



20 САМЫХ ОПАСНЫХ ОШИБОК РИЭЛТОРОВ В ТЕЛЕФОННЫХ ПРОДАЖАХ И ПЕРЕГОВОРАХ

20 самых опасных ошибок риэлторов в телефонных продажах и переговорах

Здесь собраны основные и самые опасные ошибки сотрудников АН, которые вы можете допустить в работе с клиентом. Вы ни в коем случае не должны допускать их в работе!

Внимательно прочитайте все написанное и избегайте данных ошибок в своем поведении и в речи.

Краткий перечень 20 ошибок риэлтора в переговорах и телефонных продажах:

- Фраза «Вас беспокоят» из агентства недвижимости...
- Бомбардировка информацией
- Частица «Не»
- Вопрос «Почему», заданный нелояльному клиенту
- Перерывы между звонками

- Чтение скрипта с бумаги при телефонном общении
- Передача инициативы клиенту
- Негативное отношение к отказам клиентов
- Ой, я забыл
- Высказывание своего мнения по поводу выбора клиента
- Фраза «Я вас понимаю» или «Я понял вас»
- Озвучивание прошлого негативного опыта
- Использование риэлтором жаргона и сленга в процессе продажи
- Неопрятный внешний вид риэлтора
- «Я-подход» в общении с клиентом и коллегами
- Презентация услуги (или недвижимости) по телефону
- Отсутствие улыбки во время звонка

- Обесценивание себя, как риэлтора
- Односторонний монолог и презентация риэлторской услуги
- Называние цены услуги или недвижимости с повышением
- Скидка просто так, особенно когда клиент не просил о ней

1) Ошибка: фраза «Вас беспокоят»

Запомните, нельзя говорить фразу

- **Здравствуйтесь, вас беспокоит....**

Эта фраза на подсознании вызывает у клиента негатив, потому что ему звонят для того, чтобы побеспокоить. Поэтому искорените ее из своего лексикона.

2) Ошибка: Бомбардировка информацией

Риэлторы-стажёры в продажах допускают еще одну ошибку – информационная бомбардировка.

Это происходит потому, что риэлтор владеет очень большим количеством информации по объекту. Он начинает «бомбить» клиента информацией, не уточняя, **что именно для клиента важно.**

У клиента происходит информационный перегруз, и ему хочется как можно быстрее закончить разговор и положить трубку.

3) Ошибка: Частица «Не»

Слова «нет» и частица «не» фактически не усваиваются сознанием и на подсознательном уровне у клиента возникает негатив, потому что клиент всегда хочет, чтобы соглашались с его условиями.

- ***Вы бы не хотели встретиться, чтобы подписать эксклюзивный договор со мной на оказание риэлторских услуг?***
- ***Нет*** (автоматический ответ клиента на отрицательный вопрос)

4) Ошибка: вопрос «Почему», задаваемый нелояльному клиенту

- ***Я не хочу покупать вашу риэлторскую услугу. Очень дорого по сравнению с другими АН города.***
- ***Почему?***

И после этого вопроса, клиент начинает рассказывать, почему ему не нравится ваша услуга риэлтора, и почему он, как собственник недвижимости, её не будет покупать. Своим ответом клиент выстраивает перед собой забор, который будет мешать совершить покупку. Клиент начинает сам себя отговаривать от покупки.

Никогда не спрашивайте у негативно настроенного клиента, почему он не хочет у вас покупать. Это вызовет только разлад между вами.

5) Ошибка: Перерывы между звонками

Начинающие риэлторы боятся звонить и очень долго настраиваются на звонок. И после первого звонка делают перерыв. Особенно часто это происходит после того, как клиент ответил «нет».

Если хотите продавать много, и соответственно много зарабатывать, то звоните не переставая. Для того, чтобы выйти на максимальную продуктивность нужно сделать 5 «разогревающих» звонков, и только потом звонить по самым важным клиентам.

Возьмите за правило делать перерыв после 15-20 звонков.

6) Ошибка: Чтение скрипта с бумаги при телефонном общении

Скрипт (пример разговора с клиентом) должен быть заучен риэлтором **НАИЗУСТЬ!**

Как только начинаете читать - это слышно по телефону. Письменная речь очень сильно отличается от живой, и клиенты не покупают, потому что не чувствуют ваших эмоций. А покупают всегда на эмоциях.

Вы можете нести полную чушь на эмоциях и у вас купят, а можете читать со скрипта и логически все рассказывать, но клиент не будет покупать.

Поэтому прежде чем звонить клиентам, выучите скрипт наизусть.

7) Ошибка: Передача инициативы

Когда вы в разговоре передаете инициативу клиенту, то он будет стараться получить всю необходимую информацию и в конце концов получив ее, положит трубку или уйдет. Чтобы этого не происходило, используйте технику «Перехват инициативы». О ней мы с вами поговорим далее.

8) Ошибка: Негатив к отказам

Работа риэлтора сводится к постоянным отказам. Если вы совершаете «холодные звонки» и ведете работу с незнакомыми клиентами, то из 100 человек у вас купят 1-2, 5-7, остальные 98 человеку будут отвечать «нет». Если это понимать и быть к этому готовым, то ничего страшного не произойдет. Надо понимать, что у самого лучшего риэлтора тоже случаются отказы, но он стал лучшим, потому что не остановился, а пошел продавать дальше.

Очень хорошо в этом случае работает внутренний настрой, когда вы благодарны клиенту, который сказал вам «Нет» за то, что он приблизил вас к тому клиенту, который скажет «Да».

Когда слышите много отказов не надо делать перерыв и думать, что у вас не получается продавать. Улыбнитесь себе в зеркало, послушайте музыку и идите продавать дальше.

9) Ошибка: Ой, забыл

Ошибка заключается в том, что когда вы договариваетесь с клиентом о звонке, но не перезваниваете ему в назначенное время.

Клиент видит в такой мелочи большой недочет и думает, что дальше будет еще больше скрытых неприятных сюрпризов при работе с нашим агентством недвижимости.

Вы звоните, и допустим, клиент не может говорить. Вы спрашиваете:

- *Когда вам будет удобно разговаривать?*

- *Позвоните в 3 часа дня*

Записали, забыли, звоните в конце недели

- *Я вам забыл позвонить, давайте сейчас пообщаемся.*

А у него уже свои дела, ему не интересно, он не хочет говорить. Дали клиенту обещание — делайте. Это правило также касается почты. Если вы нарушаете сроки — это идет в минус для вас и компании.

10) Ошибка: Высказывание своего мнения по поводу выбора клиентом объекта недвижимости

Высказывайте свое мнение только при общении с лояльными клиентами, с которыми вы уже не первый раз работаете.

Высказывайте свое мнение только тогда, когда клиент сам спрашивают вашего мнения, как эксперта-риэлтора. Но и тут будьте осторожны в своих выражениях, потому что если у вас нет хорошего контакта с клиентом, клиент может неправильно трактовать ваши слова.

Помните что ваше мнение - это, прежде всего оценка. А оценка со стороны менеджера по продажам не допустима. Ваша задача объяснить клиенту выгоды и пользу от покупки вашей риэлторской услуги или объекта недвижимости, ответить на вопросы клиентов, если таковые возникают, а не давать оценку выбора клиента. Потому что любая оценка выглядит как навязывание вашего личного мнения.

А вы и сами прекрасно знаете, что никто не любит, когда ему навязывают свое мнение, и дают оценку тем вещам, которые люди выбирают. В таких ситуациях клиенты просто дистанцируются от вас, и пытаются поскорее уйти.

Никогда не давайте оценки, никогда не произносите фразы, такие как

- ***«Эта квартира для вас слишком дорого»***

- ***«Вы не понимаете. Для вас подойдет квартира за 90000\$, которую мы с вами вчера смотрели»*** и подобные им.

11) Ошибка: фраза «Я вас понимаю» или «Я понял вас»

Забудьте эту фразу! Не используйте ее в своем риэлторском лексиконе. Клиент в большинстве своем сам не знает, чего хочет на самом деле. А если вы заявляете данную фразу, то кидаете клиенту спасательный круг. Но если вы даете клиенту не то, что он хочет, либо какой-то аспект в вашей услуге ему не нравится, например, цена, то вы просто потеряли клиента.

Вы дали ему надежду на то, что вы его поняли, и тут же ее забрали.

Поэтому никогда не используйте эту фразу! Лучше задавайте уточняющий вопрос и старайтесь разговорить клиента. Как пример:

«Правильно ли я вас понял, что»

12) Ошибка: Озвучивание прошлого негативного опыта

Если вы рассказываете про негативные случаи с вашими прошлыми клиентами или коллегами-риэлторами, то клиент начинает нервничать. У него включиться следующая мысль - если вы говорите так про других людей, как вы будете говорить потом о работе с ним?

Поэтому никаких негативных рассказов про предыдущих клиентов.
Давайте только положительные отзывы от ваших клиентов.
Негатив прячьте подальше.

13) Ошибка: Использование сотрудником агентства недвижимости, жаргона в процессе продажи или обслуживания клиента

Конечно, если клиент сам говорит на таком языке, то это будет отличным способом его расположить в свою сторону. Однако, если клиент интеллигент, то просто услышав от вас различный жаргон, он поспешит удалиться из офиса вашего АН (или с показа объекта недвижимости)

В общем, не используйте слова и выражения, которые могут вызвать у клиента

- Негативные ассоциации
- Отторжение
- Внутреннее несогласие
- Оценку вас как риэлтора и вашего АН в негативном формате

Тогда вы с большей долей вероятностью продадите объект или услугу дорого.

14) Ошибка: Неопрятный внешний вид сотрудника агентства недвижимости

Русская народная пословица гласящая «Встречают по одежке, провожают по уму» как нельзя лучше описывает следующую ошибку.

Внешний вид играет одну из ключевых ролей в продажах дорогих риэлторских услуг и не только. То как вы одеты, может сказать о вас больше, чем любые слова. Неопрятный внешний вид вызовет по отношению к вам негативное отношение клиентов, и они захотят просто побыстрее от вас избавиться и, конечно же, ни о покупках, ни о сделках и речи тут быть не может. Поэтому внешний облик должен быть всегда опрятным.

15) Ошибка: «Я-подход»

Большинство риэлторов, общаясь друг с другом, употребляют местоимение «Я». И переносят эту же «привычку» в разговор с клиентами. Рассказывая только о себе, о своём агентстве и о своих услугах. Это происходит по тому, что в риэлторском бизнесе очень часто полагают, что подобная информация интересна клиенту. Это заблуждение.

Клиенту это не интересно. Он любит, когда говорят о нём, о его выгодах. О том, какие возможности он получит, приобретая недвижимость (риэлторскую услугу)

Главное - это клиент и вы должны говорить только о нём. И тогда он ваш. Он будет слушать с замиранием сердца каждое ваше слово, которое будет описывать его выгоды. Покажите клиенту, что ваше предложение, создано специально для него и перечислите всю ту пользу, которую он получит.

Акцентируете внимание на клиенте, а не на себе.

16) Ошибка: Презентация недвижимости или риэлторской услуги по телефону

Огромное количество риэлторов, совершая обзвон клиентов, сразу же рвутся с места в карьер, и начинают презентовать свои объекты недвижимости или услуги по телефону. Этого делать нельзя. Вы не заинтересуете клиента простым зачитыванием преимуществ своей риэлторской услуги. Наоборот, вызовете негативное отношение к вам.

Помните, что цель вашего звонка назначить встречу с клиентом, конечно, если вы не занимаетесь именно телефонными звонками, когда ваша цель продажа.

Начинайте презентацию услуги или объекта ра только при личной встрече. Во-первых, в беседе вы почувствуете и поймете, что именно необходимо клиенту, и тогда вам будет легче презентовать свою риэлторскую услугу, подчеркнув именно те выгоды и пользы, которые интересуют клиента.

17) Ошибка: Отсутствие улыбки на лице сотрудника АН

В Америке был проведен эксперимент среди менеджеров по продажам. Менеджеров работающих в торговом зале заставили, общаясь с клиентами в торговом зале улыбаться, что привело к увеличению продаж на 20% за неделю.

Когда вы улыбаетесь клиенту, то клиент тоже улыбается вам в ответ. Когда клиент видит вашу непринужденную, искреннюю улыбку он расслабляется и охотнее идет с вами на контакт.

Главное, помните, что улыбка должна быть искренней, а не фальшивой. Вы же любите заниматься продажами недвижимости, вы же получаете положительные эмоции от каждой заключенной сделки, вот и покажите это вашим клиентам, улыбайтесь!

Улыбка должна быть не только при личном общении с клиентом, но и в телефонных продажах, обзвонах. Даже по телефону человек на другом конце провода чувствует вашу улыбку. Он чувствует позитивную энергетику, которая идет от вас. Когда улыбки нет, то клиент это тоже чувствует, поэтому всегда улыбайтесь.

18) Ошибка: Обесценивание себя, как риэлтора

Собственное обесценивание - это когда вы общаетесь с клиентом так, как будто он для вас супер-пупер важный и вы не можете упустить возможность сотрудничества с ним.

Например, фразы:

- ***«Мы хотели бы вам предложить»***
- ***«На каких условиях вы хотели бы купить»***
- ***«Хотите мы для вас сделаем скидку»***

Клиент сразу чувствует все эти фразы, и начинает подстраивать ваше с ним общение под те условия, которые важны именно для него.

Помимо фраз, **«собственное обесценивание»** проявляется невербально, через «язык тела» (кинетика/проксемика/мимика)

- Бегающий взгляд.
- Отводите взгляд в сторону
- Прячете взгляд
- Извинения без причин
- Руки заведены за спину
- Перебирание руками одежды
- Отступление на шаг назад во время озвучивания своего предложения

Также при общении с людьми, которые выше вас по социальному статусу, начинается излишняя суетливость, более быстрая речь и т.д.

Вообще подобные невербальные ошибки случаются либо когда человек новичок в продажах недвижимости, либо при беседе с важными клиентами, занимающими высокий социальный статус.

Над невербальными ошибками нужно работать. Фразы, обесценивающие вас - убирать из лексикона. Всегда общайтесь вровень с клиентом.

19) Ошибка: Односторонний монолог

Запомните, монолог – это убийца продаж в риэлторском бизнесе. Но эта ошибка очень часто распространена и допускается многими менеджерами, как при общении с клиентом, так и во время презентации.

Поэтому при общении с клиентом выстраивайте профессиональный диалог строго по скрипту. Помните. Ваш диалог с клиентом - это ваше самое главное оружие в продажах.

От диалога с клиентом зависит ваша успешность или неуспешность в риэлторском бизнесе. Зависит, насколько вы продвинете свой продукт и свою компанию на рынок.

20) Ошибка: Называние цены с повышением

Данная ошибка очень распространена среди риэлторов и случается автоматически в процессе разговора с клиентом.

Происходит ошибка тогда, когда риэлтор при разговоре с клиентом не контролирует то, что говорит. Вы всегда должны контролировать каждое слово. Ваш диалог с клиентом должен быть доведен до автоматизма скриптами и исключать все ошибки. Каждое слово при разговоре с клиентом не может быть сказано просто так, оно несет в себе смысловую нагрузку. Важны не только слова, но и то в какие фразы они складываются. Важно, какая фраза, за какой фразой следует.

Вызывайте шок ценой: **«эта квартира стоила 1000000, но для вас всего лишь 800000, но только сейчас»**. Тогда клиент будет слышать цифру 800000.

21) Ошибка: Раздавать скидки просто так

Ошибка многих риэлторов - включать скидку как один из самых первых аргументов для роста продаж риэлторских услуг. Вы сразу же обозначаете клиенту, что при покупке он получит скидку, допустим, 10%.

Скидка – это весомый аргумент. Никогда не стоит давать ее в первую очередь, потому что клиент будет пытаться продавить вас еще. Он попытается получить еще большую скидку.

И если вы с такой легкостью даете ему 10% скидки, клиент считает, что он может получить и 15%. А когда вы ему отказываете в этом, клиент просто может уйти.

Давая скидку сразу же, вы сами подталкиваете клиента торговаться с вами дальше.