**Известные креативные способы найти клиента риэлтору .**

***Как найти клиента риэлтору всего за 3 дня ?***

Поиск первого клиента в условиях жесткого игнорирования риелтерской услуги – та еще задача!

Как найти  того , кто согласится купить у Вас услуги по продаже или покупке объекта , сопровождения сделки или хотя бы консультацию?

Клиентская База риелтора нарабатывается годами .  Но попробуем разработать  способы быстрого поиска клиентов , который подойдет и новичкам и опытным риэлторам. Как наработать базу клиентов:

Способ № 1-   Визитные карточки :

Способ № 2 –  Выставки , ярмарки ;

Способ № 3 –  Контрагенты ;

Способ № 4 -  Коллеги Вашего АН;

Способ № 5 -  Новостройки;

Способ № 6 -  Бывшие клиенты ;

Способ № 7 -  Попутные клиенты ;

Способ № 7   Объявления «утки» ;

Способ № 8   Квартиры под  коммерческие помещения;

Способ №- 10  Обмен Клиентскими базами со специалистами;

Способ № 11 Таксисты ;

Способ № 12 Должники по коммунальным услугам ;

Сейчас Вы узнаете как это сделать и запомните накрепко  эти азы продажи риелторской услуги . Запомните еще и потому , что **кто-то до Вас уже узнал , как найти клиентов начинающему риэлтору , оторвался от старта немного быстрее Вас**и пока Вы сомневаетесь и продолжаете использовать то , что уже не работает , он получает первых клиентов и продает риэлторскую услугу. Поэтому не откладывая прочтите предлагаемый материал.

Первое , что дает Вам фору – низкое качество оказания риэлтерской услуги . Это же однако может сыграть и в минус , если вы сумеете в будущем заработать подобную репутацию.  Чтобы этого не произошло хорошенько подумайте над тем , кто может быть Вашим клиентом. А чтобы Вы особо нет напрягались, вы получите совет , который поможет Вам в первые работы риелтором  найти клиента.

**Запомните :** Вашими клиентами будут становиться далеко не все люди с которыми Вам придется так или иначе сталкиваться . Статистика показывает , что только один из трех может купить у Вас услугу риелтора. Это понимание должно прочно засесть у Вас в голове , чтобы Вы не расстраивались попусту.

**Чтобы клиентов было больше надо :**

* увеличивать количество путей их поступления ;
* расширять найденные пути, увеличивая потоки потенциальных клиентов

Рассмотрим основные пути получения клиентов риелтора на первоначальном этапе работы.

**КАК НАЙТИ КЛИЕНТА РИЕЛТОРУ  : ОФФЛАЙН**

Как начинающему риелтору найти первых клиентов : способы , этапы , советы , которые помогут агенту – новичку решить сложный вопрос по поиску заказчиков услуги.

**Источники клиентов :**

1. Родственники и друзья ;
2. Буклеты и визитки;
3. Нетворкинг(общение с людьми) ;
4. Расклейка на районе , где проживаете и работаете;
5. Рассылка писем по почтовым ящикам ;

**КАК С НИМИ РАБОТАТЬ :**

**Родственники и друзья**

Пожалуй  самая сложная группа потенциальных клиентов с которой риелтору- новичку приходится работать. Почему так? Потому- что мы не привыкли что-то продавать родным , а здесь надо будет продать себя , как новоиспеченного специалиста.

Помочь в этом случае может хорошая легенда . Нет не о том , что Вам  от нечего делать или из-за нужды пришлось работать риелтором. Вы должны сочинить рассказ о том , как выбрали пусть непопулярный нынче , но интересный путь. Чем убедительнее и кратко будет звучать Ваш рассказ, тем проще и лучше Вы создадите впечатление у своих друзей и знакомых о том , что вы отличаетесь от всех остальных риелторов , Вам можно доверять и Вы не подведете.

Составляем  список родственников , знакомых и друзей проживающих в городе , где Вы начали работать риэлтором.

* Дальние и близкие родственники;
* Друзья и друзья друзей;
* Бывшие коллеги;
* Знакомые , с которыми когда- то знакомились на день рождениях, праздниках , совместном отдыхе ;
* Бывшие супруги ;
* Одноклассники;
* С кем ходили в детский сад;
* Соседи и тд.

Какой длинны должен быть список? От 400 до 600 человек;

**Где искать претендентов в список?**

* друзья в соцсетях;
* телефонная книга в вашем телефоне;
* ежедневное общение с людьми (нетворкинг).

Не останавливайтесь на имеющемся круге знакомств , постоянно расширяйте круг знакомств ,например ходите в спортзал , знакомьтесь с потенциальными клиентами. При новых знакомствах обязательно выдавайте только ту информацию, которую подготовили заранее , а именно «легенду» как вы попали в риелторский бизнес , почему решили стать риелтором. При описании своей истории используйте только утвердительные слова, положительные и яркие эпитеты. Не надо говорить , что Вы пошли потому что здесь проще всего устроиться на работу или что-то в этом роде. Т.е. говорите с воодушевлением.

Если Вы социопат или интроверт ,то Вам будет нелегко , скорее всего это будет вызов, либо Вам проще подыскать другое занятие , с меньшим объемом  общения с людьми. Почему так?

**Потому , что после того , как Вы составите список, Вы должны сделать следующее :**

1. Ежедневно делать по 1-3 звонка;
2. Назначать 1-2 встречи;

Ни родственники, ни друзья ни знакомые не пойдут к Вам на встречу, если Вы скажете , что хотите встретиться и сообщить , что Вы стали работать риелтором. Как правильно найти клиента риелтору клиента среди родственников , друзей и знакомых ?

**Найдите причины встречаться**

* напрашиваетесь в гости;
* предлагаете провести время вместе;
* приглашаете отдохнуть на природе;
* в кафе выпить кофе;
* отдохнуть на природе;
* покататься на велосипедах;
* погулять в парке;
* просто сообщаете , что давно не виделись и неплохо бы пообщаться;
* да все , сто угодно , что сойдет за адекватную причину , чтобы назначит встречу;

**Что во время встречи надо:**

* озвучить подготовленную легенду;
* сделать саморекламу;

В результате родственники , друзья  и знакомые , находясь на эмоциональном подъеме , запомнят Вас и чем Вы занимаетесь ,и не факт , что станут Вашими клиентами , но могут давать рекомендации другим людям обращаться именно к Вам.

**2.Буклеты и визитки**

Визитки обычно делает агентство для каждого риелтора самостоятельно , если нет , то делайте сами и практикуйте их раздачу и распространение везде , где только возможно.

Ставьте себе мини план в день , пока Вы ходите по объектам , едете в  офис , идете домой , заходите в магазины, кафе, организации – распространяйте о себе информацию. То же самое касается буклетов.

Здесь могут быть как платные , так и бесплатные способы распространения.

**Визитные карточки.**

Информация на визитке:

* ваше имя :
* ваше фото ( с изображением лица реже выбрасывают визитные карточки);
* ваши личные контакты;
* должность ( специалист по вторичному рынку, загородной недвижимости, новостройкам, и т.д)
* E-mail ;
* адреса сайта, если есть личный , то и его;

**Что учесть при дизайне визиток  ?**

* делаем только цветной дизайн и распечатываем в цвете;
* на обратной стороне печатаем слова благодарности , например «Спасибо за обслуживание!»
* материал для визитных карточек используем , чем плотнее , тем лучше;
* качество печати должно быть очень хорошее для презентабельного вида не только карточки , но и Вашей фото на ней;

**Как распространять визитки  ?**

* раздайте визитки своим друзьям , родственникам и знакомым;
* оставляете везде, где Вас обслуживают и теперь понятно зачем надпись на обратной стороне  ( кафе, парикмахерская, бар, ресторан, баня, сауна, шашлычная, и т.д.)
* клиентам , Которых Вы консультируете , кому продаете , кому подбираете квартиры;
* контрагентам ;
* на выставках;

**План по раздаче визиток - примерно 100 штук в месяц.**

**3. Выставки  ,  ярмарки**

Посещайте выставки , семинары , ярмарки , не обязательно по теме недвижимости ,там где есть скопление людей , должны быть Вы.

**Способы сбора клиентов на выставке**

* договариваемся с руководством выставки о том , что Вы проведете презентацию компании и услуг в течении 5-10 минут;
* на выставках участники работают за стендами , представляя продукцию и услуги. Вы подходите к каждому и слушаете их презентации. Слушаете до конца , даже если не интересно . Затем благодарите за информацию , выделяя моменты , которые Вам понравились больше всего . После презентуете себя и свою услугу , даете визитку и говорите , что можете проконсультировать бесплатно по вопросу купли- продажи жилья. Иногда сразу начинают задавать вопросы . Тогда обязательно берете его контакт , так как визитку могут потерять и не перезвонить Вам. И так обходите весь павильон.
* посетители выставки так же могут пополнить базу риелтора и с ними можно и нужно контактировать  с  целью завязать беседу и презентовать свою услугу.

Что важно понимать при общении с незнакомыми людьми ?

Знайте , что многие из них имеют неразрешенные вопросы с жильем , кто-то планирует продавать , кто-то приобретать или менять жилплощадь. Этому подтверждение – масса запросов в поисковые системы.

**4 . Сотрудничество с банками**

Банки   в заемщиках всегда и если риелтор может поставлять клиентов кредитной организации – это просто «золотой специалист для них».

Но мы пока рассматриваем обратную ситуацию , когда риелтору – новичку  нужны клиенты и он ищет способы получать их от сотрудничества с банком.

**Способ №1 -  Ипотечники**

Ипотечные консультанты ежедневно консультируют и оформляют ипотечных клиентов перед оформлением жилья. Вы идете в 2-3 банка и договариваетесь , чтобы они отправляли вам клиентов и работаете с поступающими заявками.

Например пришел человек в банк . Попросил одобрить его на ипотечный кредит , кредитная организация одобрила его как ипотечного заемщика. После этого ипотечный консультант говорит клиенту о том , что вы можете подобрать ему жилье по заданным параметрам и поможете подготовить пакет документов для одобрения квартиры банком в качестве залога и дает Вашу визитку.

**Как  риелтору стать партнером банка :**

* найти несколько подходящих для сотрудничества организаций ;
* выйти на нужных вам специалистов ( чаще, начальников отделов  ипотечного кредитования);
* обговорить условия взаимовыгодного сотрудничества ;
* поддерживать отношения ;

Для того , чтобы клиент охотнее соглашался на услугу необходимо договориться  с банком , что обращаясь к Вам покупатель получает :

* снижение % ставки банка ;
* приоритетное и более быстрое рассмотрение заявки на получение кредита
* рассмотрение заявки отправленной через сайт банка или приложение «Банк- партнер» ( нет нужды ходит в офис) ;
* снизить минимальный процент первоначального взноса ;
* или другие преференции по кредиту;

**Способ № 2  Работа с должниками банка .**

Формировать клиентскую базу можно даже из тех , кто уже казалось не нуждается в услугах риелтора , а именно ипотечники , купившие жилье , но со временем отказавшиеся платить по счетам.

Например  банк выдал  под залог новой квартиры кредит для покупки квартиры стоимостью 7000 000 рублей. Как только возникла ситуация с прекращением платежей банк выставляет  квартиру за 5 500 000 рублей .

Вы как риелтор предлагаете собственнику продать его жилье за 6000 000 рублей , чтобы покрыть тело кредита , выплатить Вам комиссию , и еще останется некоторая сумма на руки.

**Где найти таких клиентов  ?**

* на аукционах залогового имущества, которые организуют банковские фирмы.

Чаще всего это страница или раздел на сайте банка, где предоставляется подробная информация о стоимости реализации квартир , находящихся в залоге у банка ;

* через сотрудника банка из отдела по работе с проблемными кредитами. Вы ходите по банкам , встречаетесь с каждым и предлагаете свои услуги. Сотрудники чаще всего заинтересованы в скорейшей реализации залогового имущества , поэтому должны идти на контакт.

Ка Вы наладите взаимодействие это уже второй вопрос , его конечно необходимо продумать заранее , но есть для вас еще один плюс. Вы можете в визитках , буклетах и т.д  упоминать о том , что Вы специалист по недвижимости , которому доверяет Банк такой-то . И никто не будет разбираться какова глубина ваших доверительных отношений  с банком .

**Что  предлагать клиентам , которых Вы направляете в банк.**

* Подбор квартиры  по заданным параметрам в сжатые сроки ( практика показывает , что ищущие самостоятельно жилье часто просят банк продлить сроки их одобрения как заемщика , так как не успевают выбрать и одобрить объект залога);
* Проведение первичной юридической экспертизы правоустанавливающих документов на объект приобретения ;
* работа с  оценщиками ;
* проверка застройщика при приобретении новостроек;

Если Ваш клиент продает квартиру и планирует приобретать другую ( на расширение), то можете ему предложить подбор банков и ипотечного кредита , а затем уже дальнейшие услуги по подбору жилья.

В этом случае Вы можете не ограничиваться предложениями банков , с которыми вы работаете  .Вы можете обзвонить и посетить кредитные организации , с которыми еще не сотрудничаете и сообщить , что у Вас есть клиент , необходимо рассчитать ему кредит и если он согласится на условия банка , а банк одобрит ему ипотеку , то Вы не отказались бы от вознаграждения в виде клиентов от банка.

**Нюансы наработки клиентской базы риелтора**

База клиентов риелтора отличается по составу в зависимости от опыта :

1. **Новичок**– формирует базу клиентов  в основном за счет холодных звонков
2. **Опытный** –набирает базу клиентов частично холодными перезвонами , частично эксклюзивами ;
3. **Профессионал** – нарабатывает базу в основном из родных эксклюзивов и малую часть от рекламы.

**5 .   Нетворкинг**

Умение общаться и заводить новые знакомства в профессии риелтора необходимость №1. Для продажи риэлтерской услуги это особенно важно. Есть даже книга « Никогда не ешьте один». Рекомендуется к прочтению и практической отработке.  Почему в профессии риелтора так много женщин?. Просто они более коммуникабельны- вот львиная доля успеха.

**Способ № 1   PR** **– акции :**

Где ?  Детские сады , начальные образовательные учреждения . Сотрудники Агентства недвижимости могут состоять в родительском комитете детского сада или школы. Вы можете выступить организатором любого праздника и выступить спонсором части финансирования и напечатав пригласительные билеты описать какая компания является организатором и какие услуги она может оказать.

Договориться с администрацией учреждения , что спонсируете праздник для детей и сделать презентацию среди родителей на 5-10 минут.

**Способ №2   Бесплатные консультации в организациях.**

**Вариант №1.** Руководитель Агентства договаривается с руководством гос. организаций , коммерческих структур о проведении бесплатных консультаций среди сотрудников предприятий . Как правило , в таких организациях есть кабинеты , которые могут быть предоставлены в оговоренное время и дни. Режим консультаций 2-3 часа , 2-3 раза в неделю. Дни и время , когда лучше всего поводить консультации  лучше протестировать и выбрать самые оптимальные.

**Как сообщить  потенциальным клиентам о консультации :**

Расклейка по району с информацией о месте и времени и  темам проведения консультаций.

Что подготовить для консультаций :

* рекламные листовки , буклеты ,визитки о продаже , покупке , обмене недвижимости;
* Прайс-лист  по оценке стоимости квартир или методику, ноутбук , чтобы быстро проводить оценку и подбирать необходимые варианты ;

**6 . Расклейка на районе.**

Вам не надо далеко ходить. Места , где расклеивать объявления :

* Дома в районе, где Вы проживаете ;
* Дома в районе , где Вы работаете ;
* Дома , которые Вы будете посещать при работе с клиентами и «Холодными звонками».

Содержание объявлений может быть различным .От покупки- продажи домов , до завлекающих заголовков о проведении консультаций , как очных , так и по телефону. Это способ найти клиентов , используется многими ,начинающими продавать объекты риэлторами . Вы не должны быть исключением.

Вы провоцируете звонки на Ваш телефон .Вам надо заранее продумать сегментирование Ваших потенциальных клиентов. Т.е. разделить их на группы.

Прежде , чем приступить к использованию этого способа наработки клиентов , надо понимать , насколько он эффективный.

Это покажет конверсия . Конверсия –это отношение количества клиентов , обратившихся к Вам , звонки , контакты , на количество расклеенных по району объявлений  ,выраженное целым числом или в %.

Конверсия по расклейке в целом составляет :

- **по услугам – 100 к 1** т.е на 100 объявлений – 1 контакт ;

- **по покупке - 100 к 2**  ;

- **продаже      - 100 к 6**  ;

**- обмен           - 100 к 5  ;**

**Объявления риэлтора , расклейка и форматы**

Для начала определим типы объявлений для расклейки , а затем празберем каждый подробно .

1. Продажа услуг риэлтора ;
2. Покупка квартиры ;
3. Продажа квартиры ;
4. Обмен жилплощадью ;
5. Листинг ( список объектов под обмен и продажу);

**Какие объявления расклеивать :**

В зависимости от того , какая задача для Вас более приоритетна – продать квартиру клиента ,или подобрать ему вариант в определенном месте города  - Вы расклеиваете определенный тип объявления.

Причем для продажи клейте в районе нахождения продаваемой квартиры , при покупке- естественно в том районе , где клиент ищет квартиру . Есть третий вариант .  У Вас нет ни того ни другого , ни на продажу ни на подбор . Все равно клейте ! Значит будете говорить звонящим , что у Вас есть клиент , который хочет купить квартиру или продает. И Вы не будете кривить душой- это важно .Потому ,что ложь всегда распознается по Вашему голосу.

**Что делать, если нет своих объектов  ?**

Есть два работающих варианта .

**Первый .**Просить более опытных агентов , чтобы они «одолжили» Вам свои объекты или покупателей . Т.е. Вы находите клиентов на объекты своих коллег , и они делятся с Вами своей комиссией.

Конечно , об этом необходимо договариваться заранее и знать заранее , кто из Ваших коллег продает тот или иной объект , или подыскивает для своего клиента .

Для этого надо вести записи интересных предложений коллег, а не скучать от безделья в углу на стульчике.

**Второй.**Расклеиваете объявления типа « Обмен « в двух районах города . В первом районе заголовок «Меняю 1- комнатную на 2- комнатную» ( как будто  у Вас есть 1 комнатная на продаже) . Во втором районе «Меняю 2- комнатную на 1-комнатную) . Как будто Вы предлагаете 2- комнатную  .Принимаем звонки от продавцов 1-2 комнатных объектов . И сводите их между собой . В этом случае никого просить не надо. Действуйте бескомпромиссно!

**Советы при расклейке объявлений**

Расклеивать лучше перед или в послеобеденное время . С 14.00 до 17.00.

Когда прилежные дворники уже поработали . Хороший день – пятница.

Клеить желательно строго на предназначенных  местах , во избежание штрафов .   Ведь Вас легко найти по номеру телефона.

**Места расклейки:**

- Подъезды ;

- Торговые центры;

-Остановки общественного транспорта ;

-Больничные городки;

Располагать объявление эффективнее на уровне груди или чуть ниже , потому , что большинство россиян ходят понурив голову и , если Вы расположите объявление как Вам кажется удачно, на уровне глаз , то есть риск , то его заметит только дворник и быстренько отправит в мусорный мешок.

Чтобы не тратить много времени  на расклейку – совмещайте ее с другими мероприятиями.

**Пошли на показ - наклеили . Пошли на просмотр – наклеили.**

Для продавцов Вы оставляете место с текстом : « Молодая семья купит себе для проживания 1- комнатную уютную квартиру на среднем этаже. Ремонт

значения не имеет .У нас ипотека. Кстати , покупателей можно прописывать любых :

-Военнослужащий купит квартиру;

-Организация приобретает для своих сотрудников квартиру в Вашем районе ;

**ОБЪЯВЛЕНИЕ НА ПОКУПКУ ОТ РИЭЛТОРА**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**К У П Л Ю**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРИОБРЕТЕТ ДЛЯ СВОИХ СОТРУДНИКОВ 2-Х**

**КОМНАТНУЮ КВАРТИРУ НОВОЙ ПЛАНИРОВКИ В ХОРОШЕМ , ЖИЛОМ**

**СОСТОЯНИИ НА СРЕДНИХ ЭТАЖАХ . РАСЧЕТ НАЛИЧНЫЙ БЕЗНАЛИЧНЫЙ**

**ТЕЛ. 2 - 2 - 2**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2**

**ОБЪЯВЛЕНИЕ НА ОБМЕН ОТ РИЭЛТОРА**

**ОБЪЯВЛЕНИЕ НА ОБМЕН ОТ РИЭЛТОРА**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **М Е Н Я Ю**

1- комн. на 2-комн.

**1- комнатную квартиру на среднем этаже на улице Сочинская . Хорошее**

**состояние .Сделан ремонт .Средний этаж . На 2- комнатную с доплатой.**

**Рассматриваются все районы. Тел. 2- 2-2-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Обмен, текст примерно такой же : « Меняю 1- комнатную квартиру на улице Сочинская . Хорошее состояние. Сделан Ремонт. Средний этаж. На 2-комнатную с доплатой . Рассматриваю все районы ». Естественно Вы предлагаете однокомнатную квартиру уже имеющуюся у Вас в работе на 2-3 комнатную жилплощадь клиента , которого ищете.

Если своих объектов еще нет , то читайте рекомендации ниже по тексту. В объявлении помимо текста помещаете фото дома , где размещена 1- комнатная .

**ОБЪЯВЛЕНИЕ РИЭЛТОРА О ПРОДАЖЕ**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

 **П Р О Д А Ю**

**ПРОДАМ В ХОРОШИЕ РУКИ УХОЖЕННУЮ , СОЛНЕЧНУЮ ,**

**2- КОМНАТНУЮ КВАРТИРУ НА 5- ТОМ ЭТАЖЕ 10- ти ЭТАЖНОГО ДОМА ,**

**СВЕЖИЙ РЕМОНТ , ПО АДРЕСУ НЕЙБУТА- 53 .**

**ИПОТЕКА ПОДОЙДЕТ . ЗВОНИТЕ. ТЕЛ . 2-2-2**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**2 2 2 2 2 2**

**2 2 2 2 2 2**

**2 2 2 2 2 2**

Как написать риэлтору объявление о продаже жилья**,**Примерный текст ,вид , формат, и места расклейки.

Примерный текст : «Продам в хорошие руки замечательную 2- комнатную квартиру на пятом этаже 10- этажного дома свежий ремонт , в связи с переездом. Ипотека подойдет . Совместно с текстом помещаем фото дома , указываем контакты ,номер мобильного . Формат объявления А-5 (горизонтально). Формируя  текст  Вы должны  понимать ,что потенциальный клиент не видел жилья , которое видели Вы  поэтому постарайтесь кратко и емко передать свои впечатления и эмоции об объекте недвижимости.

**ОБЪЯВЛЕНИЯ С ЛИСТИНГОМ ПРОДАЖА ИЛИ ОБМЕН**

Листинг  или объявление обмен- продажа с текстом : «Меняю или продаю готовые к продаже квартиры ( далее список). Указываем имя номер телефона.

**Кто будет звонить по такому объявлению :**

- Продавец , который хочет обменять на Ваш из списка  . Вы с ним встречаетесь , смотрите его объект , предлагаете свой. Если ему не подходит берете его в работу и  продолжаете  предлагать  ему новые подходящие под потребности объекты.

- Покупатель приходит с деньгами ( например ипотека )и Вы показываете ему Ваш объект ;

**ОБЪЯВЛЕНИЕ ОБ УСЛУГАХ РИЭЛТОРА ПРИ РАСКЛЕЙКЕ НА РАЙОНЕ**

**Новички чаще работают от покупателя , а профессионалы от продавца**

**ОБЪЯВЛЕНИЕ ОБ УСЛУГАХ РИЭЛТОРА ПРИ РАСКЛЕЙКЕ НА РАЙОНЕ**

По предложению услуг :  «Помогу  приготовить квартиру к продаже. Обмену. Имеется большая база данных покупателей и собственников квартир . Звоните по телефону  00-00-00 . Консультации бесплатно. ( Далее в 2-х строках информацию об услуге ). Адрес офиса , номер телефона , Ваше имя , веб- сайт и  т.д.

**ОБЪЯВЛЕНИЕ ОБ УСЛУГАХ ПОСРЕДНИКА ДОЛЖНО СОДЕРЖАТЬ**

* Описание , что Вы предлагаете ;
* Ваши преимущества и отстройку от конкурентов;
* **УТП**   -  Уникальное Торговое Предложение;
* Местоположение ;
* Контакты ;

**УТП-**Уникальное Торговое Предложение –краткое логическое обоснование необходимости для клиента Ваших услуг и преимуществ перед предложениями конкурентов . Содержит веские причины , по котором риэлтерскую услугу должны заказать именно у Вас. Применяется везде ,где необходимы продажи.

**Размер УТП буквально 5 -6 слов , которые зацепят Вашего клиента , затем перечень услуг и контакты .**

Формат объявления :

-  А-4;

-  А-5;

Располагаем текст как горизонтально , так и вертикально . Протестировать на эффективный формат Вы не сможете т.к это не контекстная реклама, которая позволяет проводить тесты. Поэтому действуем наверняка.

**Дополнительные тексты и заголовки для объявлений услуг :**

* Бесплатные консультации по подбору ипотечного кредита;
* Бесплатные лекции : « Как продать , обменять , купить недвижимость».

Цель консультаций – дать понять , что проведение сделки купли- продажи или обмена это не как в Ашан сходить , здесь требуется четкое понимание того ,что Вы делаете на каждом этапе и какие последствия ожидать . В общем , у слушателя должно возникнуть желание делегировать Вам полномочия по покупке , продаже , подбору жилья.

Консультации проводите в офисе , но не в те дни , когда Вы дежурите на входящих  звонках . Заранее позаботьтесь , чтобы у Вас было помещение для консультаций .

**Как написать продающее объявление риэлтору :**

Если Вы сомневаетесь , что у Вас продающее на 100 % объявление , можно заказать услуги копирайтера , которые пишут продающие тексты , они отредактируют Ваш текст и делают его.

**КРЕАТИВНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ РИЭЛТОРА**

Несколько креативных  объявлений  от риелторов . Суть как Вы понимаете

* Привлечь  внимание;
* Вызвать эмоции ;
* На эмоциях продать;

**7 . Рассылка по почтовым ящикам**

Один из эффективных способов нахождения клиентов. Потому , что открываемость этих писем почти 100 % . Для этого не надо даже иметь своих объектов недвижимости в продаже , подойдут объекты коллег по агентству или других коллег.

Итак , что надо :

* правильная структура и содержание листовки , которую кладете в письмо ;
* адреса домов в вашем районе ;
* мобильный телефон и электронный почтовый ящик для приемки заявок и вопросов клиентов ;

Суть способа проста :

* составляете список домов , по почтовым ящикам которых необходимо разнести письма ( идеально , если это Ваш район , где Вы работаете риэлтором .
* готовите конверты ;
* пишете письмо , листовку с Вашим предложением ;
* разносите по ящикам , либо нанимаете подготовленного человека ;

Теперь разберем это подробно на конкретном примере как надо это делать.

**ПИСЬМА С ПРЕДЛОЖЕНИЕМ  РИЭЛТОРСКИХ  УСЛУГ  ПО ПОЧТОВЫМ               ЯЩИКАМ В РАЙОНЕ** .

Информация на конверте :

* Логотип агентства недвижимости;
* Адрес получателя письма ;
* Адрес отправителя (Не обязательно)

Что положить в конверт :

* Листовку с рекламой риелторских услуг;
* Визитку организации или конкретного специалиста по недвижимости ;
* Рекомендации при продаже или покупке;

Итого в конверте всего два листа формата А-4

Не кладите в конверт больше 2-х листов т.к это увеличивает расход бумаги и рассеивает внимание клиента :

**ЛИСТОВКА В КОНВЕРТЕ  . СТРУКТУРА РАЗБОР ПРИМЕРА.**

Перед тем Как разбирать структуру  листовки- определимся с целью – получить внимание и контакт  клиента. То есть не продаем  риэлтерскую услугу , Вы уже

знаете , что дистанционно это нельзя сделать, а провоцируем человека на звонок , письмо. Содержание информации сверху вниз.

**Блок Внимание!**  :

* Фото Агента недвижимости ;
* Текст для привлечения внимания ;

Содержание текста:

* несколько слов о том , кто Вы ;
* почему он должен читать Ваши материалы;

Например:*«Здравствуйте ! Я риэлтор Вашего района Мария Петрова , оказываю риэлтерские услуги более 4 лет . Продаю квартиры быстрее и дороже чем другие агенты по недвижимости».*

**Блок    «Цена квартиры» .**

* Указываете примерную рыночную стоимость квартиры ;
* Предварительно узнаете планировку квартир и распространяете письма пот номерам квартир ;
* Можете сделать универсальную листовку указания  планировок и стоимостей 1-2-3 комнатных квартир этого дома  и указать , что Вы занимаетесь обменами с доплатой меньшего на большее и наоборот ;

**Блок  «Аналоги» :**

* Список квартир  с аналогичной планировкой  и стоимостью , которые имеются в продаже в Вашем агентстве (компании) .

**Блок « Предложение»**

* Предлагаем ему обмен:
* ( 1-комнатную на 2- комнатную в этом районе ),если нет объектов в этом , то в другом .
* 3-комнатную на 1- однокомнатную и доплату ;

Прописываете :

* Предложение обмена на большее или меньшее в зависимости от планировки ;
* Варианты с доплатой;
* краткую информацию от банков – партнеров ,  с которыми Вы работаете ;

**Блок  «Call** **to** **Action” :**

**-** предложение встретиться ;

-указываем контакты : WatsApp, мобильный , E-mail

Разберем на конкретном примере письмо от одной риэлтерской компании  которая сделала рассылку по почтовым ящикам  в районе с целью получит контакты и расширить базу клиентов агентства .

Листовка из конверта .

**Ошибки :**

1. Обезличенная листовка , нет фото Руководителя ;
2. После приветствия – « Вас приветствует». Зачем?
3. Общие фразы «надежный  помощник» - (бездоказательное утверждение , как это проверить клиенту, читая это послание) , «спектр наших услуг широк и многообразен» ( а у какого агентства он не такой ?)                            Где отстройка от конкурентов ?4
4. «Решит Ваши вопросы за Вас» ( нет конкретики – какие вопросы ? Почему клиент должен доверить решение своих вопросов этой риэлтерской компании?. «Существует юридический отдел».( слово «существует»-отлично характеризует состояние риэлтерского бизнеса )
5. Дальше общие фразы про решение юридических вопросов без доказательства их качества и отличия от конкурентов.

6.Нет **«Call** **to** **Action»**. Только вдумайтесь в эти фразы : «Если у Вас возникли вопросы». Возникли не возникли- что дальше ? Или «Можно оставить заявку на нашем сайте»   - заявку можно не оставлять .  Да?

В письме была единственная листовка , без дополнительных листов с разработанной выше информацией.