

رازهای فروش بیشتر در املاک



۴۰ تکنیکی که مشاورین املاک حرفه‌ای
از آنها استفاده می‌کنند

رازهای فروش بیشتر در املاک	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
سارا رنجبران	به سرپرستی
گلریز اندیشه‌فر	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
زمستان سال ۱۴۰۰	زمان انتشار
ابپردازش دیدار	ناشر
فروش و بازاریابی	موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابرایانش **دیدار** می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

توجه!

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشر شده توسط دیدار به صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «رازهای فروش بیشتر در املاک» روی لینک زیر کلیک کنید.

[لینک دانلود کتاب از سایت دیدار](#)

۱۴۰ رازی که مشاورین املاک از آن
استفاده می‌کنند

صنعت املاک چالش‌ها و سختی‌های خاصی دارد. تعداد مشاورین مسکن خیلی زیاد شده است. به علاوه کسب و کارهای آنلاین و جدید مثل ایملک هم هستند که با آژانس‌های املاک رقابت می‌کنند. شاید یک روزی آن‌ها هم بتوانند مثل اسنپ، دیجی‌کالا و علی‌بابا، جای مشاورین املاک محلی را بگیرند.

بگذریم. قطعاً شما بهتر از هرکسی با این مشکلات دست‌وپنجه نرم می‌کنید و نیازی ندارید که کسی آن‌ها را برایتان تکرار کنند. ما هم چنین قصدی نداریم. برعکس، هدف ما این است که به شما یاد بدهیم چطور در شرایط اقتصادی ایران و دنیای مدرن امروزی، بیشتر از همه درآمد داشته باشید!

پس مقدمه‌چینی نمی‌کنیم و به سراغ اصل مطلب می‌رویم.

۱. احساسات مشتری را نشانه بگیرید.

محرک‌های احساسی بیشترین تأثیر را روی تصمیم‌گیری خرید مشتری‌ها دارند. مثلاً در مورد بزرگ کردن بچه در خانه‌ای گرم و نورگیر صحبت کنید. یا در مورد امنیت منطقه و همسایه‌های خوب بگویید. این‌گونه شانس خرید مشتری را افزایش می‌دهید.

۲. تکنیک FOMO

FOMO خلاصه‌ی عبارت Fear of Missing Out و به معنی ترس از دست دادن است. اگر موقعیت را طوری نشان دهید تا مشتری قانع شود که در صورت خرید نکردن، مزیت و شانس بزرگی را از دست می‌دهد، خیلی بیشتر ملک می‌فروشید. مثلاً بگویید: «این ملک در این منطقه نظیر ندارد. فقط همین یک واحدش خالی مانده!» یا در مورد احتمال افزایش قیمت زمین در چند روز آینده صحبت کنید.

۳. گزینه‌هایتان را محدود کنید.

گزینه‌های زیادی مشتری‌ها را گیج می‌کند. روی یک الی سه گزینه تمرکز کنید و مشتری را گیج نکنید. ارائه‌ی گزینه‌های زیاد به‌نوعی استفاده‌ی برعکس از FOMO محسوب می‌شود. یعنی به مشتری این حس را می‌دهید که اگر همین حالا تصمیم بگیرد، ضرر می‌کند و چیزی را از دست می‌دهد.

۴. تعیین بازار هدف

قبل از اینکه به سراغ مشتری‌ها بروید، باید به‌طور کامل آن‌ها را بشناسید. چه افرادی را می‌خواهید جذب کنید؟ فروشندگان؟ مستأجران؟ خریدارانی که برای اولین بار خانه می‌خرند؟ وقتی بازار هدف را مشخص کنید، پرسونای مشتریان درستی می‌سازید. این کار باعث می‌شود که تصویر واضح‌تری داشته باشید و بازاریابی و فروش را درست برنامه‌ریزی کنید.

۵. وبسایت

بسیاری از مشتریان قبل از مراجعه‌ی حضوری به مشاور املاک برای خرید یا اجاره‌ی خانه، خانه و ملک موردنظرشان را در اینترنت جستجو می‌کنند. با ایجاد یک وبسایت و دسته‌بندی املاک مختلفی که برای فروش دارید و به‌روزرسانی مداوم اطلاعات وبسایت، مشتری‌های بیشتری را برای املاک جذب می‌کنید.

اگر یک قابلیت جالب هم به وبسایت اضافه کنید، مزیت رقابتی بی‌نظیری ایجاد کرده‌اید که وبسایت شما را از دیگر وبسایت‌ها متمایز می‌کند. مثلاً می‌توانید ماشین‌حسابی مخصوص برای محاسبه‌ی میزان ودیعه و اجاره طراحی کنید و در سایت قرار دهید.

۶. وبلاگ

وبلاگ و بازاریابی محتوا هم یکی دیگر از ایده‌های مؤثر در افزایش مشتری در آژانس‌های املاک و مشاورین مسکن است. با تولید محتوا و توجه به اصول سئو همیشه در صدر نتایج موتورهای جستجو قرار می‌گیرید. یعنی وقتی مشتری‌ها برای پیدا کردن پاسخ سؤال‌هایشان به سراغ گوگل می‌روند، شما اولین گزینه‌ای هستید که با آن روبه‌رو می‌شوند. به‌علاوه ارائه‌ی اطلاعات به‌روز و کاربردی، نشانه‌ی مهارت و تمایز شما است. اطلاعات کامل خودتان و لینک شبکه‌های اجتماعی را هم در وبسایت قرار دهید.

۷. محتوای مناسب با مردم امروزی!

محتوای ویدیویی و تصویری مناسب، کلید موفقیت در وبسایت و شبکه‌های اجتماعی است؛ اما فقط در صورتی که تصاویر و ویدیوهای باکیفیتی را به اشتراک بگذارید. برای تصویربرداری از ملک، به مشتری و خواسته‌هایش فکر کنید. مثلاً سعی کنید تمام زوایای ساختمان یا ملک موردنظر را تصویربرداری کنید. استفاده از تصویر باکیفیت و همه‌جانبه می‌تواند تأثیر شگرفی در تصمیم‌گیری مشتری داشته باشد.

یک قدم فراتر بروید و از پهباد (هلی شات) برای ثبت تصاویر متمایز استفاده کنید. لازم نیست که پهباد بخرید، می‌توانید پهباد اجاره کنید و از یک متخصص برای ثبت تصاویر و ویدیو کمک بخواهید. استفاده از تصاویر جذاب به بهتر و بیشتر دیده شدن

شما و جذب مشتری مشاور ملکی کمک می‌کند.

۸. تور مجازی

وقت مشتریان گران‌بها است. آن‌ها می‌خواهند قبل از بازدید حضوری تا حد امکان در مورد ملک اطلاعات به دست آورند. تور مجازی روشی فوق‌العاده برای ایجاد تجربه‌ی مشتری عالی است. نتایج پژوهش‌ها نشان داده که ۸۵ درصد از خانه‌های دارای تور مجازی، ۶ تا ۲۵ درصد بیشتر و بهتر از خانه‌هایی که فاقد چنین تورهایی هستند، به فروش می‌رسند.

۹. به جزئیات توجه کنید.

مشتری‌ها به نکات ریز و جزئی، خیلی توجه می‌کنند. شاید به نظرتان مهم نباشد، اما اینکه همیشه با انرژی و علاقه صحبت کنید، لباس مناسب و مرتب بپوشید، سروقت حاضر شوید و زبان بدن درستی داشته باشید، مؤثر است. لبخند زدن را فراموش نکنید.

۱۰. شبکه‌های اجتماعی را دست‌کم نگیرید.

اینستاگرام، محبوب‌ترین شبکه‌ی اجتماعی در ایران است. توصیه می‌کنیم حتماً روی فعالیت در این شبکه‌ی اجتماعی سرمایه‌گذاری کنید. حضور در شبکه‌های اجتماعی

همراه با مشارکت فعال در آن، یکی از بهترین راه‌ها برای حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان بالقوه است. از تصاویر و ویدیوهای مناسب و باکیفیت استفاده کنید. به‌علاوه اطلاعات مناسب و ویژگی‌هایی را ارائه کنید که رقبا به سراغش نرفته‌اند. می‌توانید در اینستاگرام به‌طور منظم لایو بگذارید و در آن به سؤالات مخاطبان پاسخ دهید. همچنین سعی کنید همیشه جواب کامنت‌ها را بدهید. توجه به درخواست‌های مخاطبان، تصویری حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیر از شما در ذهن آن‌ها ایجاد می‌کند.

همیشه آنلاین و آماده‌ی پاسخگویی باشید. اگر نمی‌توانید، یک ادمین برای شبکه‌های اجتماعی استخدام کنید. کامنت‌های مخاطبان را پاسخ بدهید. اگر سؤالی مطرح می‌کنند، در اسرع وقت جواب بدهید. به مشتری‌های ناراضی رسیدگی کنید. سعی کنید با ارائه‌ی اطلاعات آموزشی مرتبط با مسکن، قوانین حقوقی و نحوه‌ی بستن قرارداد و غیره، مشتری را نسبت به نکات ریزودرشت این صنعت آگاه کنید. اگر این اطلاعات به حد کافی مفید و کاربردی باشد، تأثیر خیلی خوبی روی دیدگاه مشتری نسبت به آژانس املاک شما می‌گذارد.

اگر مخاطب خاصی دارید. مثل وقتی که در فروش املاک تجاری فعالیت می‌کنید؛ حتماً روی لینکدین هم سرمایه‌گذاری کنید. پیدا کردن بازار هدف متخصص در لینکدین بسیار راحت‌تر است. با مشتری‌های بالقوه تعامل داشته باشید. پست‌هایشان را لایک کنید و برایشان کامنت بگذارید.

۱۱. از رضایت مشتری‌ها بگویید.

رضایت مشتری، مشتری‌هایتان را به طرز چشمگیری افزایش می‌دهد. مردم دوست دارند همان کاری را انجام دهند که دیگران قبلاً انجام داده و نتیجه گرفته‌اند. وقتی مشتری بداند شخص دیگری قبلاً در این موقعیت بوده، انتخاب مشابهی کرده و برای خرید یا فروش ملک از شما کمک گرفته، خیالش راحت می‌شود. یک بخش رضایت مشتریان در وبسایت یا اینستاگرام قرار دهید. یا از مشتری‌ها بخواهید نظراتشان را در شبکه‌های اجتماعی شما (به صورت کامنت یا دایرکت) به اشتراک بگذارند. اگر مشتری تمایل داشت، بخواهید تا ویدیوی کوتاهی درست کند و در خصوص رضایتش صحبت کند. این ویدیو را در اینستاگرام و سایر شبکه‌های ارتباطی منتشر کنید. هرکسی که به هر طریقی (گوگل یا تبلیغات) شما را پیدا کند، با دیدن این ویدیوها بی‌هیچ سؤالی به شما اعتماد می‌کند.

CRM. ۱۲

به‌عنوان یک مشاور املاک، به روشی نیاز دارید که بتوانید تمامی سرنخ‌ها و مشتریان را به صورت متمرکز مدیریت کنید. اینجاست که یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری CRM به کارتان می‌آید. به‌طور کلی نرم‌افزارهای CRM برای کسب‌وکارهایی که ارتباطات گسترده‌تری با مشتری دارند بیشترین کاربرد را دارد. و شاید شغلی نباشد که بیشتر از مشاورین املاک با مشتریان در ارتباط باشند. می‌توانید اطلاعات کامل

مشتری را در CRM ذخیره کنید، برای پیگیری‌ها و یا تماس با مشتری، زمان و ساعت یادآوری تعیین کنید و کلیه نکاتی که در حین تعامل با مشتری به ذهنتان می‌رسد را در سی. آر. ام. ذخیره کنید. این نرم‌افزار، یک سیستم یکپارچه است که همه‌ی نیازهایتان را برآورده می‌کند.

برای آشنایی بیشتر با نرم‌افزار CRM مخصوص مشاورین املاک، روی لینک زیر کلیک کنید:

5qbzc3/yun.ir

۱۳. شخصی‌سازی

چه در ارسال پیامک، ایمیل، یادآوری و چه در قرارهای حضوری و صحبت‌های تلفنی باید از اسم مشتری استفاده کنید. تاریخ‌های مهم را به مشتری‌ها تبریک بگویید و اگر مشتری شرایط سختی داشت (مثل وقتی که حادثه‌ی ناگواری برای مشتری پیش می‌آید و پروسه‌ی خرید را به تعویق می‌اندازد)، حتماً بعد از مدت مشخصی جویای احوال مشتری شوید.

نکته: می‌توانید در CRM یک یادآور برای روز و ساعتی خاص ایجاد کنید تا فراموشتان نشود.

۱۴. بازاریابی ایمیلی

در زمان بستن قرارداد ملکی و یا با گذاشتن CTA در وبسایت، ایمیل مشتریان را بگیرید. بعد ایمیل‌هایی را در قالب خبرنامه به صورت ماهانه و منظم برای آن‌ها ارسال کنید. می‌توانید در این خبرنامه‌ها لیست املاک جدید را قرار دهید، از تغییرات قیمت بازار بگویید و یا محتوای آموزشی مناسبی را ارسال کنید. یادتان باشد که پرورش سرنخ، یعنی سرمایه‌گذاری برای آینده. وقتی همیشه با مشتری‌ها و فرصت‌های فروش در تماس باشید، اولین نفری که برای خرید ملک انتخاب می‌کنند، مشاور املاک شما است.

۱۵. دیوار

اولین جایی که هر ایرانی برای پیدا کردن کالا یا خدمات به آن مراجعه می‌کند، دیوار است. این پلتفرم انقدر جایگاه بالایی دارد که رقبای دیوار، با وجود تبلیغات هنگفت، هنوز نتوانسته‌اند حتی به آن نزدیک هم شوند. پلتفرم دیوار با داشتن میلیون‌ها بازدید روزانه، به یکی از بهترین مکان‌ها برای تبلیغ کسب‌وکارها تبدیل شده است. این وبسایت یک پنل اختصاصی برای مشاوران املاک دارد و خدمات متنوعی را برای آن‌ها فراهم می‌کند. انتشار نامحدود آگهی، تخفیف ویژه در خرید آگهی و نردبان، برندینگ و افزایش تعداد مشتری، صفحه اختصاصی، پشتیبانی ویژه و غیره، بهترین ویژگی‌های دیوار برای افزایش مشتری املاک هستند.

۱۶. پیشنهادهایتان را جذاب کنید و کنجکاوی مشتری را تحریک کنید.

برای همراه کردن مشتری و تشویق آن‌ها به خرید ملک، باید کنجکاوی آن‌ها را برانگیخته کنید. در قدم اول خودتان را جای مشتری بگذارید، چه سؤالاتی برایتان پیش می‌آید؟ چرا پیشنهادتان باید برای مشتری‌ها جذاب باشد؟ بعد به این سؤالات پاسخ دهید. روی پاسخ‌هایتان کار کنید. یک پاسخ جذاب پیدا کنید. این‌گونه برای پاسخ به همه سؤالات مشتری آماده هستید و پاسخ‌های خیلی خوبی هم دارید.

۱۷. همیشه نیازهای مشتری را در اولویت قرار دهید.

البته که در هر کسب‌وکاری باید روی درآمد و سوددهی هم تمرکز داشته باشید. اما قانون تجارت در سال ۱۴۰۰ این است: مشتری مداری! برای اینکه مشتریان از خدمات شما رضایت بیشتری داشته باشند و باز هم به شما مراجعه کنند، باید به آن‌ها نشان دهید که واقعاً برایتان اهمیت دارند. به این نکات توجه کنید:

- هیچ‌وقت دیر نکنید.
- صبور باشید و با دقت به صحبت‌های مشتری گوش دهید.
- در اسرع وقت به ایمیل‌ها و تماس‌های مشتریان پاسخ دهید.
- مسائل شخصی را اولویت قرار ندهید و ارتباط با مشتری‌ها را برای رسیدگی به این کارها به تعویق نیندازید.

وقتی مشتری ببیند که فقط به فکر سود خودتان نیستید و برای او ارزش قائلید، به شما اعتماد می‌کند و درباره‌ی رفتار و شخصیت حرفه‌ای شما با دوستان و آشنایان هم صحبت می‌کند. این یعنی تبلیغ رایگان کار شما به بهترین شکل ممکن.

۱۸. بازاریابی ارجاعی

می‌دانستید که ۴۱ درصد از فروشندگانی که می‌خواهند ملک خودشان را بفروشند، مشاور املاک مناسب را بر اساس توصیه و سفارش دوستان و آشنایان انتخاب کرده‌اند؟ اگر تا به حال از مشتریان خود نخواسته‌اید که برای شما تبلیغ کنند، بهتر است هرچه زودتر این کار را شروع کنید.

می‌توانید این کار را با یک پیامک، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی و موارد این‌چنینی هم انجام دهید. مثلاً بعد از این که مدتی از خرید خانه توسط مشتری گذشت و در آن ساکن شد، پیامی با مضمون تبریک و آرزوی آرامش و شادی در خانه‌ی جدید ارسال کنید و به‌طور ضمنی از او بخواهید که شما را به دوستان و آشنایان خود معرفی کند.

پیام‌های شخصی‌سازی شده تأثیر بی‌نظیری روی مشتری‌ها دارند. به‌علاوه هیچ مشاور املاکی تا به حال به سراغ این کار نرفته است. فقط به یک نرم‌افزار اتوماسیون بازاریابی و یک CRM برای ذخیره اطلاعات مشتری نیاز دارید. بعد می‌توانید تولدشان و یا سالگرد خرید اولین خانه‌شان را تبریک بگویید و در این پیام تبریک از اسم

مشتری استفاده کنید.

۱۹. میزبانی مشترک یک وبینار

برگزاری وبینارهای مشترک با شرکت‌ها و سازمان‌های خدماتی مرتبط با ساختمان و املاک، می‌تواند در جذب مشتریان شما نقشی سازنده داشته باشد. مثلاً با یک شرکت تعمیر ساختمان و بیناری مشترک در زمینه‌ی «تغییراتی که می‌توانیم در ساختمان بدهیم تا ملک را با قیمت بالاتر بفروشیم» برگزار کنید و توجه فروشندگان را به سمت خود جلب کنید. برای برگزاری وبینار هم می‌توانید از وبسایت‌هایی مثل «ایوند» و «ایسمینار» استفاده کنید.

۲۰. استفاده از تبلیغات سنتی

با شروع تحول دیجیتال، بازاریابی دچار تغییرات گسترده‌ای شد و بازار آژانس املاک هم از این قاعده مستثنا نبوده. با این حال هنوز هم برخی از روش‌های سنتی بازاریابی می‌توانند نقش مؤثری در استراتژی‌های افزایش مشتری مشاوران املاک داشته باشند. روش‌هایی مثل چاپ برگه‌های تبلیغاتی، استفاده از بیلبوردها و کارت ویزیت می‌توانند مکمل تبلیغات دیجیتال باشند و مشتری‌های دفتر ملکی شما را افزایش دهند.



کتاب کاريز فروش

نکته مهمی که وجود دارد این است که: هیچ نکته خاصی نیست!
هیچ رازی در میان نیست به جز دو اصل ساده:

اصل اول: نتایجی که به دست می آورید، حاصل فعالیت های شماست!
اصل دوم: برای تخمین دقیق نتایج باید از بازی اعداد آگاه باشید.

این کتاب به فروش از زاویه این دو اصل نگاه کنم.
در این کتاب به شما خواهم آموخت که چگونه فروش خود را متحول کنید و فراتر از آن،
از این تکنیک ها چطور برای زندگی بهتر استفاده کنید.
این کتاب بیش از آنکه شما فکر کنید، شما را شگفت زده خواهد کرد.



برای دانلود رایگان کتاب کاريز فروش روی لینک زیر کلیک کنید
و یا کد را اسکن کنید.

داندلود رایگان <

۲۱. کارکنان کلیدی را شناسایی کنید.

۲۰ درصد تیم فروش ملکی شما، ۸۰ درصد از درآمدها را ایجاد می‌کنند. معمولاً همه روی آموزش به آن ۸۰ درصد تمرکز می‌کنند. اما کلید فروش بیشتر در املاک، صرف زمان و آموزش به افرادی است که عملکرد بهتری دارد. برای استخدام هم به این موضوع دقت کنید. یعنی ویژگی‌های کلیدی چنین افرادی را مشخص کنید و به دنبال این ویژگی‌ها در افراد باشید. اگر کسی این ویژگی‌ها را نداشته، استخدامش نکنید.

۲۲. کوچینگ فروش

یکی از اقدامات کلیدی که می‌توانید برای افزایش فروش در مشاورین املاک و آژانس مسکن انجام دهید، این است که به سراغ یک مربی مجرب بروید. بهتر است با خودتان صادق باشید. همیشه نمی‌توانید راه‌حلهایی را که برای رسیدن به جایگاهی عالی نیاز دارید، به‌تنهایی پیدا کنید. یک مربی خوب در کوچینگ فروش می‌تواند وضعیت را به‌خوبی ارزیابی کند، آموزش دهد و کمک کند تا به حداکثر پتانسیل خود برسید.

۲۳. هدایای تبلیغاتی و اشناختیون

مردم عاشق چیزهای رایگان هستند؛ از جاکلیدی گرفته تا ماگ و خودکار و دفترچه

یادداشت و سررسید. اگر امکان ارائه‌ی چیزهایی مثل این‌ها را دارید، به هر مشتری‌ای که از در وارد می‌شود هدیه‌ای بدهید که اطلاعاتتان در آن درج شده باشد. اگر بودجه‌ی محدودی دارید فقط روی مشتری‌های فعلی تمرکز کنید. استفاده از کالاهای تبلیغاتی یکی از بهترین روش‌های افزایش مشتری در آژانس‌های املاک و مشاورین مسکن است که تأثیر فوق‌العاده‌ای در جذب و نگهداری مشتریان دارد.

۲۴. از دوستان و اقوام هم بخواهید که شما را به دیگران معرفی کنند.

۲۵. همکاری استراتژیک

به سراغ مشاغل دیگری بروید که بازار هدف مشابهی دارند. مثلاً با یک نمایندگی بیمه ارتباط بگیرید که در منطقه‌ی شما فعالیت می‌کند. بعد شما مشتری‌هایتان را به او معرفی کنید و او هم مشتری‌هایش را برای خرید ملک به شما ارجاع دهد. این یک معامله برد-برد است.

۲۶. متمایز باشید.

تحلیل رقابتی را جدی بگیرید. بازار رقابت را خیلی خوب بررسی کنید. چه عواملی باعث موفقیت رقبایان شده است؟ با شناخت راهکارهای رقبایان، هم استراتژی‌های موفق افزایش فروش در املاک را پیدا می‌کنید و هم می‌توانید شکاف‌های موجود

در این صنعت را ببینید. بعد خیلی خوب فکر کنید و یک راهکار عالی برای این شکاف‌ها پیدا کنید. این موضوع مزیت رقابتی شما می‌شود و فروش آژانس ملکی شما را افزایش می‌دهد.

به فکر چیزی باشید که بتواند شما را از رقبایتان متمایز کند. سؤالاتی که در ادامه می‌آید به شما کمک می‌کنند که بتوانید پیشنهاد ویژه‌ی خود را ارائه دهید:

- توانایی ارائه‌ی چه چیزی را دارید که دیگران ندارند؟
- نگرش یا شخصیت منحصربه‌فرد شما چگونه می‌تواند برای مشتریان بالقوه ارزش‌آفرین باشد؟
- در مباحث قیمت‌گذاری، فروش و خرید در بازار مشاوران املاک، چه چیزی بیشتر از همه موردبحث عموم است؟
- چطور می‌توانید با مشتریان بالقوه در مورد این مباحث گفتگو کنید؟

۲۷. در مورد رقبایتان بدگویی نکنید.

بدگویی از دیگران پدیده‌ای به نام انتقال خودجوش افکار را ایجاد می‌کند. عملکرد مغز به‌گونه‌ای است که حرف‌ها و نکات منفی را به‌گونه‌ی آن (یعنی شما) نسبت می‌دهد. پس اگر بدگویی می‌کنید، بدانید که مغز مشتریان آن خصلت‌های منفی را به شما می‌چسباند. تحقیقات نشان داده‌اند که وقتی از رقبا بد می‌گویید، ذهن خریدار آن خصلت‌ها را به شما می‌چسباند.

توصیه می‌کنیم در ارتباط با مشتری اصلاً حرفی از رقبا نزنید. و اگر مشتری هم بحث خاصی را وسط کشید، منفعل باشید و یا در حین صحبت، احترام رقیب را حفظ کنید.

۲۸. با مشتری‌های قبلی تماس بگیرید.

روی فروش به مشتری‌های قبلی و افرادی که می‌شناسید سرمایه‌گذاری کنید. این افراد شما را می‌شناسند و به کارتان اعتماد دارند، بنابراین به احتمال زیاد برای انجام امور مربوط به املاک و مستغلات انتخابتان می‌کنند. منتظر تماس آن‌ها نمانید و پیش‌قدم شوید. بپرسید که آیا در زمینه‌ی املاک کاری هست که بخواهند برایشان انجام دهید. یا به آشنایان و دوستان بگویید که اگر کسی به دنبال خرید ملک و یا ساخت‌وساز است، او را به شما معرفی کنند. شاید اولش فکر کنید که این روش کمی ناامیدکننده به نظر می‌رسد، اما پس از ۱۰۰ تماس، حتماً از نتایج آن شگفت‌زده خواهید شد!

۲۹. چالش‌ها را بشناسید.

به‌عنوان مشاور املاک باید چالش‌های پیش روی مشتری‌های بالقوه را درک کرده و در پی راه‌حلهایی خلاقانه برای رفع آن باشید. برای مثال ممکن است خریداری هم از نظر زمانی و هم از نظر مالی دچار شرایط سختی باشد. شما چه کاری از دستتان

برمی آید؟ می‌توانید راه‌حلی ارائه کنید؟ وقتی مشکلی سر راه خرید مشتری نباشد، فروشتان افزایش میابد. به‌علاوه این مشتری‌ها به شما اعتماد می‌کنند و هر بار بخواهند ملکی بخرند، به سراغ شما می‌آیند.

۳۰. توضیح دهید.

اصطلاحات حقوقی و قراردادی برای مردم عادی سخت و پیچیده هستند. اگر به این نکته توجه کنید و تمام سؤالات مشتری را پاسخ دهید، فروشتان به طرز چشمگیری افزایش پیدا می‌کند. باید هر سؤال یا ابهامی را که برای مشتری پیش می‌آید، رفع کنید. اگر مشتری احساس کند که اطلاعاتتان دقیق و به‌روز نیست، از شما ملک نمی‌خرد.

۳۱. ناامید نشوید و مشتری را به حال خودش رها نکنید.

زمان‌هایی وجود دارد که مشتری‌ها در تردید و دودلی دست‌وپا می‌زنند و قادر نیستند تصمیم بگیرند. مشتری‌ها در چنین شرایطی به دنبال راهنمایی، شناسایی راه‌حل‌های جدید و اصلاح روش‌هایشان هستند. اگر بتوانید راه‌حل‌های خلاقانه ارائه کنید، نظرشان را جلب خواهید کرد. این یکی از بهترین روش‌های افزایش فروش در مشاورین املاک است. یادتان باشد که اگر اقدامی نکنید، فرصت‌های طلایی را به راحتی از دست می‌دهید.

۳۲. مثل خریدارها رفتار کنید.

وقتی کسی برای خرید ملک به شما مراجعه می‌کند، به رفتارهایش دقت کنید و حرکات و حالات او را تکرار کنید. تحقیقات نشان داده که این کار باعث می‌شود دیگران دید بهتری نسبت به شما داشته باشند. تکنیک تقلید (چه به صورت کلامی و چه به صورت غیرکلامی) بارها در مذاکرات فروش بررسی و کارایی‌اش اثبات شده است.

به‌عنوان مثال در سال ۲۰۰۹ پژوهشی روی ۶۰ نفر انجام شد. از این افراد خواسته شد تا با هم مذاکره کنند. کسانی که در مذاکره از تکنیک تقلید از حرف‌ها و طرز نشستن یکدیگر استفاده کردند، در ۶۷ درصد مواقع به توافق رسیدند. و گروه دیگری که از تکنیک تقلید از شریکشان استفاده نکرده بودند، فقط ۱۲.۵ درصد به توافق رسیدند.

خوب است که بخشی از حرف‌های مشتری را هم تکرار کنید. مثلاً وقتی صحبت‌های مشتری تمام شد، بگویید: «پس شما یک ملک نورگیر و زیر ۱۰۰ متر می‌خواهید. درست فهمیدم؟» این کار به مشتری نشان می‌دهد که به دقت به حرف‌هایش گوش کرده‌اید.

۳۳. زیر قیمت!

اگر در فروش یا اجاره‌ی ملکی دچار مشکل شدید، می‌توانید آن را تحت عنوان «فروش زیر قیمت» اعلام کنید. در شرایطی بحرانی مانند دوران فعلی، خریداران بیشتر به دنبال فرصت‌های مناسب و قیمت‌های پایین‌تر هستند. به همین علت وقتی ملکی را به‌عنوان زیر قیمت پیشنهاد کنید، تمایل بیشتری برای خرید در افراد ایجاد می‌شود؛ حتی اگر این کاهش قیمت چیز محسوسی نباشد.

۳۴. از کنار مشتریان شاکی، راحت عبور نکنید.

به اعتراضات و شکایت‌های مشتریان اهمیت بدهید و سرسری از آن‌ها عبور نکنید. از این موقعیت به‌ظاهر دشوار به نفع خودتان استفاده کنید تا روابطتان را قوی کنید. برای رفع مشکل وقت بگذارید و در صورت نیاز از عذرخواهی کردن نترسید. در سریع‌ترین حالت ممکن مشکل مشتری را رفع کنید. مطمئن باشید مشتری از اینکه برایش ارزش قائل شده‌اید لذت می‌برد و حاضر نیست این حس ارزشمندی را با چیز دیگری عوض کند. همین یک حس باعث می‌شود که مشتریان وفاداری داشته باشید که شما را به دیگران هم معرفی می‌کند.

۳۵. عذرخواهی کنید و بهانه نیاورید.

شاید مقصر اصلی مشکلی که به وجود آمده نباشید؛ مثلاً شاید صاحب‌ملک از فروش پشیمان شده باشد و ۵ دقیقه قبل از قرار ملاقات، همه‌چیز را کنسل کند، اما شما طرف حساب مشتری بوده‌اید. عذرخواهی کردن باعث می‌شود عصبانیت مشتری فروکش کند. به علاوه با عذرخواهی کردن به مشتری نشان می‌دهید که برایش ارزش قائلید.

۳۶. سعی کنید مشکل مشتری را حل کنید.

بعد از عذرخواهی کردن، سریع یک‌راه حل پیدا کنید. مثلاً اگر ساختمانی که مشتری همین دیروز از شما خریده مشکلی دارد، سریعاً با صاحب‌ملک قبلی تماس بگیرید، از او بخواهید هزینه‌های تعمیرات را پرداخت کند و بعد یک متخصص ماهر هم به خانه‌ی مشتری بفرستید. یا اگر می‌توانید قبل از معامله برای مشتری تخفیف بگیرید. بعد مشتری می‌شود هوادار شما و مشتری‌های بیشتری هم برایتان می‌آورد. و به همین سادگی بهبود خدمات مشتریان در آژانس املاک به بهترین راه افزایش درآمد تبدیل می‌شود.

۳۷. عقل کل باشید.

شاید کمی بدیهی به نظر برسد. البته که مشاور املاک باید همه چیز را در مورد قیمت منطقه، ویژگی‌های خانه‌ها، مشکلات یک محله و نکات این‌چنینی بداند؛ اما بسیاری از مشاوران املاک این نکته را نادیده می‌گیرند. مثلاً باید به خوبی با ساختمانی که می‌خواهید بفروشید آشنایی داشته باشید. حتی اگر فروشنده‌ی ملک اطلاعات زیادی به شما نداد، سعی کنید خودتان قبل اولین قرار با مشتری، به محل ملک بروید و از زیربوم آن مطلع شوید. برای تبلیغ خانه و مشتاق کردن مشتری برای تصمیم‌گیری، دسترسی محلی را هم بررسی کنید.

۳۸. از مشتریان بازخورد بگیرید.

برای اینکه بتوانید کیفیت خدماتی را که به مشتری ارائه می‌کنید، بسنجید و استراتژی‌هایتان را در صورت لزوم اصلاح کنید، لازم است که نظرسنجی کنید و از مشتری‌ها بازخورد بگیرید. می‌توانید این نظرسنجی را به صورت حضوری و با دادن برگه‌ی نظرسنجی به مشتری انجام دهید یا اینکه در شبکه‌های اجتماعی خود لینک نظرسنجی را منتشر کنید و از مشتری بخواهید آن را تکمیل کند. مثلاً برای نظرسنجی در اینستاگرام می‌توانید از استوری کمک بگیرید.

استثنائی قائل نشوید و از همه‌ی مشتری‌ها نظرسنجی کنید. نکات ریزی در بازخورد مشتریان وجود دارد که ممکن است اصلاً به چشم شما نیاید. بعد از هر تعامل با

مشتری (مثل وقت‌هایی که مشتری برای خرید حضوری می‌آید و یا با شما تماس می‌گیرد)، این پرسشنامه‌ها را از طریق پیامک یا ایمیل ارسال کنید. اگر وب سایت دارید، حتی می‌توانید فرمی را برای این موضوع طراحی کنید و در سایت بگذارید. درخواست بازخورد، این پیغام را به مشتری‌ها می‌دهد که برای نظراتشان ارزش قائلید و به تجربه‌شان اهمیت می‌دهید.

بعد، از نتایج بازخوردها برای بهبود خدمات استفاده کنید. نظرات مشتری‌ها را دقیق بررسی کنید و در صورت امکان، تغییرات مدنظر آن‌ها را انجام دهید. حتی می‌توانید این تغییر را به اطلاع مشتری برسانید. این عالی‌ترین روش برقراری ارتباط قوی با مشتری است. با انجام این کار تجربه مشتری شخصی‌سازی شده ارائه کرده‌اید و باعث افزایش رضایتمندی آن‌ها می‌شوید. این تجربه‌ی خوشایند باعث می‌شود تا مشتریان، کنار شما بمانند و آژانس شما را هم به دیگران هم معرفی کنند.

۳۹. خلاصه کنید.

زیاد حرف زدن و زیاد توضیح دادن، حوصله‌ی مشتری را سر می‌برد. باید بدانید که کجا سکوت کنید و ادامه ندهید. به‌علاوه برای فروش، بیش‌ازاندازه اصرار نکنید.

۴۰. نتورکینگ را جدی بگیرید.

شبکه‌سازی بهترین روش جذب مشتری‌های جدید و افزایش درآمد است. روش‌های جدید نتورکینگ را پیدا کنید. مثلاً در گروه‌هایی عضو شوید که تا حالا به فکرشان

نبوده‌اید (مثل خیریه‌ها) و یا در نمایشگاه‌های تجاری بزرگ یا محلی حاضر شوید. افراد جدیدی را پیدا کنید و اعتمادشان را جلب کنید. وقتی جامعه‌ی خودتان را گسترش دهید، املاک شما اولین جایی است که افراد برای خرید به سراغش می‌آیند. از کارمندانان هم بخواهید که در چنین موقعیت‌هایی حضور پیدا کنند و ارتباطات قوی‌تری داشته باشند؛ همه باید برای جذب مشتری تلاش کنند.

The logo consists of the Persian word 'دار' (DAR) written in a bold, teal, sans-serif font. The letters are thick and rounded, with a modern, clean aesthetic. The 'D' is particularly large and stylized, with a horizontal bar that extends to the right and then curves back down. The 'A' and 'R' are also thick and rounded, with the 'R' having a curved bottom. The overall appearance is that of a professional, contemporary brand mark.

★★★★★
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★
نهایت سادگی!

نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروش شان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار

چه اتفاقی می افتد؟



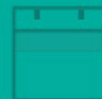
یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار :

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند. پروسه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود. شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروسه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ... از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید
یا QR کد را اسکن کنید.



۱۵ روز رایگان