

ДМИТРИЙ ИВАНОВ

ОСНОВЫ РИЭЛТОРСКОГО БИЗНЕСА 6 ШАГОВ К БОЛЬШИМ ДЕНЬГАМ



www.ivanovdmitriy.ru

Дмитрий Иванов

**Основы риэлторского бизнеса:
6 шагов к большим деньгам.**

2014г.

www.ivanovdmitriy.ru

ОГЛАВЛЕНИЕ

Вступление	2
Об авторе	3
Введение	4
Шаг 1 – Поиск клиентов	6
Способы поиска клиентов	6
Шаг 2 – Знакомство с клиентом, первая встреча	9
Подготовка	9
Шаг 3 – Продажа услуги	11
Заключение договора	11
Продажа услуги	12
Три категории клиентов	13
Шаг 4 – Продажа недвижимости	15
Список характеристик объекта	15
Шаг 5 – Сделка купли-продажи	19
Какие бывают покупатели	19
Цепочки в сделках	20
Шаг 6 – После договорные отношения	22
Рекомендации от клиентов	22
Поскриптум	24

ВСТУПЛЕНИЕ



Вы держите в руках краткий пошаговый план действий для новичков и профессионалов риэлтерского бизнеса. В книге понятным и доступным языком изложены основы заработка на сделках с недвижимостью.

На сегодняшний день существует масса тренингов и семинаров по работе на этом рынке, которые стоят больших денег. Но для понимания основ риэлтерства, абсолютно не обязательно посещать десятки таких семинаров.

В этой книге описаны 6 ключевых шагов, которые раскрывают основы заработка на сделках с недвижимостью. Каждый шаг кратко описывает основные нюансы и тонкости этого ремесла.

Книга рекомендуется как новичкам для ознакомления с азами риэлтерского бизнеса, так и опытным специалистам для получения заряда новых идей. Вполне вероятно, что это издание станет вашей настольной книгой.

Желаем вам приятного постижения мира недвижимости и успехов в этом деле, выражая искреннюю надежду, что моя книга обязательно вам в этом поможет!

ОБ АВТОРЕ

Дмитрий Иванов – практикующий риэлтор с 2007 года. Начинал карьеру в отделе аренды жилья, где успешно работал до 2009 года, после чего переключился на продажу недвижимости. Специализируется на покупке, продаже и услугах по обмену всех видов недвижимого имущества. Успешно сотрудничает с более чем 25 банками, что позволяет оказывать помощь клиентам в оформлении ипотеки. С 2014 года разрабатывает и издает собственные методики работы в риэлтерском бизнесе.

Автор сайта: www.ivanovdmitriy.ru

ВВЕДЕНИЕ



Многие из нас ассоциируют работу в сфере недвижимости с большими деньгами, однако далеко не все что-нибудь действительно о ней знают. А ведь это очень интересный бизнес, который привлекает свободой. Занимаясь недвижимостью нет необходимости просыпаться в 7 утра и спешить на работу, где начальство ждет от тебя только результат, где никого не интересует твоя личность и твои желания.

Занятие риэлтерской деятельностью дает свободу выбора и планирования. Здесь можно самому решать, что и когда делать.

Когда ехать на работу, а когда посвятить время семье. И самое важное, что привлекает в этой сфере – это, безусловно, то финансовое вознаграждение, которое получаешь за свой честный труд. Это действительно хороший доход, который получают многие профессиональные риэлторы, и который доступен любому, кто потратит немного времени для изучения нюансов этой профессии. Разобраться во всех особенностях риэлтерского бизнеса и начать применять новые знания на практике совсем не сложно. Конечно, на первом этапе будет много вопросов, будут одолевать сомнения. И самый главный вопрос, поиск ответа на который сдерживает многих

на пути к успешному развитию и финансовому благополучию, это вопрос «Как?». Именно для того, чтобы помочь начинающим осваивать профессию риэлтора ответить на этот вопрос, а опытным специалистам проверить направление своего развития, и была написана эта книга. Наличие вопросов и желания найти на них ответы – в постижении любого дела – это прекрасно.

Ведь та любознательность, которая толкает нас к поиску этих самых ответов, и есть стимул двигаться вперед и находить решения, с помощью которых можно очень хорошо зарабатывать на продаже недвижимости.

Рынок недвижимости – это огромный простор для деятельности, который постоянно расширяется. Количество недвижимости, как и сделок с ней, неустанно растет. В этом бизнесе прекрасно работает принцип Парето: 80% риэлторов продают 20% недвижимости и 20 % риэлторов продают оставшиеся 80%. И, несмотря на то, что риэлторами называют себя многие, профессионалов из числа 20% всегда не хватает. И любой из нас может пополнить ряды именно этих успешных людей.

ШАГ 1 – ПОИСК КЛИЕНТОВ



Первым и самым важным шагом на пути к финансовой независимости – это создание базы клиентов, которая с каждым днем будет расти. Многие заблуждаются на тот счет, что на начальном этапе у них вообще нет клиентов. Первыми клиентами прекрасно могут стать ваши друзья, знакомые, родные, их друзья и знакомые, и просто люди, которым они вас могут порекомендовать.

Однако такая база хороша только на старте, а потом клиентов все равно нужно где-то находить. Ответ на вопрос «Как?» вы и найдете в этой главе. Здесь приведены некоторые из проверенных на личном опыте способы.

Самый популярный и всем знакомый способ – это объявления. Расклеивая которые вы можете успешно найти клиентов, которым необходима помощь в осуществлении той или иной операции с недвижимостью, будь то сдача собственной квартиры внаем, продажа или покупка жилья. Категория клиентов будет зависеть от того, какой текст объявления вы разместите.

Например, для поиска клиентов, желающих продать квартиру, вы можете использовать такой текст: «Куплю квартиру в этом доме, оплачу долги». Если вам нужны клиенты, желающие обменять недвижимость, можно использовать примерно такой текст: «Обменяю 2-комнатную квартиру на 3-комнатную, помогу оформить документы».

Над объявлениями следует постоянно экспериментировать, важно отслеживать результат. Внимательно фиксируйте количество звонков по тому или иному объявлению, меняйте текст, заголовки. Обращайте внимание на результат в зависимости от времени расклейки.

Самым творческим методом для поиска клиентов можно назвать интернет. На просторах глобальной сети сконцентрированы миллионы сайтов на разные тематики. Это же относится и к теме недвижимости. Вы можете найти множество рекламных площадок с предложением разного рода услуг, где так же сосредоточено большое количество ваших потенциальных клиентов. Главное – грамотно заявить о себе, предложив людям то, что они ищут.

Важной частью сбора контактов клиентов через интернет является наличие собственной подписной страницы, которые сегодня пользуются огромной популярностью во многих направлениях бизнеса, и риэлтерство – не исключение. Так называемые «landing page» ориентированы на получение «теплых» и «горячих» клиентов. Это люди, которые ищут ваши услуги, и готовы ими немедленно воспользоваться. Привлечь таких посетителей на ваш лендинг максимально быстро можно с помощью сервисов контекстной рекламы, в основном это Яндекс.Директ и GoogleAdwords. Когда человек кликает по вашему объявлению, он попадает на вашу подписную страницу. Если ваш мини-сайт оформлен правильно и наглядно демонстрирует выгоды от того, что человек станет вашим клиентом, человек заполнит форму, в которой оставит необходимые для связи с ним данные. И вам останется только совершить звонок.

Далее рассмотрим один из самых популярных каналов рекламы на сегодняшний день – это социальные сети. Сейчас практически не найдешь человека, не имеющего странички в социальных сетях. Так воспользуйтесь этим! Вконтакте, в «Одноклассниках», «Фейсбуке» любой человек является вашим потенциальным клиентом. Оформите

соответствующим образом свою страницу. Напишите в статусе фразу, которая донесет до посетителей вашей странички информацию о вашем занятии (Например: «Продам. Обменяю. Куплю НЕДВИЖИМОСТЬ. Оформлю ИПОТЕКУ. 100% гарантия результата. Звони прямо сейчас: номер телефона»).

Оформите вашу страничку так, чтобы зайдя на нее, человек сразу понимал, что вы риэлтор, чтобы информация располагала обратиться к вам. Опишите оказываемые вами услуги понятным языком, разместите фотографии, по которым можно судить не только о специфике, но и о качестве вашей работы. Проявите креатив и рост вашей клиентской базы не заставит себя ждать.

Отличные результаты приносит использование метода личных встреч. При прямом персональном контакте уровень доверия всегда гораздо выше, есть возможность поговорить с клиентом и детально выявить его мотивы и потребности, что значительно облегчает дальнейшую работу. После душевной беседы значительно проще договориться с клиентом о дальнейшем сотрудничестве.

И самое полезное – «холодные» звонки. Для этого следует купить все газеты вашего города, где могут быть объявления о сделках с недвижимостью. В процессе обзвона вы не только выявите множество потенциальных клиентов, но также и контакты других риэлторов, что вам очень пригодится в будущем.

Мы очень коротко рассмотрели основные способы сбора клиентской базы. Конечно, это далеко не все варианты, еще около сорока способов мы рассмотрим в недалеком будущем.

Самое главное, что вам следует помнить, что объем вашего дохода будет напрямую зависеть от размера вашей клиентской базы. Поэтому собирать этот «фундамент» вашего бизнеса следует очень тщательно.

ШАГ 2 – ЗНАКОМСТВО С КЛИЕНТОМ, ПЕРВАЯ ВСТРЕЧА



«Встречают по одежке»! Самое важное в начале ваших отношений с клиентом – это первое впечатление.

Именно первая ваша встреча станет определяющей, ведь в 90% случаев именно при первом знакомстве клиент решит, доверит он вам решение своего вопроса или нет.

Недопустимыми при первом знакомстве являются опоздание либо неподготовленность. Даже если действовать согласно технологии, все рассказать и показать клиенту, но заставить его ждать или не предоставить обещанной информации, не стоит рассчитывать на дальнейшую с ним работу. Человек должен быть уверен, что вы не потратите его время впустую и поможете решить его проблему максимально качественно и быстро. И если человек отказался от ваших услуг, это еще не значит, что вы плохой риэлтор, это значит, что вы не смогли убедить клиента в обратном.

Чтобы человек наверняка стал с вами сотрудничать, крайне важно вызвать у него доверие на самой первой встрече.

Это и есть главная цель. Для того, чтобы перевести первую встречу в процесс предоставления услуги, очень важно качественно подготовиться. Продумайте сценарий встречи и возможные вопросы клиента. Подготовьте презентационную папку, включите в нее все необходимые списки, образец договора на оказываемые услуги, другие необходимые материалы. Не стоит опираться только на слова, клиенту нужны факты, и чем больше их будет, тем лучше.

Превратите процесс знакомства в демонстрацию. Важно, чтобы клиент запомнил вас, запомнил то, что вы ему говорили. Для этого используйте максимум наглядных примеров, ярких эмоциональных историй. Если клиент совершает сделку впервые, расскажите ему подробно, какие нюансы могут быть в процессе оказания услуги. Создайте в его голове образ того, как будет протекать сделка, если он воспользуется вашими услугами. В противном случае человек просто забудет большую часть того, что вы ему рассказали.

Отличным примером будет предоставление клиенту наглядного материала. Если вы ведете речь о стоимости квартир, дайте ему прайс на квартиры по интересующему району. Нарисуйте ему какой-нибудь график, чертеж, старайтесь максимально визуализировать разговор. Такое построение беседы даст возможность увлечь клиента, заинтересовать и заставить думать в нужном вам направлении. Чаще всего клиент заберет ваши заметки с собой. И если ваша речь его «зацепила», то будет их использовать для обсуждения сделки с другими заинтересованными лицами, например с членами семьи. В результате такого разговора вы получите важную для себя информацию, дадите информацию клиенту, и тем самым покажете себя перед клиентом в выгодном положении профессионала высокого уровня.

ШАГ 3 – ПРОДАЖА УСЛУГИ



Риэлтор – это лицо, которое оказывает возмездную помощь (услугу) другому лицу (клиенту) по совершению сделки с недвижимостью. Это может быть купля, продажа, обмен, съем или сдача внаем. Но, перед тем как выполнять взятые на себя обязательства перед клиентом, необходимо закрепить условия оказания услуги договором – продать клиенту услугу. Говоря простым языком, клиент должен вас нанять (заключить с вами договор), чтобы вы помогли ему продать (сдать, обменять и пр.) его недвижимость за оговоренное для вас комиссионное вознаграждение.

Оптимальным вариантом сотрудничества с клиентом является работа по официально заключенному договору на оказание риэлторских услуг. Хотя не все работники рынка недвижимости используют в своей деятельности договор, следует учитывать, что только письменное скрепление условий сделки возлагает на ее участников определенные договором обязательства.

Заключение договора дает возможность для риэлтора стать единственным представителем клиента на рынке недвижимости и гарантии того, что клиент в последний момент не передумает и не сорвет сделку.

Для клиента заключение договора – это защита от возможных мошенников, гарантия юридической чистоты сделки, а также возможность осуществить желаемое в более короткий срок. Именно эти аргументы часто стимулируют клиента к юридическому скреплению устных договоренностей.

Услуга кардинально отличается от материального товара, который можно потрогать именно тем, что она неосязаема. Поэтому и процесс продажи услуги отличается от процесса продажи товара. Для облегчения процесса продажи следует усвоить несколько основных методик.

Продажа услуги «в лоб» рекомендуется только при работе с «горячими» клиентами, которым необходимо воспользоваться услугой срочно. Для принятия решения о сотрудничестве с вами, клиента необходимо подтолкнуть «одним касанием», это может быть как телефонный разговор, так и беседа при личной встрече.

Поэтапная продажа услуги через несколько касаний клиента. Далеко не всегда клиент принимает решение сотрудничать с вами прямо сейчас, часто колебания клиента могут длиться достаточно продолжительное время. При этом вам, как профессионалу, не стоит давить, необходимо дать ему возможность самостоятельно принять решение. Ваша задача при такой продаже услуги организовать грамотные «касания», своевременные напоминания о себе. Если человек не готов прямо сейчас к заключению договора, не стоит допускать одну из самых распространенных ошибок и продавать «в лоб», иначе вы рискуете просто потерять клиента. Лучше вежливо поинтересоваться, сколько времени клиенту необходимо на раздумья и согласовать время следующего вашего звонка. Самое главное – выполнить данное клиенту обещание и вовремя совершить следующий звонок. Клиент должен почувствовать ваше

небезразличие к нему, и поверьте, он будет очень удивлен вашей пунктуальности.

Условно клиентов можно поделить на три основные категории: горячие, холодные и теплые. «Горячие» клиенты – это самая желанная для риэлтора категория, это люди, которым важна срочность и они готовы быстро принимать решение о сотрудничестве. К категории «теплых» клиентов относятся люди, которые нуждаются в вашей услуге, но имеют в запасе определенное количество времени. Эти люди пытаются самостоятельно изучать ситуацию на рынке интересующих его сделок, просматривая множество возможных вариантов. Работая с такими клиентами важно стать для них авторитетным лицом и доказать высокую степень своего профессионализма, чтобы клиент понял, что работа с вами значительно облегчит процесс. Для этого требуется в среднем 2-3 касания в течение 3-15 дней. И «холодные клиенты» - это люди, которые очень долго принимают решение, и на общение с которыми вы можете потратить не один месяц. Однако их не так много, хотя столкнуться с ними вам все же придется.

Вот пример типичного «холодного» клиента: в первых числах июня клиентка обратилась за помощью в продаже квартиры. По результатам первой встречи необходимо было перезвонить ей через неделю. Во время звонка в назначенное время клиентка сослалась на высокую занятость и отложила беседу еще на неделю. Так продолжалось в течение полугода. Я исправно совершал звонки в назначенное время, причем не ограничиваясь сухими вопросами по делу, а интересуясь так же общим течением дел клиентки. Ведя разговор на разные темы, клиентка откладывала решение своего квартирного вопроса довольно длительный период времени. В итоге квартира была продана под новый год с хорошим профитом для меня. Благодаря знанию и четкому применению метода нескольких касаний,

клиентка не ушла к другому риэлтору и сделка была благополучно завершена.

Продавая услугу необходимо четко представлять себе потребности клиента. Это представление должно быть в более широком формате, чем просто обмен «трешки» на две «однушки».

Вам необходимо помочь клиенту решить его проблему, а это может быть например необходимость разъехаться в отдельные квартиры, чтобы жить своей семьей, без родителей, или просто расширить жилплощадь. Внимательно изучайте реальные потребности ваших клиентов, тогда вам легче будет предложить максимально выгодный вариант решения существующей проблемы.

ШАГ 4 – ПРОДАЖА НЕДВИЖИМОСТИ



Итак, вы прошли путь от знакомства с клиентом до формирования к себе доверия и продажи услуги. Вы осмотрели объект продажи, провели проверку всех необходимых документов, определили стоимость. Всю проделанную работу можно отнести к половине пути. Но впереди вторая половина. И вам необходимо продолжать движение в том же направлении. Дальше последует ваша работа как профессионала в области сделок с недвижимостью. Рассмотрим схему деятельности на примере продажи квартиры.

Начать необходимо с составления полного списка характеристик объекта. Для квартиры это площадь, этаж размещения, общая этажность дома, состояние квартиры (требуется или не требуется ремонт), какие в квартире вмонтированы трубы, входные и межкомнатные двери, окна обычные или стеклопакеты, есть ли балкон или лоджия и в каком они состоянии, наличие счетчиков на газ, воду, электроэнергию. Очень важно внимательно изучить правоустанавливающие документы. Необходимо определить количество собственников и получить согласие всех для осуществления сделки. Также необходимо иметь информацию о соседях, районе, состоянии ближайшей инфраструктуры. Узнайте все возможные общественные пункты поблизости: школы, детские сады, ближайшее метро, магазины, остановки общественного транспорта, банки, государственные учреждения и пр.

И самое важное – обязательно качественные фотографии. Сделайте панорамные фото, на них помещение кажется объемнее. Перед использованием снимков их необходимо обязательно отредактировать. Для тех, кто не владеет сложными редакторами, прекрасно подойдет редактор фотографий Яндекс диска. С его помощью легко можно настроить баланс белого, теплоту кадра, откалибровать нужным образом и т.п. И после, имея все необходимые данные, создайте максимально полное описание объекта.

Вот пример хорошего описания для продаваемой квартиры: «Квартира светлая и чистая. Дом находится в самом центре спального района, рядом вся необходимая инфраструктура. В шаговой доступности детский сад, школа. До метро 5-7 минут пешком. В квартире есть: радиаторное отопление, на окнах стеклопакеты, входные металлические двери, санузел и кухня в кафеле. Комнаты выходят на разные стороны дома. Есть вид на детскую площадку во дворе. Общее состояние квартиры «на отлично». В качестве подарка покупателю остается новая кухонная мебель, общей стоимостью около 100 000 рублей».

Когда описание и фотографии готовы, согласуйте время для показа квартиры с клиентом и начинайте заниматься активной продажей объекта. Для начала следует воспользоваться всеми возможными интернет-ресурсами. Используйте все сайты вашего района, города, области, где есть раздел недвижимости. Подавая на них объявление, обратите внимание на качественное создание объявлений. Максимально точно и подробно заполняйте все графы, не оставляйте пустых мест, ведь чем подробнее и качественнее будет ваше объявление, тем больше потенциальных клиентов вы сможете привлечь.

Еще одним важным способом продажи является расклейка объявлений по району продаваемой квартиры и непременно по

самому дому. Разместите баннер-плакат на хорошо видимом месте дома или на балконе самой квартиры. Разместите объявление в максимально возможном количестве рекламных источников. Вам необходимо донести информацию до всех возможных потенциальных клиентов.

Обязательно следует проинформировать всех коллег вашего города о продаже этого объекта недвижимости вами.

Отлично с этим справиться может e-mail рассылка, которую можно запускать в автоматическом режиме. В письме рекомендуется указать о вознаграждении для того, кто приведет покупателя.

После размещения рекламы вы начнете получать звонки от возможных потенциальных покупателей. И в этот момент главное не допустить грубейшую ошибку! Ни в коем случае нельзя показывать объект всем желающим! Это может обернуться тем, что продавец, увидев такой потенциальный спрос на свою квартиру, пожелает увеличить стоимость. Чтобы избежать ненужных проблем, следует тщательно фильтровать всех входящих клиентов. Есть такая категория, которая все смотрит и сравнивает, но ничего не покупает, это так называемые «туристы». Их следует вносить в отдельный список. А о том, как их использовать в качестве бесплатного инструмента, будет рассказано в следующих материалах. Есть категория людей, которые хотят купить, но не обладают достаточными средствами. И конечно, найдется тот, кто купить ваш объект.

Сроки продажи могут быть совершенно разные, даже для двух абсолютно одинаковых по всем параметрам объектов. На скорость продажи объекта может влиять множество различных факторов, в том числе и насыщенность рынка, и количество потенциальных

покупателей, и характеристики самой продаваемой квартиры. Бывает, что покупатель находится за два дня, а бывает, что продажа затягивается почти на год. Безусловно, большое значение на скорость продажи имеет цена. Необходимо постоянно анализировать рынок, для того, чтобы выставить наиболее приближенную к рыночной стоимости объекта продажи. Необходимо следить за всеми изменениями на рынке и своевременно реагировать на них, оперативно оповещая клиента.

ШАГ 5 – СДЕЛКА КУПИ-ПРОДАЖИ



Когда вы найдете покупателя на продаваемый объект и достигнете с ним договоренность о стоимости, необходимо провести качественную подготовку к сделке купли-продажи. Когда покупатель или его представитель вносят аванс, необходимо подписать предварительный (авансовый) договор, в котором будут оговорены условия и сроки совершения сделки. Самую важную роль в проведении подготовки играет категория пришедшего к вам покупателя.

Самый желанный для любого риэлтора покупатель – это покупатель с наличными деньгами. Но гораздо чаще встречаются «ипотечники» (это те, кто оформляют кредит на покупку недвижимости в банке) или «альтернативщики/менщики/встречники» (те, кому для покупки требуется продать свой объект недвижимости).

Именно от категории покупателя и будет зависеть последовательность ваших действий. Иногда работу по проведению сделки усложняет присутствие опеки, однако это только усложняет, но не отменяет процесс. Любая поставленная перед вами задача вполне разрешима.

Существует порядок действий необходимых для любой категории покупателей: собрать полный пакет документов со стороны

продавца (это можно делать как самостоятельно, так и с привлечением собственника продаваемого помещения по необходимости) и провести проверку документов, полученных от покупателя.

Чтобы упростить себе процесс работы с бумагами, следует предварительно прописать точную цепочку сделки и составить список всех необходимых для оформления документов, с учетом временных затрат на их получение.

С учетом того, что покупатели с достаточным для покупки количеством наличных средств встречаются не часто, вам придется работать с так называемыми «цепочками», которые мы сейчас рассмотрим немного подробнее. «Цепочка» сделок состоит из «звеньев». Каждое «звено» включает в себя две стороны – покупателя и продавца, которых может быть совершенно любое количество.

Например: ваш клиент покупает однокомнатную квартиру, а продавцы квартиры покупают дом, а продавцы дома покупают «трешку» и «однушку», и так может быть бесконечное количество сделок.

Затруднение здесь в том, что продавец нужной нам однокомнатной квартиры не оформит сделку, пока не купит себе дом. А тот, кто продает дом, не решится на оформление продажи, пока не подберет себе подходящие варианты квартир. Здесь все «звенья» зависят друг от друга.

Вот здесь и необходимо ваше мастерство как риэлтора. Чтобы заработать свое вознаграждение, важно реализовать всю эту «цепочку», уложившись в оговоренные сроки. А для этого необходимо работать со всеми составляющими «цепочки». Важно иметь контакты всех участников, пообщаться с ними со всеми, выявить все моменты,

влияющие на совершение сделок и тщательно контролировать ситуацию на каждом этапе сделки каждого «звена».

Максимально длинная «цепочка», в оформлении которой я принимал участие, состояла из 8 звеньев. Проведение сделок заняло три недели, на протяжении которых регулярно велось общение с каждым «звеном», контролировался каждый шаг и в итоге все сделки были проведены успешно и клиенты остались довольны.

Итак, когда вы подготовили все документы для всех участников «цепочки», самое время отправляться для регистрации сделки в Федеральную Регистрационную Службу или в Отдел Приема Документов в управлении службы государственной регистрации и картографии.

Обратите внимание, что в этом разделе были рассмотрены примеры, когда вашим клиентом выступает продавец недвижимости.

ШАГ 6 – ПОСЛЕ ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ



Удачное завершение сделки, это еще не конец вашим отношениям с клиентом. Обязательно позвоните ему через некоторое время, узнайте, как у него дела, как ему живется в новой квартире, которую он удачно приобрел с вашей помощью. Послепродажное общение – это отличная возможность получить отзыв о вашей работе и рекомендации.

Главной целью вашей послепродажной работы с клиентом является получение максимального количества рекомендаций.

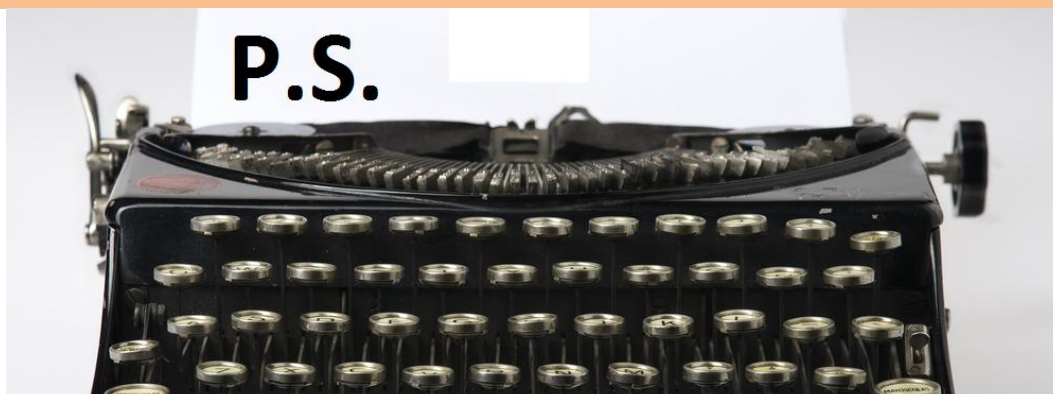
Если клиент остался доволен вашей работой, он будет обязательно вас рекомендовать всем своим друзьям и знакомым, расширяя таким образом круг ваших потенциальных клиентов. И со временем вы перейдете на уровень работы, когда не вы ищете клиентов, а они сами ищут вас.

Формирование клиентской базы по рекомендациям, это самый легкий и приятный способ, когда к вам приходят уже «горячие» клиенты, продавать услуги которым будет совершенно не сложно. При работе с рекомендациями, самое главное – это своевременный учет по чьей рекомендации приходит клиент.

Это крайне необходимо для того, чтобы отблагодарить человека, с чьей помощью вы приобрели хорошего клиента и заработали деньги.

Выбор способа исполнения предоставьте своей фантазии. В этом случае, ваш «связист» будет вас рекомендовать всем и всегда. И если в его окружении появится человек, которому необходимо будет совершить сделку с недвижимостью, вероятнее всего этот человек обратится именно к вам. Именно таким образом вы начнете создавать вокруг себя «сарафанное радио», которое будет работать тем качественнее и активнее, чем больше будет у вас довольных клиентов.

ПОСКРИПТУМ



Бизнес на сделках с недвижимостью – это отличная возможность получать удовольствие от процесса зарабатывания денег. Работая в риэлтерстве, вы будете развиваться как морально, так и материально. Этот бизнес способен приносить прибыль при соблюдении всех технологий в любых рыночных условиях.

На начальном этапе вам может показаться, что это очень сложно, но спешу вас убедить в обратном. Работа в этом направлении – это отличная возможность зарабатывать от 100 000 рублей в месяц не ограничивая планку «до...».

Проявите немного терпения, ведь и Москва не сразу строилась, и начните активно действовать, так как под лежащий камень вода не течет. Не теряйте предоставленной возможности изменить свою жизнь к лучшему. Спрос на недвижимость никогда не пропадет. Посмотрите, какое количество объявлений о сделках с недвижимостью размещается ежедневно. Люди постоянно хотят купить, продать, обменять, съехаться, разъехаться, сдать, снять недвижимость. Огромный поток сделок с жильем протекает вокруг нас каждый день. Вам нужно только влиться в него и начать зарабатывать хорошие деньги, работая в свое удовольствие. Ведь люди всегда будут рады хорошему специалисту по сделкам с

недвижимостью, который оперативно сможет помочь им в решении насущной проблемы.