulle questioni immobiliari, i tuoi consigli avranno un effetto duraturo sul benessere finanziario dei tuoi clienti. Nella maggior parte dei casi, la casa è il bene più importante che le persone possiedono. La tua abilità nel dirigere i clienti verso quegli immobili che corrispondano ai loro bisogni e ai loro desideri, che si adattino al loro budget e dai quali possano ricavare un guadagno a lungo termine grazie al minimo investimento iniziale, avrà un impatto sul loro benessere finanziario negli anni futuri.

La tua influenza in qualità di consulente finanziario va ben oltre i clienti che hanno la possibilità di possedere immobili da investimento. Nei primi anni, per molti dei tuoi clienti potrebbe essere la prima volta che acquistano casa e la prima volta che si affacciano sul mondo delle grandi transazioni finanziarie. Consigliarli nel modo giusto e rimarranno tuoi clienti e costituiranno inoltre un buon mezzo di passaparola per gli anni a venire.

Evitare di assumere il ruolo di "apriporta"

Se facciamo un salto indietro ai primi anni novanta, prima dell'avvento di internet, l'unico modo per un consumatore di ricevere informazioni riguardo ad un immobile in vendita era quello di rivolgersi direttamente all'agente immobiliare. Al giorno d'oggi, i consumatori possono lanciare la loro ricerca di immobili on line, piuttosto che recarsi presso un'agenzia immobiliare. Con poche battute sulla tastiera e qualche click del mouse, possono avere accesso completo a tutte le informazioni che in passato erano controllate dagli agenti immobiliari. Comunque, una volta acquisite le principali informazioni riguardo all'immobile, il consumatore è tenuto a contattare il proprietario o l'agente immobiliare per poter visionare l'immobile, ed è qui che le cose si fanno complicate.

Spesso il consumatore, una volta visitato il web, contatta l'agente immobiliare per poter visitare l'immobile, come se l'agente fosse semplicemente un "apriporta". In qualità di agente immobiliare devi saper dimostrare le tue particolari abilità nel qualificare l'interesse e le possibilità economiche del cliente e la tua capacità di convertire la richiesta in un incarico.

Agenti immobiliari come male necessario: Un pensiero che viene e che va

Di tanto in tanto prende piede il pensiero che gli agenti immobiliari siano strapagati e non necessari al processo di vendita immobiliare, e questo accade soprattutto quando la solidità del mercato porta ad avere una scarsa disponibilità e una vendita veloce degli immobili, che spesso ricevono numerose offerte durante

il breve periodo in cui sono sul mercato.

Nei momenti di crescita del mercato, una parte dei consumatori e dei nuovi costruttori inizia a farsi domande sul rapporto tra il valore del servizio offerto dagli agenti immobiliari e le relative commissioni incassate. Durante i migliori momenti del mercato alcuni costruttori cercano di vendere i propri immobili senza voler essere rappresentati da un agente immobiliare, e quindi senza dover pagare commissioni.

Il lato positivo è che quando i tempi sono buoni e c'è movimento nel mercato immobiliare i pochi immobili, colpiti dal pensiero "l'agente non è necessario", difficilmente limitano le opportunità. Inoltre i picchi del mercato non possono durare in eterno. Quando il mercato ritorna al normale andamento potrai constatare che la concorrenza tra gli acquirenti aumenterà, crescerà la disponibilità di immobili, il prolungamento dei giorni sul mercato, ed i venditori, compresi i costruttori, inizieranno nuovamente a corteggiare e perfino ad affidare gli incarichi agli agenti immobiliari.

Gli agenti immobiliari fanno parte di quella categoria di professionisti, come i dottori, i dentisti, gli avvocati, i ragionieri e i consulenti finanziari, che fornisce assistenza e consulenza al cliente. La grande differenza sta nel fatto che la maggior parte degli agenti immobiliari non vedono loro stessi come professionisti di alto livello. Buona parte degli agenti immobiliari e buona parte della clientela, vedono l'agente immobiliare come una guida turistica per immobili, oppure come colui che permette l'accesso all'immobile, o perfino come una necessaria rotella nell'ingranaggio della transazione. I migliori agenti sanno che non è così e agiscono in modo differente.

Infatti, gli agenti immobiliari sono rappresentanti fiduciari e consulenti finanziari – non sono persone pagate per aprire le porte degli immobili in vendita ai probabili acquirenti. Devi costruire la tua carriera immobiliare credendo fermamente nei servizi e nei vantaggi che puoi fornire ai clienti, in questo modo potrai offrire un importante servizio professionale ed essere riconosciuto come un valido professionista, quale sei.

Offrire un servizio da rappresentante di fiducia

Gli agenti immobiliari rappresentano l'interesse dei loro clienti. In qualità di agente immobiliare sei legato all'onore, all'etica e al dovere di lavorare per conto del tuo cliente per il raggiungimento dei risultati desiderati. Questo include le seguenti funzioni:

- **Definire l'obiettivo del cliente.** Per poter offrire un servizio da buon rappresentante fiduciario devi cominciare con il comprendere chiaramente gli obiettivi che il cliente ha intenzione di raggiungere con la vendita/acquisto di un immobile. Troppi agenti iniziano questo percorso con difficoltà, in quanto non hanno certezze riguardo agli interessi delle persone che stanno rappresentando. Per evitare questa insidia è necessario sottoporre un questionario al prospect nella fase di qualificazione.
- **Dare consigli.** Nello stesso modo in cui gli avvocati consigliano ai clienti il modo più conveniente per procedere legalmente, il tuo lavoro consiste nell'offrire consigli simili in modo tale che il tuo cliente possa raggiungere i risultati attesi.

Un avvocato dovrebbe incoraggiare il cliente a procedere con la causa quando ci sono buone probabilità di vittoria, oppure consigliargli di optare per un accordo extra-giudiziale quando le probabilità di vincere davanti alla corte sono scarse e il cliente si ritroverebbe solo i conti dell'avvocato da pagare. Allo stesso modo, tu devi essere in grado di condurre il tuo cliente verso la giusta decisione riguardo il valore della sua casa, la strategia che dovrebbe adottare, le linee di marketing che dovrebbe seguire, e il modo in cui il suo contratto dovrebbe essere negoziato per ottenere il massimo vantaggio finanziario.

- **Esaminare i problemi e proporre soluzioni.** Un buon agente immobiliare, come un buon dottore, spende molto tempo ad esaminare le situazioni, individuare i problemi, e proporre soluzioni. Nel caso dell'agente immobiliare, il centro della questione è la casa che il cliente sta cercando di vendere/acquistare. E' quindi necessario analizzare le condizioni dell'immobile, la location, il vicinato, la vicinanza alla scuola, la condizione delle strade, il paesaggio, la competitività sul mercato, la richiesta del mercato, la disponibilità a far visionare l'immobile e il rapporto valore/prezzo. La valutazione comprende svariate analisi sul valore della casa e su eventuali cambiamenti o modifiche necessarie.

Gli agenti immobiliari sbagliano quando non hanno il coraggio di dire al cliente ciò che non vorrebbe sentirsi dire. Se un immobile è troppo caro o non è pronto per essere visitato, oppure l'offerta è troppo bassa per il venditore, è compito dell'agente immobiliare prendere posizione con un saggio consiglio.

- **Risolvere i problemi.** Inevitabilmente, ci saranno momenti in cui, in qualità di agente immobiliare, dovrai essere portatore di cattive notizie. Le condizioni del mercato possono variare ed il prezzo dell'immobile del tuo cliente venditore potrebbe abbassarsi. L'acquirente potrebbe aver bisogno di rendere l'offerta iniziale più allettante, in modo da poter ottenere l'attenzione del venditore. Una richiesta di mutuo potrebbe essere rifiutata. L'odore di animali in una casa potrebbe far cambiare idea al possibile acquirente. La casa che il tuo cliente acquirente desiderava potrebbe essere venduta a qualcun altro. In momenti come questi, la tua calma, la tua predisposizione al problem solving e un rapporto stretto con il cliente saranno la chiave per la vittoria.

Dare supporto alle decisioni finanziarie

Quando offri consulenze ai clienti sulle questioni immobiliari, i tuoi consigli avranno un effetto duraturo sul benessere finanziario dei tuoi clienti. Nella maggior parte dei casi, la casa è il bene più importante che le persone possiedono. La tua abilità nel dirigere i clienti verso quegli immobili che corrispondano ai loro bisogni e ai loro desideri, che si adattino al loro budget e dai quali possano ricavare un guadagno a lungo termine grazie al minimo investimento iniziale, avrà un impatto sul loro benessere finanziario negli anni futuri.

La tua influenza in qualità di consulente finanziario va ben oltre i clienti che hanno la possibilità di possedere immobili da investimento. Nei primi anni, per molti dei tuoi clienti potrebbe essere la prima volta che acquistano casa e la prima volta che si affacciano sul mondo delle grandi transazioni finanziarie. Consigliarli nel modo giusto e rimarranno tuoi clienti e costituiranno inoltre un buon mezzo di passaparola per gli anni a venire.

Evitare di assumere il ruolo di "apriporta"

Se facciamo un salto indietro ai primi anni novanta, prima dell'avvento di internet, l'unico modo per un consumatore di ricevere informazioni riguardo ad un immobile in vendita era quello di rivolgersi direttamente all'agente immobiliare. Al giorno d'oggi, i consumatori possono lanciare la loro ricerca di immobili on line, piuttosto che recarsi presso un'agenzia immobiliare. Con poche battute sulla tastiera e qualche click del mouse, possono avere accesso completo a tutte le informazioni che in passato erano controllate dagli agenti immobiliari. Comunque, una volta acquisite le principali informazioni riguardo all'immobile, il consumatore è tenuto a contattare il proprietario o l'agente immobiliare per poter visionare l'immobile, ed è qui che le cose si fanno complicate.

Spesso il consumatore, una volta visitato il web, contatta l'agente immobiliare per poter visitare l'immobile, come se l'agente fosse semplicemente un "apriporta". In qualità di agente immobiliare devi saper dimostrare le tue particolari abilità nel qualificare l'interesse e le possibilità economiche del cliente e la tua capacità di convertire la richiesta in un incarico.

Agenti immobiliari come male necessario: Un pensiero che viene e che va

Di tanto in tanto prende piede il pensiero che gli agenti immobiliari siano strapagati e non necessari al processo di vendita immobiliare, e questo accade soprattutto quando la solidità del mercato porta ad avere una scarsa disponibilità e una vendita veloce degli immobili, che spesso ricevono numerose offerte durante il breve periodo in cui sono sul mercato.

Nei momenti di crescita del mercato, una parte dei consumatori e dei nuovi costruttori inizia a farsi domande sul rapporto tra il valore del servizio offerto dagli agenti immobiliari e le relative commissioni incassate. Durante i migliori momenti del mercato alcuni costruttori cercano di vendere i propri immobili senza voler essere rappresentati da un agente immobiliare, e quindi senza dover pagare commissioni.

Il lato positivo è che quando i tempi sono buoni e c'è movimento nel mercato immobiliare i pochi immobili, colpiti dal pensiero "l'agente non è necessario", difficilmente limitano le opportunità. Inoltre i picchi del mercato non possono durare in eterno. Quando il mercato ritorna al normale andamento potrai constatare che la concorrenza tra gli acquirenti aumenterà, crescerà la disponibilità di immobili, il prolungamento dei giorni sul mercato, ed i venditori, compresi i costruttori, inizieranno nuovamente a corteggiare e perfino ad affidare gli incarichi agli agenti immobiliari.