**КАК НЕ ПРЕВРАТИТЬСЯ В КЛЮЧ ДЛЯ ДОСТУПА К ОБЪЕКТАМ НЕДВИЖИМОСТИ.**

В то время , когда Интернет еще не получил столь широкого распространения единственный путь клиента к информации о недвижимости , выставленной на продажу лежал через агентство . Агенты получали целые тома информации о недвижимости с ее описанием и зачастую черно- белой фотографией. Сегодня потенциальный клиент может не приезжать в агентство по недвижимости , а найти интересующий объект через Интернет. Однако , когда клиент найдет интересующий его объект ему придется обратиться либо к владельцу , либо к агенту , для того , чтобы получить разрешение на осмотр объекта . Именно здесь и начинаются маленькие хитрости.

Зачастую клиент обращается к агенту , считая его чем- то вроде ключа , открывающего доступ к объекту недвижимости.

Будучи агентом , вам необходимо продемонстрировать определенные навыки для того , чтобы оценить уровень заинтересованности клиента и его умение покупать , а затем превратить обычный запрос в обязательство совершения сделки.

ДЕСЯТЬ СОВЕТОВ ПО РАБОТЕ С ПОКУПАТЕЛЯМИ

- **Оцените потенциал клиента .** Потенциальный клиент либо имеет побудительный мотив к совершению сделки, либо не имеет его . Агенты , работающие с клиентами , которые обладают слабой мотивацией , и стремящиеся повысить ее и убедить покупателя предпринять действия, направленные на заключение сделки , напрасно теряют время . Агент может сообщить о том , какие преимущества получит клиент в результате совершения тех или иных действий, какая организация или банк предлагает самые привлекательные проценты по ипотечным кредитам, проинформировать о текущей рыночной ситуации, но он не может привить ему необходимости немедленно приступать к делу.

Потенциальный клиент должен иметь мотивацию для совершения покупки , понимать необходимость совершения определенных действий в короткий промежуток времени и чувствовать себя обязанным предоставить Вам эксклюзивные права сотрудничества. Если у Вашего клиента эти качества отсутствуют лучше отказаться от сотрудничества с ним и направить свои силы на поиски лучшего кандидата.

-**Работайте только с верными Вам клиентами .** Многие полагают , что прояснить ситуацию может ответ на вопрос о том обращался ли клиент к другим агентам . Данный вопрос поставлен неверно. Верным будет вопрос : « Связаны ли Вы обязательствами с другим агентом?» Он раскрывает мысль , которую Вы хотите привить своему клиенту, а именно : необходимость связать себя обязательствами только с Вами. В результате выполнения своих обязательств по отношению к клиенту агент получает вознаграждение . Клиенты , которые только « сотрудничают» с Вами не дают никаких обещаний по поводу конечного результата . Это означает , что в любой момент клиент может « переметнуться» к другому агенту , а Вы останетесь ни с чем.

Если Вы рекламируете объект недвижимости и Вам звонит потенциальный покупатель , не предлагайте просто встретиться и посмотреть объект. Ваша задача заключается в том , чтобы убедить покупателя в необходимости сотрудничества с Вами . Пусть даже на короткое время. Если Вы чувствуете , что для установки прочных отношений необходимо продемонстрировать объект- сделайте это . Но обязательно подпишите с клиентом «Соглашение о просмотре». О том что Вы будете подписывать такое соглашение предупредите клиента заранее при назначении времени и места встречи . Соответственно у него должен быть с собой паспорт или любой документ удостоверяющий его личность. Клиент настроенный на сотрудничество не станет возражать и препятствовать этому .Ведь он выразил готовность на сотрудничество . Клиент который будет этому всячески препятствовать и возражать вряд ли будет настроен на перспективную работу с Вами . Вы для него ключ для доступа к объекту. С вероятностью как минимум 30 % он вернется после окончания просмотра для ведения переговоров с продавцом. Если Вы , как агент , не будете настаивать на таком уровне отношений , то рискуете впоследствии потерять покупателя без всякой компенсации своего труда.

**-Не предполагайте , что покупатель верен Вам.** Конечно же не стоит наивно полагать что покупатель , с которым вы подпишете «Соглашение о просмотре» даст 100 % гарантию , что он не будет искать обходных путей в случае, если объект ему понравиться или наоборот останется только с Вами подбирать для приобретения в будущем другие объекты. Важно то , что подписанное ранее «Соглашение» является неким краткосрочным контрактом, который поможет наладить контакт на первом этапе , возможно остановит покупателя от неправильных действий направленных на увод объекта . Вы получаете большее преимущество перед другими агентами . Вы всегда сможете напомнить о себе .

-**Добейтесь назначении встречи .** Путь к успеху начинается с личной встречи . Назначайте ее всегда в месте , которое в будущем позволит вам иметь возможность при желании отказать в просмотре объекта клиенту , не раскрыть его настоящего местонахождения. Все очень просто . Назначая встречу у подъезда, где располагается квартира, несложно , зная этаж и расположение объектов по количеству комнат вычислить квартиру . Агент другой компании представившись клиентом с удовольствием понаблюдает за Вами из окна своей машины , как вы мерзните ожидая его . Описание Ваше он знает с ваших слов. А потом увидев , что вы покидаете место встречи поднимется на этаж и позвонит в дверь нужной квартиры с вопросом : «Извините , мне сказали , что Вы продаете квартиру . Можно взглянуть?»

Назначайте встречу на углу дома , у другого подъезда , при описании объекта меняйте этажность . Если видите , что клиент очевидно по всем признакам похож на агента другой компании , или противится подписанию «Соглашения» и всем видом показывает пренебрежение к Вам не стоит открывать ему путь к вашему объекту.

**-Будьте готовы к типичным недоразумениям.** Покупатели , в особенности те, которые совершают покупку впервые( именно такой является клиентура начинающих агентов по недвижимости), зачастую заключают сделку обладая минимальными знаниями и недопониманием сути работы агента и процесса реализации сделок. Поэтому будьте готовы преодолевать типичные проблемы и возникающие в процессе общения с такими покупателями.

**Многие покупатели нет понимают , почему в процессе поиска и покупки жилья они должны эксклюзивно работать с каким-то одним агентом по недвижимости.** Многие покупатели считают , что если они нашли подходящее жилье, им вполне достаточно агента, представляющего интересы продавца. Известно , что агентские комиссионные выплачиваются продавцом , и поэтому покупатель считает для себя возможным «упасть на хвост» , воспользовавшись опытом и временем агента продавца. Ваша задача заключается в том , чтобы помочь покупателю понять, что при сотрудничестве со своим собственным агентом ,т.е. с Вами он получит такие же грамотные консультации и уважительное отношение к себе ,как и , например при сотрудничестве с адвокатом , которого он нанимает для представлению своих интересов в суде.

**Покупатель не понимает, что в начале поиска подходящего объекта недвижимости агент должен оценить его потенциал , а еще лучше получить подтверждение платежеспособности**. Объясните клиенту, что покупатель стремиться найти самое подходящее для себя жилье, а продавец –самого подходящего для себя покупателя. Если продавцу сделают два предложения, одно из которых будет от покупателя с подтвержденной платежеспособностью , а другое от покупателя , финансовая состоятельность которого вызывает множество вопросов , то не слоит долго гадать , какой вариант он предпочтет.

**Слишком многие покупатели имеют какое-то устоявшееся представление о своем идеальном объекте недвижимости и считают , что если они будут долго и настойчиво его искать , а так же если подключат к этому поиску как можно больше агентов , то смогут найти иголку в стоге сена.** Истина же заключается в том ,что покупатели не приобретают идеальный вариант , а своими силами превращают купленное жилье дом своей мечты. Если Ваш клиент мечтает приобрести готовое совершенство , его необходимо либо заставить снять розовые очки , либо отказаться от сотрудничества. Перечень заблуждений покупателей можно составлять бесконечно. Большинство покупателей считают , что нельзя делать сразу самое высокое предложение, а лучше начинать с небольшой суммы и постепенно ее увеличивать. Хуже всего то , что большинство из них убеждено подобными мыслями постарайтесь донести до него простую истину. Чаще всего разочаровываются именно те покупатели, которые упустили возможность приобрести желаемый объект недвижимости из-за того , что не сделали предложение вовремя , или предложили продавцу такую сумму , которая не смогла конкурировать с другими вариантами.

**Объясните , какие услуги Вы предоставляете .**  Не стоит предполагать , что покупатели понимают причины и сущность ваших действий по реализации сделки . Они этого не понимают. Не знают они и того , что отличает Вас от других агентов по недвижимости. Детально опишите своему клиенту свои действия и укажите причины, по которым Вам удается превзойти других агентов .

**Установите сотрудничество с кредитором .** Один из лучших способов добиться верности со стороны покупателя заключается в том, чтобы на начальном этапе сотрудничества познакомить его с кредитной организацией , предоставляющей выгодные условия ипотечной ссуды . Такое партнерство дает два основных преимущества:

- Кредитор может оценить финансовую состоятельность потенциального клиента. Защитит Вас от напрасной работы с финансово несостоятельным клиентом или от поиска объекта , не соответствующего финансовым возможностям покупателя.

- Напротив, потенциального клиента , заслуживающего доверия кредитора Вы передаете квалифицированному специалисту. Не стоит забывать. Свою несостоятельность проявляют не только агенты по недвижимости, но и многие кредитные учреждения . Если Вы пустите выбор кредитной организации на самотек, то возрастает вероятность того , что сделка попадет в руки неизвестных Вам людей. Это заставит Вас прилагать больше усилий для того , чтобы довести сделку до логического завершения.

**Задайте потенциальному покупателю ряд вопросов.** Вопреки распространенному мнению агентов потенциальные клиенты вовсе не жаждут услышать пустые разглагольствования по поводу процесса купли- продажи. Они хотят говорить о своих желаниях , потребностях и выгодах. Вооружитесь списком продуманных вопросов , позволяющих не только собрать информацию, необходимую для надлежащего выполнения своей работы, но и установить взаимопонимание и доверительные отношения , которые позволят добиться приверженности клиента.

**Держите ситуацию под контролем .** При работе с продавцами недвижимости Вы либо заключаете договор о сотрудничестве , либо не делаете этого . Но при этом Вы включаете продаваемый объект в свой список. При установлении отношений с покупателем , Вы должны знать , будете ли представлять его интересы эксклюзивно. Работать с покупателем сложнее , чем с продавцом. Он может отказаться от эксклюзивного сотрудничества и предпочесть воспользоваться услугами нескольких агентов. Покупатель может изменить точку зрения о своих потребностях. Он может составить нереалистическую картину своих представлений о новом жилье. По этим причинам Вы должны иметь четкое представление о своих взаимоотношениях с покупателем и постоянно держать ситуацию под контролем. Первый шаг заключается в том , чтобы убедить покупателя о преимуществах сотрудничества с одним агентом . Затем необходимо выяснить финансовые возможности покупателя и его ожидания. Для этого ему необходимо задать вопросы . и по полученным ответам сделать для себя выводы. Третий очень важный шаг заключается в том , чтобы контролировать покупателя в процессе просмотра, его оценки , выбора. Кроме этого необходимо , чтобы все этапы реализации сделки проходили под Вашим чутким просмотром и руководством. В процессе работы с покупателем будьте готовы привести его точку зрения в соответствие жизненным реалиям.

**Не бойтесь отказывать .** Если клиент от Вас хочет невозможного , откажите ему. Если Вы не можете встретиться с ним в субботу, скажите ему об этом. Если покупатель хочет , чтобы Вы сделали предложение , которое выставит Вас в неприглядном свете в глазах продавца и его агента , откажитесь это делать.