



INFOTOOLS



EBOOK

Estrategias para el manejo de clientes inmobiliarios



ÍNDICE

Introducción.....	03
Elementos esenciales para el manejo de clientes.....	04
Tipos de clientes inmobiliarios y cómo tratarlos.....	05
El agente inmobiliario aficionado.....	05
El negociador.....	05
El negativo.....	05
El prepotente	06
El indeciso.....	06
El obsesivo y meticuloso.....	06
El ansioso.....	06
¿Cómo manejar un cliente difícil?.....	07
Consejos esenciales.....	07
Conclusión.....	08



INTRODUCCIÓN

La atención o el manejo de clientes es una de las tareas básicas dentro de los planes de negocio y las estrategias de marketing y ventas de las empresas del sector inmobiliario.

Especialmente, porque el sector inmobiliario es un negocio de personas, en el cual el trato y la atención al cliente es fundamental para llevar a la empresa hacia el éxito.

Recuerda que si no hay clientes no hay ventas y, en consecuencia, no hay ingresos. En este escenario, no importa qué tan difíciles pueden ser los clientes, lo más importante es no perder la cordura o convertirlo en un problema personal.

En cualquier caso, el manejo de clientes consiste en lograr establecer una relación asertiva con tus potenciales compradores o leads. Se trata de ser empático, escuchar de forma activa y analizar el lenguaje no verbal.

Pero, sobre todo, prestar mucha atención a sus necesidades y utilizar tus conocimientos para resolverlas. Además, para servir a los clientes, es necesario un conocimiento profundo de las nuevas técnicas de ventas inmobiliarias.

Principalmente, aquellas que han demostrado con el tiempo ayudar a los agentes a conocer mejor a sus potenciales clientes, así como permitir un acercamiento que favorezca a ambas partes.

Además, el manejo de clientes se puede potenciar y optimizar con apoyo de un software especializado para empresas constructoras, promotoras y desarrolladoras inmobiliarias como Infotools ERP® y todas sus herramientas de gestión de clientes.

En esta edición de nuestro ebook te queremos compartir estrategias para tratar con los clientes y consejos esenciales para que tu servicio y reputación se destaquen de la competencia.

Elementos esenciales para el manejo de clientes

La atención o el manejo de clientes se refiere y consiste en la relación asertiva entre asesores de ventas y el público objetivo o compradores potenciales del negocio. Dentro de esta gestión es fundamental involucrar la empatía.

Igualmente, el conocimiento de sus necesidades y las características particulares de cada uno de ellos. Esto último se puede optimizar al implementar un software especializado ERP y CRM inmobiliario.

Es así como las empresas logran llevar a los clientes de manera positiva por los diferentes pasos del embudo de ventas. Este último comienza por captar su atención, pasar al manejo de objeciones y finaliza con un cierre exitoso y una relación posventa que los fidelice y convierta en promotores de la marca.

Entonces, para lograr el manejo de clientes efectivo es esencial contar con los siguientes elementos:

Conocer los diferentes tipos de clientes. Por ejemplo, el agente inmobiliario aficionado, el negociador, el difícil, el prepotente, el indeciso, el obsesivo y meticuloso y el ansioso, por mencionar algunos.

Conocer las características particulares y las necesidades de cada cliente. En consideración, es esencial establecer una comunicación direccionada, que demuestre que lo conoces y entiendes sus necesidades. Adicionalmente, comprender qué motiva y preocupa a las personas puede ayudarte a desarrollar estrategias de venta más asertivas.

Escucha activa. Dejar hablar al cliente más de lo que hablas permite avanzar más efectivamente en el proceso de venta.

Empatía. Para ponerse en su lugar y obtener su confianza.

Conocimientos profundos. Sobre el mercado inmobiliario, las nuevas tendencias, los productos o servicios que ofreces.

Habilidades blandas. Como atención al cliente, empatía, cortesía, comunicación eficiente, honestidad, proactividad y liderazgo, entre otras.

Habilidades comerciales. Con técnicas profesionales para los diferentes pasos de la venta. Esto incluye, apertura, sondeo, demostración de beneficios y ventajas, manejo de objeciones, pre-cierre, cierre y fidelización.

Ofrecer a los clientes acceso fácil a una variedad de canales de comunicación. Al mismo tiempo, ofrecer una experiencia integrada y omnicanal. Para hacerlo, debes optimizar recursos dentro de tu empresa, potenciar a tu equipo de atención al cliente y, lo mejor de todo, ofrecer una atención rápida y eficiente a tus clientes.

Agilidad de respuesta. Manejar estratégicamente a los clientes también incluye eficiencia y velocidad de respuesta. En este contexto, resolver el problema rápidamente y contar con soporte disponible 24 horas y en tiempo real, encabezan la lista de los aspectos más importantes de las buenas experiencias de clientes.

Buscar comentarios. Analizar los comentarios de los clientes ayuda a mejorar la forma en que la empresa aborda los problemas de los usuarios.

En consideración, la estrategia debe centrarse en animarlos a emitir feedback, mantenerse atento a sus comentarios, analizarlos y considerarlos para realizar mejoras en los procesos y las operaciones propias del negocio. Definitivamente, esta estrategia puede generar mucho valor para tu negocio.

Una buena gestión de atención y manejo de clientes permite a las empresas colocarse y mantenerse a la vanguardia en las tendencias del mercado. Además, mantiene a la marca siempre actualizada y enfocada en las demandas de sus consumidores.

Ahora que ya conoces los elementos esenciales para un manejo efectivo de clientes que pueden ayudarte a transformar la atención que ofreces, ¿qué te parece optimizar tus procesos con la ayuda de un software inmobiliario?

Las poderosas herramientas de atención al cliente de Infotools ERP®, su CRM y CEM, te permiten brindar soporte omnicanal, instantáneo y personalizado. Además, ayuda a tu equipo a proporcionar una experiencia más rápida y personal a los clientes.

Tipos de clientes inmobiliarios y cómo tratarlos

En la actual “Era del Cliente” todo negocio enfocado en sobrevivir coloca a sus clientes actuales y potenciales en el centro de sus operaciones y estrategias de marketing.

Especialmente, porque son los consumidores y no las empresas quienes están impulsando las decisiones comerciales. Por consiguiente, resulta vital que los agentes y asesores inmobiliarios comprendan a sus clientes a un nivel más profundo, para poder concretar las ventas y fidelizarlos.

Entonces, en el negocio de trasladar las vidas de los clientes de una residencia a otra, los asesores inmobiliarios deben mantenerse al día con los nuevos comportamientos y hábitos de consumo que surgen en el mercado.

En consideración a eso, a continuación describimos 7 tipos de clientes inmobiliarios y consejos para lograr construir una relación efectiva con cada uno de ellos.



El agente inmobiliario aficionado

Se trata de personas que utilizan un peculiar lenguaje inmobiliario, tienen tendencia a interrumpir para dar su propia opinión sobre el inmueble y la situación del mercado, entre otros aspectos que hagan destacar su opinión y conocimiento en la materia.

Este tipo de clientes tiende a ignorar a los asesores y habla a la par con otras empresas inmobiliarias. Para manejar efectivamente a este tipo de clientes hay que ser muy pacientes y amables.

Asimismo, hay que reforzar los planteamientos en los que tenga razón y ofrecer alternativas válidas en las que no la tiene, si critica la metodología de trabajo, hay que recordarle que el contacto se debió a tu experiencia y conocimientos inmobiliarios.

El negociador

Este tipo de cliente negocia todo el tiempo y pasa la mayor parte de la negociación discutiendo si debe obtener un poco más, pagar menos o más tarde. En fin, lo que más le interesa es conseguir el trato o precio correcto según su apreciación.

En todo caso, lo que debes hacer es resaltar que puedes estar de acuerdo con su posición de ahorrar dinero. Sin embargo, debes hacerle saber los gastos adicionales involucrados en la compra venta de inmuebles.

Cuando no acepten tu valoración, debes mostrarle datos y estadísticas que demuestran esas cifras. También, ofrecerles otras alternativas más económicas o ajustadas a su presupuesto.

El negativo

Se trata de personas que, por su propia negatividad, consumen toda la energía de los asesores de ventas inmobiliarias. Para ellos, si algo puede salir mal, saldrá mal y, ante cualquier mínimo problema, su reacción será peor de lo normal, las consecuencias más graves y con efectos durante más tiempo.

La mejor estrategia para actuar ante los clientes negativos es asumir una actitud calmada, firme, asertiva y utilizar argumentos sólidos, con lógica implacable y elementos fácticos relacionados con su negatividad. Jamás caigas en provocaciones, ironías u ofensas veladas.

Además, establece tus normas desde el principio, de preferencia por escrito, escúchalo con detalle e intenta seguir las instrucciones que pida, siempre que sean razonables. Recuerda, tu objetivo es que compre y pague lo que corresponde.

El prepotente

Los clientes prepotentes no aceptan sugerencias, son exageradamente exigentes y reclaman con facilidad. Frente a este tipo de personas, lo importante es saber escucharlos hasta encontrar la mejor oportunidad para comunicarse con ellos y tomar el control de la conversación.

En ese escenario, puedes presentar tu propuesta de forma interesante y evita asumir una actitud defensiva, lo más relevante es dejar de lado las emociones y ser lo más racional posible.

El indeciso

Son clientes a los cuales se les hace más difícil de lo normal elegir. Por ejemplo, pueden gustarle varias opciones o, por el contrario, ninguna de ellas. En general, piden opiniones y se informa, por tantos medios diferentes, que hace el proceso de compra más largo de lo necesario.

Ante clientes indecisos resulta fundamental:

No impacientarse por su indecisión.

Ganarse su confianza para lograr averiguar cuál es su verdadera necesidad.

Focalizar el trabajo en ese punto y evitar presentar alternativas diferentes a esa.

Dedica tiempo y trata de no presionarlos. Incluso aunque el proceso de compra sea más largo de lo habitual.

Apoya sus afirmaciones en el proceso de decisión. Especialmente, cuando vayan dirigidas a resolver sus problemas.

El obsesivo y meticuloso

Son clientes muy perfeccionistas, que se pierden en los detalles y tienden a esperar que los demás hagan lo propio. Además, son exigentes y piensan que es la mejor forma para triunfar en la vida. Normalmente, comienzan sus frases con una afirmación seguida de un pero.

Para manejar apropiadamente a clientes obsesivos y meticulosos debes comenzar por tranquilizarlos, mostrar interés en sus ideas y volver a enfocarlos en el objetivo final, comprar una propiedad.

La ventaja de este tipo de personalidad es que tienen una gran conciencia profesional. Por consiguiente, si les muestras importancia a su tiempo y experiencia, se acercarán a ti y aceptarán tus recomendaciones.

El ansioso

La persona ansiosa siempre tiene miedo de hacer las cosas mal o salir lastimada. Por lo general, ni siquiera está segura de lo que realmente significa hacerlo bien. En ocasiones, pueden tener un “sexto sentido” para detectar todo lo que puede estar mal o lo que podría no estarlo.

Como resultado, suelen entrar en pánico bastante rápido. La mejor manera de tratar con personas ansiosas es saber valorarlas y tranquilizarlas. En cualquier caso, la colaboración puede ser una estrategia bastante fructífera.

Asegúrate de ofrecerle feedback constante a lo largo del servicio, así le permites comprobar que el trabajo que haces corresponde con lo acordado.



¿Cómo manejar un cliente difícil?

Por muy complejo que pueda parecer, saber cómo tratar a un cliente difícil puede significar el éxito para tu negocio inmobiliario y marcar la diferencia frente a tus competidores.

En ese contexto, según un estudio de **PWC** los clientes están dispuestos a pagar hasta un 16% más por productos de marcas que le ofrecen una excelente experiencia del cliente.

Pero, las transacciones con clientes difíciles a menudo exigen habilidades sofisticadas. Por ejemplo, poner en práctica todas tus habilidades de comunicación, comprender la situación e implementar estos 10 consejos:

- #1 Práctica la escucha activa.
- #2 Aplica la heurística de la afectividad.
- #3 Sé asertivo.
- #4 Piensa con mente de principiante.
- #5 Deshazte del miedo.
- #6 Analiza el problema.
- #7 Recuerda que enfadarse es algo natural.
- #8 Mantén la calma y sigue adelante.
- #9 Perfecciona tu capacidad argumentativa.
- #10 Utiliza técnicas de persuasión.

Al mismo tiempo, utiliza los siguientes 10 consejos para ofrecer la mejor experiencia de cliente a personas difíciles:

- #1 Aprende a reconocerlos.
- #2 Diseña una estrategia efectiva de ventas.
- #3 Acorta los tiempos de respuesta.
- #4 Ten empatía con sus problemas.
- #5 Ofréceles atención personalizada.
- #6 No dejes ningún tipo de problemas por resolver.
- #7 Cumple con todos los acuerdos realizados antes de la compra.
- #8 Mantente actualizado en todo lo referente al mercado inmobiliario y las nuevas tendencias.
- #9 Ten siempre una visión amplia y en perspectiva de lo que le pasa a un cliente difícil.
- #10 Nunca pierdas de vista el objetivo.

Consejos esenciales

Aunque los clientes difíciles suelen ser los que más llaman la atención, nunca debemos obviar la atención y gestión profesional que todos los perfiles de clientes necesitan.

En cualquier caso, para aumentar la efectividad de las estrategias enfocadas en el buen manejo de clientes, tanto los difíciles como los que no lo son, puedes apoyarte en un software inmobiliario como Infotools ERP®, con el cual puedes:

Registrar los datos de tus clientes para identificar su perfil.

Conocer en qué fase del embudo de ventas se encuentran.

Enviar información por correo electrónico y publicar anuncios de tus inmuebles en diferentes portales y redes sociales.

Presentar inmuebles por medio de la visualización en 3D, interna y externa del edificio junto a todos los datos relativos al inmueble y más.

Recorrer el proyecto, cada unidad y todos sus espacios, interiores y exteriores con vistas 360°. Identificar las mejores ofertas y estrategias comerciales para llevarlos satisfactoriamente hasta convertirlos en promotores de tu agencia o de tus servicios como profesional.

Visualizar los precios y disponibilidad de las unidades en tiempo real.

Dar a conocer las especificaciones del inmueble como; habitaciones, baños y todas las áreas que lo integran.

Disponer de toda la información en un solo listado, rápido y fácil de comprender por tu equipo y por los compradores.

Mejorar tus estrategias de marketing al contar con información actualizada, de rápido acceso y fácil de mostrar a tus clientes.



CONCLUSIÓN

Saber reconocer y tratar efectivamente todos los perfiles de clientes resulta indispensable para la gestión comercial de gerentes, corredores y agentes inmobiliarios, independientes o dependientes.

En el mercado inmobiliario actual, el alto valor de inversión y la competitividad, hace que tratar cualquier perfil de cliente sea indispensable para lograr los objetivos de la empresa y crecer como profesionales.

Para optimizar los resultados de las estrategias de manejo de clientes es necesario crear un perfil por cada tipo de cliente. Así, puedes reconocerlos oportunamente, diseñar estrategias y determinar tácticas que te ayuden a estar mejor preparado.

Finalmente, debes estar actualizado y preparado sobre todo lo que acontece en el sector inmobiliario y las nuevas tendencias, así como en habilidades blandas y comerciales, además apoyarte en herramientas digitales como Infotools ERP®.

Si necesitas más información sobre cómo implementar nuestro software de gestión especializado en proyectos inmobiliarios y vivienda, modular y amigable, haz clic [aquí](#).



INFO'TOOLS