

TECHNIK

SPRZEDAŻY NIERUCHOMOŚCI

26.08.2020 WARSZAWA

ZAGADNIENIA GŁÓWNE:

- ☐ Budowanie relacji z klientem
- ☐ Zdobywanie zaufania klienta
- ☐ Badanie potrzeb klienta i prezentacja oferty
- ☐ Oglądanie z klientem inwestycji lub lokalu pokazowego
- ☐ Zamykanie sprzedaży
- ☐ Rozmowa o cenie, czyli jak przejść od pomocy do pośpiechu
- ☐ Ćwiczenia pełnych rozmów z klientem



TOMASZ
ŁYSAKOWSKI

TRAINING
COUNSELLING
ADVERTISING

TECHNIK SPRZEDAŻY NIERUCHOMOŚCI

PROGRAM

9:30 – 11:00 – Moduł I: Budowanie relacji z klientem

Waga i konstrukcja scenariusza rozmowy sprzedażowej

- Rola scenariusza w pracy konsultanta – sprzedawcy nieruchomości.
- Cztery elementy idealnego scenariusza rozmowy z klientem: zaufanie, potrzeba, pomoc, pośpiech. Jak z nich korzystać sprzedając mieszkania lub lokale użytkowe?

Przygotowanie do rozmów z klientami

- Wstępna identyfikacja możliwych potrzeb klienta. Dopasowanie strategii komunikacyjnej.
- Przygotowanie prezentacji oferty. Wybór potencjalnych argumentów.
- Przygotowanie pytań do klienta.
- Przygotowanie zestawu odpowiedzi na spodziewane wymówki i obiekcje klienta.

Gdy klient dzwoni lub puka: pierwsze 30 sekund rozmowy

- Początek rozmowy sprzedażowej: powitanie klienta i przedstawienie się.
- Pierwsze wrażenie: znaczenie wyglądu, mowy ciała, tonu głosu i artykulacji.
- Mowa ciała i jej rola w nawiązywaniu dobrego kontaktu.

Zdobywanie zaufania klienta

- Nawiązywanie kontaktu z kupującym; jak sprawić, by nam od początku zaufał?
- Trzy klucze do zdobycia zaufania klienta: podobieństwo, wiarygodność, kompetencja.
- Techniki znajdowania punktów wspólnych.
- Wiarygodność: jak wytworzyć w odbiorcy gotowość do uważania tego, co mówimy, za prawdę.
- Metody zamykania rozmowy przez telefon na spotkanie z kupującym.

11:00-11:15 – Przerwa

11:15 – 13:00 – Moduł II: Badanie potrzeb klienta i prezentacja oferty

Etap potrzeby

- Rola etapu: dlaczego zanim przejdiesz do prezentacji ofert, musisz poznać potrzeby klienta?

- Identyfikacja potrzeb – metody i techniki.
- Rozpoznanie oczekiwań konkretnego klienta wobec przyszłego mieszkania lub lokalu użytkowego. Zrozumienie, co kieruje kupującym. Pytania do klienta, czyli jak zrobić, by zainteresowany sam nam powiedział, czym go możemy przekonać. Podział i klasyfikacja pytań handlowych.
- Wybór kluczowych dla nas potrzeb klienta. Uświadomienie kupującemu najważniejszych z naszego punktu widzenia potrzeb. Techniki zadawania właściwych pytań sugerujących.
- Potwierdzenie potrzeby przez klienta i jego rola w przyszłości.

Prezentacja ofert dla kupującego

- Nieruchomość jako odpowiedź na potrzebę klienta. Techniki przechodzenia od pytań handlowych do prezentacji oferty. Właściwa prezentacja opcji mieszkań do zakupu. Skuteczne słowa w argumentacji handlowej. Jak mówić o nieruchomości? Język korzyści i jego użycie w zależności od rozpoznanych potrzeb oraz typu osobowości klienta. Jak dostosować argumenty do potrzeb klienta?
- Techniki aktywnego słuchania tego, co klient ma do powiedzenia o naszych propozycjach.

Oglądanie z klientem inwestycji lub lokalu pokazowego

- Mieszkanie pokazowe – dlaczego warto je mieć i jak powinno wyglądać.
- Co robić, jeśli nie ma lokalu pokazowego. Kiedy i jak wprowadzać klienta na inwestycję.
- Charakterystyka klienta i jego oczekiwania wobec nieruchomości a metody prezentacji wybranego lokalu.
- Określenie kolejności, w jakiej lokale lub mieszkania zostaną pokazane klientowi. Rola kotwiczenia cen.
- Kolejność przedstawiania cech nieruchomości w zależności od sytuacji i osobowości klienta.

13:00 – 13:40 – Przerwa lunchowa

TECHNIK SPRZEDAŻY NIERUCHOMOŚCI

PROGRAM

13:40 – 15:00 – *Moduł III: Zamykanie sprzedaży*

Techniki argumentacji i rozbijanie obiekcji klienta

- Uzasadnianie warunków i cech nieruchomości.
- Uprzedzanie obiekcji i zmniejszanie wrażliwości klienta na negatywne aspekty nieruchomości.
- Wypowiedzi z ukrytymi założeniami, presupozycje i implikatury w mówieniu o lokalu.
- Obiekcje klientów: typowe i nietypowe. Najskuteczniejsze techniki odpierania obiekcji.
- Pytania precyzujące, gdy klient zgłasza zastrzeżenia do cech mieszkania i warunków zakupu.

Rozmowa o cenie, czyli jak przejść od pomocy do pośpiechu

- Czas wprowadzania ceny do rozmowy. Co robić, gdy klient pyta o cenę za wcześniej.
- Techniki prezentacji ceny: szokująca oferta kontra balon próbny.

26.08.2020 WARSZAWA

- Redukcja do absurdu i inne techniki redukujące wrażliwość klienta na wysokość ceny.
- Prawidłowa prezentacja ceny lokalu. Metody przedstawiania ofert handlowych i promocji.
- Argumentacja w rozmowie o cenach. Uzasadnianie wysokości ceny.
- Techniki obrony przed wymówkami cenowymi.

Etap pośpiechu: finalizowanie transakcji

- Sygnały gotowości klienta do podjęcia decyzji o nabyciu nieruchomości. Techniki przyspieszania decyzji zakupowych.
- Scenariusze finalizowania sprzedaży mieszkania. Dlaczego każdy sprzedawca powinien mieć ich kilka? W jakiej kolejności powinny być używane?
- Techniki werbalnego finalizowania kontraktu.
- Rozbijanie obiekcji jako punkt wyjścia do zamknięcia kontraktu.
- Alternatywy i presupozycje w zamykaniu sprzedaży.

15:00-15:15 – *Przerwa*

15:15-16:30 – *Ćwiczenia pełnych rozmów z klientem*

16:30 *Zakończenie warsztatów i rozdanie certyfikatów.*

DO KOGO

KIERUJEMY WARSZTAT

- *początkujących i zaawansowanych specjalistów ds. obsługi klienta, pracujących w biurach sprzedaży deweloperów,*
- *szeefów działów sprzedaży firm deweloperskich,*
- *agentów i pośredników nieruchomości na rynku wtórnym,*
- *osób prywatnych sprzedających własne nieruchomości,*
- *osób planujących zakup nieruchomości, które chcą się przygotować do rozmów zakupowych.*

TECHNIK SPRZEDAŻY NIERUCHOMOŚCI

Tomasz Łysakowski jest trenerem biznesu, specjalizującym się w szkoleniach i warsztatach

coachingowych z zakresu technik sprzedaży, negocjacji, wystąpień publicznych, wizerunku w mediach, zarządzania personelem i motywowania pracowników. Prowadzi własną firmę szkoleniowo-doradczą, jako trener zewnętrzny współpracuje również z firmami szkoleniowymi Scholaris Club, Talo Group i Akademia Biznesu MDDP. W zakresie wystąpień publicznych oraz tworzenia i prowadzenia prezentacji szkolił m.in. managerów KIA Motors Polska i Agencji Rozwoju Przemysłu, inżynierów SIEMENS Industry Software i Grupy LOTOS, pracowników Totalizatora Sportowego, Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji oraz Najwyższej Izby Kontroli. W temacie budowania wizerunku (także w internecie) trenował specjalistów ds. PR i marketingu Marvipolu, Uniwersytetu Zielonogórskiego i Lasów Państwowych. Prowadził szkolenia z zakresu komunikacji z klientem m.in. dla EBS S.A. (przeszkolenie 300 pracowników sieci pralni 5aSec z obsługi klienta pralni), PZU SA, MAKRO Cash and Carry, Mazda Motor Logistics Europe, PZU Życie SA, Kolporter S.A., Mota-Engil Central Europe, DOMBUD S.A., SGI i Bałtykgaz. Z zakresu zarządzania zespołem i motywowania podwładnych do pracy szkolił m.in. dyrektorów i naczelników Izb Celnych oraz brygadzystów MAHLE Polska, ATI ZKM i Grupy Velux. W dziedzinie obsługi trudnego klienta prowadził treningi dla pracowników Narodowego Funduszu Zdrowia, Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i Władzy Wdrażającej Programy Europejskie. Szlify wykładowcy zdobywał w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego (2003-2006) oraz w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej (2003-2008). Od 2006 współpracownik Programu 4 Polskiego Radia, okazjonalnie także na falach TOK FM. Gościnnie ekspert z zakresu psychologii społecznej, marketingu i komunikacji w programach TVP1, TVP2, TVP Info i Polsat News.

Serdecznie zapraszamy

Warsztat odbędzie się

**Centrum Konferencyjne Golden Floor
Al. Jerozolimskie 123A, 02-037 Warszawa**

**WIĘCEJ INFORMACJI:
biuro@proability.pl
22 787 59 12**

zgloszenia@proability.pl

TECHNIK

SPRZEDAŻY NIERUCHOMOŚCI

DLACZEGO WARTO WZIĄĆ UDZIAŁ

Założenia i cele

Rozwinięcie kompetencji konsultantów i sprzedawców nieruchomości na rynku pierwotnym w zakresie technik sprzedaży i komunikacji z potencjalnym klientem, ze szczególnym uwzględnieniem technik rozpoczynania rozmowy z klientem dzwoniącym w sprawie ceny i technik prezentacji lokalu przed kupującym. Poznanie mechanizmów odpowiedzialnych za podejmowanie przez ludzi decyzji o zakupie nieruchomości i pokazanie, jak wpływać na te mechanizmy. Zapoznanie uczestników z zagadnieniem pytań handlowych, zasadami skutecznej prezentacji i podstawowymi technikami argumentacji. Pokazanie, w jaki sposób rozmawiać z klientem o jego wkładzie finansowym i przećwiczenie technik negocjowania ostatecznych warunków zakupu lokalu. Szkolenie przeprowadza szkolonego przez kolejne etapy rozmowy, której celem jest przekonanie klienta do zakupu nieruchomości. Dodatkowo w jego trakcie ćwiczone są metody radzenia sobie z zastrzeżeniami i presją, jaką może stosować klupujący nieruchomość.

Przebieg treningu i metody pracy

W skład treningu wchodzi krótkie wykłady teoretyczne oraz ćwiczenia praktyczne. W ramach części praktycznej (60 proc. czasu szkolenia) uczestnicy trenują użycie wybranych technik sprzedaży i prezentacji nieruchomości oraz uczą się, jak praktycznie radzić sobie z trudnymi sytuacjami, które mogą wystąpić w trakcie rozmowy z klientem zainteresowanym kupnem mieszkania lub lokalu. Ćwiczenia mają postać rozmów z klientami, toczonych w parach lub małych grupach. Po zakończeniu każdego z ćwiczeń uczestnicy otrzymują informację zwrotną na temat zaprezentowanych kompetencji sprzedażowych. Wybrane ćwiczenia i rozmowy z klientami są nagrywane i następnie analizowane publicznie na forum grupy, dzięki czemu uczestnicy na bieżąco otrzymują informacje zwrotne na temat swoich kompetencji w zakresie sprzedaży nieruchomości. Dzięki temu, że wszystkie omawiane strategie i techniki są natychmiast utrwalane na drodze ćwiczeń, uczestnicy natychmiast internalizują przyswajane wiadomości i szybko nabywają wprawę w ich wykorzystaniu.

Po zakończeniu treningu uczestnicy otrzymują certyfikaty, potwierdzające odbycie szkolenia.