

Дай пять!

аякс

Стаж работы бизнес-тренером – 28 лет



Стаж работы корпоративным бизнес-тренером в компании «АЯКС-Риэлт» – 13 лет

Тринадцатилетний опыт работы корпоративным тренером в крупнейшей риэлторской компании Юга России «АЯКС-Риэлт», регулярное повышение квалификации на тренингах и мастер-классах ведущих бизнес-тренеров, позволяют разрабатывать **уникальные и эффективные** техники ведения переговоров и продаж для специалистов рынка недвижимости.

Работа **внутри** компании позволяет оценивать результаты проведенного обучения, своевременно корректировать подходы, отбирать лучшие приемы и методы, наиболее **востребованные** агентами и руководителями в работе и эффективных переговорах.

аякс



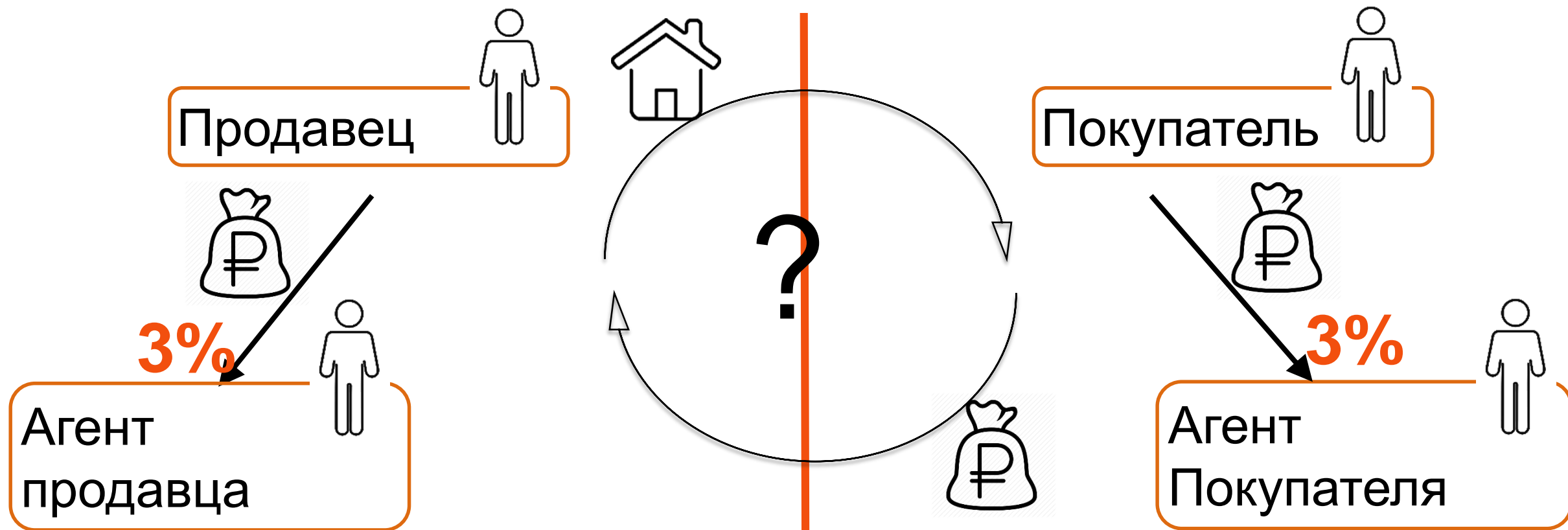


**ЛУЧШИЙ БИЗНЕС-ТРЕНЕР
НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ
РОССИИ**

**МАРИЯ
МОКРЫШЕВА**

Бизнес-тренер компании
«АЯКС-РИЭЛТ»
(Краснодар)

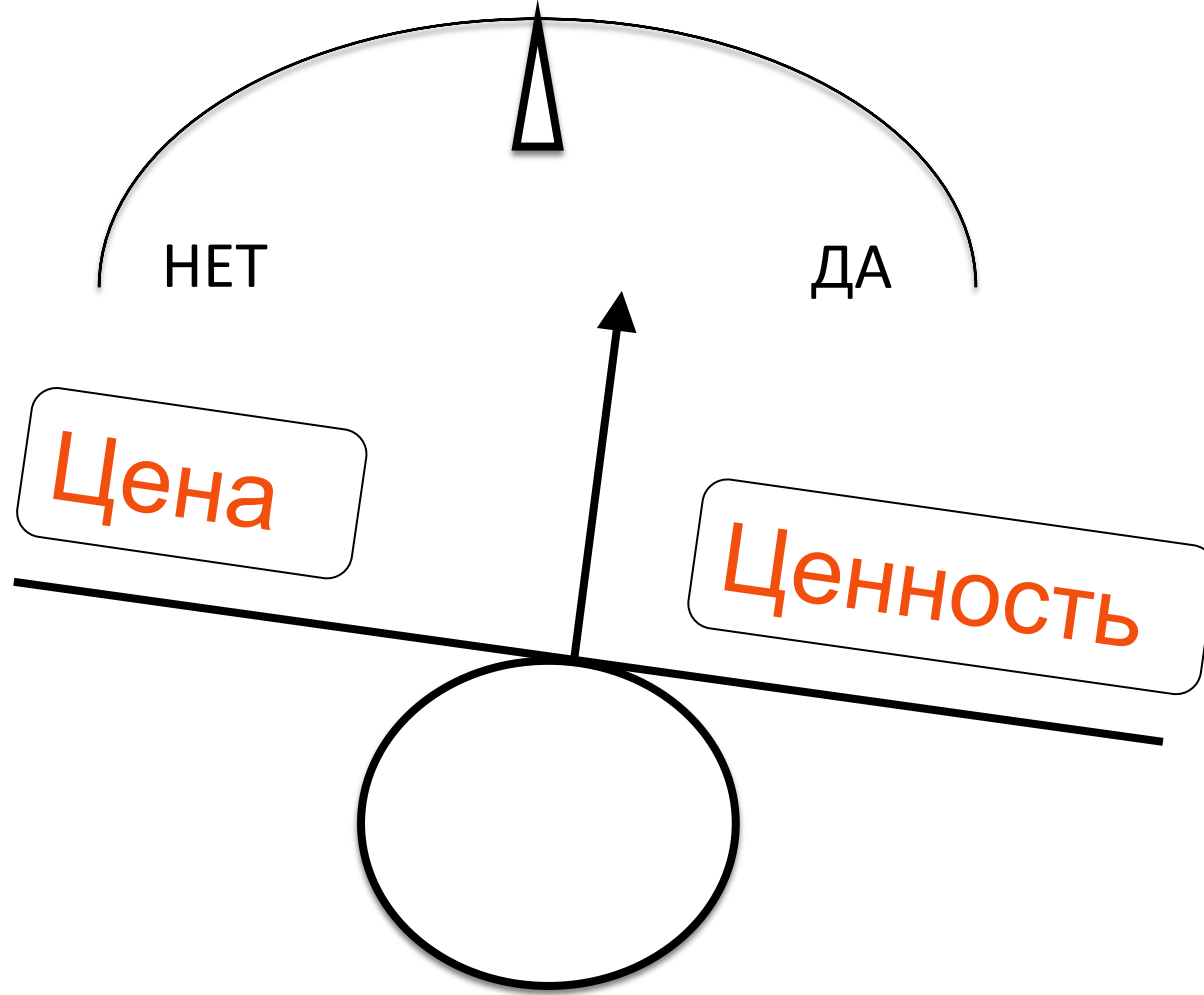
Кто наш клиент?



Задача: Из всех возможных потенциальных покупателей найти наиболее заинтересованного в ЭТОМ объекте

Задача: Из всех возможных объектов найти максимально подходящий по потребностям и возможностям

Что мы можем предложить ПРОДАВЦУ?

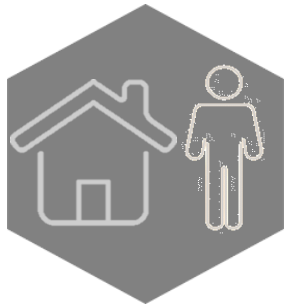


Зачем нужен риэлтор?



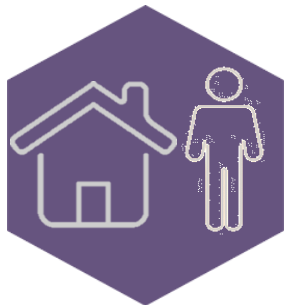
«Горячий» собственник -
мотивация продажи **высокая**,
ценовые ожидания **соответствуют**
рыночным ценам

Продать



«Теплый» собственник -
мотивация продажи **средняя**,
ценовые ожидания **завышены**

Поверить, чтобы
продать



«Холодный» собственник -
мотивация продажи **низкая**,
ценовые ожидания **сильно**
завышены

Поверить, чтобы
решить:
продавать ли?

Кому верит продавец?

ПОКУПАТЕЛЮ!!!

Самая главная и сложная задача любой
продажи – определение **ПРАВИЛЬНОЙ** цены

Кто знает цену?

ПОКУПАТЕЛЬ!!!

Так давайте у него и спрашивать!!!

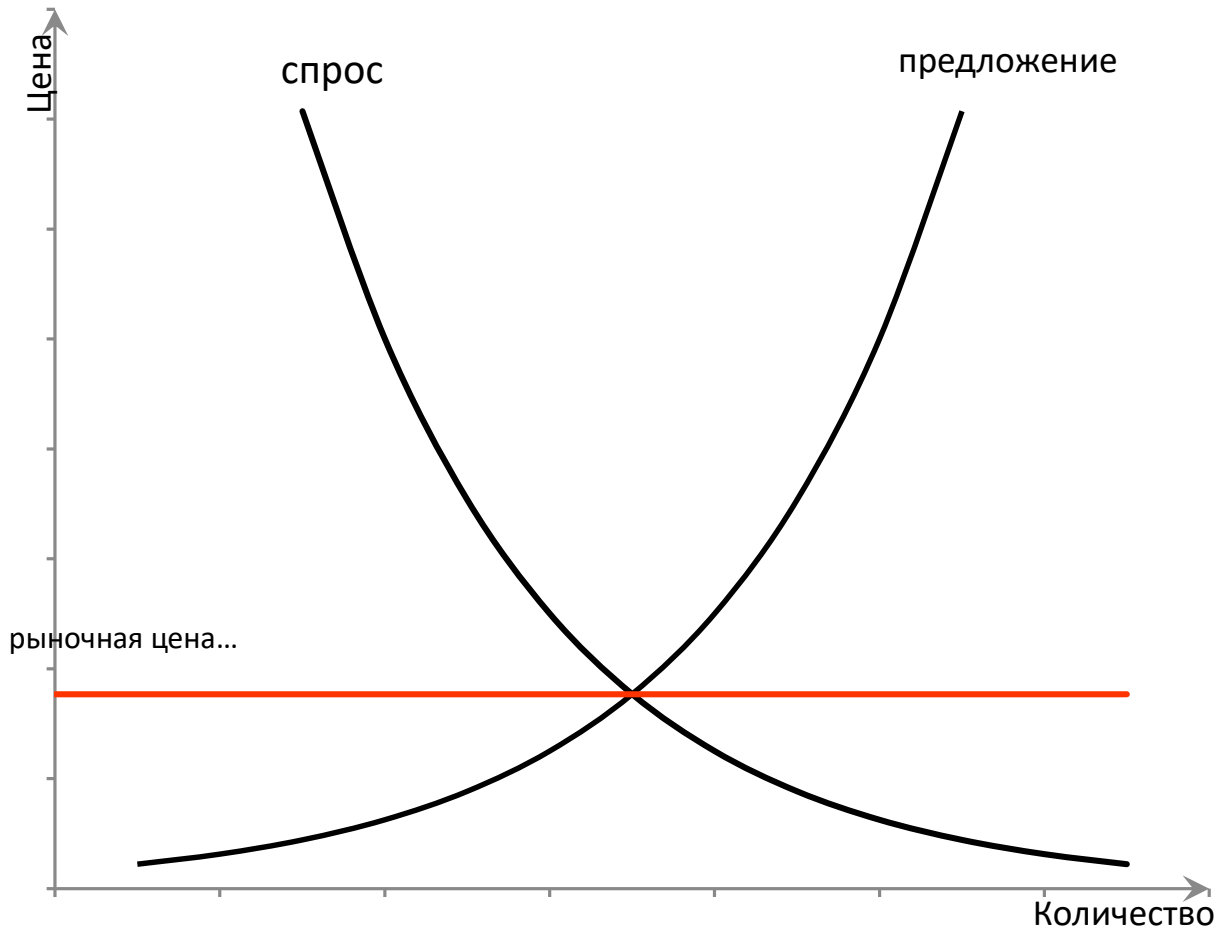
Оферта – предложение для собственника, подписанное покупателем, в котором говорится:

- кто вносит предложение;
- объект покупки;
- по какой цене покупатель готов его приобрести;
- условия и сроки расчета;
- срок действия предложения;

При помощи оферты и определяется
окончательная цена продажи

Для чего нужен агент собственнику?

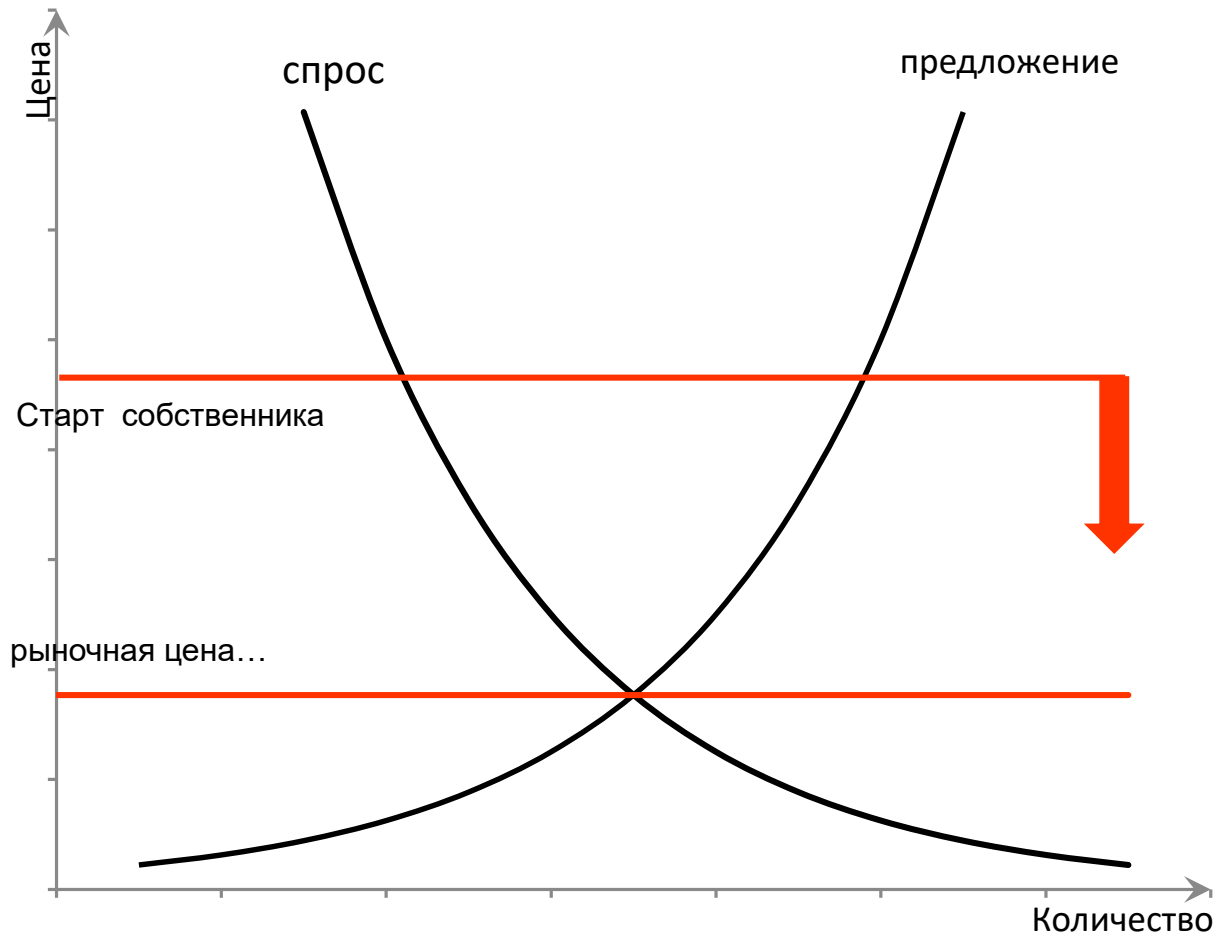
- Чтобы спрашивать покупателей!



аякс

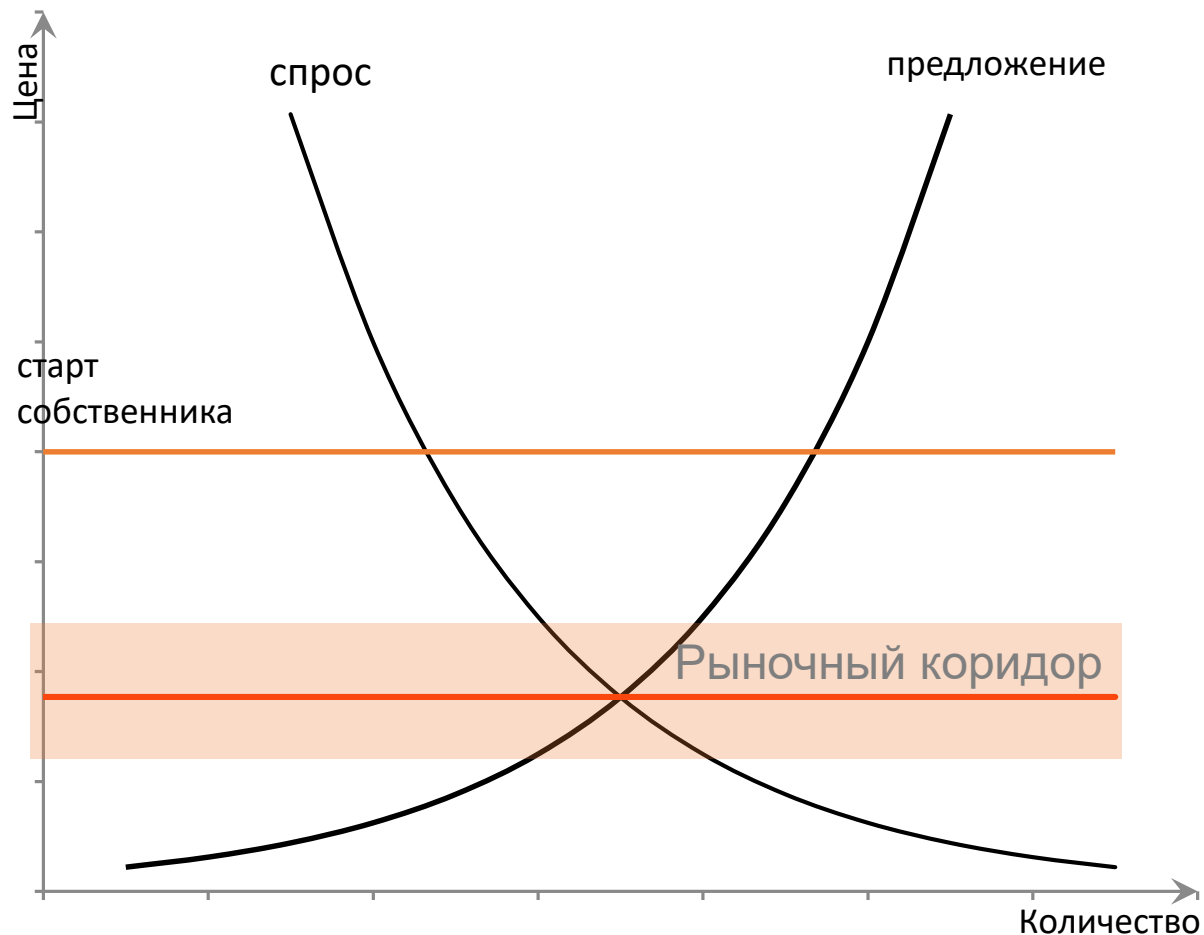
Найти цену

Есть всего два фактора,
определяющих реальную
стоимость объекта
недвижимости:
СПРОС и **ПРЕДЛОЖЕНИЕ.**



У собственника:

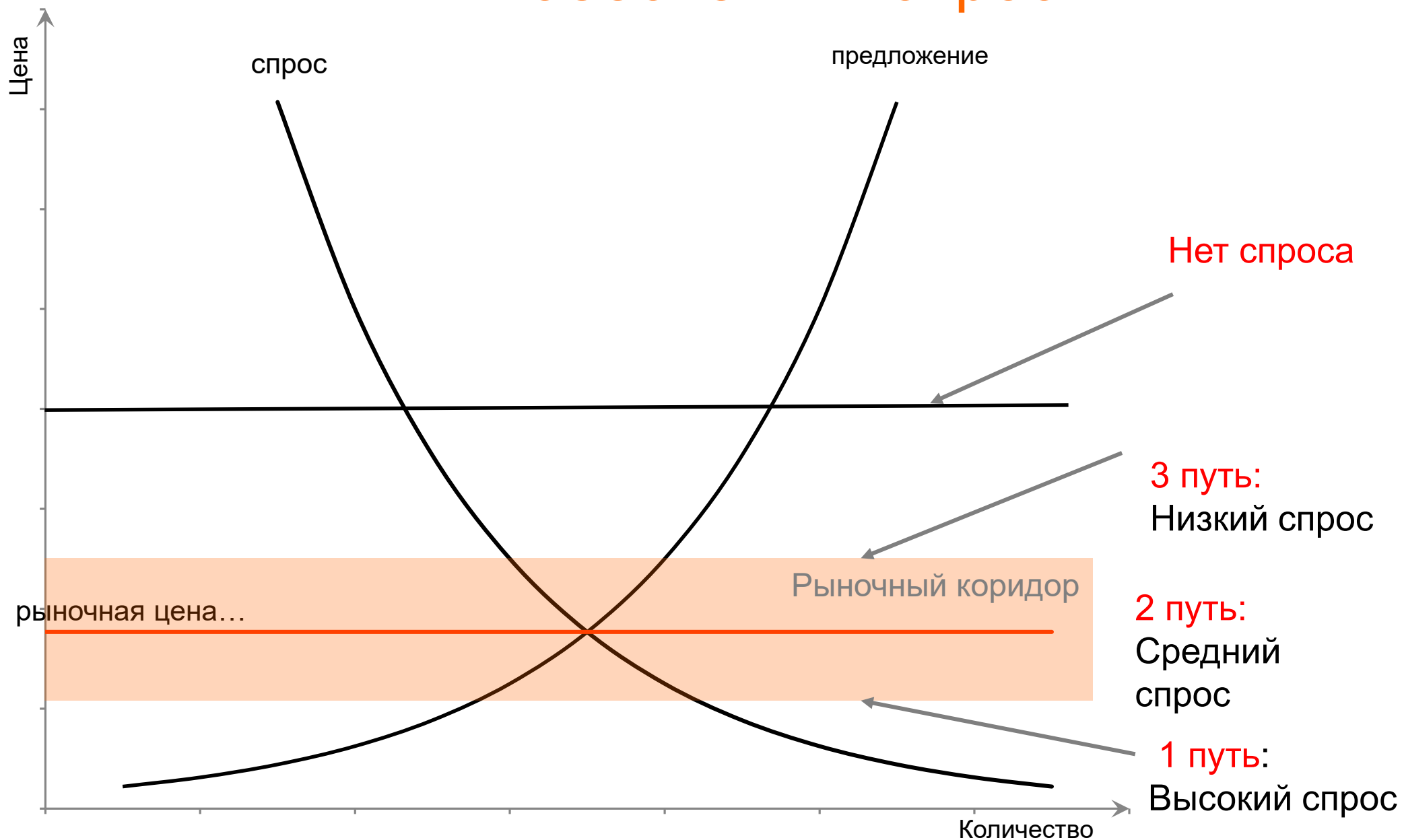
- нет доступа к информации о **реальном** спросе на такие квартиры, как у него;
- нет доступа к информации обо всех **реально** продающихся аналогичных квартирах;



Агент:

- знает **спрос** на аналогичные объекты,
- знает, с чем будет объект **конкурировать**,
- владеет **статистикой** продаж аналогичных объектов за последнее время.

Ответственность агента - обеспечить спрос





Кто такой РИЭЛТОР?

ПРОДАЖНИК!!!

Что самое ценное мы можем предложить ?

ПРОДАВЦУ?

- **Покупателей !!!**

Чем больше покупателей посмотрит квартиру – тем выше вероятность и скорость её продажи.



аякс

Разделение ответственности

Ответственность агента:

- сгенерировать поток покупателей, передать оферты собственнику;
- вооружить собственника грамотным анализом рынка;

Ответственность собственника:

- принять решение: отдавать свою собственность по предлагаемой цене или нет.

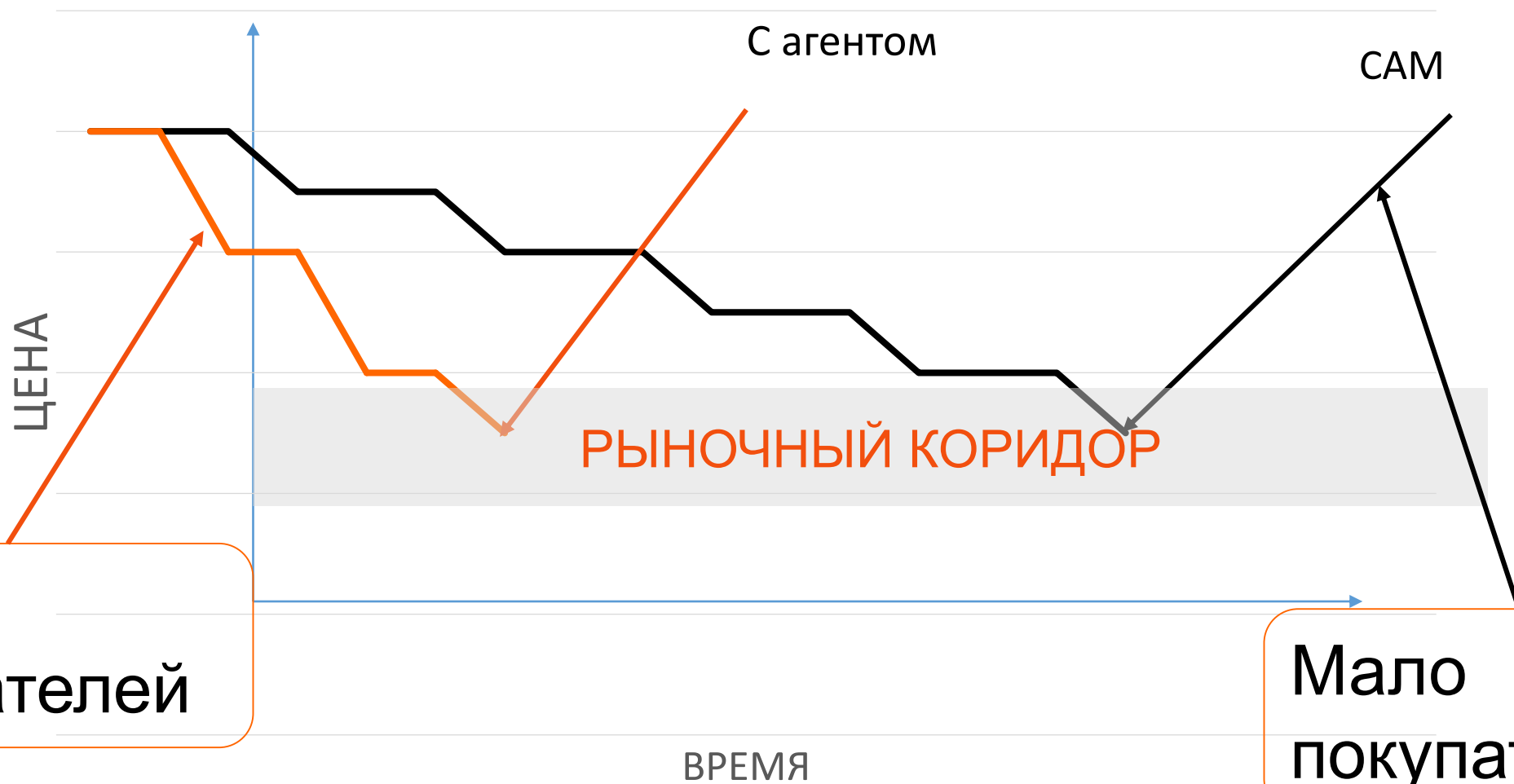


Чем больше покупателей -

тем больше
информации о рынке

В каком случае продажа будет более эффективной?

Продажа объекта



Много покупателей

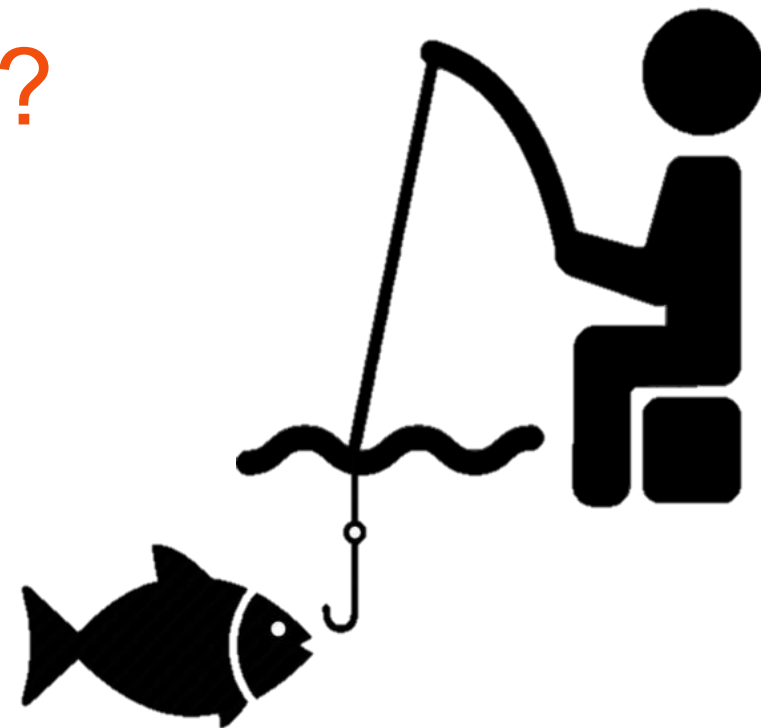
аякс

Мало покупателей

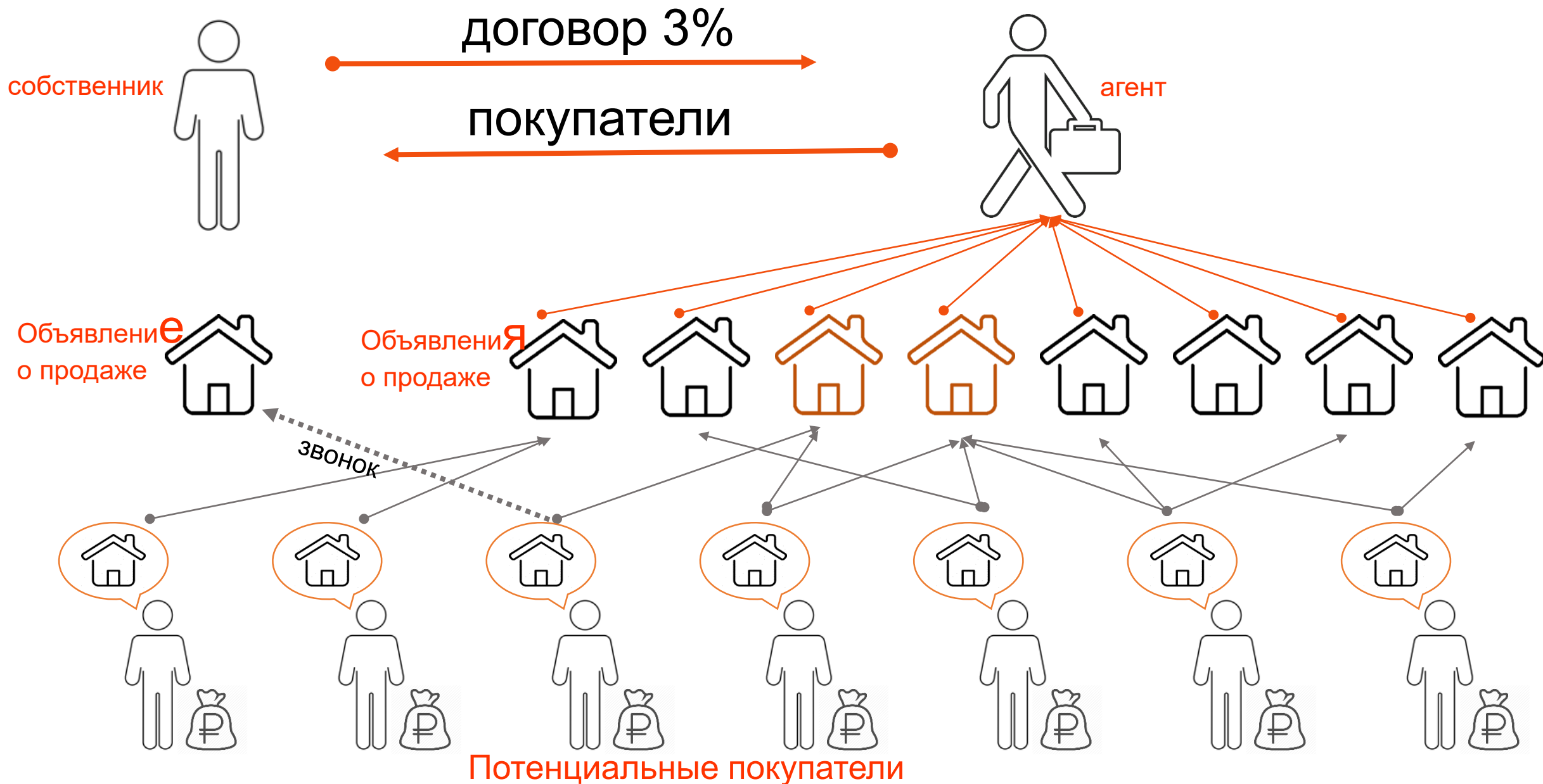
В чем ограничения собственника?

У собственника для продажи своей квартиры есть **только своя квартира**, то есть, ему позвонят только те покупатели, которых заинтересовало данное рекламное объявление.

Другой «наживки» нет!



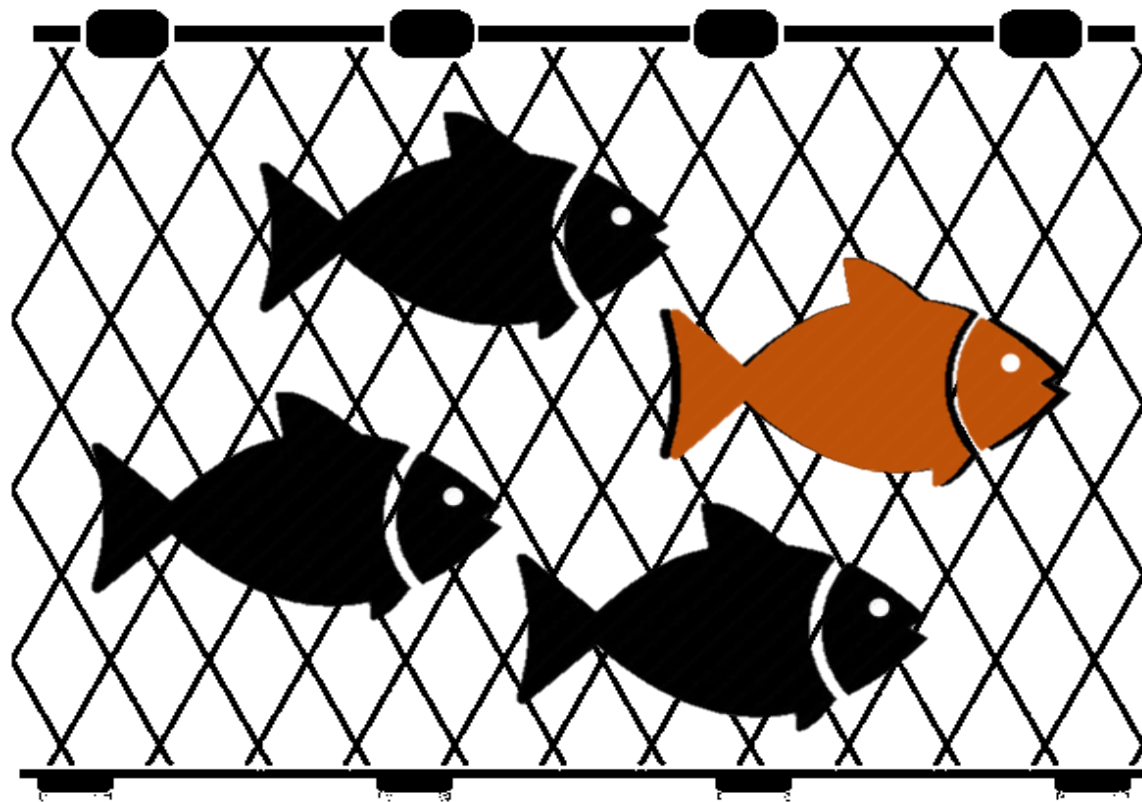
Дополнительные потоки покупателей



Почему агент более эффективен в «ловле» покупателей?

Многообразие наживок!!!

Правда?



Как развивается рынок?



ВЧЕРА



СЕГОДНЯ

а рынок недвижимости?

аякс

За какую услугу готов платить СОБСТВЕННИК ?



«Я с вашей квартиркой
здесь вместо вас постою...»



аякс

«Ко мне в магазин постоянно приходят покупатели за 2-х комн.
квартирами в центре (как у Вас). Интересно попасть на полку?»

Сота – узкий сегмент рынка недвижимости, который определяет:

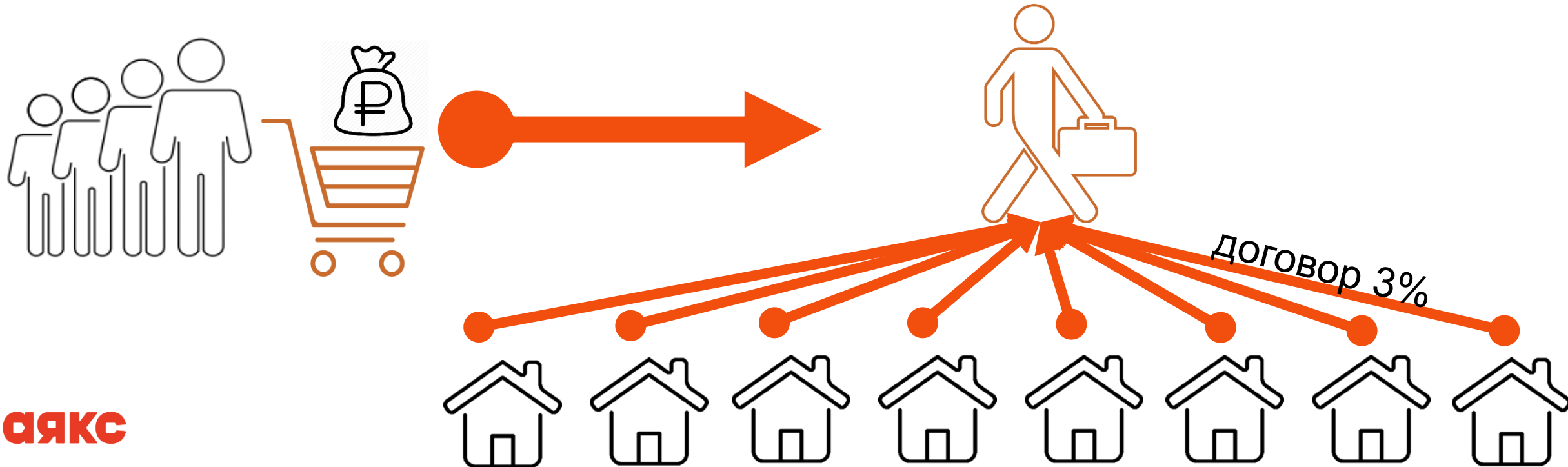
- **Место** (район, либо соседствующие районы, либо часть района);
- **Тип жилья** (дом, 1-к квартиры, 2-к квартиры... и т.д.)
- **Класс жилья** (эконом, средний, бизнес);

Размер соты: около **300** объектов недвижимости

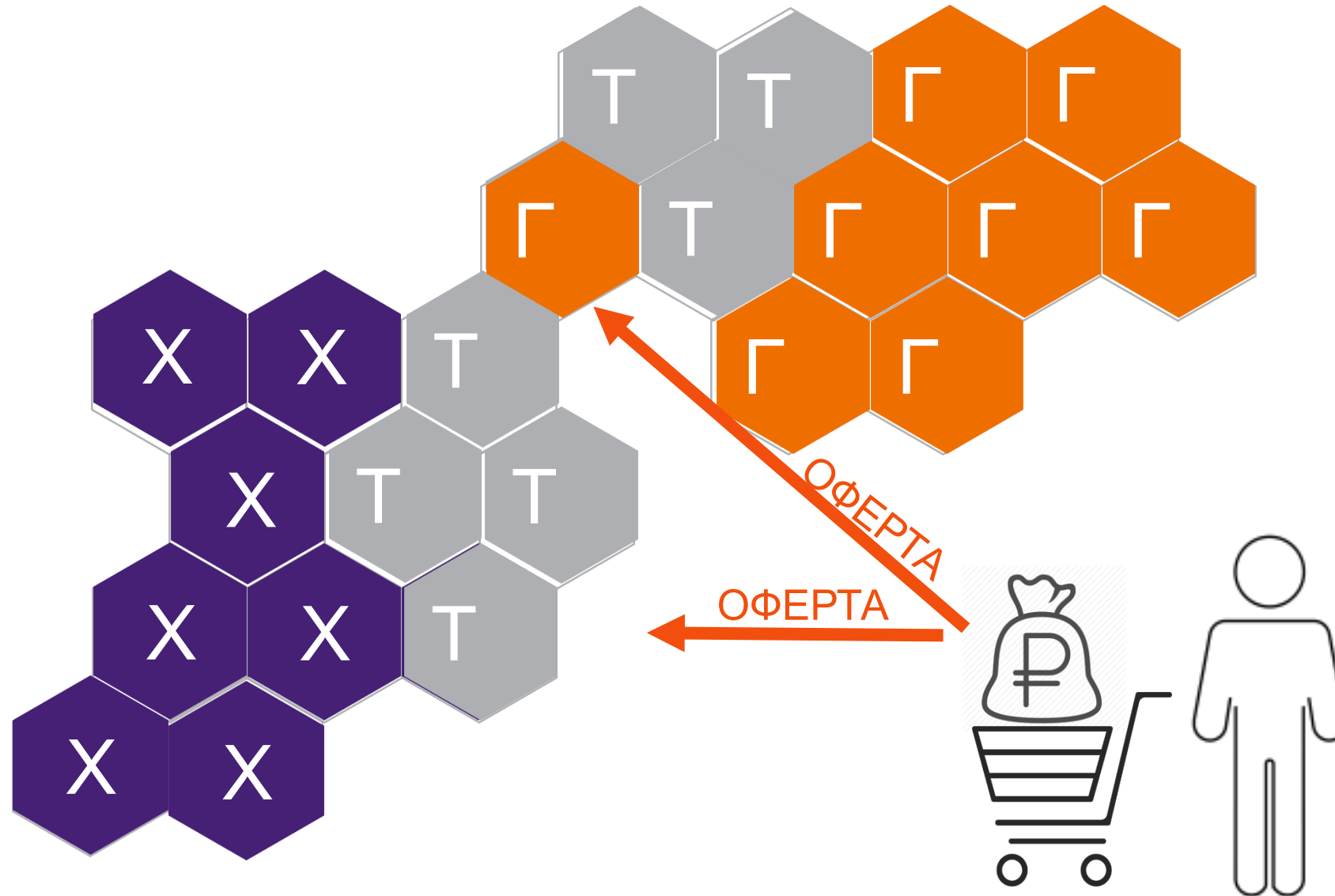
определенного типа, выставленных на продажу

Сотовый агент – специалист в какой-либо соте

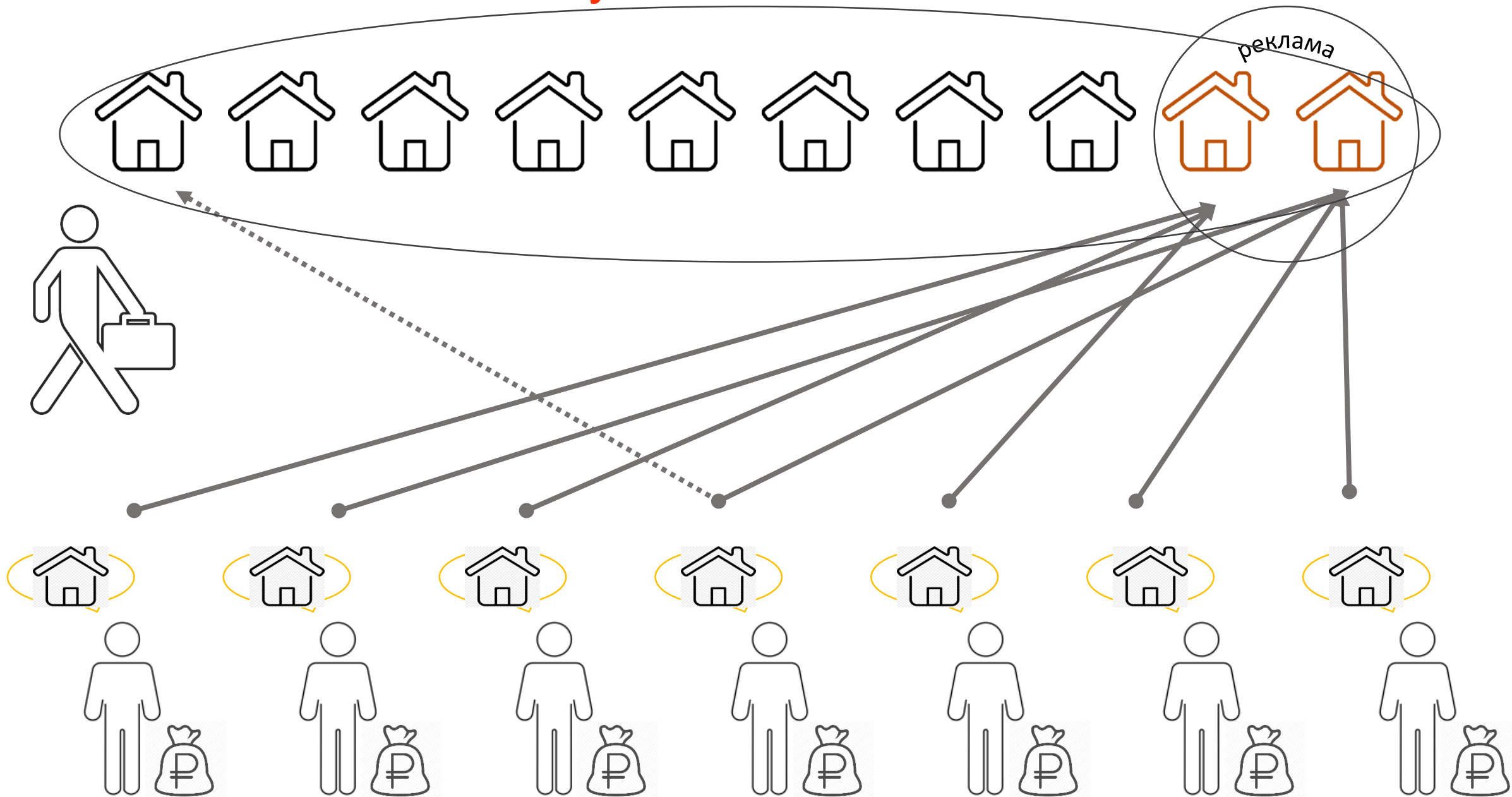
- Знает ВСЕ объекты, выставленные на продажу в своей соте;
- Обладает экспертными знаниями в ценообразовании данного сегмента;
- Ведет статистику продаж в сегменте, анализирует и прогнозирует;
- Заключил **10** и более договоров с собственниками, продающими недвижимость в данной соте;
- **Генерирует постоянный поток покупателей в своей соте**



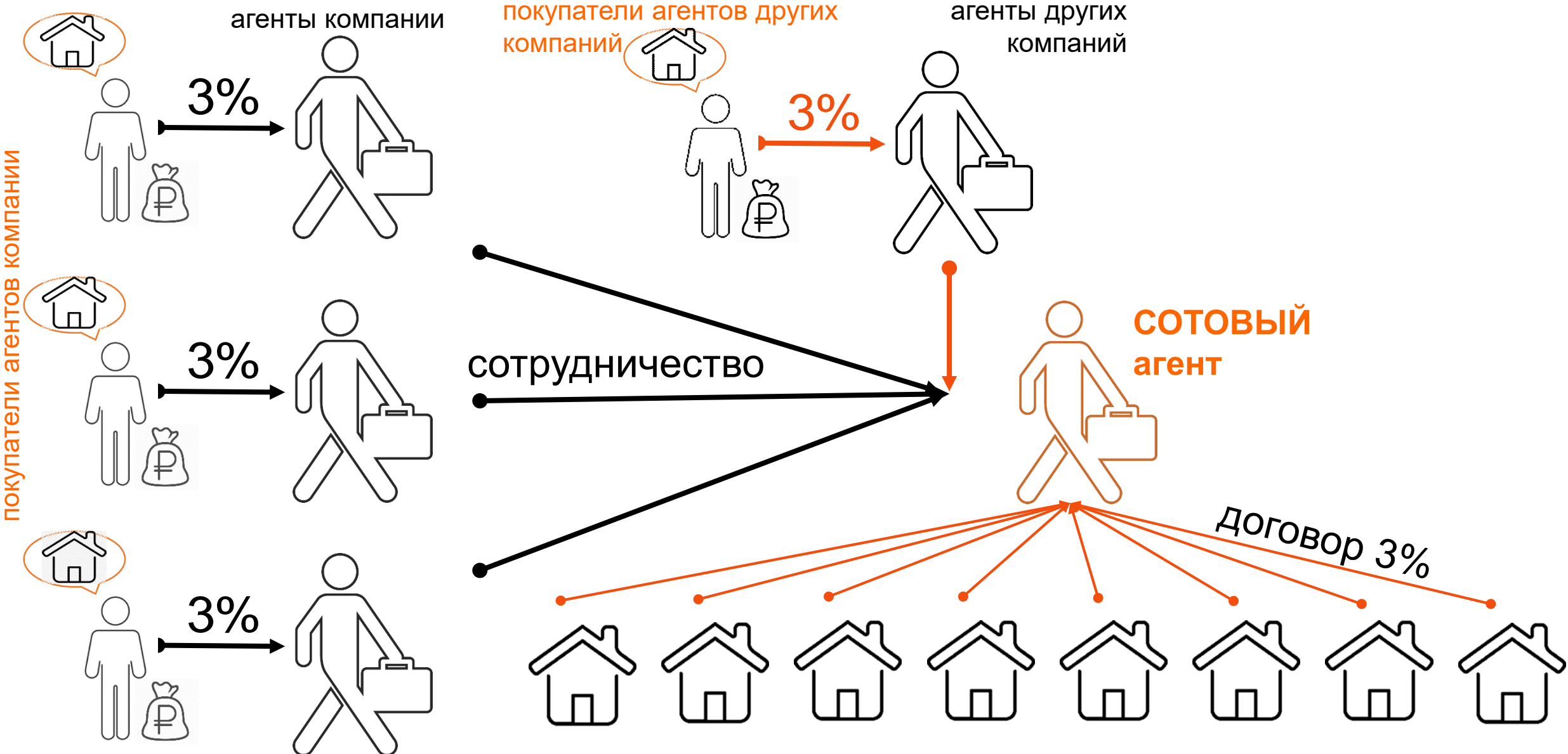
Как это работает?



Увеличение потока покупателей



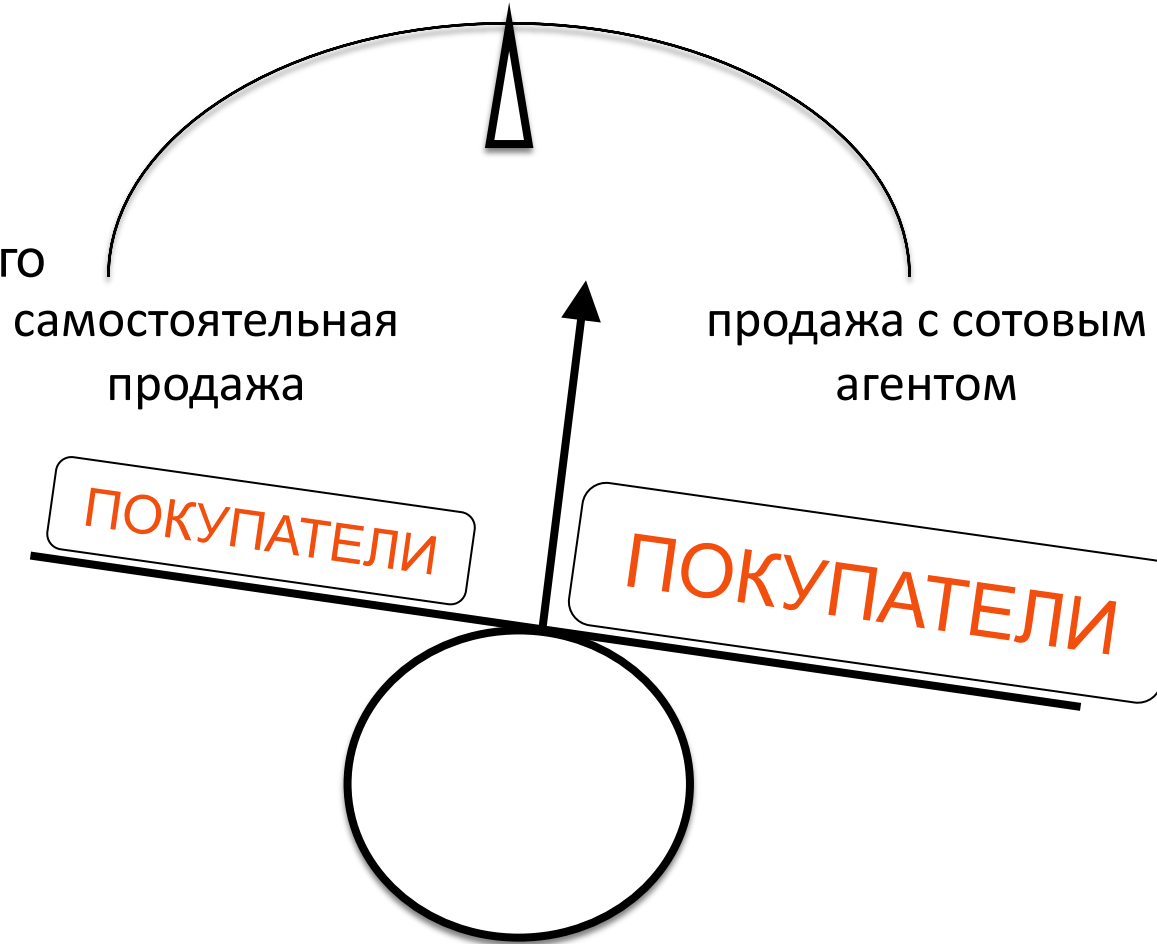
Дополнительные потоки покупателей:



Давайте подведем итоги:

Собственнику

доступны только покупатели, позвонившие по его ОН;



Агенту доступны:

1. покупатели, позвонившие по данному ОН;
2. покупатели, позвонившие по аналогичному ОН;
3. покупатели, позвонившие по аналогичному «горячему» ОН;
4. покупатели, обратившиеся к коллегам;
5. покупатели, обратившиеся с другим запросом («4 пути»);

аякс

Для того, чтобы получить все эти дополнительные потоки покупателей, нужно **нанять на работу агента**.

СКРИПТ «Продажа услуги СОБСТВЕННИКУ»

Рассказывайте...

Для того, чтобы продать квартиру выгодно, необходимо, чтобы как можно больше покупателей посмотрели Вашу квартиру и сделали предложение по цене, так ведь?

ДА

Смотрите: (развернуть карту СОТЫ и аналитику)

На сегодняшний день в вашем районе продается... (135) 2-х комнатных квартир. Знаете, что нужно сделать, чтобы в условиях такой конкуренции покупатель захотел смотреть именно Вашу квартиру?

Что?

Для этого необходимо понимать:

- с чем конкурирует ваша квартира (с чем вашу квартиру сравнивают потенциальные покупатели);
- откуда могут прийти покупатели;
- как направить поток покупателей именно на вашу квартиру;
- что выбирают те, кто не выбрал Вас и что нужно сделать, чтобы выбрали;

Я знаю, как это сделать, **интересно?**

ДА

Смотрите, чем я могу быть вам полезен:

во-первых, Я специализируюсь на продаже 2-х комнатных квартир в вашем районе и знаю **ВСЕХ** покупателей, которые сейчас присматривают такую квартиру для себя;

во-вторых, мои коллеги знают о моей специализации и обращаются со своими покупателями;

в-третьих, я знаю, как сделать так, чтобы ваша квартира выглядела выигрышно на фоне конкурентов;

Интересно?

ДА

Подписание договора

Чтобы начать наше с Вами сотрудничество, нам нужно будет подписать договор, в котором говорится:

- Кому мы оказываем услугу;
- Стоимость услуги 3% от окончательной стоимости недвижимости;
- Когда вы ее будете оплачивать;
- По технологии нашей работы, покупатели, посмотревшие вашу квартиру, будут давать Вам оферту
- Принимать или отклонять оферту, решаете только ВЫ;

Работаем?

ДА

Тогда, можно ваш паспорт и документы на квартиру

Организация бизнеса



Какие нужны договоры?

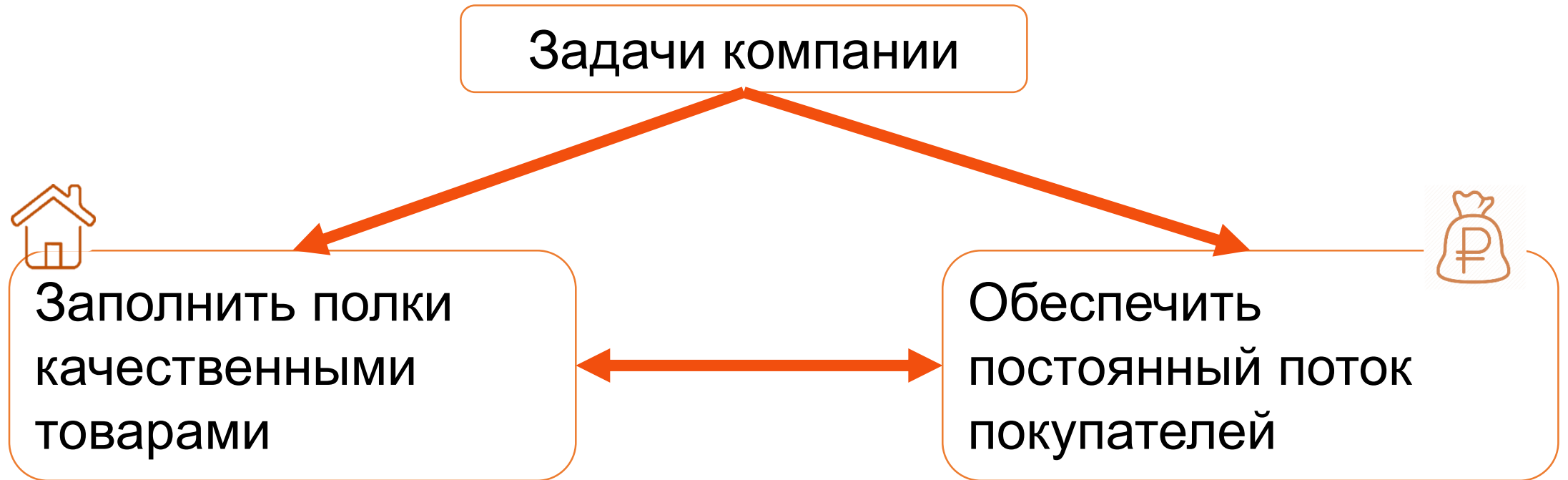
Обычный?

Эксклюзивный?

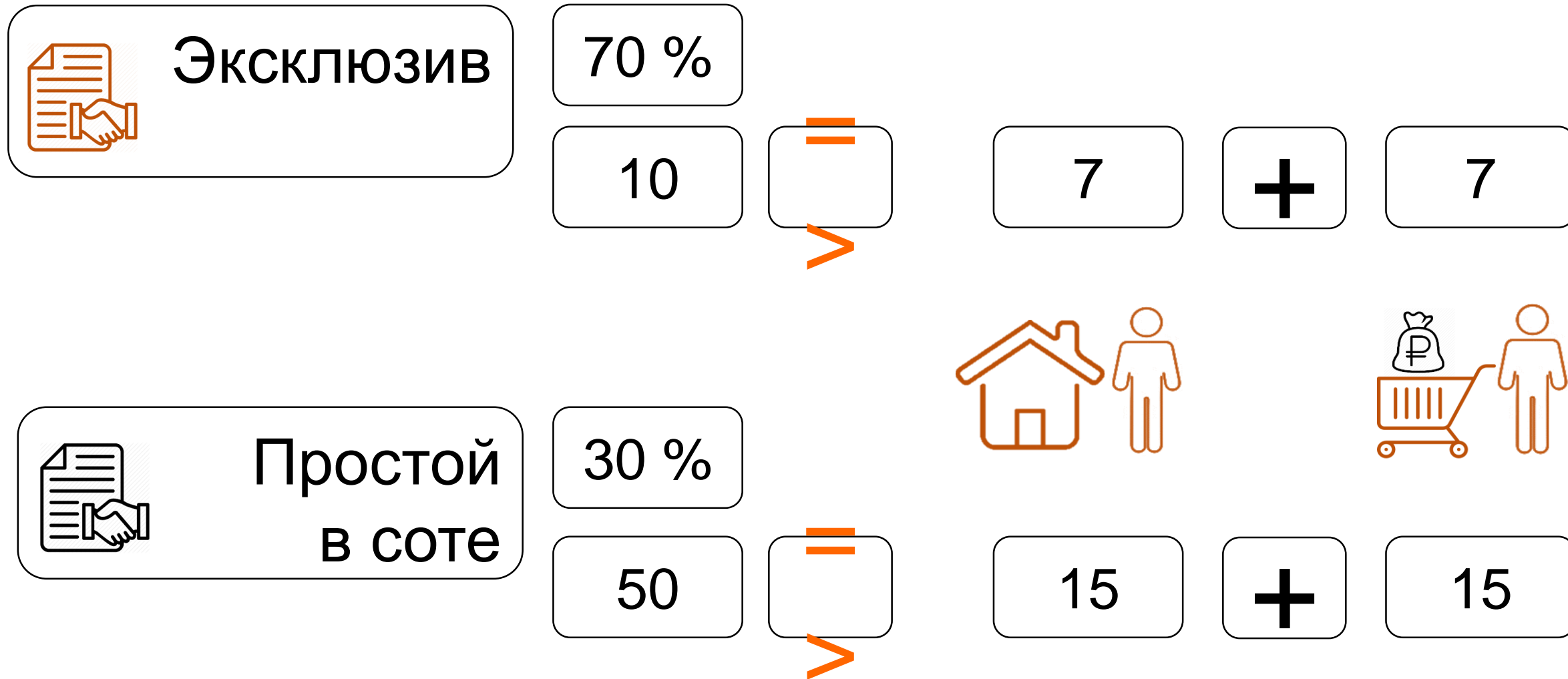
Почему
агентства
предпочитают
ЭКСКЛЮЗИВ?

Ограниченный товарный запас –
МАЛО ПОКУПАТЕЛЕЙ

Чтобы бизнес процветал:



Какие нужны договоры?



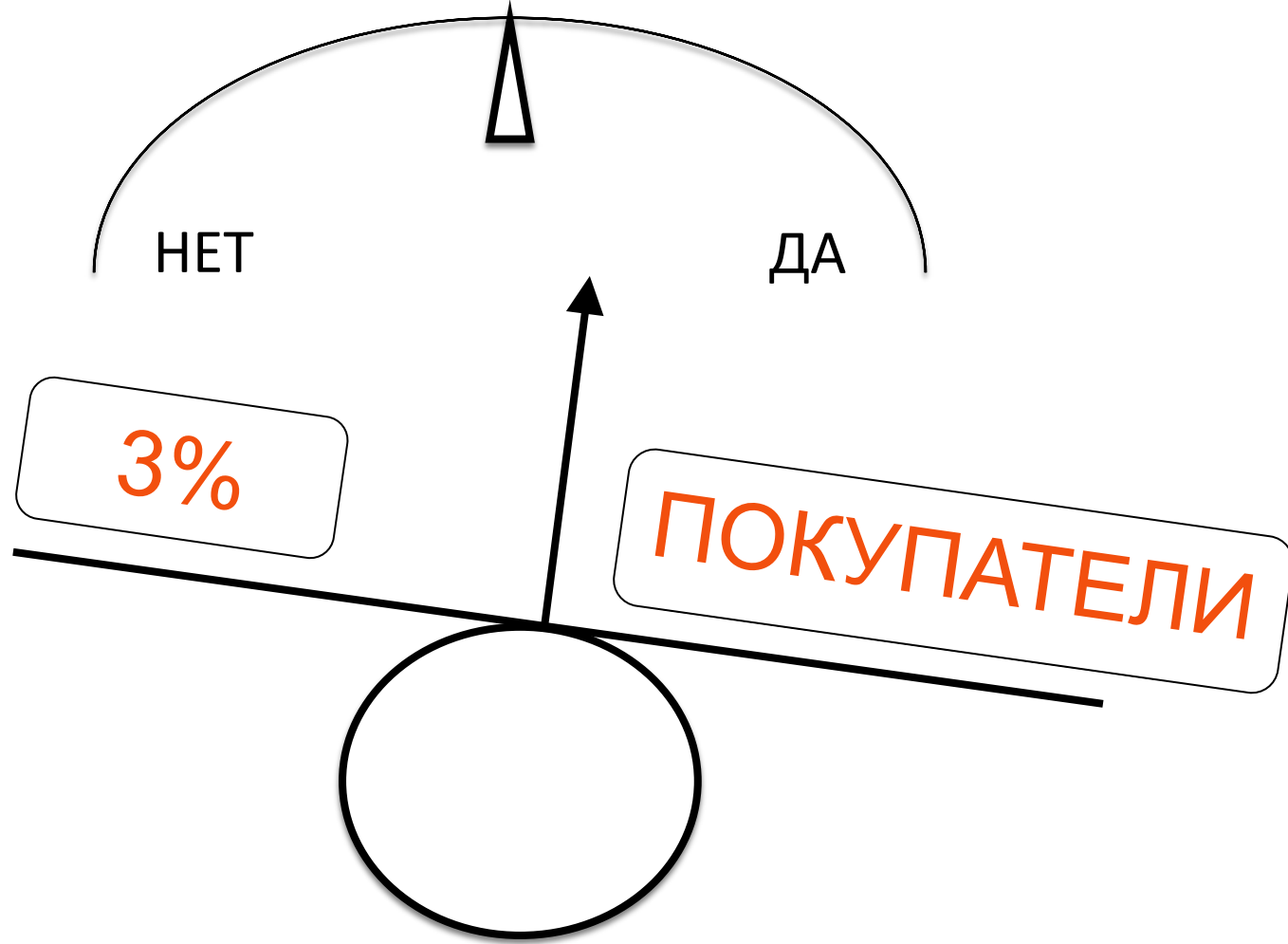
Структура доходов «Аякс»

Эксклюзивные
продавцы

Неэксклюзивные
продавцы

Покупатели

Что нужно, чтобы весы перевесили ?

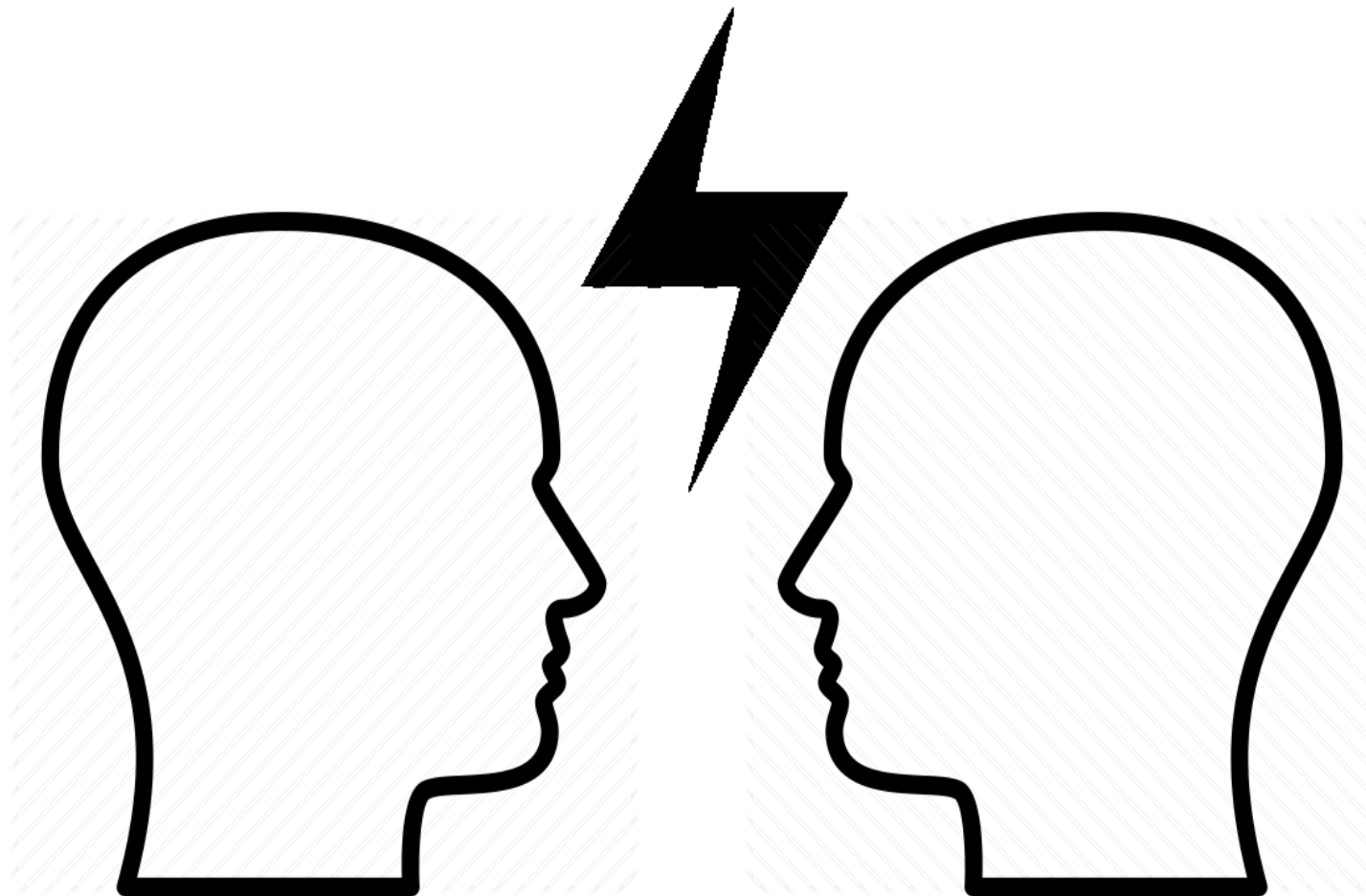


Подготовка к
формированию
правильной цены.

аякс

Вопрос формирования правильной цены

– это очень **СТРАШНЫЙ** вопрос!!!



**Не спеши обсуждать
цену объекта!!!**



УБЬЕТ!

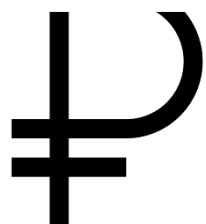
Вот что важно понять собственнику перед обсуждением **цифр:**

- Цену недвижимости определяет не желание собственника, а рынок: соотношение спроса и предложения;
- Покупатель не покупает первый попавшийся объект. Прежде чем принять решение, он изучает весь рынок, сравнивая объекты между собой;
- Агент, анализируя информацию о реально прошедших сделках, может примерно определить «рыночный коридор» - тот диапазон цен, в котором продаются аналогичные объекты - и дать собственнику «систему координат» для принятия взвешенного решения;
- Только покупатель определяет конечную цену, которую он готов заплатить за данный объект, сравнивая его с другими;
- А собственник может принять решение: продавать объект по предлагаемой рынком цене или нет;

В поисках идеального продавца



Готов ПРОДАТЬ
быстро



Готов поставить
рекомендованную ЦЕНУ



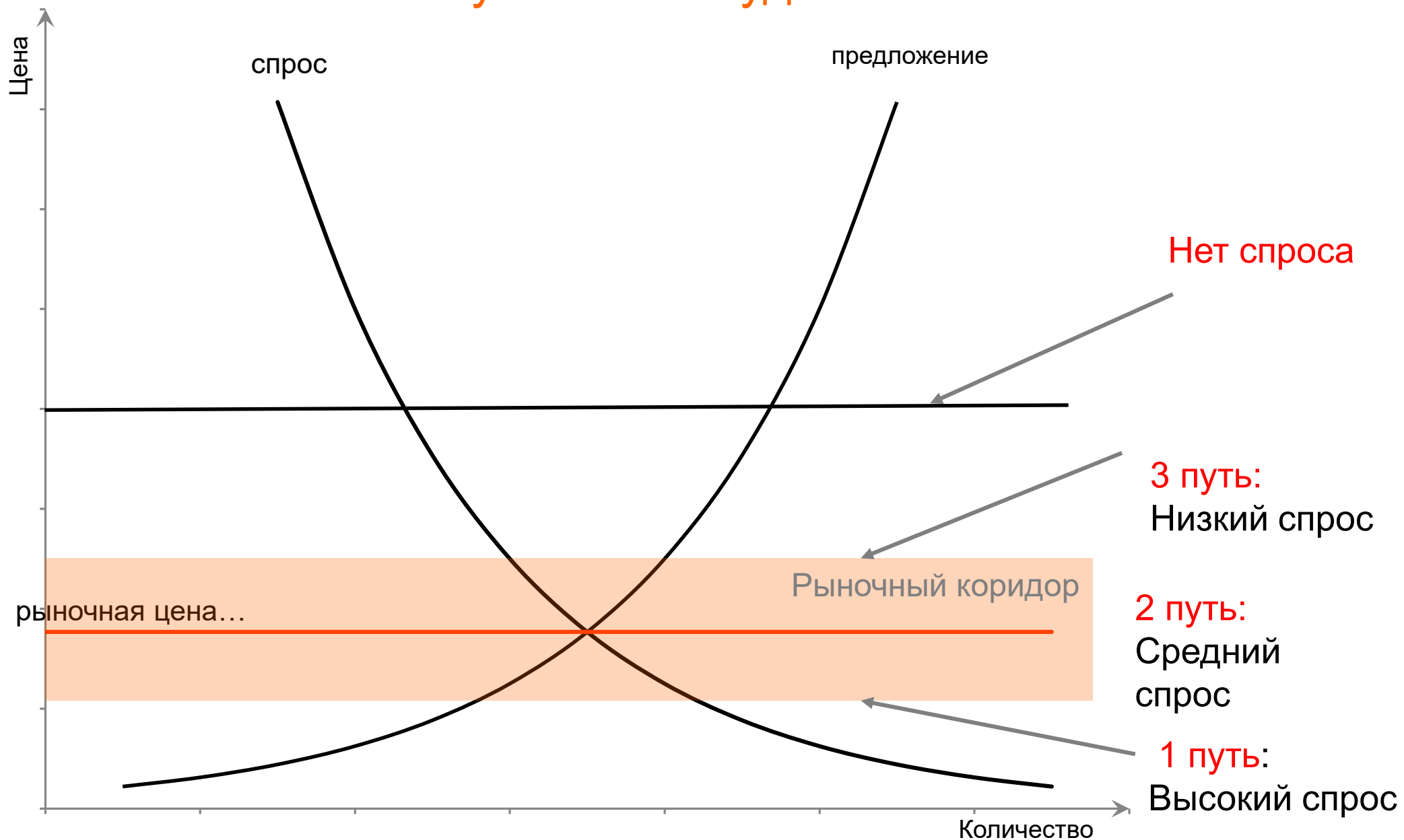
Готов оплатить услуги
ПРОФЕССИОНАЛА



Готов работать только с
Вами

100%

Мы это понимаем - почему бы не обсудить это с собственником



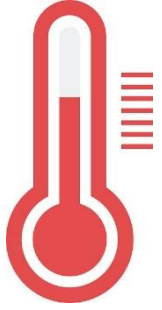
Скрипт: Выяснение мотивации собственника

1. Скорость продажи ОН будет напрямую зависеть от стартовой цены. Согласны? - ДА
2. Существует понятие «рыночного коридора», границы которого определяю не я, не Вы (к сожалению), ИХ определяет спрос. Так ведь? - ДА
3. Я узнаю об этих границах, анализируя рынок и статистику реально проведенных сделок. (2000 покупателей в неделю и 1000 сделок в месяц). Знаете, для чего необходимо знать границы?
4. От этого зависит стратегия продажи:
 - Если необходимо продать ОН в течение месяца – нужно выставить стартовую цену на **нижней** границе рыночного коридора;
 - Если Вы не настолько ограничены в сроках – можно выставить стартовую цену **в середине** рыночного коридора – это позволит продать ОН в срок от 2 до 6 месяцев;
 - Если же у Вас нет необходимости продать в ближайшие полгода – можно попробовать поэкспериментировать и выставить цену, рассчитывая на **«а вдруг повезет»**. Это может быть верхняя граница рыночного коридора.

Какая ситуация у Вас?

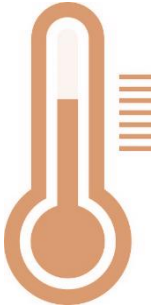
- Ответ клиента

Значит, мы с Вами будем ориентироваться на (нижнюю границу, верхнюю границу, середину) рыночного коридора. Так? - ДА



Данный скрипт помогает решить две задачи:

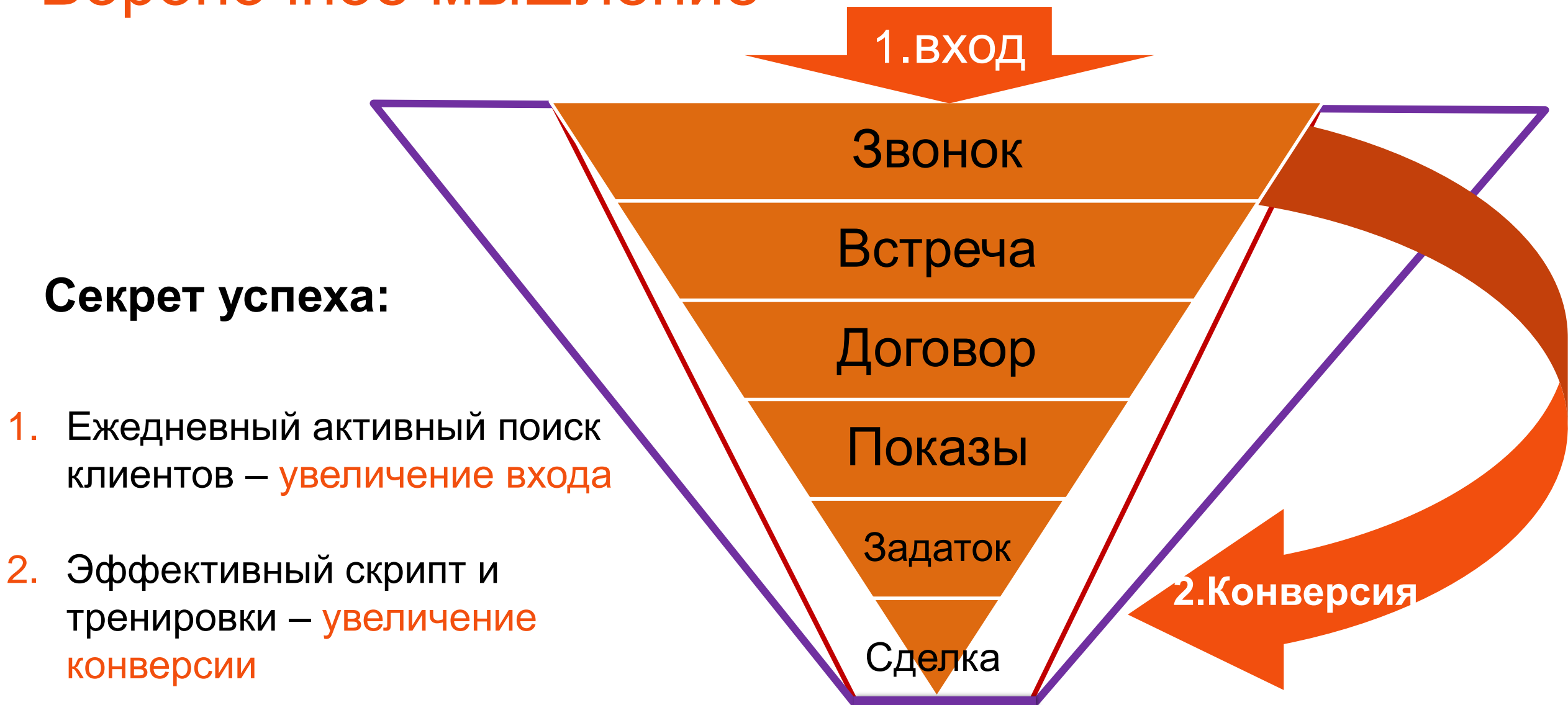
- Рассказать собственнику о законах рынка недвижимости;
- Определить мотивацию собственника (горячий – теплый – холодный);



В зависимости от мотивации собственника, выстраивается дальнейшая работа с данным объектом.

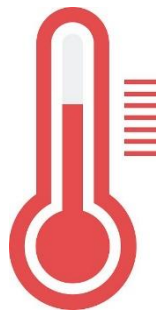


Вороночное мышление

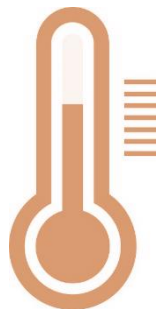


Секрет успеха:

1. Ежедневный активный поиск клиентов – **увеличение входа**
2. Эффективный скрипт и тренировки – **увеличение конверсии**



Горячий собственник: работать в первую очередь. Чтобы сгенерировать максимальное количество покупателей - Эксклюзивный договор



Теплый собственник:
Работать на обычном договоре, понимая, что продажа не произойдет быстро



Холодный собственник:
принять решение: брать такой объект на продажу или нет. Мы не имеем права брать на продажу объект, по которому не сможем обеспечить показы!

«Три пути»

Давайте расскажу, как мы работаем:

Путь	Срок продажи	Стартовая цена	Вид договора	Маркетинговый план	Количество действий	Отчетность
Путь 1	1-2 месяца	Согласно спроса	эксклюзивный	«Премиум»	25	1 раз в неделю
Путь 2	От 2 до 6 месяцев	«С учетом торга»	обычный	«Базовый»	14	1 раз в неделю
Путь 3	От 6 месяцев	«А вдруг»	обычный	«Эконом»	10	1 раз в месяц

Обсуждение аналитики

Переходим к следующему этапу:


Продать встречу (по телефону)



Продать услугу

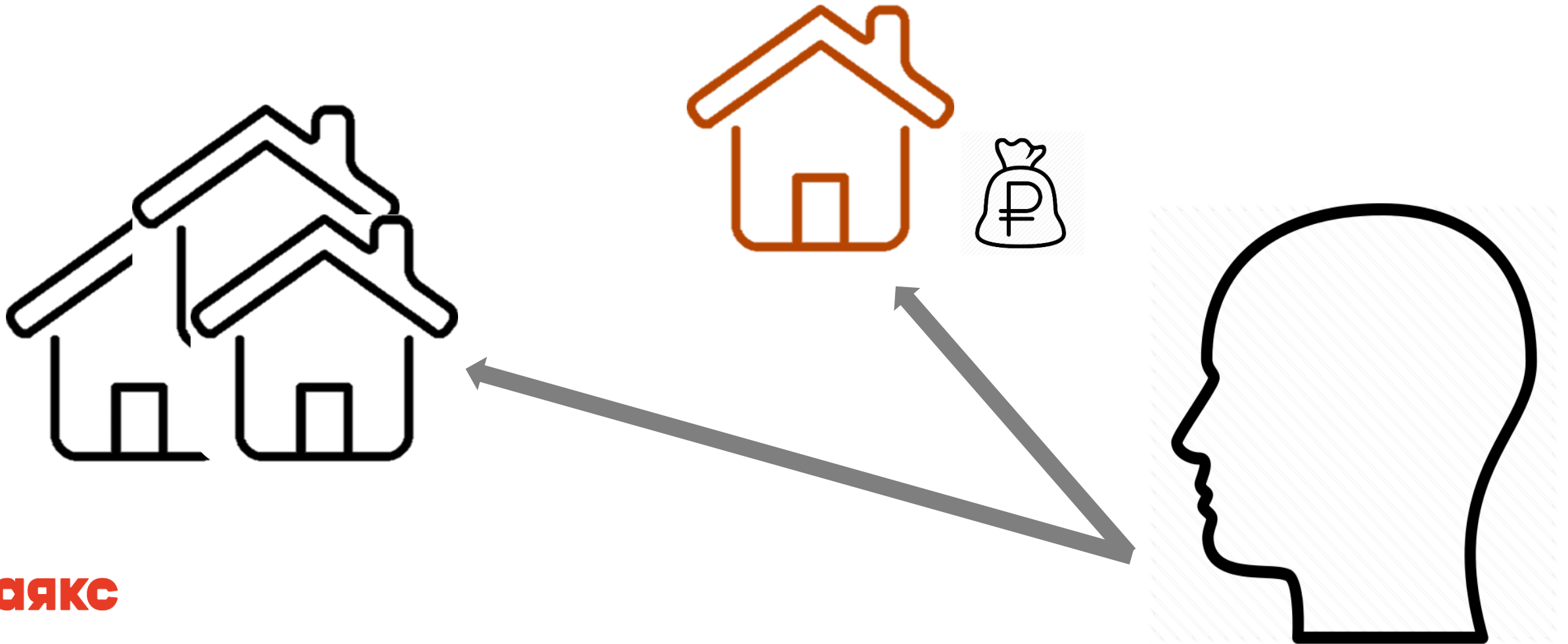


Продать эффективную технологию
работы (эксклюзив)



Продать правильную цену

Цену объекта определяет ПОКУПАТЕЛЬ,
сравнивая его с другими объектами,
выставленными на продажу



Договор между агентом и собственником:

-
1. Я должен обеспечить спрос (показы)
 2. Я должен обеспечить собственника грамотной аналитикой

1. Я буду получать предложения от покупателей
2. На основе аналитики я могу принять решение о продаже

аякс

агент

собственник

Прежде чем переходить к обсуждению цифр:

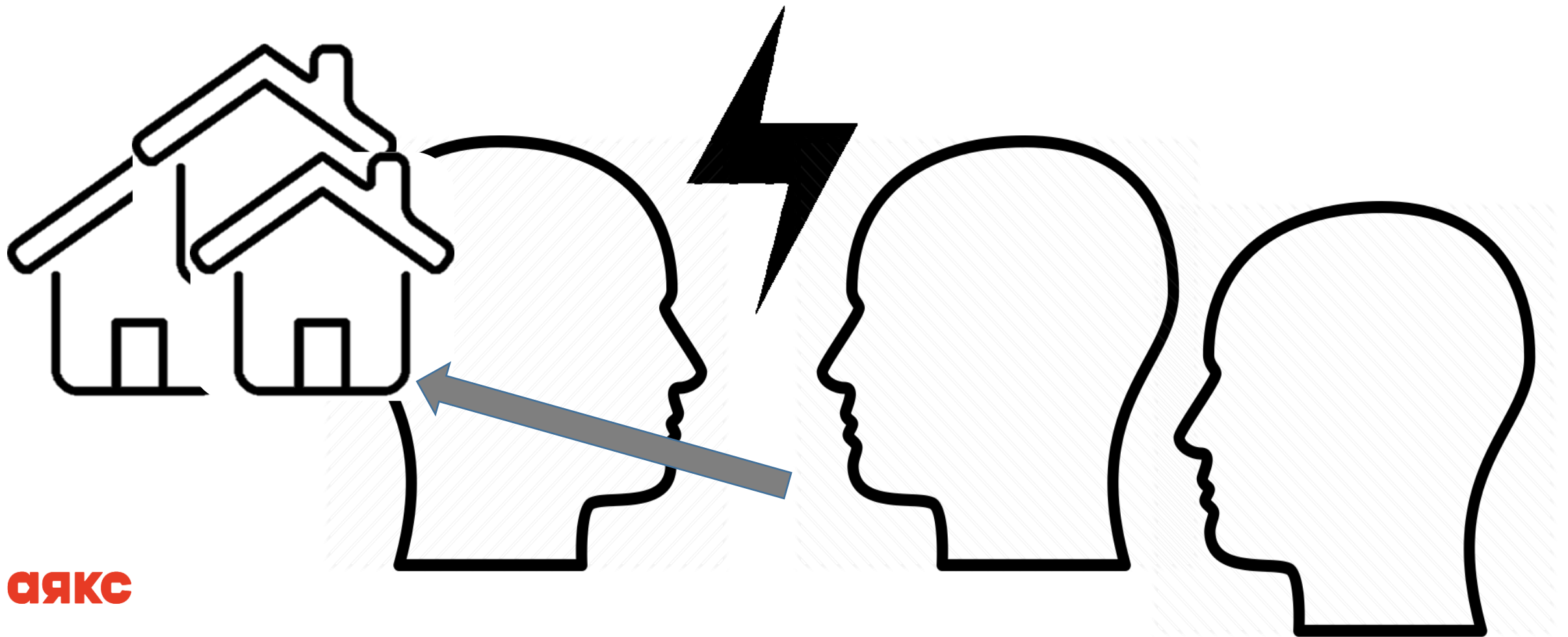
1. Услуга продана

2. Собственник понимает, как формируется цена

3. Собственник выбрал «путь» и технологию (эксклюзивность?)

4. Переходим к обсуждению аналитики

Главная ошибка – преждевременность



Формирование правильной стартовой цены

Цель:

- ПОНЯТЬ **спрос**
- ПОНЯТЬ **предложение**
- ПОНЯТЬ **границы рыночного коридора**

В результате:

- **выставить такую рекламную цену, по которой будет спрос**
- **понимать, какие можно будет ожидать оферты от покупателей**



Анализ рынка в сегменте ____х комнатных квартир в _____ (р-н)

В СОТЕ*:	
1. Общее количество конкурентов на рынке на сегодня*:	
2. Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось:	
3. За последний месяц (три) было продано объектов:	
АНАЛОГИЧНЫЕ ОБЪЕКТЫ**:	
4. Количество выставленных на продажу**:	
5. Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось:	
6. Ценовой коридор сегмента составляет	от: _____ до: _____
7. За последние три месяца было продано объектов:	
8. В среднем, в месяц продается (посмотреть данные за 3-6 мес):	
9. Средняя цена продажи (за квартиру / за метр ²):	
КОНКУРЕНТЫ:	
10. Первая цена объекта сегмента выше***:	
11. Первая цена (за м ²) аналогичного строящегося объекта****	
12. Ближайшие конкуренты:	Цена:
1). _____	
2). _____	
3). _____	
Рекомендуемая стартовая цена продажи за 30 дней:	



Формирование правильной стартовой цены



Анализ рынка в сегменте ____х комнатных квартир в _____(р-н)

В СОТЕ*:	
1. Общее количество конкурентов на рынке на сегодня*:	
2. Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось:	
3. За последний месяц (три) было продано объектов:	

Сравнительный маркетинговый анализ - СПРОС

АНАЛОГИЧНЫЕ ОБЪЕКТЫ**:

Количество выставленных на продажу**:

Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось: 4

За последние три месяца было продано объектов: 10

В среднем, в месяц продается (посмотреть данные за 3-6 мес): 3

Средняя цена продажи (за квартиру / за метр²):

КОНКУРЕНТЫ:

Первая цена объекта сегмента выше***:

Первая цена (за м²) аналогичного строящегося объекта****

Ближайшие конкуренты:

Цена:

1). строящийся

2). аналогичный

3). аналогичный

4). «плюс комната»

Рекомендуемая **стартовая** цена продажи за 30 дней:

?

хочу
5000

Это значит,
что...
И если мы
ХОТИМ...
ТО...
НО...

Сравнительный маркетинговый анализ – Рыночный коридор

АНАЛОГИЧНЫЕ ОБЪЕКТЫ**:

Количество выставленных на продажу**:

Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось: 4

За последние три месяца было продано объектов: 10

В среднем, в месяц продается (посмотреть данные за 3-6 мес): 3

Средняя цена продажи (за квартиру / за метр²): 4600

КОНКУРЕНТЫ:

Первая цена объекта сегмента выше***: 4650

Первая цена (за м²) аналогичного строящегося объекта****

Ближайшие конкуренты: Цена:

1). строящийся

2). аналогичный

3). аналогичный

4). «плюс комната»

Рекомендуемая **Стартовая** цена продажи за 30 дней: ?

хочу
5000

По нашей
статистике:

Обратите
внимание:

Сравнительный маркетинговый анализ – Конкуренты

АНАЛОГИЧНЫЕ ОБЪЕКТЫ**:

Количество выставленных на продажу**:	23
Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось:	4
За последние три месяца было продано объектов:	10
В среднем, в месяц продается (посмотреть данные за 3-6 мес):	3 4600
Средняя цена продажи (за квартиру / за метр ²):	

КОНКУРЕНТЫ:

Первая цена объекта сегмента выше***:	
Первая цена (за м ²) аналогичного строящегося объекта****	
Ближайшие конкуренты:	$4000+500+150=4650$
1). строящийся	4550
2). аналогичный	4600
3). аналогичный	4650
4). «плюс комната»	???

хочу
5000

Давайте
посмотрим, с
чем нас будут
сравнивать
покупатели:

Рекомендуемая **стартовая** цена продажи за 30 дней:

Работа с ценой



Анализ рынка в сегменте ___х комнатных квартир в _____ (р-н)

В СОТЕ*:	
1. Общее количество конкурентов на рынке на сегодня*:	
2. Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось:	
3. За последний месяц (три) было продано объектов:	
АНАЛОГИЧНЫЕ ОБЪЕКТЫ**:	
4. Количество выставленных на продажу**:	
5. Из них, за прошедший месяц новых объектов появилось:	
6. Ценовой коридор сегмента составляет	от: до:
7. За последние три месяца было продано объектов:	
8. В среднем, в месяц продается (посмотреть данные за 3-6 мес):	
9. Средняя цена продажи (за квартиру / за метр ²):	
КОНКУРЕНТЫ:	
10. Первая цена объекта сегмента выше***:	
11. Первая цена (за м ²) аналогичного строящегося объекта****	
12. Ближайшие конкуренты:	Цена:
1).	
2).	
3).	
Рекомендуемая стартовая цена продажи за 30 дней:	

* **Сота** – все квартиры с таким же количеством комнат в данном районе (и первичное и вторичное жилье)

** **Аналогичные объекты** – Объекты со схожими параметрами (фонд, жилье, материал, состояние, площадь (± до 10м²))

*** **Сегмент выше** – недвижимость более высокого уровня: плюс комната, плюс район или выше классом

**** **Аналогичный строящийся объект** - застройщик-конкурент в данном сегменте, который сдается не позже чем через 1год



ОТЧЕТ

о проведенной работе по Договору № _____ на (эксклюзивное) оказание возмездных информационных (консультационных и маркетинговых) услуг при отчуждении объекта недвижимости от: _____ между Заказчиком: _____ и Исполнителем: ООО «Аякс-Риэлт», Начальная стоимость Объекта: _____ руб, Комиссионное вознаграждение – 3% от конечной стоимости Объекта.

С момента подписания договора проведен следующий объем работ:

1. Проведен анализ рынка аналогичных объектов;
2. Изучены предложенные к продаже аналогичные объекты, спрос и существующие заявки на подобные объекты;
3. Разработан маркетинговый план продвижения объекта;
4. Сделаны качественные фотографии ОН;
5. Информация о продаже размещена в Базе компании;
6. Подготовлено и размещено рекламное объявление на следующих Интернет-ресурсах:

- | | | | |
|--|--|--|--|
| 1. avito.ru | 14. eip.ru | 26. Ubu.ru | 39. Trovit.ru |
| 2. cian.ru | 15. afy.ru | 27. sale.vdolevke.ru | 40. Doska.ru |
| 3. mirkvartir.ru | 16. regionalrealty.ru | 28. MITULA.ru | 41. zipal.ru |
| 4. realty.vandex.ru | 17. Trovit.com | 29. Mestorator.ru | 42. beboss.ru |
| 5. sindom.ru | 18. nedvrf.ru | 30. Mesto.ru | 43. Progound.ru |
| 6. realtymag.ru | 19. KvMeter.ru | 31. allpn.ru | 44. Realty.mail.ru |
| 7. realty.dmir.ru | 20. cottage.ru | 32. bestru.ru | 45. Ruiazi.com |
| 8. flatfy.ru | 21. rentzilla.ru | 33. unibo.ru | 46. Restate.ru |
| 9. russianrealty.ru | 22. 23estate.ru | 34. terdo.ru | 47. DOMEX.ru |
| 10. kvadroom.ru | 23. gdeetodom.ru | 35. rucountry.ru | 48. krasnodarskiy.kva-rtirant.ru |
| 11. fotomakler.ru | 24. vdvrus.ru | 36. kuban.gde.ru | |
| 12. kvartiri-domiki.ru | 25. world-real-estate.ru | 37. ESalle.ru | |
| 13. bn.ru | | 38. tvoisotki.ru | |

7. Сделана расклейка объявлений (кол-во);
8. Размещен баннер;
9. Проведена презентация ОН среди коллег;

РЕЗУЛЬТАТЫ:

10. За отчетный период по объекту поступило ___ звонков
11. Было проведено ___ презентаций ОН для покупателей (попал в подборку);
12. Показов проведено _____

ОТЧЕТ О ПОКАЗАХ:

ФИО покупателя	Результат показа (возражения(какие), оферта, отказ)	Информация о покупателе (состояние на сегодня: думает, ждет ответа по оферте, купил другое)

13. Получены оферты от покупателей:

ДАТА	ЦЕНА	РЕШЕНИЕ

14. Что купили покупатели, которые выбрали не Вас.

ФИО	Что купили	Цена ОН

Работа с ценой

действие 1: Отправляем еженедельный отчет!!!

действие 2: Звонок по телефону.

Добрый день, <имя клиента>, это ваш агент _____ из компании «Аякс-риэлт».

Только что я отправил Вам отчет о проданных объектах за неделю и хочу с Вами обсудить наши действия.

Готовы?

На сегодняшний день в вашем районе продается _____ (количество) _____ (-х комнатных квартир)

Знаете, сколько из них Ваших ближайших конкурентов? - _____.

За последний месяц новых конкурентов появилось _____, а продалось всего _____. Видите, какая ситуация?

В месяц, в среднем, продается _____.

Согласно аналитике, сегодня покупатель готов предложить _____ т.р. за квадратный метр.

Исходя из этого, сегодня мы можем рассчитывать на цену _____ т.р.

Вы планируете продать квартиру или оставаться на рынке еще долгое время?

Чтобы сохранить конкурентоспособность на сегодняшнем рынке, цена должна быть _____ руб.

Работаем?

Если «нет»:

Если оставить прежнюю цену, то срок продажи объекта составит 6 мес. и более. Так же, велик риск не продать. Вас устроит такой вариант? -...

Если « устроит» и договор эксклюзивный:

К сожалению, данная рекламная цена не может являться основанием для эксклюзивного сотрудничества, поэтому нам необходимо встретиться, чтобы пересмотреть условия нашего договора. Когда удобно?

действие 3: Встреча. На встрече использовать аналитику и скрипт «Три пути»

Вопросы

аякс