

NÁSTROJE NA PRÁCU V REALITÁCH

18



1. Databáza príležitostí a klientov



- Nábor klientov a nehnuteľností
- Základný rozdiel medzi exkluzívnou a neexkluzívnou sprostredkovateľskou zmluvou
- Kde hľadať nehnuteľnosti na predaj a prenájom
- Ako získavať pozitívne referencie, ktoré vám pomôžu pri ďalších obchodných prípadoch
- Pár psychologických rád ako si získať klienta (odbornosť, transparentnosť a pro-klientsky prístup sú samozrejmosť)

Nábor klientov a nehnuteľností

Na úvod pár spôsobov, ako to nerobiť: málo pokusov, nepravidelnosť, ponúkať všetko a príliš skoro, nedosledovať kontakt (follow up). Pri tomto bode si treba uvedomiť, aké dôležité je manažovať si sľuby klientom. Keď niekomu poviem, že sa mu o mesiac ozvem, tak si to poznačím a o mesiac sa mu proste ozvem. Ten človek pravdepodobne na to aj čaká a ak na to aj nedôjde hneď, skôr či neskôr si spomenie. Aby ste svojim sľubom dostáli, na pomoc tu máte technológiami a funkciami nabitú aplikáciu. Používajte preto na sledovanie kontaktov akýkoľvek vhodný nástroj, či už sú to robustné CRM systémy, MS Outlook alebo špecializované aplikácie, tzv. nástroje na pripomienky (reminder tools), akými sú napríklad Contactually, Wunderlist, Google Keep Notes, Rembo ... budú podrobnejšie popísané v časti Komunikácia a time management)

Exkluzívne zastupovanie klienta

Exkluzivita pre RK znamená, že má od klienta ideálne písomný súhlas, že ako jediná môže zastupovať klientovu osobu vo veci predaja predmetnej nehnuteľnosti. Na prvý pohľad pre bežného klienta získava návrh RK, ktorá ho zaväzuje k tomu, že nehnuteľnosť predá iba ona a iba jej klient vyplatí zmluvnú províziu samozrejme za podmienok úspešného predaja. Často je preto prvá reakcia na takúto ponuku negatívna, pretože evokuje nevýhodnosť osloviť len jednu RK, keď na trhu ich je veľa a predsa čím viac

RK bude klientovu nehnuteľnosť ponúkať, tým vyššia je šanca na rýchlejší predaj. Opak je však vo väčšine pravdou.

Kde hľadať nehnuteľnosti na predaj a prenájom

- Realitné portály so súkromnou inzerciou
- Dopytové inzeráty (Hľadám 2i byt na prenájom)
- B2B - dopyty či ponuky od iných RK na realitných portáloch
- B2B - MLS (Multiple Listing Service) nástroje RK portálov, združení či asociácií
- Neskôr cez referencie svojich spokojných a vracajúcich sa klientov

Ako získavať pozitívne referencie, ktoré vám pomôžu pri obchodných prípadoch

Prečo sú pri náboře nehnuteľností dôležité referencie a prečo ich je mať dobré zverejnené na svojej webovej stránke?

- 4 z 5 ľudí dôveruje online referenciám rovnako, ako osobnému odporúčaní známeho.
- Polovica ľudí si po prečítaní pozitívnej referencie pozrie web danej firmy.
- ¾ klientov tvrdí, že pozitívna referencia v nich vyvoláva a buduje väčšiu dôveru voči firme.
- Až 70% klientov zanechá referenciu pre firmu/podnikateľa, ak sú o to požiadaní.

Získať dobré referencie je ľahké a zároveň tak ťažké ☺ Ako na to?

- Prvoradá je kvalita vašej služby
- Referencie vám sami od seba klienti nedajú, musíte si ich aktívne pýtať a najlepšie osobne.
- Motivujte klienta malou odmenou, ktorá by mala priamo súvisieť s vašou činnosťou.
- Čo najviac zjednodušte klientom cestu k odovzdaniu referencie

Pár psychologických techník

Prvou technikou je tzv. Princíp reciprocity - dať niečo malé a nepýtať za to nič

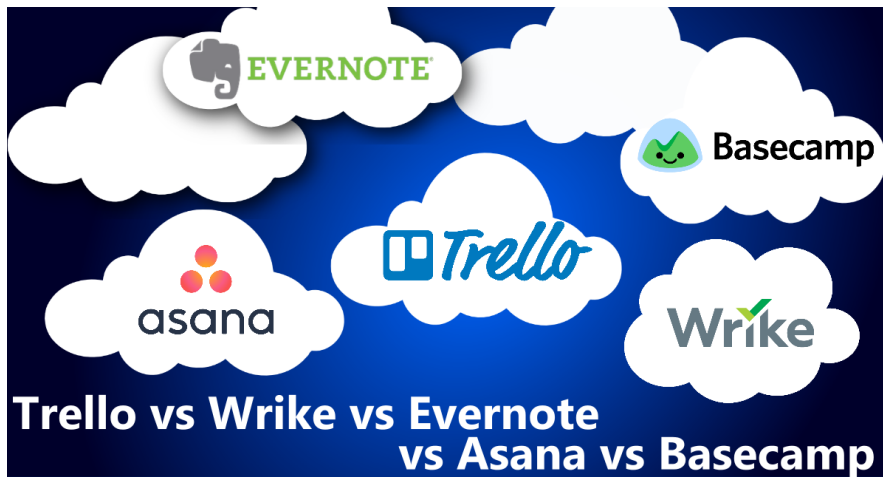
Druhou z úspešných techník je „Najprv pomáhaj – potom predávaj“.

2. Komunikácia a time management



- Komunikačné problémy tvoria hlavný problém v tímovej práci
- Používajte techniky ako je aktívne počúvanie
- Vytvorte tímovú identitu (one team - one spirit)
- Ak na pracovisku vládnu dobré pracovné vzťahy, prispieva to k budovaniu pozitívneho vnímania celej firmy a lepšieho pracovného prostredia
- K vytvoreniu tímového ducha prispievajú aj aktivity mimo pracovného prostredia, teambuildingy (športové aktivity, spoločné večere, intelektuálne stimulujúce výzvy a pod.)
- Pre zdravú komunikáciu je dôležitá spätná väzba, avšak mala by byť konštruktívna a nie jednosmerná.
- Minimalizujte mrhanie časom – pred každým stretnutím majte určené body, ktoré chcete prebrať a stanovte si čas, za ktorý to chcete stihnúť.

Nástroje na online komunikáciu



- Trello
- Wrike
- Asana
- Evernote
- Basecamp
- Instant messengers ako Hangouts, Whatsapp, Messenger, Viber, Skype, Slack
- Softvéry pre online videocalls Hangouts, Skype, Zoom, Houseparty, Microsoft teams

3. Manažment zákaziek (inzercie)

- Samotné realitné portály kde inzerujem (Nehnuteľnosti.sk, Topreality.sk, Reality.sk, Bazos.sk, Byty.sk, Chaty.sk, Reality.sme.sk a iné)
- Špecializovane realitné programy (Realssoft, Viareal, Realvia, Backoffice alebo custom SW veľkých realitných sietí)
- Iné svetové CRM (customer relationship management) systémy na správu obchodných prípadov (Copper, Insightly, Less Annoying CRM, Nimble, Keap, Piperdrive, Freshsales, Capsule, Streak, Bitrix24 a iné), resp. CRM úzko špecializované na realitný biznis (HubSpot CRM, Zilloe Premier Agent CRM, Agile CRM, Streak CRM for real Estate, Apptivo, Bitrix 24)



4. Automatizácia v realitných službách a efektívne nástroje pre makléra



AUTOMATIZÁCIA

- aktualizácie inzercie
- emailovej komunikácie
- vytvorenia inzerátu a zmluvy
- tlačenej formy inzercie - „vývesky“
- procesného workflow obchodného prípadu
- sledovania nákladov na obchodný prípad
- sledovania výkonnosti maklérov
- starostlivosti o klienta aj mimo aktívnej spolupráce na obchodnom prípade

Softvéry a mobilné aplikácie hodné pozornosti realitného makléra

- Pôdorysy: MagicPlan, Room Scan Pro, Floor plan creator, Grapholite Floor Plans, Room planner, Planner 5D
- 3D virtual tour: My360, Kuula, Cloudpano, Matterport, Eyespy360, Cupix, RoundMe, Klapyt, Conclusion

Slovenské portály aktuálne podporujú najmä : Matterport, Vieweet, iStaging, Momento 360

- Videoobhliadky: YouTube, Vimeo

