

بنام خدا

مطالب آموزشی کانال ملک آموز



اولین پایگاه آموزشی املاک در ایران

[www.melkamooz.com](http://www.melkamooz.com)

این جزوه بنام موسسه ملک آموز به ثبت رسیده صورت انتشار و یا نکته برداری این جزوه پیگرد قانونی خواهد داشت

توجه نمایید مطالب مندرج در این جزوه بترتیب عنوان و موضوع نیست

## انواع ملک و تعاریف آنها از نظر املاک

از سری آموزش های کلی املاک انواع تقسیم بندی ملک ها را در ملک آموز مورد بررسی قرار می دهیم .

لازمه اولیه هر مشاور املاکی آشنایی با انواع ملک هاست .

ملک ها عمدتا دارای تقسیم بندی می باشند و کاربری یک ملک با توجه به نوع آن متغییر است.

مشاورین املاک عمدتا دارای رنج بندی های خاصی هستند که این رنج بندی ها بر اساس انواع ملک تعریف می شود . بعنوان مثال در مشاورین املاک رنجی بنام اداری تجاری وجود دارد که فقط روی ملک های اداری و یا تجاری فعالیت میکنند

توجه کنید

ممکن است از هر نظر تعاریف ما با اصل موضوع مغایرت داشته باشد اما در نظر داشته باشید که ما این تقسیم بندی و تعاریف آنرا از نظر شغل املاک بیان کردیم و با تعاریف تخصصی آن کاری نداریم . این تعاریف صرفا جهت آشنایی مشاورین بیان شده و در آموزش های پیش رو به این موضوع تخصصی تر می پردازیم.

۱-زمین

به محلی که درون آن هیچ گونه بنایی احداث نشده باشد زمین گفته می شود زمینها دارای کاربری های مختلفی می باشند که در ادامه آموزشهای ملک آموز به آن اشاره خواهد شد . زمین ممکن است بر اساس نوع محل ویژگی های متغیری داشته باشد بعنوان مثال در ارتفاعات امکان دارد تپه گونه باشد و یا بر اثر فرسایش پستی و بلندی داشته باشد.

## ۲- آپارتمان:

به مجموع واحدهایی که در یک یا چند ساختمان واقع شده و از نظر راه پله، ورودی اصلی و گاهی پارکینگ و حیاط با یکدیگر مشترک هستند بنای آپارتمانی گفته می شود. آپارتمانها معمولا دارای ۲ طبقه و بیشتر بنا می باشد که اغلب بصورت اداری، تجاری و یا مسکونی مورد استفاده قرار میگیرد.

## ۳- کلنگی:

به ملکی اطلاق میشود که غیر قابل استفاده بوده و می بایست مجددا تخریب و نوسازی شود. عمر ملک در ایران متاسفانه بسیار کم است و ملک ها خیلی زود کلنگی میشوند.

## ۴- ویلایی

به ملک هایی گفته میشود که عمدتا محل زندگی یک یا نهایتا ۲ خانوار باشد و دارای حیاط باشد. عمدتا کلنگی های قابل یکونت را ویلایی می گویند ویلا های مسکونی درون بافت شهری از شکل و شمایل خاصی برخوردار است با ذکر یک مثال به ملکهای مسکونی ۲ واحدی و تکواحدی که دارای ۲ طبقه و کمتر باشد ملک ویلایی گفته میشود.

## ۵- مستغلات:

به ملکهایی که بصورت دربست برای استفاده یک خانواده و یا یک شرکت ویا تولیدی استفاده می شود مستغلات گفته می شود. در کار املاک عمدتا به ملکهایی که بصورت یکجا فروخته و یا اجاره داده می شود مستغلات گفته می شود

#### ۶- ملک اداری:

به واحدی که اغلب بصورت آپارتمانی باشد و مجوز لازم اداری را از شهرداری منطقه اخذ کرده باشد که بصورت اداری استفاده شود ، ملک اداری گفته میشود . ملک های اداری نصب تابلو را در محل مربوطه دارند و عمدتاً رفت و آمد آنها از داخل ملک انجام می شود . آرایشگاه ها ، آموزشگاهها و مراکز اداری که در سطح شهر بارها دیده اید که در ملکی موجود است و رفت و آمد آنها از داخل ملک و دارای تابلو هستند عمدتاً یا دارای سند اداری هستند و به این ملکها اداری گفته می شود. اخذ مجوز اداری از شهرداری دارای شرایط خاصی است

#### ۷- ملک تجاری

به محلی که در یک ملک مشرف به خیابان است و در آن اقدام به کار های تجاری می کنند و دارای مجوز تجاری از شهرداری مربوطه می باشند را ملک سند تجاری می گویند . مغازه ها عمدتاً دارای سند تجاری می باشند اما ملک هایی نیز وجود دارد که رفت و آمد آنها از داخل ملک است و دارای سند تجاری هستند. ملک های تجاری نیز مجوز نصب تابلو در محل ملک خود را دارند و فرق بینملک های اداری و تجاری نوع فعالیت آنهاست . مثلاً در ملک اداری امکان فروش جنس وجود ندارد و لی ملک های دارای سند تجاری می توانند اقدام به فروش اجناس کنند. اخذ مجوز تجاری از شهرداری دارای شرایط خاصی است.

#### ۸- مغازه

مغازه ها همان مشخصات ملک های تجاری را دارد با این فرق که یک مغازه می بایست حتماً به بیرون دسترسی مستعمل داشته باشد و داخل آن کاملاً دیده شود اما ملک تجاری در طبقات قرار دارد و میتواند ورودی مشاع داشته باشد.

#### ۹- ملک مسکونی با موقعیت اداری و تجاری

به املاکی که دارای کاربری مسکونی بوده و موقعیت آن بر خیابان ها و مکان های پر تردد باشد ملک دارای موقعیت اداری گفته می شود. بعضی از مشاغل نیاز به مجوز اداری و یا تجاری را ندارند که معمولا این نوع مشاغل در ملک های مسکونی با موقعیت تجاری و اداری فعالیت می کنند. بعنوان مثال وکلا، مراکز درمانی از جمله کلینیک ها و در مانگاهها و داروخانه ها از این نوع مشاغل است.

#### ۱۰- مجتمع

به ملکهای آپارتمانی پر واحد که دارای حداقل ۲۰ واحد با مشاعات مربوطه باشد مجتمع گفته می شود. در عصر کنونی با توجه به افزایش جمعیت زندگی بسوی مجتمع نشینی حرکت می کند. داشتن هیئت مدیره نظم ساختمانی، دارا بودن قوانین و امکانات خاص، موجود بودن نگهبان و سرایدار از جمله ویژگی های یک مجتمع است. مجتمع ها اغلب بصورت مسکونی و یا اداری تجاری استفاده می شود

#### ۱۱- مجتمع مسکونی

به مجموعه ای از واحد های آپارتمانی بالاتر از ۲۰ واحد که فقط جهت سکونت استفاده میشود مجتمع مسکونی گفته می شود. مجتمع های مسکونی نیز دارای امکانات ویژه از جمله لابی مشاعات وسیع و ... می باشند.

#### ۱۲- مجتمع اداری

به تجمع چندین واحد اداری در یک مجتمع که از آن بعنوان اداری استفاده میشود مجتمع اداری گفته می شود. مجتمع های اداری عمدتاً دارای امکاناتی خاص می باشند که از جمله آن به تابلوهای راهنما و اعلانات، محل نصب تابلو و ... می توان اشاره نمود.

#### ۱۳- مجتمع تجاری ((پاساژ))

به ملک هایی که دارای چندین باب مغازه باشد مجتمع تجاری و یا پاساژ گفته می شود. پاساژها عمدتاً دارای ویژگی خاص و به صورت اختصاصی برای یک شغل و یا بصورت مختلط نیز استفاده می شود.

#### ۱۴- مجتمع اداری تجاری

به مجموعه ای مختلط از چندین طبقه تجاری و چندین طبقه اداری مجتمع گفته می شود. معمولا ترکیب تجاری و اداری با هم ساختمانی ویژه با امکانات ویژه را برپا خواهد کرد.

#### ۱۵- برج

به اپارتمانهای بلند مرتبه دارای طبقات بیش از ۵ تا ۶ طبقه که دارای امکانات ویژه باشد برج گفته میشود. برج ها عمدتا دارای امکانات مجتمع ها و برق اضطراری ، آسانسورهای ویژه برای نفر بری و باربری و لابی من و پله های فرار و امکانات ویژه آتش نشانی می باشد. برج ها نیز بصورت اداری تجاری و یا مسکونی استفاده می شود.

#### ۱۶- برج باغ

به برجی که عمدتا دارای کاربری مسکونی باشد و امکانات از جمله مکان تفریحی پارک بازی کودکان ،سالن های اجتماعات، داشتن امکانات تجاری از جمله داشتن سوپر مارکت بانک و دیگر مشاغل در برج باشد برج باغ گفته می شود. در ساخت برج باغ عمدتا ۷۰٪ فضا می بایست صرف امکانات مشاعی و ۳۰ درصد صرف بنا شود. به ملک هایی مجوز برج باغ داده می شود که دارای حداقل ۲۰۰۰ متر زمین باشد

#### ۱۷- باغ

به محلی که بنایی کوچک در آن وجود داشته و باقی ملک دارای درخت های فراوان باشد باغ گفته می شود. باغ ها عمدتا در حومه شهر واقع شده و یا در محله های قدیمی وجود دارد.

#### ۱۸- انبار

به محلی که جهت دپو کردن اجناس به منظورهای مختلف استفاده می شود انبار میگویند. انبارها نیز دارای تقسیم بندی خاصی هستند که مرغوبیت انرا نوع تهویه هوا دسترسی در طبقات و موقعیت دسترسی جهت بارگیری مشخص می کند.

## آموزش جهت شناسی ملک

از سری آموزش های مشاورین املاک امروز به یکی از مهمترین مباحث ملکی که دانستن آن لازمه کار هر مشاوره هست می پردازیم.

از گذشته تا کنون جهت یابی امری مهم در هر صنعتی بوده است بعنوان مثال از آموزش های تحصیلی گرفته تا آموزش های نظامی و غیره ... همواره جهت شناسی را آموزش میدهند. اما اهمیت این موضوع در شغل های مرتبط با املاک بیشتر به چشم می خورد . در نوبت اول این جهت شناسی برای دانستن موقعیت هر ملک دارای اهمیت است و پس از آن برای دانستن جهت نورگیر هر ملک که در آموزش های بعدی قرار میدهم حائز اهمیت است.

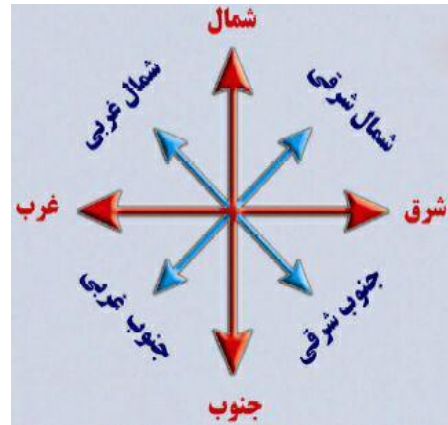
### جهت یابی ملک

ملکها عمدتاً در جهت های مختلف ساخته می شوند که این جهت ها بسته به نوع خیابان کشی کوچه بندی و محل وقوع زمین متغیر است. ملک ها از لحاظ جهت انواع مختلفی دارند در ابتدا نوع جهت ها می بایست مشخص شود که به روش زیر است

### جهت های اصلی و جهت های فرعی

اگر رو به شمال بایستیم، سمت راست مشرق (شرق، خاور)، سمت چپ مغرب (غرب، باختر) و پشت سر جنوب است. این چهار جهت راجهت های اصلی می نامند. بین هر دو جهت اصلی یک جهت فرعی وجود دارد. مثلاً نیمساز جهت های شمال و شرق، جهت شمال شرقی (شمال شرق) را مشخص می کند.

با دانستن یکی از جهت ها، بقیه جهت ها را می توان به سادگی مشخص نمود. مثلاً اگر به سوی شمال ایستاده باشید، دست راست شما شرق، دست چپ شما غرب، و پشت سر شما جنوب است. جهت شمال را با حرف N، جهت جنوب را با حرف S، جهت شرق را با حرف E و غرب را با W نشان می دهند



### آموزش جهت شناسی ملک

#### پیدا کردن نوع جهت

برای پیدا کردن جهت در موقعیتی که ایستاده ایم به چند روش می توان عمل نمود.

امروزه با وسایلی مانند قطب نما یا سامانه موقعیت یاب جهانی (جی پی اس) می توان به راحتی و با دقت بسیار زیاد جهت جغرافیایی را مشخص کرد، اما در نبود ابزار، دانستن روش های دیگر جهت یابی بسیار مفید و کاراست.

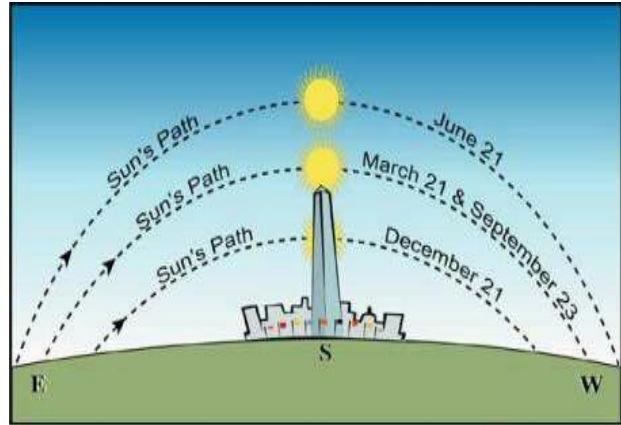
برخی روش های جهت یابی مخصوص روز، و برخی ویژه شب اند. برخی روش ها هم در همه مواقع کارا هستند. توجه شود که بسیاری از این روش ها کاملاً دقیق نیستند و صرفاً جهت های اصلی را به صورت تقریبی مشخص می کنند. اما برای شغل املاک دانستن همین مقدار کفایت میکند برای جهت های دقیق باید از قطب نما استفاده کرد، و میل مغناطیسی و انحراف مغناطیسی آن را هم در نظر داشت.

روش اول: جهت یابی به کمک موقعیت خورشید در آسمان

خورشید صبح از سمت شرق طلوع می کند، و شب در سمت غرب غروب می کند. پس در روز هر جا که خورشید باشد شرق جهت مقابلش غرب بالا شمال و پایین جنوب است و در عصر دقیقاً بالعکس روز است به همین ترتیب جهت های فرعی نیز مشخص می شود ناگفته نماند که خورشید همواره از شرق به غرب در حال حرکت است برای مثال در ظهر خورشید مستقیم می تابد. پس می توان گفت جهت یابی با استفاده از خورشید خیلی قابل اعتماد نیست.

جهت یابی با موقعیت خورشید





روش دوم: جهت یابی با سایه چوب

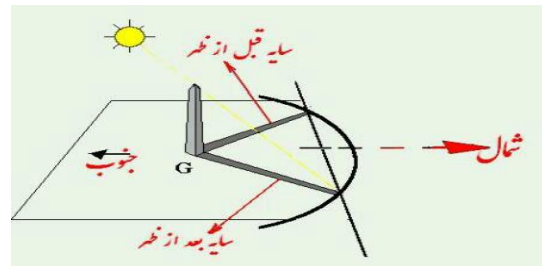
چوب یا میله‌ای صاف و راست (مثلاً شاخه نسبتاً صافی از یک درخت به طول مثلاً یک متر) تهیه کنید و به طور عمودی در زمینی مسطح و هموار و افقی فرو کنید.

روش اول: نوک (انتهای) سایه شاخص روی زمین را [مثلاً با یک سنگ] علامت گذاری می‌کنیم. مدتی (مثلاً ده-بیست دقیقه بعد، یا بیشتر) صبر می‌کنیم تا نوک سایه چند سانتیمتر جابه‌جا شود. حال محل جدید سایه شاخص (که تغییر مکان داده‌است) را علامت گذاری می‌نماییم. حال اگر این دو نقطه را با خطی به هم وصل کنیم، جهت شرق-غرب را مشخص می‌کند. نقطه علامت گذاری اول سمت غرب، و نقطه دوم سمت شرق را نشان می‌دهد. یعنی اگر طوری بایستیم که پای چپ‌مان را روی نقطه اول و پای راستمان را روی نقطه دوم بگذاریم، روبروی‌مان شمال را نشان می‌دهد، و رو به خورشید (پشت سرمان) جنوب است. از آن‌جا که جهت ظاهری حرکت خورشید در آسمان از شرق به غرب است، جهت حرکت سایه خورشید بر روی زمین از غرب به شرق خواهد بود. یعنی در نیم‌کره شمالی سایه‌ها ساعتگرد می‌چرخند. هر چه از استوا دورتر بشویم، از دقت پاسخ در این روش کاسته می‌شود. یعنی در مناطق قطبی (عرض جغرافیایی بالاتر از ۶۰ درجه) استفاده از آن توصیه نمی‌شود. در شب‌های مهتابی هم از این روش می‌توان استفاده کرد: به جای خورشید از ماه استفاده کنید

روش دوم (دقیق‌تر): محل سایه شاخص را زمانی پیش از ظهر علامت گذاری می‌کنیم. دایره یا کمانی به مرکز محل شاخص و به شعاع محل علامت گذاری شده می‌کشیم. سایه به تدریج که به سمت شرق می‌رود کوتاه‌تر می‌شود، در ظهر به کوتاه‌ترین اندازه‌اش می‌رسد، و بعد از ظهر به تدریج بلندتر می‌گردد. هر گاه بعد از ظهر سایه شاخص از روی کمان گذشت (یعنی سایه شاخص هم‌اندازه پیش از ظهرش شد) آن‌جا را به عنوان نقطه دوم علامت گذاری می‌کنیم. مانند روش پیشین، این نقطه سمت شرق و نقطه پیشین سمت غرب را نشان می‌دهد. در واقع هر دو نقطه سایه هم‌فاصله از شاخص، امتداد شرق-غرب را مشخص می‌کنند. با این‌که روش پیشین نسبتاً دقیق است، این روش دقیق‌تر است؛ البته وقت بیشتری برای آن لازم است. برای کشیدن کمان مثلاً طنابی (مانند بند کفش، نخ دندان) را

انتخاب کنید. یک طرف طناب را به شاخص ببندید، و طرف دیگرش را به یک جسم تیز؛ به شکلی که وقتی طناب را می‌کشید دقیقاً به محل علامت‌گذاری شده برسد. نیم‌دایره‌ای روی زمین با جسم تیز رسم کنید. وقتی سایه‌شاخص به حداقل اندازه خود می‌رسد (در ظهر شرعی)، این سایه سمت جنوب را نشان می‌دهد.

جهت یابی با سایه چوب



جهت یابی با ساعت عقربه‌دار

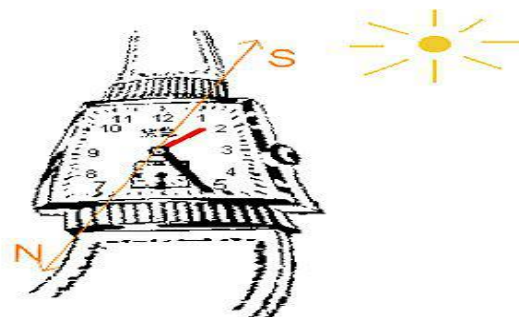
ساعت مچی معمولی (آنالوگ، عقربه‌ای) را به حالت افقی طوری در کف دست نگه می‌داریم که عقربه ساعت‌شمار به سمت خورشید اشاره کند. در این حالت، نیمساز زاویه‌ای که عقربه ساعت‌شمار با عدد ۱۲ ساعت می‌سازد (زاویه کوچک‌تر، نه بزرگ‌تر)، جهت جنوب را نشان می‌دهد. یعنی مثلاً اگر چوب‌کبریتی را [به طور افقی] در نیمه راه میان عقربه ساعت‌شمار و عدد ۱۲ ساعت قرار دهید، به طور شمالی-جنوبی قرار گرفته‌است.

نکات: این که گفته شد عقربه کوچک ساعت به سمت خورشید اشاره کند، یعنی این که اگر شاخصی [مثلاً چوب‌کبریت] ای که در مرکز ساعت قرار دهیم، سایه‌اش موازی با عقربه ساعت‌شمار و در جهت مقابل آن باشد. یا این که سایه عقربه ساعت‌شمار درست در زیر خود عقربه قرار گیرد. یا مثلاً اگر چوبی ده-پانزده سانتیمتری را در زمین به طور عمودی قرار دهیم، ساعت روی زمین به شکلی قرار گرفته باشد که عقربه ساعت‌شمار موازی با سایه چوب باشد. دلیل این که زاویه بین عقربه ساعت‌شمار و ۱۲ را نصف می‌کنیم این است که: وقتی خورشید یک بار دور زمین می‌چرخد، ساعت ما دو دور می‌چرخد (دو تا ۱۲ ساعت). یعنی گرچه روز ۲۴ ساعت است (و یک دور کامل را در ۲۴ ساعت طی می‌کند)، ساعت‌های ما یک دور کامل را در ۱۲ ساعت طی می‌نماید. اگر ساعت ۲۴ ساعته‌ای می‌داشتید، که دور آن به ۲۴ قسمت مساوی تقسیم شده بود، هر گاه عقربه ساعت‌شمار را رو به خورشید می‌گرفتید عدد ۱۲ ساعت همیشه جهت جنوب را نشان می‌داد.

این روش وقتی سمت صحیح را نشان می‌دهد، که ساعت مورد نظر درست تنظیم شده باشد. یعنی اگر در بهار و تابستان ساعت‌ها را نسبت به ساعت استاندارد یک ساعت جلو می‌برند، ما باید آن را تصحیح کنیم (ابتدا ساعت‌مان را یک ساعت عقب ببریم سپس روش را اعمال کنیم؛ یا نیمساز عقربه ساعت‌شمار را [به جای ۱۲] با ۱ حساب کنید). همچنین در همه سطح یک کشور معمولاً ساعت یکسانی وجود دارد، که مثلاً در ایران حدود یک ساعت متغیر است (ایران تقریباً بین دو نصف‌النهار قرار دارد؛ لذا ظهر شرعی در شرق و غرب ایران حدوداً یک ساعت فاصله دارد). ساعت صحیح هر مکان همان ساعتی است که هنگام ظهر شرعی در آن در طول سال، اطراف ساعت ۱۲ ظهر است.

در واقع برای تعیین دقیق جهت‌های جغرافیایی ساعت باید طوری تنظیم باشد که هنگام ظهر شرعی ساعت ۱۲ را نشان دهد.

جهت یابی با ساعت عقربه دار



آموزش جهت شناسی ملک

بعد از آموزش جهت یابی ، حال جهت ملک ها را خواهیم گفت:

انواع جهت ملک

ملک ها از لحاظ جهت به چند دسته تقسیم میشود که بترتیب زیر است:

ملک های یک بر

ملک های یک بر همان ملک هایی است که بین ۲ ملک واقع شده است و سمت چپ و راست این نوع ملک ها حق اشراف ندارد و ملک واقع شده است . این ملک ها با جهت های اصلی ساخته میشود انواع ملک های یکبر به این شرح است: شمالی، جنوبی، شرقی، غربی

ملک های شمالی

ملک هایی که سمت شمال کوچه یا خیابان ساخته شده باشد ملک شمالی گفته می شود . روش تشخیص آن یا بصورت موارد گفته شده در بالاست و یا میتوان از نوع ملک تشخیص داد . در ملک های شمالی معمولا حیاط رو به خیابان است یعنی ملک هایی که از حیاط وارد ساختمان میشوند را شمالی میگویند . البته گاهی پیش می آید که بدلیل اصلاح شدن زمین ملک بصورت ٪۱۰۰ ساخته شده و حیاط ندارد در این حالت چاره ای جز جهت یابی نداریم

ملک شمالی



آموزش جهت شناسی ملک

ملک های جنوبی

ملک هایی که سمت جنوب کوچه یا خیابان ساخته شده باشد ملک جنوبی گفته می شود . روش تشخیص آن یا بصورت موارد گفته شده در بالاست و یا میتوان از نوع ملک تشخیص داد . در ملک های جنوبی معمولا حیاط پشت ملک واقع شده است یعنی ملک هایی که ابتداوارد ساختمان شده و سپس به حیاط وارد میشویم را جنوبی میگویند . البته گاهی پیش می آید که بدلیل اصلاح شدن زمین ملک بصورت %۱۰۰ ساخته شده و حیاط ندارد در این حالت چاره ای جز جهت یابی نداریم

نمونه ملک جنوبی



## آموزش جهت شناسی ملک

### ملک های شرقی و غربی

ملک هایی که سمت شرق یا غرب کوچه یا خیابان ساخته شده باشد ملک شرقی و یا غربی گفته می شود . ملک های شرقی و غربی را فقط میتوان با جهت یابی مشخص نمود چون دارای ویژگی های متغیر است روش تشخیص آن یا بصورت موارد گفته شده در بالاست . البته به گونه ای میتوان از جهت قرار گیری ملک های مجاور شرقی و غربی بودن یک ملک را تشخیص داد . بعد از پیدا کردن ملک شمالی و یا جنوبی مجاور مسلما طبق آموزش های بالا راحت میتوان تشخیص داد که این ملک شرقی و یا غربی است

### ملک های ۲ نبش یا ۲ بر

ملک های ۲ بر همان ملک هایی است که معمولا نبش خیابان و یا کوچه واقع شده و یکطرف مشرف به خیابان است و طرف دیگرش ملک واقع شده است . این نوع ملک ها حق اشراف به ۲ طرف را دارند . این ملک ها با جهت های فرعی ساخته میشود.

جهت انواع ملک های دو بر به این شرح است: شمالی شرقی ، شمالی غربی ، جنوبی شرقی ، جنوبی غربی

### ملک های ۳ نبش یا ۳ بر

ملک های ۳ بر همان ملک هایی است که معمولاً ۳ نبش خیابان و یا کوچه واقع شده و از دو طرف مشرف به خیابان است و طرف دیگرش ملک واقع شده است. این نوع ملک ها حق اشراف به ۳ طرف را دارند. این ملک ها با جهت های فرعی ساخته میشوند.

جهت انواع ملک های ۳ بر بعنوان مثال به این شرح است: شمالی شرقی غربی

ملک های ۲ کله

نوع دیگری از ملک ها از لحاظ جهت ملک های ۲ کله است. ۲ کله به ملکی گفته می شود که از ۲ کوچه یا ۲ خیابان هم جوار حق اشراف دارد

جهت انواع ملک های ۲ بر بعنوان مثال به این شرح است: شمالی جنوبی و یا شرقی غربی

عنوان آموزش: فایل

اگر در رابطه با شغل املاک تحقیق کرده و بخواهید بدانید که مواردی که باعث برتری یک مشاور املاک از دیگر همکاران می شود چیست؟

بدون شک در اولین مورد به کلمه ای بنام فایل برخورد خواهید کرد.

این حقیقت را نه تنها مشاورین املاک میدانند بلکه فایل به واژه ای آشنا برای اغلب مشتریان تبدیل شده است.

به راستی نمی توان انکار کرد که لازمه ی یک مشاور حرفه ای املاک فایل مناسب است بطوریکه یک مشاور بدون داشتن فایل مناسب مانند اتومبیلی است که لاستیک ندارد حال اگر گران ترین و با امکانات ترین اتومبیل را در پارکینگ خانه خود داشته باشید بدون لاستیک یک متر هم حرکت نخواهد کرد.

فایل چیست؟؟

در مشاورین املاک به مجموعه ای از ملک ها که برای معاملات توسط مالک سپرده می شود فایل گفته می شود.

اما دلیل اینکه فایل در شغل املاک اهمیت دارد اینست که یک مشاور بدون داشتن فایل مناسب چیزی برای ارائه به مشتریان خود ندارد باید بدانید جنس شما فایل شماست و تنها چیزی که علاقه مشتری را برای مذاکره با شما تقویت می کند داشتن فایل های مناسب است.

فایل ها از دسته بندی های مختلفی تشکیل شده و دارای ویژه گی های متفاوت هستند.

دلیل اینکه بسیاری از مشاورین حتی با تجربه در پیدا کردن فایل عاجز هستند اینست که ویژگی های یک فایل خوب را نمیدانند و این تفکر اشتباه و غلط در آنها نقش بسته است که فایل خوب فایلی است که دارای امکانات کامل باشد .

اما باید بگوییم همین طرز تفکر باعث می شود که شما در داشتن فایل خوب ضعف داشته باشید چرا که ویژگی های یک فایل خوب را نمیدانید.

و اما مورد بعدی که در مالکیت یک فایل نقش مهمی دارد روش های پیدا کردن فایل است که متأسفانه اغلب مشاورینی که در املاک ها مشغول به کار هستند روش های یافتن فایل را نمیدانند بنا بر این در یافتن فایل اغلب دچار ضعف هستند.

## انواع فایل

فایل ها در مشاور املاک به ۴ دسته تقسیم می شوند که بترتیب عبارت است از :

۱-فایل های شخصی مشاور

۲-فایل های شخصی دفتر املاک

۳-فایل های معرفی شده توسط همکاران

۴-فایل های عمومی که از منابع مختلف توسط املاک اخذ می شود

بی شک بهترین و مرغوب ترین نوع فایل مواردی است که فقط به مشاور سپرده می شود و باعث می شود تا مشاور از سایر همکاران خود متمایز شود.

در ادامه ابتدا ویژه گی های یک فایل مناسب را بررسی میکنیم و سپس راههای پیدا کردن فایل مناسب را ارائه خواهیم کرد.

قصور شما بابت روش های کاری غلط باعث عدم نتیجه گیری خواهد شد.

بسیاری از مشاورین به روش های سنتی دائما مشتریهای خود را دسته بندی کرده و با توجه به بودجه آنها برای مشتریان فایل پیدا میکنند.

در همین نقطه بزرگترین اشتباه را مرتکب شدید .

شما می بایست یک فایل مناسب پیدا کرده و برای فایل خود مشتری پیدا کنید نه اینکه برای مشتری به دنبال فایل بگردید. این بدین معنی است که قدم اول برای کارتان پیدا کردن فایل مناسب است وقتی شما فایل مناسب داشته باشید مطمئن باشید مشتری آن فایل را پیدا خواهید کرد.

یک فایل مناسب فایلی نیست که نوساز باشد یا تمامی امکانات را داشته باشد.

ارزش یک فایل مناسب را بر اساس ارزش امکانات یک ملک نسبت به قیمت می سنجند.

یعنی اگر یک ملک امکانات کامل داشته باشد اما قیمت فایل متناسب با موقعیت و امکانات ملک نباشد فعالیت کردن روی این فایل اشتباه است حتی اگر این ملک بهترین نقشه را داشته باشد.

فایلی که از نظر امکانات کسری دارد اما قیمتی متناسب با شرایط ملک را دارد برای فعالیت مناسب تر است .

فایل ها عمدتا تفاوت های زیادی نسبت به هم دارند.هیچ گاه نمیتوان ملک ها را با هم مقایسه نمود ملک ها از نظر امکانات،نقشه،نورگیر،مشاعات،. منطقه،موقعیت،مترائژ،متریال و ..... متفاوت هستند.

خریداران عمدتا در جستجوی ملکی با شرایط خواص هستند.شما میبایست همواره فایلی را انتخاب نمایید که برای خریدار جذابیت داشته باشد و خریدار برای خرید آن وسوسه شود.

یعنی فایل های نوساز و با امکانات کامل بسیار زیاد است اما شما در فروش فایلی موفق خواهید بود که نسبت به فایل های دیگر دارای برتری محسوس باشد.هر ملکی که فایل آن بدست شما میرسد بزودی فروخته خواهد شد.

ثانیه ها ، دقیقه ها ، ساعت ها ، روزها ، ماه ها ، سالها و..... در حال گذر است.

این واقعیت را قبول کنید فایلی که از نظر شما افتضاح است روزی توسط یک مشاور دیگر به فروشنده کنونی فروخته شده است . این بدین معنی است که حتی بدترین فایل ها نیز فروخته خواهد شد .



اگر در خیابان ها و کوچه های اطراف خود قدم بزنید خواهید دید که حتی زشت ترین ، بدترین ، بی امکانات ترین ملکها نیز خالی نمانده است و خانواده ای درون آن سکونت می کند.

عده ای از مشاورین یاد گرفته اند که دائما از کمبود فایل گله کرده و زمین و زمان را به آتش بکشند که فایل خوب وجود ندارد.

باید به این دسته از مشاورین عرض کنیم آیا وقت آن نرسیده که در نگرش خود تغییر ایجاد کنند؟

آیا ضعف شما از عدم آموزش نیست؟؟؟

آیا شما معنای فایل خوب را میدانید؟؟؟

فروش هر ملکی شگردهای خواص خود را دارد هیچ گاه عدم توانایی خود را بر گردن بازار خراب و کمبود امکانات نگذارید .

کمی جستجو کنید راه فروش هر ملک را پیدا خواهید کرد .

#### فایل یابی

همانطور که اشاره کردیم نقطه قوت یک مشاور حرفه ای در ابتدا داشتن فایل مناسب است و شاید این سوال در ذهن شما پیش بیاید که فایل خوب را از کجا پیدا کنیم.

امروزه شغل املاک تغییرات زیادی با گذشته دارد در زمان های قبل مشتریان فایل های خود را به مشاورین املاک سپرده و اختیار فروش و یا اجاره ملک را بر عهده املاک می گذاشتند و درجه کیفی یک املاک بر اساس میزان فایل ها و مشتریان حضوری سنجیده می شد و هر مشاور املاکی که از قدمت بیشتری برخوردار بود و اعتبار بیشتری داشت مسلما دارای فایل بیشتری بود.

اما در زمان کنونی شیوه های کاری عوض شده است و مسائل زیادی روی شغل املاک تاثیر گذاشته است

اولا تعداد مشاورین املاک بسیار زیاد شده است بطوریکه در گذشته در یک محل یک مشاور املاک وجود داشت و مشتریان به ناچار برای معاملات خود می بایست به همان املاک مراجعه می کردند اما اکنون مشتریان قدرت انتخاب

های زیادی دارند چرا که امروزه در یک خیابان چندین املاک است و مشتریان مجبور به مراجعه به یک املاک نیستند.

دوما با وارد شدن شغل املاک در فضای مجازی ، تمایل مشتریان جهت مراجعه حضوری کمتر شده و زندگی ماشینی امروزه در شغل ما تاثیرات زیادی گذاشته است.

اگر بخواهیم مثال بزیم دلایل زیادی در این مورد وجود دارد پس یک مشاور حرفه ای برای یافتن فایل میبایست روشهای مختلفی را بکار ببندد تا فایلینگ قوی داشته و خود را از دیگران متمایز کند.

#### فایل یابی

روش هایی که باعث می شود مشاورین حرفه ای فایلینگ قوی داشته باشند عبارت است از:

۱- تجربه کاری

۲- استفاده از آگهی ها و اطلاعیه ها

۳- استفاده از تماس ها

۴- سازندگان

۵- نگهبانان

۶- فایل یاب

۷- احیای فایل ها

تجربه کاری

یکی از مهم ترین توصیه ها به مشاورین این موضوع است که اگر تازه کار هستید در انتخاب املاک محل فعالیت خود بسیار دقت کنید. در آموزش های بعدی حتما خواهیم گفت که یک مشاور املاک خوب میبایست چه ویژگی هایی داشته باشد.

اما اگر مشاوره با سابقه هستید تحت هیچ عنوان املاک خود را عوض نکنید چرا که بهترین مکان برای فعالیت شما املاکی است که در آن سالها کسب تجربه کرده اید و به نوعی اعتبار پیدا کرده اید.

مهم ترین منبع فایل یک مشاور تجربه اوست بطوریکه شما بعد از چندین سال کار حرفه ای در مشاور املاک با استفاده از مشتریان خود بدون زحمت فایل ها و مشتریانی به شما داده می شود که این فایل ها شخصی و فقط متعلق به شماست.

بعد از مدتی چنانچه اصول حرفه ای مشاوره را درست انجام داده باشید فایل و مشتری به راحتی در اختیار شما قرار میگیرد و شما فقط اقدام به وصل آن میکنید.

پس تا می توانید کسب اعتبار کنید و از خود در ذهن مشتریانان خاطرات مثبت درج کنید و به این باور برسید که هیچ ابزاری به اندازه تجربه کاری شما بستر موفقیت را برایتان فراهم نخواهد کرد.

یکی از چهل کلید موفقیت در هر کاری همین است.

استفاده از اطلاعاتی ها و آگهی ها

سعی کنید همیشه تبلیغات را در اولویت کاری خود قرار دهید و خود را بعنوان یک مشاور فعال در منطقه معرفی کنید.

لازم نیست برای این کار از تبلیغات پرهزینه استفاده نمایید شما میتوانید با استفاده از تراکت های ارزان و پخش آن در محدوده کاری خود نام خود را در ذهن مشتریان درج کنید.

استفاده از تبلیغات مجازی را از دست ندهید از هر فرصتی برای تبلیغ استفاده کنید.

بسیاری از سایت ها و نرم افزار ها بصورت رایگان تبلیغات را ارائه میدهند . از تمامی آنها استفاده کنید آگهی در فضای مجازی برای شما هیچ ضرری نخواهد داشت.

پیشنهاد ما به شما اینست که حتی اگر برای آگهی های مجازی هزینه دریافت کردند این هزینه را پردازید .

لیستی از مشتریان خود تهیه کرده و با استفاده از سامانه های پیامکی درمناسبت های مختلف به آنها پیامک بفرستید.

بزودی حسرت خواهید خورد که چرا زودتر این اعمال را انجام ندادید

استفاده از تماس ها

باهوش باشید !!!

بسیاری از تماس هایی که با شما گرفته می شود از جانب اشخاصی است که خود فروشنده و یا موجر هستند و قصد معین کردن قیمت ملک خود را دارند.

شما می توانید با سوالی ساده به این موضوع پی ببرید. بعنوان مثال از شخصی که برای خرید یا اجاره با شما تماس میگیرد سوال کنید که آیا برای خرید ملک جدید می بایست ملکی را بفروشند یا پولشان نقد است یا در اجاره افرادی هستند که خودشان صاحب خانه یکخواه هستند و قصد دارند ملک خود را اجاره داده و ملک بزرگتری اجاره کنند ، این موضوع را صادقانه سوال کنید و اگر پاسخشان مثبت بود بلافاصله پیشنهاد دهید که حاضر هستید ملکشان را به رایگان کارشناسی کنید .

بعد از کارشناسی توضیح دهید که اگر ملکشان را به مشاور دیگری نسیارند ، شما می توانید سریع تر اقدام به فروش یا اجاره ملکشان کنید و از طرف دیگر اگر ملکشان در چندین املاک فایل شده و به یک مشتری معرفی گردد ، در ذهن مشتری تاثیر بدی خواهد داشت.

خواهید دید که اکثر مالکین از این موضوع استقبال می کنند و این روش نیز می تواند منبع فایل خوبی برایتان باشد. این هوش شماست که آینده شما را رقم خواهد زد.

سازندگان

تعامل یک مشاور حرفه ای با سازندگان می بایست بسیار قوی باشد.

همواره لیستی از سازندگان تهیه کنید و بطور مداوم سعی نمایید با آنها در تماس باشید و از هر روشی چه بصورت تماس یا پیامک خود را در ذهن آنها درج کنید.

یک دندان پزشک از افرادی درآمد کسب میکنند که دندانهای خراب داشته باشد و اشخاصی که دندان سالم دارند دلیلی برای مراجعه به دندان پزشک ندارند.

سازنده ها در املاک مانند اشخاصی هستند که دندان خراب دارند و به دندان پزشک مراجعه میکنند.

سازندگان همواره مشتریان ثابت شما هستند و شما می بایست روابط خود را با آنها قوی کنید.

حتی با کمترین هزینه می توانید از فضای مجازی استفاده کرده و برای سازندگان متنی را ارسال کنید که چنانچه فایلی برای فروش دارند برای شما ارسال کنند

این خود منبع بسیار قوی فایل برای یک مشاور است

## نگهبانان و سرایدارها

اگر میخواهید فایل‌های شخصی و دست اول همیشه نصیب شما شود میبایست با نگهبانان ساختمان‌های نوساز و سرایدارهای ساختمان‌های چندساله ارتباط برقرار کنید.

اولین شخصی که از خالی شدن هر ملک آگاه می‌شود سرایدار ساختمان است.

برای ایجاد رابطه با سرایدارها از طریق رابطه برد برد استفاده کنید یعنی فایل در قبال حق الزحمه

دسته ای از کارت‌های شخصی خود را با درج شماره تلفن همراه خود محیا کرده و به مجتمع‌های بزرگ مراجعه کنید کارت خود را به سرایدار بدهید و به او بگویید در قبال هر فایل اجاره ای که به شما بسپارد فلان مبلغ و هر فایل فروش فلان مبلغ به او میدهید.

حتما مبلغ تعیین کنید

بعنوان مثال برای فایل اجاره ۵۰ هزار تومان و فایل فروش ۱۰۰ هزار تومان

جدا از اینکه به ساختمان‌ها مراجعه می‌کنید همیشه کارت خود را به همراه داشته باشید و در بازدید‌های روزمره خود به هر ساختمانی که مراجعه کردید کارت خود را به سرایداران بدهید.

رابطه شما با سرایدارها از طرفی باعث می‌شود فایل‌های عالی بدستتان برسد و از طرفی از لحاظ بازدید بیمه خواهید بود و خیالتان راحت است در هر ساعت از شبانه روز و حتی روزهای تعطیل هم از نظر بازدید مشکلی نخواهید داشت.

بلافاصله بعد از عقد قرارداد هم حتی اگر شده از حساب شخصی خود حق سرایدار را بدهید چرا که این موضوع برای او انگیزه می‌شود و شما را به دوستان خود که در ساختمانهای دیگر سرایدار هستند نیز معرفی خواهند کرد. بعد از مدتی خواهید دید که این عمل شما باعث می‌شود بدون تلاش کردن روزانه چندین فایل به شما سپرده شود و منبع دائمی از فایل‌ها نصیبتان خواهد شد.

فایل یاب

بی شک امارات یکی از کشورهایی است که بهترین و پیش‌رفته‌ترین مشاوران املاک را در دنیا دارد .

حتما تا بحال تبلیغات مشاوران املاک در دبی یا دیگر شهرهای امارات را دیده اید.

یک نکته بسیار جالب اینست که با تحقیق تیم ملک آموز از مشاوران املاک در امارات یکی از رموز موفقیت آنها را استخدام موتور سوارانی یافتیم که وظیفه آنها جمع آوری فایل است.

البته فایل یابی آنها کمی با فایل یابی در مشاورین املاک ایران متفاوت است ، چرا که امارات کشوری بسیار کوچک است و وظایف این فایل یاب ها اینست که به برج ها و مجتمع های بزرگ مراجعه کرده و مالک را برای عقد قرارداد انحصاری به املاک خود دعوت می کنند.

حال پیشنهاد ما به شما اینست که با همکاران خود مذاکره کنید و شخصی را پیدا کنید که دارای موتور سیکلت باشد و چند ساعت در روز بیکار باشد ، بعنوان مثال پیک هایی که در رستوران مشغول بکار هستند معمولا صبح ها وقت آزاد دارند.

بعد از پیدا کردن فایل یاب به او پیشنهاد دهید که در هفته ۳ روز به منطقه مورد نظر شما مراجعه کرده و شماره تماس مالکین خانه های نوساز یا خانه های خالی را برای شما جمع آوری کند و مبلغی را بعنوان حق الزحمه برای او در نظر بگیرید بعنوان مثال هفته ای ۱۰۰ هزار تومان که این مبلغ فی مابین شما و همکارانتان تقسیم خواهد شد و مبلغی نا چیز می شود.

مطمعنا با استخدام فایل یاب شما همواره منبعی غنی و بروز از فایل های مناطق مختلف را در اختیار خواهید داشت.

#### احیای فایل

فایل های گذشته همواره منابعی مهم هستند و در هر رنج کاری بسیار کارآمد!

تصور کنید فردی ۶ ماه قبل قصد فروش ملک خود را داشته است و بعد از چند روز از فروش آن منصرف شده و یا امکان بازدید ملک در آن زمان وجود نداشته و یا به هر دلیلی ملکش فروش نرفته است .

تماس شما با آن فرد بعد از ۶ ماه می تواند جرقه ای برای تصمیم او جهت فروش مجدد باشد و شما می توانید با اصول و منطق این فایل را برای خود تبدیل به فایل شخصی کنید.

یا در رنج اجاره مشاوران میبایست دائما در حال احیای فایل های سالهای گذشته باشند مثلا تصور کنید ۳ سال پیش آپارتمانی اجاره رفته و مستاجر بمدت ۳ سال قرارداد خود را تمدید کرده است و بعد از ۳ سال قصد تخلیه ملک مورد نظر را دارد.

اگر شما قبل از موعد تخلیه با مالک تماس بگیرید می توانید این فایل را تبدیل به فایل شخصی کنید.

احیای فایل را میبایست در طول هفته جزو برنامه کاری خود قرار دهید و منبعی از فایل های شخصی را قبل از تماس سایر همکاران رقیب خود از آن خود کنید.

قطعا روشهای زیادی برای قوی کردن فایل در مشاورین املاک وجود دارد که ما در این آموزش ۷ مورد از متداول ترین روش ها را به شما آموزش دادیم.

با استفاده صحیح از این ۷ روش اگر بتوانید روزی یک فایل شخصی بدست آورید می توان گفت مشاوره حرفه ای هستید چرا که برای حرفه ای بودن داشتن فایل بسیار مهم است.

امیدوارم با استفاده از آموزش های ملک آموز راه پیشرفت را برای خود فراهم کنید.

ملک آموز در کنار شما خواهد بود

### عنوان آموزش: متقاضیان املاک

یک مشاور حرفه ای در املاک چنانچه تمامی اصول شغل خود را رعایت کند اما متقاضی نداشته باشد مانند تنگی بدون آب در جایی گرم است که عملا تنگ بدون آب هیچ کارایی نخواهد داشت.

مثال فوق بیانگر اهمیت موضوع آموزش متقاضیان املاک است.

همانطور که پیدا کردن فایل در شغل ما حائز اهمیت است شناخت متقاضیان و روش های ارتباط و مذاکره با آنها نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است.

همانطور که قبلا اشاره کردیم در تمام دنیا مسکن جزو نیاز های اولیه هر انسان محسوب می شود بنابراین تقاضا برای رفع نیاز مسکن در تمام جوامع بسیار زیاد است. بطوری که مشاوران املاک را در صدر پردرآمد ترین مشاغل در جهان قرار داده اند اما در این بازار سهم مشاورینی که شناخت بیشتری بر متقاضیان مسکن دارند و روش های ارتباط و مذاکره با متقاضیان را یاد گرفته اند بیشتر است.

متقاضیان مسکن را عمدتا چند دسته تشکیل میدهند که عبارتند از:

۱-فروشنندگان

۲-خریداران

۳-موجرین

۴-مستاجرین

۵-سازندگان

۶-مشارکت کننده ها

۷-معاوضه کننده ها

۸-دلالتان

۹-بخر بفروش ها

یک مشاور حرفه ای برای پیشرفت نیاز دارد تا با تمامی گروه های متقاضی در ارتباط باشد که این روابط بر اساس رنج های کاری تقسیم بندی می شود

ابتدا نقش هر کدام از این گروه ها را بررسی خواهیم کرد

توجه داشته باشید که هر یک از مراجعین به مشاور املاک متقاضی محسوب می شوند این بدین معنی است که تمامی مراجعین به شما تقاضا و احتیاجی دارند که این احتیاج از جانب شما می بایست برطرف گردد.

نکته جالب تر اینجاست که این تقاضا مکملی را در متقاضیان ایجاد میکند که هر یک از آنها به هم وابسته هستند و این احتیاج از جانب آنها عمری دو طرفه است.

اگر نموداری رسم کنید و تمامی متقاضین را در این نمودار قرار دهید خواهید دید که احتیاج متقاضیان بهم وابسته است.

یعنی در اولین قدم تمامی متقاضیان احتیاج به مشاوره دارند و دلیل مراجعه و تماس آنها با شما همین است.

احتیاج دوم آنها متصل کردن متقاضیان به یکدیگر است.

شما میبایست فروشنده را به خریدار ، موجر را به مستاجر،سازنده را به مالک زمین و ..... متصل نمایید.

فروشنده از شما تقاضای خریدار دارد و خریدار از شما تقاضای فروشنده و این احتیاج امری دو طرفه هست.



وقتی از این دید به شغل‌تان نگاه کنید خواهید یافت که شغل شما در حله اول مشاوره است یعنی شما میبایست متقاضیان خود را برای انجام بهترین و سودآورترین معامله به سمت نیازشان راهنمایی کنید و در حله بعد کار شما متصل کردن است.

همه ما در بچگی پازل درست کرده ایم، شغل ما نیز دقیقا شبیه به پازل است شما میبایست در چیدن مهره ها در پازل مهارت داشته باشید که کدام خریدار را در مقابل کدام فروشنده یا کدام موجر را در برابر کدام مستاجر قرار دهید

#### نیاز متقاضیان:

متقاضیان مسکن عمدتاً به چند دسته تقسیم می شوند که یک مشاور حرفه ای میبایست در تشخیص و انتخاب درست مسیر مذاکره با هر نوع از متقاضیان مهارت ویژه ای داشته باشد.

در مذاکرات با هر متقاضی قدم اول تشخیص فکر متقاضی است که یک مشاور را به سمت موفقیت سوق خواهد داد.

در اولین قدم تشخیص دهید که نیاز یک متقاضی چیست تا مسیر ادامه مذاکره را تعیین نمایید. فرق زیادی است بین روابط شما با فروشنده ای که سریعاً به فروش ملک خود نیاز دارد یا فروشنده ای که قصد دارد ملک خود را فروخته و ملکی با شرایط بهتر خریداری کند و یا فروشنده ای که ملک خود را از سر شکم سیری برای فروش گذاشته است و فروش رفتن یا نرفتن ملک برایش چندان مهم نیست. فرق بسیاریست بین خریداری که برای سکونت در اولین فرصت نیاز به خرید ملک دارد یا خریداری که برای سرمایه گذاری اقدام به خرید ملکی میکند.

با رعایت اصول مذاکره و تشخیص نیاز متقاضیان می توانید تمامی ملک ها را بفروشید حتی اگر فروشنده ای از روی شکم سیری ملک خود را برای فروش گذاشته باشد. با رعایت اصول مذاکره میتوانید برای اکثر متقاضیان خود ملک خریداری کنید حتی اگر خریدار شما در مورد خرید ملک مصمم نباشد.

همانطور که قبل تر گفتیم این یک شعار نیست به کوچه ها و خیابان های اطراف محل فعالیت خود مراجعه کنید و یا سری به فایل های تاریخ گذشته خود بزنید خواهید دید که اکثر ملک ها فروخته شده است و در این بین سهم مشاورینی که اصول کار خود را رعایت کرده اند بیش از باقی افراد است.

سهم شما چقدر است؟!!!!!!

عنوان آموزش: متقاضیان املاک

مذاکره با متقاضیان:

در ادامه آموزش متقاضیان به بخش مذاکره با متقاضیان رسیدیم که یکی از مهم ترین بخشهاست.

رعایت اصول مذاکرات باعث پیشرفت بسیار چشم گیری در روابط شما خواهد شد.

برای مذاکره با متقاضیان ابتدا می بایست اصول اولیه مذاکرات را رعایت کرده و همانطور که گفتیم مذاکره با متقاضیان بستگی به تشخیص مشاور دارد.

حال در ابتدا اصول مذاکرات را خواهیم گفت که چگونه می توانید مذاکرات خود را با متقاضیان اثر بخش تر کنید.

حتما دیده اید برخی مشاوران املاک استعداد خاصی در صحبت کردن دارند، آن ها می توانند سر صحبت را به خوبی باز کنند و تا پایان مذاکره به خوبی با متقاضیان صحبت کنند. برای این افراد خیلی فرقی نمی کند آن ها در خیابان باشند یا دفتر و یا پشت تلفن و یا... و همچنین تفاوت زیادی ندارد که طرف مقابلشان مدیر باشد یا کارمند یا یک غریبه، آن ها می توانند به راحتی در همه جا با هر کسی ارتباط کلامی داشته باشند و با آن ها گرم بگیرند؛ اما چگونه این افراد موفق به برقراری ارتباط با هر قشری می شوند؟ مشاورین موفق، در مذاکره کردن مهارت خاصی دارند و برخی از آن ها این مهارت را یاد گرفته اند؛ بنابراین شما هم می توانید یاد بگیرید چگونه سر صحبت را باز کنید و موفق به اداره صحبت هایتان طی مذاکره با متقاضیان خود شوید.

مذاکره با متقاضیان:

شروع مذاکره: ارتباط برقرار کنید

۱- دوستانه باشید.

لبخند بزنید. این کار شاید به نظر ساده برسد ولی شما از نتیجه این کار متعجب خواهید شد

۲- مشاهده گر باشید

از زبان بدن طرف مقابل برای ارتباط با او استفاده کنید. همچنین زمانی را برای شروع صحبت کردن انتخاب کنید که فرد مورد نظر شما به چیز خاص دیگری متمرکز نیست.

اواسط مذاکره:

۳- محتاط باشید

یک سؤال عمومی کوتاه پرسید که جواب آن بله یا خیر باشد. سپس بر مبنای مشاهده خود از زبان بدن طرف مقابل شروع به صحبت در مورد موضوع خاصی کنید. همچنین شکایت کردن از اوضاعی خاص بهترین روش برای شروع صحبت است. مثلاً در مورد اینکه چند سال قبل چقدر قیمت مسکن افزایش پیدا کرد چند دقیقه بعد شما شاهد شکایتهای مختلفی از آن فرد در همین زمینه خواهید بود.

۴- خود را با آنها تطبیق دهید.

در مورد چیزیهای مرتبط با مسکن صحبت کنید. صحبت در مورد چیزی که قابل مشاهده نیست کمی گیج کننده است.

۵- آرام باشید

هر مذاکره‌ای می‌تواند لذت بخش باشد. در طی مذاکره آرام باشید و به خاطر داشته باشید هدف شما از مذاکره برقراری ارتباط است نه ایجاد تنش و دعوا.

۶- مراقب باشید

اگر متوجه شدید که مذاکره یک طرفه است و فقط شما دارید صحبت می‌کنید، یک سؤال پرسید. به جای انتشار ایده‌هایتان سعی کنید تمرکز خود را روی این موضوع که طرف مقابل چه نظری دارد تمرکز کنید.

پایان: برای برقراری ارتباط، فرصت مجدد ایجاد کنید.

#### ۷- آگاه باشید

ارتباط یا عدم ایجاد ارتباط را تشخیص دهید. اگر مذاکره کمی طول کشید این به این معناست که ارتباط دوطرفه وجود دارد و شما توانسته‌اید با طرف مقابل ارتباط برقرار کنید. اگر مشخص شد یکی از دو طرف علاقه خاصی به ادامه مذاکره ندارد خیلی مؤدبانه مذاکره را به پایان برسانید.

#### ۸- خوش برخورد باشید

مؤدبانه مذاکره را پایان دهید. کارت ویزیت خود را به طرف مقابل بدهید و اگر تلفنی مذاکره میکنید بگویید خوشحال می‌شوید اگر او با شما تماس بگیرد. برای مذاکراتی که دیگر ادامه نخواهد داشت بگویید "از صحبت کردن با آن‌ها خوشحال شدید"

مذاکره برای بسیاری از افراد یک مهارت یاد گرفتنی است؛ بنابراین اگر مذاکره کننده خوبی نیستید با به کار بردن نکات بالا حرفه‌ای شوید.

#### موارد بسیار مهم در مذاکره با متقاضیان املاک

1. نقاط قوت و ضعف متقاضی خود را شناسایی کنید و هرگز طرف مقابل را گیج فرض نکنید.
2. سعی کنید عواطف و احساسات خود را کنترل کنید.
3. اگر در طی مذاکره در حال رسیدن به هدف هستید، مغرورانه رفتار نکنید. فراموش نکنیم که ما به دنبال کسب توافق هستیم نه پیروزی.

4. صادق باشید. اغراق کردن و پز دادن به ندرت می‌تواند مذاکره را پیش ببرد. لاف زدن و گیج کردن متقاضی رسیدن به توافق را سخت تر می‌کند هرگز نگوئید که چندین سال است که مشاور املاک هستید و یا در ماه چند قرارداد می‌نویسید این مطالب به متقاضی شما ربطی ندارد.

5. اگر تقاضایی مثل کاهش قیمت ملک و یا افزایش بودجه خریدار از طرف مقابل دارید در ازای آن چیزی به او واگذار کنید و بالعکس سعی کنید اگر در مواردی به طرف مقابل خود امتیازاتی می‌دهید مطمئن باشید که در مقابل

چیزی دریافت می کنید بعنوان مثال بگویید یک مقدار قیمت را کاهش بدهید مشتری با شرایط پرداخت بهتر برایتان پیدا می کند و یا اگر مقداری بودجه خود را افزایش دهید ملکی با امکانات بهتر برایتان پیدا خواهد کرد.

6. در زمینه دادن امتیاز حتما فکر کنید وعده ی سر خرمن به متقاضی خود ندهید و انتظار او را از مذاکره بدون جهت بالا نبرید.

7. عدم توافق خود را به صورت قطعی بیان نکنید تا طرف مقابل به ادامه بحث تشویق شود بطور قطع نگویید با این قیمت نمی توانم برای شما ملک مناسب پیدا کنم.

مذاکره با متقاضیان:

موارد بسیار مهم در مذاکره با متقاضیان املاک

1. با مطالبی که به آسانی قادر به مدیریت آن هستید شروع کنید قبل از مذاکره با متقاضی خود در رابطه با محدوده ملک فروشنده و یا محدوده درخواستی خریدار اطلاع کافی کسب کنید تا در صورت سوال کردن متقاضی بتوانید مذاکره را مدیریت کنید.

2. از تمامی طول مذاکره یادداشت بردارید وعده هایی که می دهید را حتما بنویسید تا در ارتباط بعدی علیه صحبت های قبلی خود صحبت نکنید.

3. در تمامی طول مذاکره فقط در ارتباط با سود متقاضی خود صحبت نکنید مثلا اگر با خریدار صحبت می کنید بگویید فروشندهگان نیز حق دارند و یا بالعکس.

4. از مطرح کردن سوالات بلی یا خیر قافل نشوید مثلا وسط مذاکره ناگهان سوالی پرسید.

5. قبل از انجام مذاکره واقعی، مذاکره را برای خود شبیه سازی کنید تا با ایفای نقش مخالف، آمادگی شما برای رویارویی با تعارضات احتمالی افزایش یابد و قافل گیر نشوید.

6. مذاکره را طولانی نکنید هر کجا احساس کردید متقاضی شما ساکت است و از مذاکره خسته شده پیشنهاد دهید تا در وقت دیگری با او تماس خواهید گرفت.

7. ایجاد ارتباط متقاضی قبل از انجام مذاکره گام اول موفقیت است. سعی کنید نقاط مشترکی بین خود و متقاضی پیدا کنید در برخی اوقات مردم به همشهریان خود بیشتر اعتماد میکنند.
8. حدس نزنید. اجازه دهید او درباره احساسات، اهداف و خواسته خود صحبت کند.
9. به طرف مقابل به تدریج و با احتیاط اطلاعات بدهید اگر تمامی اطلاعات خود را به متقاضی یکجا منتقل کنید جذابیتی برای ادامه مذاکره نخواهید داشت.
10. اگر طرف مقابل امتیازاتی به شما داد مثلا پیشنهاد شیرینی یا کمیسیون بیشتر و... شما نیز امتیازاتی بدهید تا وجهه تان را حفظ کنید مثلا بگویید در عوض محبت شما تلاش خودم را خواهم کرد.
11. سعی کنید به تدریج و آرام آرام به سمت اهداف مورد نظر پیش روی کنید همان اول مذاکره نگوید که قیمت ملکتان را کاهش دهید تا توی ذوق متقاضی بزنید.

مواردی بسیار مهم در مذاکره با متقاضیان املاک

زبان بدن گویای احساسات مشاور حرفه ای:

حرکات بدن انسان ها بیانگر احساسات و افکار آنان است. حتی اگر با زبان سر و کلماتی که به زبان می آورند سعی در مخفی کردن احساسات و افکار خود داشته باشند! باز هم زبان بدن شان، دست شان را رو می کند.

تحقیقات روانشناسان بیانگر این حقیقت است که در زمان یک گفتگوی رو در رو، یا مذاکره با متقاضیان املاک حتی از طریق تلفنی تنها 7 درصد از پیام ما از طریق لغات و کلمات انتخابی، به مخاطب منتقل می شود. 33 درصد مقصود ما از طریق لحن صدا، بلندی و کوتاهی صدا، افکت های صوتی و ... انتقال پیدا می کند. و 60 درصد، یعنی بیش از نیمی از پیام ما به وسیله حرکات بدن به مخاطب مان منتقل خواهد شد.

در اصول مذاکرات مبحثی بنام زبان بدن وجود دارد که شاید شما آنرا بی اهمیت بدانید اما حقیقت اینست که تمامی حرکات خواسته و ناخواسته شما که یک بیزینسمن هستید در مذاکره دارای اهمیت است، حال چه این حرکات حضوری باشد و یا تلفنی باشد.

حتما بارها برای شما اتفاق افتاده که با دوستانتان یا همسرتان تلفنی صحبت میکنید و از طرز صحبت با او متوجه می شود در چه شرایط روحی به سر می برد ، از تن صدای او میفهمید خوشحال است یا ناراحت و یا شخصی را می بینید و احساس میکنید که این شخص مضطرب است .

این همان زبان بدن است که شما بعنوان یک مشاور حرفه ای می بایست به بهترین شکل ممکن در مذاکرات خود با متقاضیان قواعدش را رعایت کنید حتی اگر تلفنی مذاکره میکنید حرکاتتان میبایست طبق قواعد مذاکره باشد تا در طرف مقابل تاثیر بگذارید و این قواعد عبارت است از:

#### ۱. حرکات طرف مقابل را زیر نظر بگیرید

زیر نظر گرفتن حرکات طرف مقابل یعنی سعی کنید زبان بدن، تن صدا و رفتار وی را تفسیر کنید. مثلاً اگر فرد روبرو به صحبت‌های شما علاقه مند شده باشد به جلو خم شده و حرکات شما را دنبال خواهد کرد. و اگر به پشت تکیه دهد و دست به سینه بنشیند سعی کنید راهی را برای بازگرداندن توجه وی پیدا کرده و متوجه شوید که چه چیزی اشتباه است.

#### ۲. سرتان را به علامت تأیید تکان دهید

این نکته از زبان بدن باراک اوباما رئیس جمهور آمریکا بدست آمده است: حتی وقتی که او درگیر بحث انتقادی یا مخالفت شدید افراد با خود است سرش را تکان داده و تماس چشمی اش را با طرف مقابل حفظ می کند. انجام این کار در مذاکرات تنش را از بین برده و حتی در حین بحث‌های شدید باعث همگرایی می شود.

#### ۳. به دستان خود توجه کنید

افراد وقتی عصبی هستند یا استرس دارند معمولاً از دست‌هایشان مشخص است. وقتی در حال مذاکره هستید مطمئن باشید که دستانتان اعتماد به نفس و ثبات را مخابره می کند. بی‌قراری یا قفل کردن دستها به هم نشان می‌دهد که شما عصبی هستید. طرف مقابل ممکن است از این نکته استفاده کند. وقتی می‌خواهید با اعتماد به نفس نکته‌ای را بگویید سعی کنید دستانتان را کمی زیر سینه خود قرار داده و انگشتانتان را به هم نزدیک کنید.

۴. پاهایتان را محکم روی زمین قرار دهید

صورت شما، سر و دستانتان بخشهایی از بدنتان هستند که کاملاً واضح است که باید در حین مذاکره کنترل شوند، ولی پاهای چه؟ پاهایتان را محکم روی زمین قرار دهید تا آرامش خود را نشان دهید. این کار همچنین به طرف مقابل اطمینان می‌دهد که شما دمدمی مزاج نیستید و قرار نیست با او لجبازی کنید. این به خود شما هم اعتماد به نفس می‌دهد.

۵. بدنتان را ریلکس کنید

مذاکره می‌تواند تنش‌زا باشد، بنابراین حالت مناسبی را که بدنتان در آن ریلکس باشد پیدا کنید تا تنش را کاهش دهید. این زبان بدن را با زبان نرم و آرام و دوستانه صحبت کردن تکمیل کنید. این به ساختن اعتماد بین دو طرف کمک کرده و به مذاکرات موثرتر می‌انجامد.

۶. لبخند را فراموش نکنید

این مهم است که محیط خیلی پر تنش نشود. برای رسیدن به توافقی موفق که به مدت زیادی پایدار بماند راهی وجود ندارد جز اینکه هر دو طرف با هم دوستانه برخورد کنند. حتی اگر مذاکره شما بصورت تلفنی است دائماً احساس رضایت خود را با لبخند به فروشنده یا خریدار منتقل کنید.

۷. گارد باز بگیرید

خود را جذاب و خوشایند نشان دهید. تکیه داده و علاقه مندانه رفتار کنید و گارد خود را باز بگذارید. متقاضیان املاک تمایل دارند تا احساس کنند که به توافق دلخواهشان خواهند رسید، (یا حداقل حتی اگر به تمام اهدافشان نرسند بخشی از منافعشان تأمین خواهد شد). آن‌ها ممکن است دقیقاً به آنچه که می‌خواهند نرسند ولی می‌خواهند



مطمئن شوند که مشاورشان به احساسات و افکار آنها در مورد خواسته هایشان در مذاکره واقف است، و میخواهند احساس کنند هدف شما تخریب نیست بلکه مشاوره دقیق است.

#### ۸. خود را عصبی نشان ندهید

در حین مذاکره بی‌قرار نباشید. هر نشانه‌ای که شما را عصبی یا مضطرب نشان دهد می‌توان برای شما پرچم قرمز باشد. پاهای خود را تکان ندهید و روی زمین نکوبید، صورت خود را نیز زیاد لمس نکنید. شما می‌خواهید در مقابل طرف مذاکره تان آرام و با اعتماد به نفس به نظر برسید.

#### ۹. حالت چهره خود را آشکار نکنید

یک چهره به اصطلاح Poker Face (چهره‌ای که افراد در هنگام بازی پوکر باید به خود بگیرند تا طرف مقابل آنها متوجه احساس آنها نشده و نتواند بازی آنها را بخواند) برای شما لازم است. هرگز مانند یک قهرمان مذاکره نکنید مگر اینکه اسلحه در دستتان باشد. کار خود را انجام دهید، در مورد ملک مورد بحث اطلاعات و مدارک محکم در دست داشته باشید و با اطمینان صحبت کنید.

#### ۱۰. شکیبایی نشان دهید

در حین مذاکره وانمود کنید که با مادر بزرگتان در حال حرف زدن هستید. باید خیلی متمرکز شوید چون او آرام حرف می‌زند و مطمئناً لازم است که برای توضیح حرف‌هایتان صبور باشید چون موضوعاتی که برای شما واضح است (مثل فیس‌بوک و برنامه‌های موبایل) احتمالاً برای مادر بزرگتان غریب است تعجب نکنید اگر متقاضی شما در مورد

ملک اطلاعاتی هر چند ابتدایی را ندارد و یا اطلاعاتش غلط است دلیل مذاکره او با شما همین است چرا که شما راهنما و مشاور او هستید. روی طرف مقابل متمرکز شوید و به نیازهای او توجه کنید.

#### ۱۱. در مذاکرات حضوری تماس چشمی خود را حفظ کنید

اگرچه فاکتورهای زبان بدن دیگری نیز وجود دارند که ممکن است باعث شوند مهارتهای مذاکره شما محدود شود، اما زیانبارترین آن‌ها خدشه در تماس چشمی است. این مثل معروف که می‌گوید چشمها دروازه نفوذ به عمق افراد هستند در مورد ارتباطات مؤثر نیز صادق است. عدم حفظ تماس چشمی تلقی راحت نبودن و کمبود اعتماد به نفس و اطمینان را به طرف مقابل می‌دهد و این نقطه ضعف بزرگی برای یک مشاور املاک حرفه ای محسوب می‌شود. این حرکات را در مذاکرات فرضی تکرار کنید و کاملاً راحت باشید و آرامش خود را حفظ کنید و اعتماد بنفس را به طرف مقابل منتقل نمایید.

باور کنید که شما حرفه ای ترین مشاورى هستید که تا بحال دیده ام!!

تعجب نکنید من شما را باور دارم این شما هستید که خودتان را باور نکرده اید!!!!!!

#### روش های مذاکره با مشتریان

اولین گام یک مشاور حرفه ای، جهت داشتن مذاکره‌ای موفق با مشتریان خود، این است که بازار گرمی (به معنای سنتی آن) نکند یعنی به امید فروش ملک سیلی از اطلاعات را به سوی مشتری احتمالی روانه نسازد. مشاور موفق، مذاکره را همکاری در جهت کمک به مشتری می‌داند. ارائه ملک به شیوه سنتی بازار گرمی، به نوعی اتوبانی یک طرفه به سمت مشتری را تداعی می‌کند که تاثیر چندانی ندارد، چرا که واژه‌ها تکراری و حتی زیان بخش به نظر می‌رسند. به خاطر داشته باشید در فرآیند فروش، حتی المقدور از عبارات ادبی و تحت‌اللفظی پرهیز کنید. در بازار گرمی، مشتری احساس می‌کند با اطلاعات، ایده‌ها و ملک های فروشنده بمباران می‌شود که البته از این نوع مذاکره پاسخ مناسبی دریافت نمی‌شود، زیرا مشتریان با درماندگی، به دنبال بهانه‌ای برای مخالفت یا رهایی از معرکه می‌گردند.

شاید اگر به جای «بازار گرمی» از کلمه «پیشنهاد» استفاده کنیم بهتر باشد، در این صورت فرد تصور می‌کند در گفت‌وگویی شرکت می‌کند که فروشنده قصد کمک به وی را دارد. بازار گرمی واقعی، حرافی نیست بلکه درک نیازهای مشتریان احتمالی از طریق پرسش و پاسخ و ارائه راه‌حل‌های مناسب است.

بنابراین: مذاکره برای فروش، سخنرانی نیست بلکه گفت‌وگویی دو طرفه است.

قبل از پیشبرد فرآیند فروش باید با نکات این فرآیند به خوبی آشنا شوید:

مشاور حرفه‌ای باید اطلاعات زیادی در مورد خریدار بداند، در این صورت است که می‌تواند قیمت واقعی ملک را برای مشتری خود تعیین کند در غیر این صورت خریدار به فروشنده و ملکارائه شده اهمیت و وقت، نمی‌دهد.

گام بعدی تعیین اهداف و موضوع مذاکره است، از این طریق اطلاعات مورد نیاز به منظور افزایش احتمال فروش مشخص می‌شود. هدف، جلب نظر و موافقت مشتری احتمالی جهت مذاکره پیرامون راه‌های کمک به وی است.

قبل از هرگونه تماس با مشتری، مشاور باید تمامی تمرکز و رفتار خود را به سمت هدف معطوف کند همچنین اهداف وی باید بلند پروازانه و بزرگ باشد. به عنوان مثال «در پایان مذاکره تلفنی باید قرار جلسه بعدی با مشتری گذاشته شود» یا «در پایان مذاکره مشتری از من خریدی خواهد کرد». با ارائه درست ملک‌های پیشنهادی مشاور به مشتری و هم‌جهت با اهداف تعیین شده، فرآیند فروش کارآ و موثرتر پیش می‌رود.

#### روشهای مذاکره با مشتریان

مذاکره خود را با پرسش آغاز نمایید. به عنوان یک مشاور باید 20 درصد زمان خود را صحبت و 80 درصد آن را گوش کنید.

در مرحله مذاکره، ماموریت مشاور شناخت نیازهای مشتری است، به طوری که مشتری اطمینان یابد شما می‌توانید به وی کمک کرده یا حداقل بخشی از مشکلات را حل کنید. در این مرحله، بیشتر مشتری حرف می‌زند و مشاور تنها نقش یاری رسان را دارد و سخنی از قابلیت ملک‌ها به میان نمی‌آید، بنابر این به جای معرفی ملک و خصوصیات آن، سود و منافع مشتری مورد بحث است. گاهی صحبت از چگونگی کمک شما به دیگران، تاثیر منفی در مذاکره خواهد داشت، پس در این مرحله باید با مطالعه کافی و متناسب با خریدار سخن گفت.

هر مشاور باید به منظور حل مشکلات، ابتدا آنها را مشخص کند، برای استفاده از فرصت‌ها، آنها را بشناسد و جهت ارائه راه‌حل‌های مناسب، خواسته‌ها و نیازها را تعریف نماید. با کنار هم گذاشتن این عوامل (مشکلات، فرصت‌ها، خواسته و نیازها) مشاور به توانایی‌های خود دست می‌یابد.

چگونه توانایی‌های خود را به مشتری انتقال دهید؟ چارچوبی از پیشنهادها را به زبان و سبک مشتری تهیه کنید به این صورت که ابتدا در مورد موقعیت مکانی ملک مورد درخواست و مواردی که برای مشتری مهم است سؤالاتی پرسید و سپس ملک متناسب را ارائه دهید. با این شیوه مطالب برای مشتری قابل درک بوده مخالفت کمتری با آنها می‌شود. در انتها از مشتریان بخواهید که پیشنهادها و توصیه‌های شما را جدی بگیرند یا قرار جلسه دیگر را با آنان بگذارید. در صورت موافقت می‌توان نتیجه گرفت مذاکرات موثری داشتید.

به خاطر داشته باشید اگر در جلسه فروش، شما تنها سخنگوی جلسه باشید مذاکره بیشتر شکل مشاجره را به خود خواهد گرفت، اما اگر جلسه بر اساس گفت‌وگوی دو طرفه و برقراری ارتباط با مشتری بنا شود قطعاً نتیجه بهتری نیز خواهد داشت.

#### مذاکره با مشتریان غیر منطقی و عصبانی املاک

با توجه به اینکه چند تن از اعضای کانال در مورد مشتریان غیر منطقی و اعصاب خورد کن و روش‌های مذاکره با آنها سوال کرده بودند این آموزش را مد نظر قرار دادیم که امیدواریم در کارتان تاثیر گذار باشد.

همه ما گاهی مجبور شده‌ایم که با مشتریانی لجباز و عصبی و غیر منطقی در مشاور املاک سر و کله بزنیم که البته کاری بسیار آزاردهنده و وقت‌گیر است. حتی گاهی به نظر می‌رسد ما در مواجهه با این مشتریان بد اخلاق (و یا به طور کلی مردم) آسیب‌پذیر هستیم، که البته این برداشت اصلاً صحیح نیست مخصوصاً در شغل ما از این دسته افراد غیر منطقی بسیار زیاد است که فقط کافی است روزانه یک مورد از آنها به پست شما بخورد دیگر تمام است و آن روز برای شما به یک روز افتضاح تبدیل خواهد شد..

آموختن مهارت‌های آرام‌کننده و حفظ خونسردی به شما کمک می‌کند تا در برابر اهانت و زخم زبان‌های خریداران املاک در امان بمانید و در حالی که خدمات بهتری را به مشتری ارائه می‌دهید، می‌توانید نارضایتی پیش آمده را برطرف کنید.

ما در این مطلب سعی داریم تا به شما هم در کسب مهارت و حفظ خونسردی در برخورد با مشتریان عصبی و سخت‌گیر کمک کنیم

بهترین راه برخورد با این قبیل مشتریان چیست؟

اول باید افکار و عقاید آدم‌های بدخلق و بددهن را بفهمید و ماهرانه عمل کنید مراقب باشید. چون اگر حس کنید که آنها قصد فریب شما را دارند، احتمال دارد با حالتی دفاعی یا تهاجمی رفتار کنید که البته در هر دو شرایط وضعیت بسیار بد خواهد شد. نکنید.

من به آدمی لجباز و عصبی اجازه نمی‌دهم تا من را عصبی و ناراحت کند. نمی‌گذارم این شخص (که حتی او را نمی‌شناسم) روز مرا خراب کند و یا ناراحتم کند، چون این آدم اصلاً آنقدر اهمیت ندارد که بتواند کنترل زندگی من را به دست بگیرد.

2. شما باید هنگام روبه‌رو شدن با مشتری بدخلق و پردردسر اهدافی روشن داشته باشید. باید انتقام گرفت یا تحقیر کرد؟ معمولاً اولین واکنش ناخودآگاه شما در برخورد با چنین افرادی واکنشی متقابل و پرخاشگرانه است. با اینکه این واکنش طبیعی است اما آیا به عواقب این کار فکر کرده‌اید؟

رفتار متقابل آن حتماً شدیدتر خواهد بود و هر چه این شرایط طولانی‌تر شود احتمال وخیم‌تر شدن اوضاع و نیز عصبانیت افزایش پیدا می‌کند به خصوص اگر مشتری تصمیم بگیرد به سراغ مدیر املاکتان برود.

شما باید واقع بین باشید دور درگیری را خط بکشید

(به یاد داشته باشید شما قرار نیست زمامتان را دست مشتری بدهید)

در اینجا به چند نکته ساده که شما باید روی آنها کار کنید، اشاره می‌کنم:

اول اینکه شما این مشتریان را می‌توانید برای خود تبدیل به فرصت کنید چرا که معمولاً این مشتریان بدلیل اینکه اخلاقی غیر منطقی دارند با هر مشاوره جوش نمی‌خورند و شما می‌توانید مشتری را به انحصار خود درآوردید

دوم اینکه روانشناسی نشان داده که معمولاً افراد عصبی انسانهایی هستند که دلشان خالی از هر نوع بدی و کینه است و اگر بتوانید دل اینگونه افراد را بدست آورید به تمامی حرفهای شما گوش خواهند کرد و اگر به شما اعتماد کنند هر نوع ملکی که شما تایید کنید معامله خواهند کرد.

در وهله بعد در مواجهه با اینگونه افراد با خود تکرار کنید:

من می‌خواهم با این شخص حرفه‌ای رفتار کنم.

من می‌خواهم به این گفت‌وگوی پر دردسر هر چه زودتر پایان دهم و ان را به فرصت تبدیل کنم

. قرار نیست شما مشتری بدخلق و پردردسر را دوست داشته باشید یا اصلاحش کنید. وظیفه خود را انجام دهید و به عقاید آنها کاری نداشته باشید

تنها کاری که شما باید انجام دهید آن است که (به نفع خودتان است) به رفتار حرفه‌ای خود ادامه دهید و خونسردی خود را حفظ کنید و از هر چیزی که باعث به دردسر افتادن است دوری کنید.

هرگاه مشتری بدون منطق از ملکی ایراد گرفت شما ابتدا تایید کنید و بگویید حق با شماست و سپس در مقابل آن مذیبتی قرار دهید بعنوان مثال هر گاه مشتری آپارتمانی را بازدید کرد و با اینکه نقشه خوبی داشت از آن ایراد گرفت شما بگویید درست می فرماید نقشه یک مساله کاملاً سلیقه‌ای است و من تنها به این دلیل که این ملک نور خوبی دارد این نقشه را برای شما پیدا کردم.

در قدم بعد با اینگونه افراد به آرامی صحبت کنید و مخالفت نکنید و دائماً بگویید که حق با شماست و به آنها اطمینان دهید که هدف شما جلب رضایت اوست .

#### هفت قانون مذاکره با خریدار

در ادامه آموزش مذاکره با خریدار به هفت قانون مذاکره با خریدار رسیدیم که رعایت آن بسیار کارآمد است.

قانون اول: پیشنهادات خود را دسته بندی کنید.

قبل از مذاکره با خریدار ملک های خود را به ترتیب دسته بندی کنید. برای این کار بهتر است اجازه دهید اول خریدار شرایط خود را اعلام کند. در این صورت می توانید با ذهنیت مشتری و انتظارات او آشنا شوید و دسته بندی خود را بر اساس شرایط مشتری تنظیم کنید. پیشنهادات ملکی را از بدترین به بهترین دسته بندی کنید. مثلاً اگر ۵ ملک را برای خریدار خود در نظر گرفتید بهترین ملک در بین این ۵ پیشنهاد را در آخر به خریدار معرفی کنید.

قانون دوم: تمامی امکانات ملک را همان ابتدا به خریدار نگویند

اکثر مشاورین بهنگام معرفی ملک همه امکانات را بصورت تیتروار بیان میکنند

این کار بسیار اشتباه است چرا که زمانی که ملک را معرفی میکنید بعنوان مثال می گویند این ملک بسیار خوش نقشه است و زمانی که خریدار برای بازدید ملک مراجعه می کند با دیدن نقشه ملک شوکه نخواهد شد و انتظارش را از پیشنهادات قبل از بازدید ملک بالا خواهید برد اما اگر خریدار کلمه خوش نقشه را از زبان شما نشنود و بهنگام بازدید با ملکی خوش نقشه روبرو شود شگفت زده خواهد شد و این موضوع در ذهن او نقش می بندد که این ملک علاوه بر داشتن امکانات دیگر خوش نقشه هم هست.

بنابر این سعی کنید امکانات ملک را بطور مختصر بهنگام معرفی بیان کنید و اگر خریدار بهنگام معرفی از شما سوالی پرسید جواب آنرا با بله و خیر بدهید.

مثلا می پرسد آیا این ملک نقشه خوبی دارد شما بگویید بله.

قانون سوم: اولین پیشنهاد خریدار برای بازدید را رد کنید.

همواره نگذارید ذهنیت خریدار از شما این باشد که شما مشاور بیکار هستید و خریدار هر ساعتی که اراده کرد و تایم آزاد داشت می تواند با شما برای بازدید مراجعه کند.

همیشه وجهه خود را نزد خریدار حفظ کنید و این موضوع را در همان ابتدا قوت بخشید.

زمانیکه برای اولین بار ملکی را به خریدار پیشنهاد می دهید و خریدار بعنوان مثال ساعت ۵ را برای بازدید پیشنهاد می دهد شما آنرا رد کنید و بگویید ساعت ۵ با مشتری دیگری قرار دارید و اگر راس ساعت ۶ به شما مراجعه کنند می توانید بازدید دهید.

نترسید مشتری واقعی نصف شب هم برای بازدید مراجعه میکند و برای پیدا کردن ملک زمان صرف میکند.

قانون چهارم: به پیشنهادات خریدار به خوبی واکنش نشان دهید.

در مذاکره با خریدار باید نسبت به رفتار و گفتار خریدار خود واکنش مناسب نشان دهید. به عنوان مثال چنانچه مشتری بودجه خود را اعلام کرد و متوجه شدید انتظارش از خرید نسبت به بودجه بالا تر است ، نشان دهید که از مورد درخواست او کاملاً شگفت زده شده‌اید. با این کار به مشتری می‌فهمانید شرایطی غیرمعقول و یا دور از انتظار پیشنهاد داده و باید در پیشنهاد خود تجدید نظر کند.

قانون پنجم: نقش یک مشاور مطمئن را بازی کنید.

هرگز به مشتری نگویید که وضع بازار خراب است و نیاز مبرم به نوشتن قرار داد دارید و اگر نتوانید قراردادی تا زمان معینی بفروشید با مشکل مواجه می‌شوید. با این کار ذهن مشتری را بدین سمت میبرید که اگر شما مشاور خوبی بودید محتاج به نوشتن یم قرارداد نبودید.

هرگز به دنبال جلب ترحم نباشید بلکه ضمن احترام به مشتریان، با اطمینان و از موضع قدرت مذاکره کنید. از طرفی به هیچ عنوان از سوابق کاری خود یا قراردادهای قبلی خود صحبت نکنید این موارد به مشتری مربوط نیست.

قانون ششم: روی ملک مورد مذاکره متمرکز شوید.

در جریان مذاکره فروش هرگز از ادب و تعادل خارج نشوید. کنترل خود را حفظ کنید و عصبانی نشوید. چنانچه مشتری پیشنهادی غیرمنطقی مطرح کرد به شخص او حمله نکنید. بلکه توجه و تمرکز خود را بر روی ملک مورد مذاکره حفظ کنید و سعی کنید با توضیحاتی که در مورد مزایا و قابلیت‌های ملک پیشنهادی خود می‌دهید ارزش ملک را در ذهن مشتری افزایش دهید.



قانون هفتم: طرفدایی را به کار گیرید که طرف مذاکره شما را به حرکاتی وادار کند که انتظار دارید.

اگر شما به شرایط حرفه‌ای فروش رسیده باشید می‌توانید به صورتی هوشمندانه طوری رفتار کنید که مشتری همان چیزی که شما انتظار داشتید را از شما بخواهد. برای این کار باید ضمن تسلط بر ویژگیها و امتیازات ملک های خود با اصول روانشناسی و تحلیل رفتار خرید نیز آشنا باشید.

در پایان لازم به توضیح است که مذاکرات فروش با توجه به نوع ملک و شرایط خریدار باید صورت گیرد. با این وجود در اکثر مواقع اصول گفته شده راهگشا خواهد بود. شما نیز با مطالعه اصول مذاکره و رعایت آن کار خود را ارتقا بخشید .

شاید از امروز به بعد، مشاوره و مذاکره با مشتریان املاک برای شما نیز تبدیل به فعالیتی جذاب، هنرمندانه و حرفه‌ای شود. و به جای فشار روحی و عصبی برای شما لذت و اشتیاق به ارمغان آورد.

#### راههای جلب اعتماد در متقاضیان املاک

یکی از مشکلاتی که ما در شغل خود داریم اعتماد کردن متقاضی به ماست

متاسفانه در کشور ما به شغل املاک نگاه خوبی نمی شود یعنی مردم همیشه احساس میکنند مشاورین املاک انسانهای بسیار سودجویی هستند و احساس میکنند ما فقط به منافع خودمان فکر میکنیم

البته باید بگویم این دیدگاه دلیلی دارد و گاهی که فکر میکنیم باید مقداری به مردم حق بدهیم چرا که متاسفانه در زمان های قدیم افرادی در شغل ما بوده اند که اعتبار این شغل را خراب کرده اند و متاسفانه باید بگویم اکنون نیز هستند اینگونه افراد که به شغل ما لطمه میزنند

یکی دیگر از دلایل دیدگاه مردم به ما فرهنگسازی غلط است

اگر به فیلم ها و سریال هایی که در تلویزیون پخش می شود دقت کنید همیشه مشاورین املاک را چهره ای قالتاق و شارلاتان و به نقش منفی نشان می دهند

اما واقعیت اینگونه نیست

هیچ شغلی در دنیا به اندازه مشاورین املاک قابل اعتماد نیستند

مثلا شما فکر کنید که کدام انسانی حاضر می شود سند ملک خود را که تمام دارایی اوست نزد یک سوپر مارکت به امانت بگذارد

اما میبینیم که ما انقدر قابل اعتماد هستیم که متقاضی از دادن چک و پول و سند به ما ترسی ندارد

پس این موضوع را باید بدانیم که متاسفانه همیشه انگشت اتهام به سمت ما نشانه می رود

حال این ما هستیم که برای رونق کسب خود میبایست اعتماد افراد را جلب کنیم چرا که با اعتماد کردن معاملات بیشتر و راحت تری خواهیم داشت

ایجاد اطمینان در مشتریان احتمالی و جلب اعتماد آنان یکی از پیچیده ترین کارها در املاک است .

این را مطمئن باشید در ۹۰ درصد از مواقعی که معاملات شما بی جهت انجام نمی شود دلیل آن عدم اعتماد است

اگر خواهان ایجاد اعتماد و اعتبار برای مشتریان تان هستید و می خواهید آنها را حفظ کنید، چند گام در این راه کمک کننده شماست.

۱- از پیشنهاد دادن راه حل هایی که به مشتری نفعی نمی رساند خودداری کنید. گاهی اوقات شما راه حل های درست را در موقعیت های درست انجام نمی دهید. به جای اینکه به مشتری چیزی پیشنهاد کنید که می دانید با آن ارزشی برایش ایجاد نمی شود و مشتری به دنبالش نیست، سعی کنید همیشه با او صادق باشید.

۲- هیچ گاه آینده، ملک هایی که معرفی میکنید را پیش بینی نکنید. مشتریان به دنبال ملکی نیستند که تا حدودی نیاز آنها را بر آورده سازد. به آنها حصن ملک را ارائه کنید و بگذارید خودشان تصمیم بگیرند که راه حل پیشنهادی شما گره از مشکل شان باز می کند یا خیر.

۳- قول چیزی را که ندارید به مشتری ندهید. بعضی مشاورین بر این باورند که نه گفتن به مشتری درباره درخواست‌شان دشوار است. اگر به مشتری قول دهید که با بودجه اش فلان ملک را برای میخرید و اگر قادر به این کار نباشید، وعده دادن و عمل نکردن به قول‌تان نزد مشتری پلی برای تخریب خود شماست.

۴- پیشنهاد گرفتن شیرینی همیشه اخلاقی نیست. همیشه روی اصول اخلاقی مشاوره‌ی خود را انجام دهید و از شیوه‌های درست آن را به مخاطبان عرضه کنید. مرز و خطوط اخلاقی خود را مشخص کنید، چرا که مشتریان به این موارد آگاهند و قصور در اخلاقیات سبب کمرنگ شدن حس اعتماد مشتریان به شما می‌شود و با این قبیل پیشنهادات همان حس سودجویی را در آنها فعال می‌کنید.

۵- مورد بعدی ثابت نگه‌داشتن مراحل اجرای استراتژی‌ها در همه بخش‌های مشاوره است. عدم شفافیت حتی منجر به سمی شدن روابط میان شما می‌شود. اگر این عدم شفافیت‌ها آشکار شود، تاثیر بسیار بدی برای وجهه شما دارد. هیچ چیز را پنهان نکنید همه چیز را شفاف بیان کنید

۶- هنگامی که مسائلی پس از قرارداد به وجود می‌آید، عذرخواهی نکنید و خود را مقصر ندانید، بلکه بهتر است اصلاح مشکلات را شروع کنید. شما به‌عنوان مشاور، مسئول اجرای صحیح معاملات هستید. پس سعی کنید اشتباهات خود را قبول کرده و سعی در اصلاح آنها داشته باشید.

۷- اگر فکر می‌کنید مشتری‌تان درباره اخبار دروغی که از شما شنیده ناراحت است، به این فکر کنید که همیشه فضایی برای کسب اعتماد مجدد او وجود دارد. کافی است تلاش کنید. اگر املاک دیگری در ارتباط با شما به متقاضیتان بد گفته است شما بجای کوبیدن رقیبتان از او تعریف کنید و بگویید آنها آدم بدی نیستند شاید از موضوعی عصبانی بودند

وقتی برعکس عمل کنید در ذهن مشتری خود را فردی مورد اعتماد معرفی کرده اید بهتر است از این به بعد برای هر چیزی که به مشتری می‌گویید یک دلیل قانع‌کننده داشته باشید به‌طوری که مطمئن هستید او حرف شما را باور می‌کند. برای اینکه شما پیش از اینکه بخواهید این استراتژی را در پیش بگیرید، لازم است خیلی خوب درباره آن بیندیشید و آن را از زوایای مختلف بسنجید و امتحان کنید.

خودتان را جای مشتری بگذارید: «آیا خودم این حرف را باور می‌کنم؟» ببینید که بسادگی خودتان می‌توانید قضاوت کنید که آیا من خودم این حرف را باور می‌کنم؟ با این شیوه مطمئن باشید که اگر خودتان، حرف خودتان را باور

کنید از هر لحاظ، مشتری شما نیز حرف شما را باور می‌کند و به این ترتیب شما یکی از راه‌های جلب اعتماد مشتری را آموخته‌اید.

۸- اگر در مورد رقابت با همکاران خود صحبت می‌کنید، همیشه به اصول آن پایبند باشید. بعضی مشاوران فکر می‌کنند که مشاوره بهتر یعنی دور زدن رقیبان برای جلو افتادن از آنها. از همه ظرفیت‌ها و توانایی‌تان و امکاناتی که مجموعه کاری به شما می‌دهد، در این رقابت استفاده کنید. در بهره‌گیری از رقابت، ویژگی‌ها و استعدادهای‌تان را بشناسید و از آنها به بهترین شکل استفاده کنید تا بتوانید برنده باشید.

۹- همیشه روابطی با اعتماد میان خود و همکارانتان بسازید و این حس را به بیرون از املاک به مشتریان انتقال دهید.

۱۰- قول بدهید و همیشه به قول‌های خود وفادار باشید. توجه داشته باشید که وقتی حرفی می‌زنید پای حرف‌تان بمانید، هنگامی که مزیتی را به مشتری وعده می‌دهید آن را اجرایی کنید تا اسباب بی‌اعتمادی مشتری را فراهم نکنید. ماندن روی قول‌تان یکی از مهارت‌هایی است که به وسیله آن می‌توانید به مزیت رقابتی رسیده و سرتان را جلوی رقیبان بالا بگیرید. خوش قول باشید و سعی کنید سر قرار به موقع حاضر شوید تا احساس مورد اعتماد بودن را در متقاضی تقویت شود

راههای متعدد دیگری برای اعتماد سازی وجود دارد که در آموزش های بعدی خواهیم گفت

ارتباطات کلامی هنگام مذاکره با متقاضیان املاک

مواردی هست که در هنگام مشاوره و مذاکره با همه متقاضیان می‌بایست یاد بگیرید

بارها در کانال ملک آموز گفته ام اگر به روش های ما اعتماد دارید باید همه روش های گفته شده در ملک آموز را انجام داده و رعایت کنید.

((حتی اگر یک آموزش را لازم ندانید اجرا کنید فایده ندارد))

تاکید میکنم همه موارد گفته شده در ملک آموز را باید رعایت کنید این را بدانید اگر مطلبی را برای شما می‌نویسیم 100٪ اهمیت دارد. اگر اهمیت نداشت وقتان را تلف نمی‌کردیم

ارتباطات کلامی یک مشاور حرفه ای می بایست بر پایه اصول باشد و این اصل باعث می شود که مشاور موفق شوید همان موارد جزئی که رعایت نمیکنید روی هم جمع شده و میشود کوهی از مواردی که رعایت نکرده اید و باعث عدم نتیجه گیری خواهد شد

توجه به نکات زیر هنگام مذاکره و سخن گفتن با مشتری در برقراری ارتباط موثر به شما کمک خواهد کرد.

الف) کلمات مناسبی انتخاب کنید

۱- پیش از لب به سخن گشودن کمی فکر کنید و کلمات قابل فهم بکار ببرید. قبلا هم در ملک آموز گفته ایم فکر نکنید اگر کلمات قلمبه و خارجی بکار ببرید مشاوره خوبی انجام داده اید کلاس گذاشتن را کنار بگذارید نامفهوم صحبت نکنید با اینکار مشتری با شما احساس غریبی می کند.

۲- وقتی با مشتری صحبت می کنید که هیچگونه آشنایی با شما ندارد استفاده از کلمات مناسب کمک شایانی به برقراری ارتباط خواهد کرد

۳- وقتی بین استفاده از دولغت مترادف مردد می شوید همواره از لغات ساده تر استفاده کنید. مثلا اگر فکر میکنید بین متریال و مصالح کدام را انتخاب کنید همان مصالح بهتر است.

۴- سعی کنید کلمات دقیق روان و پرمحتوا انتخاب کنید. مثلا به جای استفاده از کلمات پر زرق و برق، ناگهانی و تغییر پذیر می توانید به ترتیب از کلمات جالب سریع و متغیر استفاده کنید

ب) علاوه بر انتخاب کلمه مناسب به لحن و نحوه بیان نیز دقت کنید

۱- در هنگام صحبت کردن با مشتری ناراضی، از لحن جدی و کمک کننده استفاده کنید

۲- در هنگام سوال کردن از مشتری از لحنی مشتاقانه استفاده کنید، لحنی که نشان دهد واقعا به شنیدن پاسخ سوالتان علاقه دارید

3- صمیمی بودن به معنی لوس بودن نیست شوخی کردن در برخی اوقات وجهه شما را به خطر می اندازد جدی باشید در عین حال لحن مهربانانه داشته باشید.

ج) از کلمات گرم و مثبت استفاده کنید

کلماتی که حالت مثبت و اطمینان بخش دارند تداعی کننده یک برخورد مثبت و احترام آمیز برای مشتری است. عباراتی نظیر «بله! بسیار خوشحال خواهیم شد که این کار را انجام دهم» پیامی برای طرف مقابل ارسال می کند که حاکی از خوشحالی و علاقه مندی شما برای کمک کردن به طرف مقابل باشد

د) واضح و روشن سخن بگویید.

سعی کنید کلمات را به شکل درست و رسمی بیان کنید. به جای عبارت «چی میخوری؟» از جملات «چه چیزی میل دارید؟» استفاده کنید.

چگونگی پرسش در مواجهه با مشتری :

در هنگام برقراری ارتباطات کلامی و سخن گفتن با مشتری آشنایی با روش های طرح سوال و فنون پرسش کردن می تواند نقش یک سلاح قوی برای برقراری ارتباط با مشتری را ایفا کند.

مشاور با استفاده از طرح سوال مناسب می تواند مشتری را به پاسخ وادار کند تا این که به ارزیابی او بپردازد، نیاز های او را تشخیص دهد، علاقه خود را به مشتری نشان دهد و در نهایت با شناخت هر چه بیشتر مشتری برای متقاعد کردن او اقدام کند.

انواع روش های طرح سوال:

الف) سوالات باز

سوالاتی که دارای یک جواب مثبت یا منفی نباشند. از سوال باز برای شروع صحبت استفاده کنید. سوالات باز مشتری را به صحبت وادار می دارد و بهترین راه برای درک نیاز های مشتری است. در خدمت شما هستیم چه امری دارید؟ چه خدمتی می توانم برای شما ارائه کنم؟ و... نمونه های از سوالات باز هستند.

ب) سوالات بسته

سوال بسته مشتری را محدود می نماید که پاسخ بلی یا خیر بدهد. به عبارت دیگر برای پاسخ گویی به این گونه سوالات کافی است که یکی از چند گزینه را انتخاب کنید. نمونه هایی از سوالات بسته عبارت اند از : چایی میل دارید یا قهوه؟ برای بازدید ملک وسیله دارید یا خیر؟

ج) سوالات هدایت کننده

سوالاتی که در عین سوالی بودن مشتری را نیز به انتخاب گزینه خاصی که مورد نظر فروشنده یا مذاکره کننده است ویا بیشترین منافع را برای او تامین می کند هدایت می نماید. مانند:

هر ملکی ایراداتی دارد درست است؟ شما به بی ارزش شدن پول معتقدید غیر از این است؟ همیشه منطقی است که بهترین ملک را بخریم این طور نیست؟

شما می بایست در ارتباطات کلامی خود همواره از سوالات استفاده کنید تا مشتری احساس نکند به نظر او اهمیت نمیدهید یعنی مثلا اگر مشتری را به املاک دعوت کردید قبل از اینکه برایش چای بیاورید از او سوال کنید با خوردن یک چای موافقید؟

افزون بر مباحث کلامی در ارتباطات عوامل دیگری نیز در برقراری یک ارتباط موثر تاثیر گذار هستند که ارتباطات غیر کلامی نامیده می شوند. ارتباطات غیر کلامی که به زبان بدن معروف است شامل ژست و وضع بد، فواصل میان فردی، لبخند، شیوه های دست دادن و ارتباط چشمی می باشد. قبلا نیز مختصر در آموزشی به این نکات پرداختیم و در کانال ملک آموز گفتیم که زبان بدن در ضمیر ناخود آگاه فرد تاثیر میگذارد یعنی خود مشتری این حرکات را احساس نمیکنند بلکه ذهن او بدون اینکه متوجه شود درگیر این ارتباطات خواهد شد. اکنون بطور مفصل خواهیم گفت.

در ابتدای مذاکره و سخن گفتن با مشتری قبل از این که شروع به صحبت کنید سیگنال هایی از طرف شما به طرف مقابل روانه می شود و به نوعی شروع به صحبت می کند. از آنجا که ارتباطات کلامی نیمی از انتقال پیام را دربرخورد های چهره به چهره (face to face) شامل می شود، آگاهی و رعایت آن ضرورتی انکار ناپذیر است.

#### ۱) ژست و وضع بدن

وضع و حالت بدن از مهمترین مواردی است که مردم به آن توجه می کنند. طرز قدم برداشتن، ایستادن و نحوه نشستن افراد پشت صندلی مبین وضعیت روانی فرد می باشد. علاوه بر این در مورد وضع بدن لازم است بدانیم که وضع بدنی و جسمانی باز (ژست و وضع بدنی باز حالتی است که در آن دست ها و پاها کشیده و صاف است و به طور کلی چهره و وضع بدنی به سمت طرف مقابل بوده و نشان دهنده توجه به شخص مقابل است) این پیام را برای مشتری در پی دارد که آماده برقراری ارتباط با او هستید.

رعایت نکات زیر در هنگام راه رفتن و ایستادن نشان دهنده اطمینان خاطر و اعتماد به نفس شما در مقابل مشتری است:

- ۱- سعی کنید در هنگام راه رفتن بدن صاف و گردن راست باشد
  - ۲- هماهنگی قدم ها را رعایت کنید و از کشیدن قدم ها روی زمین خودداری کنید
  - ۳- هنگام ایستادن دست ها باید کشیده و صاف باشد، شکم به داخل، شانه ها رو به عقب و سر رو به بالا قرار گیرد.
- به هنگامی که با مشتری به صحبت می نشینید همیشه روبروی مشتری قرار بگیرید و هرگز به پشتی صندلی تکیه نکنید. تکیه دادن به پشتی صندلی می تواند بی تفاوتی شما را به نمایش بگذارد. نکته مهم این است که افراد تحت تاثیر زبان تن افرادی که با آنها حرف می زنند قرار می گیرند. وقتی راست وقائم می نشینید، به جلو متمایل می

شوید و به پیرامونتان توجه دارید سبب می شود که مشتری به این نتیجه برسد که آنچه به او انتقال می دهید بسیار مهم است. و باید به صحبت شما توجه کند.

(۲) فاصله :

ادوارد حال یکی از متخصصین انسان شناسی در یک مطالعه مقدماتی بر روی اثرات فاصله در هنگام برقراری ارتباط، چهار بعد یا منطقه از ابعاد فضای اطراف بدن را تشخیص داده است. این مناطق عبارت اند از: منطقه صمیمی، شخصی، اجتماعی و عمومی. شما در حین برقراری ارتباط با مشتری یا طرف مذاکره می توانید با دستکاری این فاصله ها سرعت تشکیل روابط گرم و صمیمانه خود را افزایش دهید و بر عمق آن ها بیافزایید

عوامل داخلی و خارجی زیادی در تایید فاصله بین افراد مختلف تاثیر گذار است. میزان آشنایی (هرچه روابط گرم تر باشد فاصله در هنگام ایستادن کمتر خواهد بود)، شخصیت (افراد درون گرا سعی می کنند بین خود و دیگران بیشتر از افراد برون گرا فاصله ایجاد کنند) ملیت و زمینه اخلاقی (هنجارها و انتظارات فرهنگی در برخورد های افراد با یکدیگر تاثیر بسزایی دارد) از عوامل مهم در تعیین فاصله می باشد.

فواصل میان فردی به گروه های زیر طبقه بندی می شود:

الف - فاصله صمیمی (زیر ۴۵ سانتی متر)

مخصوص فعالیت هایی مانند عشق و رزی، هم آغوش شدن با نزدیکان در دید و بازدید است. افراد فقط به همسر، بچه ها و والدین و دوستان بسیار نزدیک خود اجازه می دهند که به این منطقه وارد بشوند. دقت کنید که ناخواسته حریم خصوصی کسی را مورد حمله قرار ندهید. وارد شدن به حریم خصوصی افراد به خصوص در فرهنگ های مختلف سبب می شود که طرف مقابل تحت تاثیر قرار گیرد و برانگیخته شود.

ب - فاصله شخصی نزدیک (۴۵ تا ۷۵ سانتی متر)

معمولا دوستان نزدیک به این منطقه می توانند وارد شوند. افراد به شیوه های مختلف از منطقه شخصی خود محافظت می کنند. شخص با استفاده از ژس و حالت بدنی بسته ماندرومی هم گذاشتن پاها، یا روی سینه گذاشتن دست ها سعی می کند که از مداخله و ورود ناخواسته دیگران به قلمرو شخص خود محافظت کند.

ج - فاصله شخصی دور (۷۵ تا ۱۲۰ سانتی متر)



در کشور های غربی آقایان ترجیح می دهند در هنگام صحبت کردن با دوستان نه چندان نزدیک خود، همکاران و همسایه ها آنان را در این فاصله نگه دارند.

د - فاصله اجتماعی نزدیک (۱۲۰ تا ۲۱۰ سانتی متر)

از این منطقه در هنگام برخورد با بیگانگان و دربرخورد های غیرشخصی استفاده می شود.

ه - فاصله اجتماعی دور (۱۲۰ تا ۲۵۰ متر)

فاصله ای است که در آن معمولا معلمین هنگام صحبت کردن در مقابل گروهی از دانش آموزان یا دانشجویان از آن استفاده می کنند. همچنین این فاصله برای جلسات مهم و نسبتا شخصی، بحث ها، تبادل افکار و... مناسب است.

و - فاصله عمومی (۵ تا ۷ متر)

در این فاصله ترجیحا معلمین، اساتید و سخنرانان که در مجالس بزرگ و گسترده سخنرانی می کنند قرار می گیرند. حفظ این فاصله توسط سخنرانان و اساتید اعتبار و اقتدار به همراه دارد.

همان طور که بیان شد آگاهی و شناخت از انواع فاصله، در هنگام برقراری ارتباط باعث ایجاد یک ارتباط موثر و مفید با طرف مقابل خواهد شد. حال این سوال مطرح می شود که بهترین و مناسب ترین فاصله در برخورد با مشتریان املاک کدام یک از فواصل بیان شده می باشد؟

مناسب ترین فاصله در مذاکرات تجاری فاصله شخصی دور و فاصله اجتماعی نزدیک است. مشاور املاک می تواند با حفظ این فاصله تعامل مناسبی با مشتری برقرار سازد و به هدف مورد نظر خود که افزایش احتمال قرارداد و اطمینان مشتری است دست یابد.

۳) خنده :

خنده یک وضع و حالت صورت می باشد که در برقراری ارتباط بسیار موثر است. خنده ها، علاقه، هیجان، یکدلی و نگرانی را نشان می دهد. خنده باعث ایجاد محیطی مثبت و سرخوش می شود.

انواع خنده ها و مفهوم آن ها:

۱ - خنده ساده - شدت کم

گوشه های دهان به میزان کمی عقب کشیده شده، بالا می روند. پیامی که خنده در این صورت با خود به همراه دارد یکی از موارد عدم اطمینان، شک و تردید است. جهت برقراری یک ارتباط موثر لازم است که از این نوع خنده پرهیزید چرا که تداعی کننده یک برخورد غیر دوستانه می باشد.

#### ۲- خنده ساده - شدید

در این نوع خنده لب ها کمی از هم فاصله می گیرند به طوری که می توان قسمت کوچکی از دندان های فوقانی را نیز مشاهده کرد. این نوع خنده پیام اطمینان و دل گرمی را به شخص می رساند. خنده ساده - شدید بهترین نوع خنده است که شما می توانید در هنگام ملاقات با افرادی مثل همسایگان، مشتریان و در کل با افرادی که دوستی و صمیمیت خیلی نزدیکی ندارید استفاده کنید.

#### ۳- شدت کم

اتصال دندان ها به لب های پایین برقرار است و فقط دندان های پیشین فوقانی دیده می شوند( دندان های زیرین دیده نمی شوند). پیامی که بدین ترتیب ارسال می شود بیانگر آن است که فرد از برخوردی که دارد خوشحال است. اگر دوست دارید پیامی را که می خواهید با خنده خود به طرف مقابل بدهید اثری قوی تر، مطمئن تر و دوستانه تر از یک خنده ساده با شدت بالا داشته باشد می توانید از یک خنده بالا با شدت کم استفاده کنید.

#### ۴- خنده شدت بالا

دندان های فوقانی بیشتر آشکار می شوند، شکاف دهان عریض تر می شود و روزه های دید چشم باریک تر شده که در مجموع باعث بالا رفتن شدت خنده می شود. از این نوع خنده در مواردی مانند برخورد با دوستان نزدیک و یا معاشرین تجاری که مدت های زیادی با آنان ارتباط گرم و دوستانه داشته اید می توانید استفاده کنید.

#### ۵- خنده گسترده

هر دوردیف از دندان های فوقانی و تحتانی آشکار می شوند. علاوه بر این خنده با صدای بلند نیز همراه است. پیام این نوع خنده نهایت شادی، رغبت و لذت را می رساند. استفاده از یک خنده گسترده در هنگام برخورد با مشتریان و مذاکرات تجاری به دور از آداب و معاشرت است و باید از آن پرهیز کرد

خنده مناسب و صحیح در هنگام برخورد با مشتریان و مذاکرات تجاری تاثیر زیادی در برقراری ارتباط دارد چرا که می تواند به ایجاد یک محیط صمیمی و مثبت بین مشاور املاک و مشتری کمک کند)

۲) همان گونه که در بالا بیان شد خنده ساده- شدید و خنده شدت کم بهترین نوع خنده در تعامل با مشتری است. لازم به ذکر است که از این دو نوع خنده در تبلیغات و ساخت بنرهای تبلیغاتی نیز استفاده می شود.

۴) دست دادن

دست دادن به یکدیگر از رسوم دیرینه بشر است که از بدو پیدایش به صورت های گوناگونی انجام گرفته و به شکل امروزی درآمده است و آن، حکایت از ابراز محبت و دوستی و خوشحالی از به هم رسیدن دو انسان است علاوه بر این از مولفه های مهم دیگری که در رویارویی با مشتری و برقراری ارتباط موثر نیاز است تا یاد بگیریم، دست دادن محکم و استوار می باشد

در دست دادن رعایت نکات زیر لازم است:

۱- دست دادن باید خیلی گرم و مشتاقانه باشد و در حالی که دست خود را به سمت طرف مقابل دراز می کنید باید لبخندی حاکی از خوشحالی و رضایت خاطر در چهره آشکار شود و کلماتی متناسب موقع از قبیل ابراز خوشحالی از ملاقات بر زبان آورده شود.

۲- دست دادن مانند راه رفتن باید نشانه ای از اعتماد به نفس و علاقه به آشنایی و ملاقات باشد. دست دادن سرد و بی حال توأم با بی اعتنایی و بی تفاوتی اثر مورد نظر را در طرف مقابل ایجاد نمی کند.

۳- هنگام دست دادن باید تماس چشمی به طور مداوم با طرف مقابل برقرار باشد.

۴- فشردن و نگه داشتن دست طرف مقابل باید در حد استاندارد باشد. زمان استاندارد جهت نگه داشتن دست طرف مقابل در حدود ۳ تا ۵ ثانیه می باشد

شیوه های دست دادن :

الف- نوع فرا دست

اگر قصد دارید به طرف مقابل بگویید که می خواهید نقش غالب را در مقابل او ایفا کنید، دست خود را طوری بچرخانید که کف آن در هنگام دست دادن به سمت پایین قرار گیرد این نوع دست دادن نشان دهنده تسلط و برتری نسبت به طرف مقابل می باشد.

ب - سبک مبتنی بر همکاری:

در جایی که می خواهید به هنگام برقراری ارتباط با طرف مقابل، برابری و مساوات را رعایت کنید این سبک استفاده می کنیم. از این شیوه دست دادن در برخورد با مشتری و مذاکرات تجاری استفاده می شود چرا که این سبک نشان دهنده مشارکت و همکاری است و همچنین پیش زمینه یک رابطه گرم و صمیمی نیز می باشد.

ج - روش ملیحانه

اگر می خواهید خواسته های طرف مقابل را بر خواسته های خود ترجیح دهید و در امور جاری از او استفاده کنید این سبک را به کار ببرید. این نوع دست دادن همچنین در مواردی مناسب است که بخواهید با کارگزار یا کارفرمایی صحبت کنید و اسباب خاطر او را فراهم آورید

ادامه ارتباطات غیر کلامی هنگام مذاکره با متقاضیان املاک

۵) ارتباط چشمی

در غالب فرهنگ ها پرهیز از نگاه به طرف مقابل مورد تایید و قبول افراد نمی باشد و امری مذموم تلقی می شود. اگر بتوانید به چشم مشتری نگاه کنید و رفتاری نرم و راحت را با او در پیش داشته باشید آنگاه احتمال بسیار بیشتری وجود خواهد داشت که تاثیر مناسب را بر جای بگذارید

در برقراری ارتباط چشمی سه سوال اساسی مطرح می شود: ۱- به کجا باید نگاه کرد؟ ۲- چه مدت باید نگاه کرد؟ ۳- چه زمانی باید نگاه کرد؟ باید به این نکته توجه کرد که پاسخ به سوالات مطرح شده به طرز برخورد شما با شخص مقابل بستگی دارد. برقراری ارتباط چشمی در مواجهه با مشتری نسبت به زمانی که یک برخورد دوستانه و غیر رسمی دارید متفاوت است.

الف - Where to look

چشم ها معمولا در جلسات تجاری به یک مثلث متمرکز می شود. این مثلث تشکیل شده از یک خط افقی که از گوشه های بیرونی چشم های طرف مقابل می گذرد و دو خط مایل که از گوشه های خارجی چشم شروع شده و در روی خط میانی صورت که همان خط میانی بینی باشد به همدیگر می رسند (آماج تجاری). ثابت کردن نگاه در این ناحیه جدیت و اعتماد به نفس شما را می رساند. در یک برخورد دوستانه و غیر رسمی نگاه خود را به پایین تر بیا ندازید، یعنی از لب ها رد شده و به چانه برسند (آماج دوستانه) این موضوع علاقه و صمیمیت بیشتری را نسبت به طرف مقابل نشان می دهد

ب - How long to look

ارتباط چشمی در برخورد های تجاری و مواجهه با مشتری باید ۷۰ تا ۸۰ درصد از وقت مکالمه شما را اشغال کند. کمتر از این مقدار نشان دهنده کمبود اعتماد به نفس، ملامت و خستگی است و بیشتر از آن نیز علامت عناد مخالفت

و رک بودن بیش از حد تعبیر می شود در برخورد های رسمی و اجتماعی لازم است که طول نگاه خود را افزایش دهید. افزایش تماس چشمی بیان کننده صمیمیت و دوستی بیشتر است

ج – When to look

به محض شروع یک مکالمه و هنگام صحبت کردن طرف مقابل بهترین زمان برای برقراری ارتباط چشمی است. هنگام گفتن خداحافظی نیز تماس چشمی را قطع نکنید چرا که این امر باعث می شود تاثیر مثبتی از ما در طرف مقابل باقی بماند.

تماس چشمی نه تنها نشان دهنده اعتماد شما است بلکه به شما کمک خواهد کرد آنچه که شخص به طور شفاهی بیان می کند را بهتر درک کنید. گوش دادن مهمترین مهارت در برقراری ارتباط انسانی است و ارتباط چشمی مناسب نقش مهمی را در نشان دادن توجه و علاقه به دیگران ایفا می کند بنابراین به دنبال قطع خیلی مختصر ارتباط چشمی (۳ تا ۴ ثانیه) در گفتار بی صدا که دقیقاً مانند ویرگول در یک جمله نوشته شده عمل می کند دوباره تماس چشمی را برقرار کنید تا ارتباط موجود تداوم یابد.

ادامه ارتباطات غیر کلامی هنگام مذاکره با متقاضیان املاک

نتیجه گیری

ارتباطات غیر کلامی را جدی بگیرید یک مشاور حرفه ای می بایست همه چیزش بهترین و حرفه ای باشد مسلماً هر مذاکره ویژگی های خاص خود را دارد و با دیگر مذاکرات متفاوت است ولی عناصر اساسی مذاکره تغییر نمی کند. آشنایی و نحوه برقرار کردن یک ارتباط موثر سبب موفقیت در مذاکره خواهد شد. یک مشاور حرفه ای املاک باید باروش های برقراری ارتباط و متقاعد کردن به گونه ای آشنا باشد و در آن تبحر داشته باشد که بتواند در مقابل سخت گیرترین خریداران و یا فروشندگان ملکی موفق باشند و فرایند رسیدن به توافق را به نحوی هدایت کند و خاتمه پذیرد که طرفین احساس کنند برنده شده اند. رضایت طرفین قرارداد در املاک از مذاکره و برخورد احترام آمیز سبب خواهد شد که وی به عنوان یک ابزار تبلیغی و به نوعی به یک پشتیبان برای مشاور املاک تبدیل بشود.

مکالمات با متقاضیان

فن بیان همواره جزو تکنیک های یک مشاور حرفه ای به حساب می آید به طوریکه میتوان گفت حجم عظیمی از معادلات کاری پیچیده یک مشاور املاک رعایت اصول فن بیان صحیح است.

شما در فنون بیان خود همواره می بایست قوانینی را رعایت کرده و این اصول را در هر مقطعی همراه داشته باشید این اصول را ملک آموز فن بیان ثابت نام گذاری کرده است این بدین معنی است که یک مشاور همواره باید فنونی را در مکالمات خود بطور ثابت در نظر بگیرد و این اصول را رعایت کند.

این فنون را در چند مرحله به شما آموزش خواهیم داد.

با دانستن آنچه مشاورین حرفه ای رعایت میکنند یک مشاور حرفه ای شوید

### فن بیان پاسخگویی آگهی ها

یادتان باشد در عصر فناوری اکثریت متقاضیان مسکن تمایل به جستجو غیر حضوری دارند دیگر زمان پیدا کردن فایل مورد نظر از طریق مراجعات حضوری گذشته است. متقاضیان مسکن بجای اینکه وقت خود را صرف جستجوی حضوری در دفاتر املاک کنند به راحتی و با یک تلفن در منزل با صدها مشاور املاک در ارتباط هستند.

حال این شما هستید که میبایست از بین تعداد زیادی مشاور که با یک مشتری در ارتباط هستند ، خود را برتر نشان داده و با استفاده از فنون مذاکره کفه ترازو را به سمت خود بیاورید.

با هم فنون مذاکره تلفنی را بررسی میکنیم.

تصور کنید شما فایل مورد نظر خود را از طرق مختلف آگهی کردید و حالا وقت آن رسیده که کار را تمام کنید. ابتدا می بایست بدانید که مهمترین چیزی که می تواند برای شما یک برگ برنده باشد اولین برخورد شما در پاسخگویی به تلفن است همیشه اولین برخورد شخصیت یک مشاور حرفه ای را در ذهن متقاضی رقم خواهد زد.

بدانید که متقاضی تماس گیرنده قبل از شما با چندین مشاور تماس گرفته است و هر بار همان مکالمات تکراری را شنیده است حال بهترین فرصت است که شما با شیوه ای جدید کفه ترازو را به سمت خود پایین بکشید.

اولین قدم اینست که شما برای خود یک چهار چوب تعیین کنید و قبل از پاسخگویی به آگهی این چهار چوب را روی کاغذ بیاورید و چندین بار مرور کنید.

انرژی یکی از مهمترین ارکان فن بیان است شما قبل از هر چیز اعتماد به نفس خود را میبایست بالا ببرید دائما با خود مرور کنید که از امروز شما یک مشاور حرفه ای هستید .

اکنون تصور کنید اولین تماس با شما برقرار شده است و متقاضی پشت خط است.

متقاضی: سلام

مشاور حرفه ای : سلام علی هستم کارشناس فروش املاک ..... در خدمت شما

در اولین جمله ای که متقاضی از شما می شنود خود را معرفی کردید و این ذهنیت را در او ایجاد کردید که شما فردی خلاق هستید و از طرفی به متقاضی القا می شود که شما یک کارشناس هستید.

در همین ابتدا شما خود را از دیگر مشاورانی که هنوز بصورت سنتی فعالیت میکنند متمایز کرده اید و برای متقاضی جذابیت ایجاد کردید.

حال در قدم دوم بعد از معرفی خود مذاکره این گونه ادامه پیدا میکند.

متقاضی: بابت آگهی تماس گرفتم

مشاور حرفه ای: شما جناب آقای؟ یا شما سرکار خانم؟

متقاضی: علیپور هستم

در این مرحله چنانچه متقاضی با تلفن همراه شما تماس گرفته بود می گوئید: جناب آقای علیپور تلفن تماس شما همینه که افتاده؟

در غیر اینصورت اگر ایدی کالر نداشتین به صورت زیر عمل کنید

مشاور حرفه ای: آقای علیپور شماره تماستون رو لطف میکنین؟

در این مرحله متقاضیان دو دسته هستند یا بلافاصله بعد از درخواست شما شماره تماس خودشون رو میدهند یا سمت شما جبهه میگردند

اگر از نوع اول باشد که شماره تماس متقاضی را یادداشت میکنید

اگر متقاضی بعنوان مثال گفت : شما با شماره من چکار داری؟؟

یکبار توضیح دهید که آقا یا خانم علیپور من تا اطلاعات شما رو نداشته باشم نمیتونم کمکتون کنم

در صورتی که باز هم موفق به اخذ اطلاعات تماس نشدید شهادت این رو داشته باشید که در جواب بگوئید : آقای علیپور ممنون از تماستون و تلفن رو قطع کنید.

ایمان داشته باشید هر متقاضی که قصد خرید یا اجاره واقعی داشته باشد در مقابل شما جبهه نخواهد گرفت پس وقت خود را بیهوده صرف صحبت با مشتریان غیر واقعی نکنید

چه دلیلی دارد که شما اطلاعات خود را در اختیار شخصی قرار دهید که حاضر نیست شماره تماس خود را به شما بدهد.

در قدم بعدی حال نوبت به توضیح میرسد.

یادتان باشد همه اطلاعات را پشت تلفن در اختیار متقاضی قرار ندهید بارها دیده اید که مشاوران شروع به توضیحات مورد آگهی داده و حتی نقشه فایل مورد نظر را هم برای متقاضی تجسم می کنند.

این عمل فوق العاده اقدام غلطی است در صورتی که شما تمام اطلاعات را در اختیار متقاضی قرار دهید چیز دیگری برای عرضه به متقاضی ندارید و جذابیتی برای ملاقات با شما نیست.

سعی کنید اطلاعات کلی از مورد آگهی در اختیار متقاضی بگذارید. ادامه مکالمه را این گونه انجام دهید.

مشاور حرفه ای: این فایل که مورد نظر شماست ۷۰ متر در محدوده خیابان ..... است که کارشناسی شده و فایل نسبتاً مناسبی هست.

حال در این مرحله متقاضی یا قیمت را سوال میکند یا امکانات مورد آگهی رو اگر امکانات رو سوال کرد در هر سوال فقط جواب همان سوال را بدهید مثلاً میگوید پارکینگ دارد؟ شما بگویید بله یا میگوید نقشه واحد مناسب است؟ بگویید: قربان نقشه یک چیز کاملاً سلیقه ایست هر متقاضی سلیقه ای دارد از نظر من نقشه این واحد فوق العاده است.

در این مرحله از مذاکره دادن اطلاعات را نیمه تمام گذاشته و مذاکره را اینگونه ادامه دهید

مشاور حرفه ای: اقا یا خانم علیپور من احساس میکنم اگر یک ملاقات باهم داشته باشیم بهتر میتونم کمکتون کنم در چه زمانی میتونیم همدیگر رو ملاقات کنیم؟

سعی کنید اگر متقاضی وقت ملاقات با شما را ندارد شما به ملاقات متقاضی بروید به او بگویید که اگر مایل نیستند که در دفتر املاک حضور پیدا کنند شما به دفتر کار یا منزل متقاضی جهت ملاقات حضور پیدا میکنید از متقاضی صادقانه درخواست ملاقات حضوری کنید و به متقاضی بگویید که از ملاقات با شما پشیمان نخواهد شد

بعد از اینکه با متقاضی قرار ملاقات را معین کردید حتماً ساعت و روز قرار را طوری در دفتر خود یادداشت کنید که متقاضی متوجه شود که شما در حال یادداشت کردن زمان ملاقات هستید

مشاور حرفه ای: پس آقای علیپور من یادداشت میکنم که فردا ساعت ۵ همدیگر را ملاقات میکنیم چون بنده ساعت ۶ یک قرار دیگر دارم سعی میکنم راس ساعت ۵ با شما ملاقات کنم تا به قرار بعدی خود برسم.



روی زمان همیشه تاکید کنید در قسمت فن بیان بصورت حضوری آموزش خواهیم داد که بهنگام گذاشتن قرار ملاقات بعدی حتما به ساعت خود اشاره کنید و تاکید داشته باشید.

مشاورانی که بصورت سنتی کار میکنند یاد گرفته اند که دائما برای ملاقات با متقاضی اصرار کنند که این شیوه ای غلط است.

یاد بگیرید همیشه طوری رفتار کنید که متقاضی شما را فردی پر کار ببیند.

این بدین معنی است که متقاضی باید احساس کند اگر در قرار با شما تاخیر کند وقت ملاقات با شما نصیب دیگری خواهد شد.

بعد از فیکس کردن قرار ملاقات از متقاضی بابت تماس تشکر کرده و مکالمه را تمام کنید در پست های بعدی نکته های مهم در مکالمه تلفنی را بازگو خواهیم کرد.

مکالمه تلفنی با متقاضی در عین حال که میبایست مفید باشد باید کوتاه باشد.

حوصله متقاضی را با تکرار کلمات سر نبرید از زمان بیشترین بهره را ببرید.

حداکثر زمان مکالمه با متقاضی املاک بین ۳ تا ۴ دقیقه است.

وقت خود را صرف حرفهای غیر کاری نکنید.

نکته:

شوخی های بی مورد ، صحبت از آب و هوا و سیاست و گرانی و... پرسیدن شغل متقاضی و سن متقاضی و سوال های بی ربط و ..... همگی جزو آفتهای یک مذاکره است.

قبل از گفتن هر جمله ای از خود سوال کنید که آیا گفتن این جمله ضرورت دارد؟؟؟

هرچه مکالمه کوتاه تر باشد تاثیر بیشتری خواهد داشت.

نکته:

در هنگام مکالمه با متقاضی لبخند به لب داشته باشید انرژی شما از طریق تلفن روی متقاضی تاثیر زیادی خواهد داشت.

در مقابل خنده های بلند پشت تلفن را فراموش کنید شخصیت شما برای متقاضی درست در آن لحظه ای خراب می شود که شما احساس میکنید روی متقاضی تاثیر گذاشته اید.

یادتان باشد کوچکترین اشتباه در مکالمه اول برابر با از دست دادن متقاضی است.

نکته:

یک مشاور حرفه ای در مذاکرات تلفنی خود همواره صبر و حوصله را سر لوحه کار خود قرار می دهد.

اگر از مشکلی عصبی شده اید یا ذهن شما درگیر مسئله ناراحت کننده ای است مذاکره را به وقت دیگری موکول کنید.

تلفن خود را جواب دهید و به متقاضی بگویید داخل جلسه هستید و یا در حال کارشناسی یک ملک هستید و از متقاضی با جمله ای مانند: اجازه دارم بعد از جلسه با شما تماس بگیرم؟ یا این فرصت را به من می دهید بعد از کارشناسی با شما تماس بگیرم؟ وقت بگیرید تا مذاکره را در زمانی که انرژی بهتری دارید ادامه دهید.

در مذاکرات با متقاضیان املاک هیچ گاه نظر خود را بر متقاضی تحمیل نکنید حتی اگر حق با شما باشد.

مشاوران حرفه ای همیشه از روشی بنام گربه سان استفاده میکنند .

اگر دیده باشید گربه ها بهنگام درگیری با طعمه خود ابتدا کمی عقب رفته و خوب نگاه میکنند بعد در فرصتی مناسب جلو آمده با پنجه به طعمه خود حمله کرده و ضربه میزنند و دوباره عقب میروند. آنقدر این حرکت را انجام میدهند که طعمه از حال می رود.

شما نیز زمانی که عقاید متقاضی خود را می شنوید و آن را غیر منطقی می بینید نباید بی محابا به او حمله ور شوید.

ابتدا خوب بر انداز کنید که چگونه میتوانید عقاید متقاضی را عوض کنید و او این احساس را نکند که شما با عقایدش مخالف هستید.

شاید برایتان پیش آمده باشد متقاضی با شما تماس میگیرد و از شما قیمت فایلتان را سوال میکند شما می گویید متری ۵ میلیون تومان و متقاضی میگوید چه خبر است قیمت منطقه متری ۴ میلیون تومان است.

در این لحظه اگر شما عکس العمل نشان داده و با عقاید متقاضی مخالفت کنید قافیه را باخته اید چرا که با مخالفت کردن نمیتوانید نظر او را عوض کنید.

پس ابتدا باید حرف متقاضی را هر چند هم غیر منطقی باشد تایید کنید تا متقاضی احساس کند شما با او همراه هستید. بعنوان مثال بگویید که: شما صحیح می فرمایید آپارتمان متری ۴ میلیون تومان هم در منطقه پیدا می شود من خودم چندین مورد سراغ دارم.

بعد از عقب نشینی حال نوبت ضربه است با آرامش بگویید: البته قربان من در این مدت کوتاهی که در زمینه املاک فعالیت دارم به این نتیجه رسیده ام که ۲ ملک با هم تفاوت های زیادی دارد بنده خودم یک آپارتمان دیده ام قیمت را حتی کمتر از متری ۴ میلیون هم گذاشته بود اما وقتی با این موردی که آگهی کردم مقایسه می کنم میبینم اگر این مورد را متری ۵ میلیون می گویند باز ارزش دارد نسبت به آن مورد.

آنقدر با آرامش این جملات را بگویید که متقاضی احساس نکند با او مخالف هستید.

چندین مرتبه با استفاده از این روش ضربه را بزنید تا بالاخره طعمه خود را به دام بیاندازید.

مثالی میزنم تا ماهیت این موضوع را دقیق تر درک کنید.

تجسم کنید شما برای خرید یک پیراهن به بازار میروید و از رنگ آبی متنفر هستید.

وارد مغازه ای می شود که اتفاقا فروشنده پیراهن رنگ آبی دارد.

شما از فروشنده درخواست می کنید چند مدل از پیراهن هایش را به شما نشان دهد و فروشنده بلافاصله یک پیراهن آبی به شما تحویل می دهد و شما بعنوان خریدار فوری عکس العمل نشان می دهد که اصلا این رنگ پیراهن را نمیخواهید و از این رنگ خوشتان نمی آید.

حال دو حالت دارد اول اینکه فروشنده سریعاً واکنش نشان میدهد که شما اشتباه میکنید و این بهترین رنگ است.

در اینصورت شما احساس میکند چون فروشنده پیراهن آبی دارد میخواهد اجناس خودش را به شما تحمیل کند در اینصورت احتمال خرید شما صفر است.

اما در حالت دوم اگر فروشنده حرفه ای باشد بلافاصله حرف شما را تایید کرده و میگوید اتفاقاً من هم با شما هم عقیده هستم این رنگ خوبی نیست.

سپس با آرامش جنس دیگری به شما نشان می دهد و در فرصتی مناسب می گوید: قربان راستی چند روز پیش یک مدل جدید برایمان آمده علی رغم اینکه رنگ پیراهن آبی کمرنگ است اما بینظیر است چون رنگ پیراهن روشن است من احساس میکنم فوق العاده به شما می آید و برازنده شماست اگر اجازه دهید این پیراهن رو به شما میدم تا پرو کنید اگر خوشتان نیامد هیچ مشکلی نیست.

می بینید که در حالت دوم شانس خرید شما از صفر به پنجاه تبدیل می شود.

در این مثال با اینکه اجناس فروشنده رنگ مورد علاقه متقاضی نیست اما این فرصت را ایجاد کرده است تا شما مجاب شوید یک بار دیگر به رنگ آبی فکر کنید و چه بسا که با پوشیدن پیراهن آبی نظرتان عوض شود و متوجه شوید اشتباه میکردید این رنگ به شما می آید.

در این مثال همانطور که فروشنده با شما مخالفت نکرد نظر شما را کاملا تغییر داد و برای خود فرصتی درست کرد. شما نیز بعنوان یک مشاور حرفه ای همین شیوه را بکار ببرید تا در مواجهه با عقاید غلط یک متقاضی مسکن آنرا برای خود به فرصت تبدیل کنید.

این تفکر را در خود تقویت کنید شغل شما فقط معرفی فایل به متقاضی و بازدید فایل نیست.

شما یک مشاور هستید و مشاور یعنی کسی که برای متقاضی بهترین تصمیم ها رو میگیرد و متقاضی را برای بهترین انتخاب راهنمایی می کند.

در مذاکرات خود دائما به متقاضیان بگویید که شما مشاور آنها هستید و مهم نیست که چقدر طول میکشد که برای آنها خرید کنید مهم اینست که آنها بعد از خریدشان خوشحال باشند و احساس رضایت کنند.

این جمله را به متقاضی خود بگویید خواهید دید چه مقدار به شما اعتماد خواهند کرد

چگونه با مذاکره فروشنده واقعی را تشخیص بدیم؟

یکی از مهم ترین ارکان در انجام قراردادهای یک مشاور املاک این است که فروشنده در تصمیم خود برای فروش ملک مورد معامله مصمم باشد و اگر عکس این اتفاق بی افتد مسلما شما برای انجام قرارداد به مشکل برخورد خواهید خورد. تشخیص یک فروشنده واقعی متاسفانه بسیار سخت شده است اما غیر ممکن نیست

در اولین قدم نوع فروشنده ای که با او در ارتباط هستید بسیار مهم است بعنوان مثال اگر فروشنده شما یک بساز بفروش باشد در ۹۹ درصد مواقع فروشنده واقعی خواهد بود چراکه اقتضای شغلش ایجاب میکند که برای فروش محصول خود که مسلما آپارتمان است مسمم باشد اما زمانیکه فروشنده شما یک شخص عادی باشد تشخیص مشکل تر خواهد بود

در بین اشخاص عادی میز باید نوع فروشنده مشخص شود معمولا افرادی که دارای آپارتمانهای نوساز هستند برای فروش ملک خود مسمم هستند البته در دومین قدم قصد آنها را بررسی خواهیم کرد

در دومین قدم شما باید از قصد فروشنده مطلع باشید یعنی اینکه بدانید فروشنده به چه دلیلی قصد فروش ملک خود را دارد

با توجه به اشاره ای که در بالا کردیم معمولا فروشندگان واحدهای نوساز که اشخاص عادی باشند یا مالک ملک ها و زمینهایی بوده اند که اکنون ساخته شده است و یا اینکه آپارتمان مورد نظر را جهت سرمایه گذاری خریده اند که شما به راحتی با طراحی چند سوال میتوانید از قصد آنها مطلع شوید

انواع دیگر فروشندگان را افراد عادی تشکیل میدهند که دارای آپارتمانهای چندساله هستند که باز هم درجه بندی دارند

اگر ملک مورد نظر تخلیه باشد و یا دارای مستاجر باشد قالباً فروشندگان مسمم تر هستند اما اگر خود فروشنده داخل ملک ساکن باشد میبایست قصد آن را از فروش ملک بدانید بعنوان مثال فروشنده قصد تغییر ملک مور نظر را دارد و یا برای انجام کاری احتیاج به پول پیدا کرده است

در هر صورت دانستن قصد فروشنده از هر نوع که باشد برای تشخیص الزامیست

در قدم بعدی فاکتور های یک فروشنده واقعی و تشخیص آن به نحوه زیر است

۱. فروشنده ای که از پیشنهاد کارشناسی شما استقبال کند قطعاً فروشنده واقعی خواهد بود
۲. فروشنده ای که دست مشاور را برای بازدید باز بگذارد و در اکثر روزها و ساعات هفته برای بازدید با شما همکاری کند فروشنده واقعی خواهد بود
۳. فروشنده ای که با تماسهای خود کار فروش ملکش را پیگیری کند فروشنده واقعی خواهد بود
۴. فروشنده ای که قیمت آخر ملک خود را منوط به پیدا کردن خریدار واقعی از شما کند فروشنده واقعی خواهد بود
۵. فروشنده ای که تلفن ثابت خود را به شما بدهد فروشنده واقعی خواهد بود
۶. فروشنده ای که برای توضیح ملکش به مشاور وقت و حوصله خرج کند فروشنده واقعی خواهد بود
۷. فروشنده ای که به تمامی سوالات شما در مورد قصد خود از فروش و یا صحت اسناد و مدارک پاسخ بدهد فروشنده واقعی خواهد بود
۸. فروشنده ای که به تمامی تماسهای تلفن خود از جانب شما پاسخ بدهد فروشنده واقعی خواهد بود

در انتها باید عرض کنم شما با توجه به فاکتور های بالا میتوانید سوالاتی را مطرح کرده و بهنگام برقراری اولین تماس با فروشنده ها در میان بگذارید تا از قصد آنها مطلع شوید البته یادتان نرود در همه حال استثنا وجود دارد

یادتان باشد برای یک مشاور حرفه ای فروشنده واقعی تنها یک حسن محسوب میشود و در غیر اینصورت شما با بالا بردن مهارت خود میتوانید فروشنده های غیر واقعی را به فروشندگان واقعی تبدیل نمایید.

9 جمله ای که در املاک نباید استفاده کرد:

### 1 - معامله این ملک کار من نیست

همین جمله ساده و پرکاربرد باعث می‌شود شما خودتان را از جمع مشاورین تاثیر گذار جدا کنید. این جمله دقیقا متضاد حس انعطاف پذیری و میل به یاد گرفتن چیزهای جدیدی است که برای برعهده گرفتن پست‌های حساس و عالی حیاتی است. به جای این جمله منفی می‌توان از این جمله مثبت استفاده کرد: « واقعا در زمینه این ملک تجربه‌ای ندارم.»

### 2 - فکر می‌کنم که

این جمله و جمله‌های مشابه آن همچون « تصور می‌کنم، احساس می‌کنم » قدرت پیام را نیز تضعیف کند. گفتن « فکر می‌کنم این بهترین ملک است » قدرت کمتری دارد از جمله « این بهترین ملک است. » حتی این مورد را باید به تشکر کردن هم تسری دارد.

### 3 - نمی‌دانم

شما فکر می‌کنید گفتن این جمله یعنی صداقت؟ با گفتن این جمله ممکن است دیگران فکر کنند شما از روی تنبلی با این جمله خود را خلاص کرده‌اید. به جای این جمله بگویید: « اجازه بدهید جواب را پیدا کنم. » یا « نمی‌دانم چطور این کار را انجام دهم. » و حتی « برای انجام این کار از چه کسی می‌توانم کمک بگیرم؟ » نیز جمله مناسبی است. با این کار زمان می‌خرید تا راه حل را بیابید. مثلا شاید از سوی مشتری سوالی حقوقی مطرح شود هیچ وقت نگویید نمیدانم بگویید بررسی میکنم!

### 4 - نمی‌توانم

با بر زبان « نیاوردن » این جمله به مخاطب خود می‌فهمانید که برای هر نوع یادگیری آماده هستید. می‌توانید مشکل را بررسی و راه حل پیشنهاد کنید. مثلا اگر از شما خواسته باشند که برای ملکشان نقاش معرفی کنید که به دلیل مشغله کاری توان انجام آن را ندارید بگویید: « متاسفانه الان مشکلی دارم. با این حال با فلانی در این مورد صحبت کرده‌ام و مطمئنم او به خوبی از پس آن برمی‌آید.»

### 5 - ولی

استفاده از کلمه « ولی » همه آن چیزی را که پیش از این گفته‌اید کاملا انکار می‌کند. مثلا این جمله را ببینید: «این پیراهن خیلی زیباست اما این گوشواره‌ها به پیراهنت نمی‌آید.» ما همیشه به طور غریزی جملات منفی را می‌بینیم. بنابراین استفاده از این کلمه تنها باعث برجسته شدن بخش منفی ماجرا می‌شود. گاهی پیش می‌آید که شما برای توجیه یک ملک می‌گویید ملک خیلی خوش نقشه است ولی کابینت باید عوض شود. این جمله را نباید بکار ببرید.

#### 6 - ایده خوبی نیست

این اولین و دم دست‌ترین جمله‌ای است که در برابر ایده‌های همکارانتان و یا مدیر املاک می‌توانید بگویید. بکار بردن این جمله باعث می‌شود آنها جرات ابراز ایده‌های خود را نداشته باشند. به جای اینکه چیزی را به طور کامل رد کنید می‌توان مثلا از یک پرسش استفاده کرد: «خب می‌توان این ایده را اجرایی کرد؟»

#### 7 - تقصیر من نیست

به جای گفتن این جمله و در مقام ضعف و مظلوم نمایی قرار گرفتن بهتر است دست بالا را بگیریم. چنین جمله‌هایی می‌تواند کمک حال هر کسی باشد: «سعی می‌کنم بفهمم چه اتفاقی افتاده است.» یا «بهتر است سعی کنیم بفهمیم چطور می‌شود از تکرار این اتفاق جلوگیری کرد.» در مواجهه با مشکلات بعد از قرارداد از این جملات جایگزین کنید.

#### 8 - تصور می‌کنم

اجتناب کردن از جمله‌هایی که در آنها عدم قطعیت موج می‌زند باعث می‌شود قدرت و تسلط خود را بهتر به دیگران نشان دهید. اگر ذهن شما را چیزی به خود مشغول کرده که باعث درنگ شما می‌شود به جای اینکه با خجالت صحبت کنید بهتر است مشغولیت ذهنی‌تان را صادقانه مطرح کنید.

#### 9 - غیرممکن است

این جمله بدون شک منفی‌ترین جمله این فهرست است. این جمله یعنی اینکه شما حتی آماده نیستید که آن موضوع خاص را امتحان کنید. حس منفی واگیردار است و همچون یک ویروس منتشر می‌شود. برای مثبت بودن می‌شود گفت: «خب بگردیم شاید راه حلی پیدا کردیم.»



نحوه مذاکرات قبل از هماهنگی قرارداد و فیکس کردن نشست

یک مشاور املاک می بایست تکنیک هایی منحصر بفرد را برای انجام معامله بهتر رعایت کند

مذاکرات قبل از انجام قرار داد شامل چندین مرحله می شود

اولین مرحله دقیقا بعد از انجام بازدید توسط مشتری و اعلام نتیجه مثبت برای معامله می باشد

در اولین قدم باید بدانید این امر بسیار طبیعی است که در هر معامله ای خریدار یا مستاجر مایل است تا ملک را ارزانتر معامله نماید و یا بالعکس طرف مقابل که فروشنده یا موجر است تمایل دارد که ملکش را گرانتر معامله کند

در اولین مرحله پس از اعلام مشتری از نتیجه مثبت معمولا و در اکثر مواقع از طرف مشتری عنوان می شود که اگر ملک را به این قیمت می دهند ما خواهان ملک هستیم

در ابتدا باید بگوییم یک مشاور حرفه ای هیچ گاه نباید قبل از انجام معامله بحث قیمت را مطرح کند

یک لحظه ذهنتان را آزاد و این نمایش را تجسم کنید

ملکی را به قیمت ۴۲۰ میلیون تومان به مشتری سرویس داده و فردای روز بازدید مشتری با شما تماس گرفته است

مشتری به مشاور:

آقای فلانی ما این ملک را پسندیده ایم و اگر فروشنده ملک را ۴۰۰ میلیون میدهد ما خواهان آن هستیم

نکته:

در اکثر مواقع مشتری ۵۰ درصد زیر قیمتی که مدنظرش هست را به شما اعلام میکند

یعنی زمانیکه مشتری ملک ۴۲۰ میلیونی را ۴۰۰ میلیون پیشنهاد میدهد اگر فروشنده ۴۱۰ میلیون تومان هم بدهد

خریدار متقاضی خرید این ملک هست

مشاور:

بسیار عالی خوشحالم که ملک مورد بازدید را پسندیده اید اما متاسفانه این ملک مشتری دیگری هم دارد ولی من سعی میکنم خرید را برای شما انجام بدهم و قیمت ملک را به قیمت پیشنهادی شما نزدیک کنم اما در رابطه با قیمت

باید یک نکته خدمت شما عرض کنم

شما مطمئن باشید هیچ فروشنده ای قیمت نهایی معامله را قبل از انجام نشست اعلام نخواهد کرد پیشنهاد من به شما اینست که ما فروشنده را دعوت میکنیم و شما هم تشریف بیاورید رو در رو مینشینیم و یک فنجان چای میخوریم و در ارتباط با شرایط معامله مذاکره میکنیم

این مطلب چند حسن دارد اول اینکه مدارک ملک را رویت میکنید و دقیق تر در کم کیف آن قرار میگیرید دوم اینکه در ارتباط با قیمت مذاکره میکنیم و تمام تلاش خودمان را میکنیم که قیمت فروشنده را به قیمت پیشنهادی شما نزدیک کنیم

اگر توافق حاصل شد که مبارکتان باشد در غیر اینصورت یک فنجان چای در کنار هم خورده ایم و یک ربع وقتمان را در کنار هم گذرانیدیم و بدون اینکه اتفاقی بی افتد ملک دیگری برای شما پیدا میکنم

بعد از انجام این دیا لوگ ۲ حالت وجود دارد

اول اینکه مشتری قبول میکند که مذاکره را در نشست انجام دهد که در اینصورت به مشتری میگویید من با مالک تماس میگیرم و ساعت جلسه را اعلام میکنم

در دومین حالت ممکن است مشتری متقاعد نشود و اسرار کند اگر فروشنده به قیمت ۴۰۰ میلیون می فروشد نشست بگذار

در حالت دوم شما می بایست مجددا استدلال بیاورید

مشاور در حالت دوم:

ببینید آقای فلانی شما صد در صد انسان با تجربه ای هستید من هم بارها تجربه نشست های مختلف را داشته ام من به شما اطمینان میدهم که اگر قیمت ما را پشت تلفن اعلام کنم فروشنده قبول نمیکند اما اگر مذاکره نهایی را رو در رو انجام دهیم ۹۹ درصد نتیجه میگیریم

این موضوع را تجربه به من ثابت کرده

شما فرض کنید برای خرید لباس به یک فروشگاه مراجعه کردید و از پشت ویترین لباسی را قیمت میگیرید و می پرسید تخفیف دارد؟

مسئله فروشنده لباس میگوید خیر تخفیف ندارد حتی در اکثر لباس فروشی ها روی دیوار نوشته شده قیمت مقطوع

اما وقتی شما لباس رو پرو میکنید و می پسندید در آخر پول رو از جیبتون در میارید و میگویید فلان قیمت تخفیف

بده

اول فروشنده لباس قبول نمیکند اما شما پول را میدهید و فروشنده هم میگه خدا بده برکت  
ملک هم همین طور هست من اگر قیمت را پشت تلفن اعلام کنم مسلما قبول نمیکند اما وقتی داخل نشست مذاکره  
انجام شود فروشنده دست چک را که ببیند شل شده و قبول میکند

تجربه به من ثابت کرده در نشست اتفاق هایی می افته که قابل پیشبینی نیست یک دفعه دیدید فروشنده از قیافه  
شما خوشش اومد گفت ۳۹۰ میلیون بنویس

بعد از انجام این مذاکره اگر مشتری قبول کرد که هیچ اگر قبول نکرد ادامه دهید

مشاور :

همون یک ربع رو که واسه بازدید این ملک وقت گذاشتید واسه نشست وقت بذارید من قول میدم پشمان نشوید

ما که قصد نداریم زوری از شما امضاء بگیریم اگر توافق شد که مبارکتون باشد اگر هم نشد چیزی را از دست  
ندادیم یک جای دور هم میخوریم و خداحافظی میکنیم

شما باید این استدلال ها را ادامه دهید که مشتری قانع شود که مذاکره را داخل نشست انجام دهد.

در قسمت اول توضیح دادیم که هیچ وقت نباید قبل از انجام قرارداد در مورد قیمت مذاکره کنید اختلافات قیمتی  
اغلب در نشست ها به سر انجام می رسد البته به عوامل زیادی بستگی دارد

باید بگم من شدیداً مخالف حرفی هستم که جدیداً زیاد عرف شده و می شنوم که میگن مدیر قرارداد عرضه جمع  
کردن قرارداد را ندارد

مدیر قرارداد معجزه که نمی تواند بکند اول از همه دلیل حضور مدیر قرارداد این است که قرارداد شما به سرانجام  
برسد پس با انجام نشدن قرارداد چیزی به جیب مدیر نرفته است و بنابراین نهایت سعی خود را خواهد کرد

باید بگم که البته موردی که گفتم برای مدیر قرارداد هست و در برخی مواقع به مشاورین هم حق میدهم بعضی از  
مدیران قرارداد مدیر نیستند بلکه میرزا بنویس هستند

از این موضوع که بگذریم باید بدانید این مشاور است که باید ذهن طرفین را برای انجام قرارداد مهیا کند

یک نکته مهم اینکه اختلاف قیمت باید منطقی باشد مشتری شما زمانی که ۲۰۰ میلیون بودجه دارد و شما ملک ۳۰۰  
میلیونی به او معرفی میکنید معلوم است که آنرا می پسندد ولی قدرت خرید آن را نخواهد داشت

حال مذاکره با فروشنده یا موجر بدین شکل است

در اولین مورد درباره مالکین باید بگوییم انسان طبیعتاً در فروش مال خود بدین گونه است که اگر مشتری را مشتاق ببیند کمی بد معامله خواهد شد

حتماً تا بحال کلمه پول لازم را زیاد شنیده اید

مالکین پول لازم لزوماً کسانی نیستند که ملکشان را ارزان میفروشند

پول لازم به مالکی گفته می شود که به دلیل نیازش مجبور به انجام معامله ای با انطاف بیشتر از دیگر مالکین است

پس در حله اول یادتان باشد برای اینکه طرفین معامله منعطف تر باشند نباید رفتار و گفتار شما طوری باشد که مالک یا مشتری احساس کند طرف مقابلش مجبور به معامله با اوست

پس بنابراین همانطور که به مشتری این ذهنیت را داده اید که اگر ملک مورد نظر را نخواهد شخص دیگری برای خریدش دارید، در مقابل نیز باید این ذهنیت را به مالک بدهید که اگر از خود انعطاف نشان ندهد مشتری ملک دیگری را خریداری خواهد کرد.

این ذهنیت از طرف شما همیشه به فروشنده یا موجر میبایست اینگونه بیان شود.

تجسم کنید مشتری ملک مورد بازدید را پسندیده و شما طبق قسمت قبلی پاسخ به این سوال مذاکره را با مشتری انجام داده و قصد فیکس کردن جلسه قرارداد را با مالک دارید

مشاور: سلام من فلانی هستم از املاک فلان

آقای فلانی من طبق مذاکره و کارشناسی که قبلاً در مورد ملک شما با شخص شما انجام دادم ملکتان را به یکی از مشتریان خوبم بازدید دادم

مشتری چند ملک را همراه با ملک شما بازدید کرد و ۲ مورد رو پسندید که از بین این ۲ مورد طبق مذاکره ای که قبلاً با شما کرده بودم و قولی که به شما داده بودم تقریباً تونستم نظر مشتری رو برای خرید/اجاره ملک شما جلب کنم با مشتری صحبت کردم شرایط پرداختشون معقوله و قیمتی که مدنظرشون هست به قیمت شما نزدیکه

خدمتتون تماس گرفتم که یک قرار رو باهم فیکس کنیم و انشالله یک قرار ملاقات داشته باشیم و اگر ۲ طرف با شرایط موافقت کردید معامله را انجام دهیم

با این روش مذاکره طبق تجربه در اکثر مواقع مالک بدون پرسیدن سوالی قرار ملاقات را با شما فیکس خواهد کرد

با انجام مذاکره بالا شما ذهنیت مالک را آماده قرارداد کردید

در وحله اول توانسته اید به مالک بفهمانید که تنها ملک او برای معامله مرغوب نیست و ملک های دیگری هم برای

خرید یا اجاره وجود دارد و ممکن است مشتری را از دست بدهد

در وحله دوم از قبل به او ذهنیت داده اید که مشتری قیمت او را بطور قطع قبول نکرده و مالک از قبل این ذهنیت را

دارد که در جلسه قرارداد می بایست در مورد قیمت مذاکره کند

حال اگر جلسه را فیکس کردید که بعد از فیکس کردن قرار ملاقات میبایست به مالک بگویید که حتما در جلسه

مدارک ملک و کارت شناسایی را همراه خود بیاورد

اما حالت دیگری هم وجود دارد

ممکن است بعد از انجام مذاکره ای که در بالا عرض کردیم مالک از فیکس کردن قرار ملاقات امتناع بورزد و سوال

هایی از ما پرسد

متداول ترین سوال ها و جواب ها از طرف مالک اینگونه است

سوال اول

مالک: قیمت ملک رو چند اعلام کرده اید؟

مشاور: قیمت شما را بطور دقیق به مشتری منتقل کردم

سوال دوم

مالک: چه قیمتی مد نظر مشتری است آیا قیمت ما را قبول کرده؟

مشاور: قیمت مد نظر مشتری که خیلی کمتر از قیمت پیشنهادی شما بود اما من طبق مذاکره ای که با شما کرده بودم

تونستم نظر مشتری رو به نظر شما نزدیک کنم فقط توافق نهایی مانده که انشاءالله داخل جلسه حل خواهیم کرد

در ادامه مذاکره قبل از قرارداد با مالک سوالات متداول را ادامه خواهیم داد

مالک: اگر مشتری با قیمت من موافق هست نشست بگذار در غیر اینصورت وقت هم رو نگیریم

مشاور: آقای فلانی من بعنوان مشاورتان باید بگویم که در دنیا هیچ خریدار ملکی وجود ندارد که تلاش خود را برای گرفتن تخفیف نکند من قیمت شما را به ایشان اعلام کردم و ایشان پذیرفته است ولی قطعاً بدانید هر مشتری تلاش خود را برای گرفتن تخفیف می کند و ما نمی توانیم بگویم تلاش نکن

شما اگر یک ربع وقتتون رو به ما بدید رودرو هم با شرایط خریدار آشنا می شویم هم اگر توافق شد که معامله میکنیم اگر هم نشد که افتخار داشتیم خدمت شما یک فنجان چای میل کنیم  
در این هنگام ممکن است مالک در مورد مذاکره قیمت قبل از نشست اصرار کند که در اینصورت همانطور که در قسمت مذاکره با مشتری گفتیم شما باید استدلال های مختلف و روش های مختلف را امتحان کنید تا راضی به مذاکره داخل نشست شود

سعی کنید به هیچ عنوان دم به تله ندهید و از زیر بار مذاکره قبل از نشست فرار کنید  
مثلاً اینبار بگویید آقای فلانی شما مطمئن باشید که اگر راضی نباشید ما که نمیتوانیم از شما بزور امضاء بگیریم این اطمینان رو بهتون میدم همانطور که بهتون قول دادم قصد دارم ملکتون رو با بهترین شرایط معامله کنم و شرط اول رضایت شماست شما تشریف بیارین قول میدم پشیمان نمیشید

امکان دارد باز هم قبول نکند تا مذاکره را در نشست انجام دهد  
و اینبار استدلالی دیگر

مثلاً اینبار لحن صدای لوسی بخود بگیرید و بگویید  
آقای فلانی اذیتم نکنین بخدا من روی ملکتون زحمت کشیدم تو این بازار خراب یک مشتری خوب پیدا کردن  
سخته

شما که نمیخواهین زحمتهای من بی نتیجه بمونه؟

من که چیز زیادی از شما نخواستم فقط یک ربع وقت خواستم

با هر ترفندی که میتونین طرف مالک رو قانع کنین تا برای مذاکره وارد نشست بشه

دقت کنید این خیلی مهمه که مالکین بدونن واسه مذاکره میخوان بیان تو اتاق قرارداد نه واسه تموم کردن

البته من یک گله و انتقاد هم نسبت به مدیران قرارداد دارم

باید بگم انتقاد من جایی وارد هست که وقتی مالک یا مشتری وارد نشست یا جلسه مذاکره میشن در قبال قیمت پیشنهادی نوک تیرشون رو به سمت مشاورین هدف قرار میدن و معمولاً میگن ما به مشاور گفته بودیم این قیمت نمیدیم یا مشتری میگه ما به مشاور گفته بودیم توانمون از این مبلغ بیشتر نیست

من خیلی از مواقع که برای فروش آپارتمان خودم به املاک دیگری به غیر از دفتر خودم مراجعه میکنم و در جلسه مذاکره بعنوان مالک حاضر میشم میبینم که در این مواقع مدیر قراردادها سریع نسبت به مشاورین عکس العمل نشون میدن و تقصیر رو به گردن مشاور میندازن و در این مواقع طرفین مذاکره با دیدن واکنش مدیر سفت تر میشن

در حالیکه مدیر قرارداد با یک جمله میتونه تمام بار قرارداد رو از روی شونه مشاور خالی کنه و مساله رو بی اهمیت نشون بده

و این جمله اینه:

آقای فلانی شغل یک مشاور نزدیک کردن طرفین به هم هست و مشاورین هم برای روزی خود و زن و بچشون تلاش می کنند شما نمیتونین به مشاور ایراد بگیرین

شغل ما ایجاب میکنه که مذاکره رو تو جلسه انجام بدیم مشاور اگر بخواد پشت تلفن قیمت رو مذاکره کنه بی شک هیچ معامله ای انجام نمیشه

با این مذاکره هم بار مذاکره از دوش مشاور خارج میشه و هم یک بهونه برای تخفیف ندادن یا بیشتر نکردن بودجه از بین میره

چراکه یکی از مهم ترین بهونه های طرفین برای انجام ندادن معامله همین است که مالک بیان میکنه من قیمت را به مشاور گفته ام و گفته ام از این قیمت کمتر نمیدهم

و مشتری میگوید من به مشاور آخرین توانم را گفته ام

وقتی مدیران این بهانه را از طرفین بگیرند ۹۰ درصد مذاکرات نتیجه میدهد

## انگیزه مشتریان یک مشاور در املاک

مشاوره املاک این مهم را باید بدانند دودلیل اصلی برای خرید کردن یا نکردن اشخاص میل به سود بردن و ترس از ضرر کردن است

میل به سود بردن به معنا قرار گرفتن در شرایط بهتر است. بنابراین وظیفه شما این است که خریدار احتمالی را متقاعد کنید که اگرملکی را که شما پیشنهاد کرده اید را بخرد تا چه اندازه در شرایط بهتری قرار می گیرد .

انگیزه دوم ترس از ضرر کردن است. همان طور که که قبلا توضیح دادیم .خریداران از خرید اشتباه می ترسند که ملک را بخرند و ضرر کنند .دراینجا به کشف مهمی نایل می شویم میل به سود بردن از قدرت انگیزهای برابر ابرخوردار است اما ترس از زیان دیدن وضررکردن از قدرت انگیزه منفی ای به اندازه ۲٫۵برخوردار است به عبارت دیگر ترس از ضرر کردن ۲٫۵برابر قدرتمندتر از میل به دست آوردن است .اگر اشخاص احساس کنند ممکن است چیزی را با نخریدن از دست بدهند با احتمال بسیار بیشتری اقدام به خرید می کنند .

## مشاوره املاک حرفه ای هر دو را مطرح می کنند

بنابراین یک مشاور املاک حرفه ای از یک سو تا کید برفایده خریدملک پیشنهادی خود می کند واز سود دیگر به مشتری بالقوه می گویند اگر خرید نکند چه مشکلاتی ممکن است برایش پیش بیاید.

.برای مثال برای فروش یک اتومبیل می توانید بگویید که این اتومبیل چقدر زیباست وچقدر خوب حرکت میکند .اگرمشتریان بالقوه از اتومبیل شما خوشش آمد وبا این حال از خریدن ان مرددبود می توانید به اوبگویید تا دوماه دیگر این تنها اتومبیلی است که باقی مانده است وبعد اضافه کنید که قیمت این اتومبیل از دوماه دیگر افزایش خواهد یافت .این گونه مشتری با طیب خاطر بیشتری اقدام به خرید اتومبیل می کند .



گوش کردن مهم ترین تکنیک فن بیان یک مشاور املاک  
گوش کردن همواره یکی از بهترین تکنیک های مشاوره است

برای متقاعد کردن مشتریان املاک همواره نیاز به سخن گفتن نیست شما باید به طرف مقابل نشان دهید که خوب گوش می دهید و این گوش کردن را باید با فنون خاصی به متقاضیان املاک القا کنید  
پس نتیجه میگیریم گوش کردن همیشه کافی نیست. بلکه باید طرف مکالمه را متقاعد نمایید که به او گوش میدهد. در غیر این صورت طرف مقابل احساس میکند که به این مکالمه اهمیت نمیدهید و برایش ارزشی قائل نیستید. گوش دادن، تنها دریافت اطلاعات نیست، بلکه نشان دهنده کنجکاوی، احترام و اهمیت است.

۸ گام برای اینکه نشان دهید، شما خوب گوش می دهید

۱- تا زمانی که وانمود می نماید که به طرف مقابل گوش می دهید، شما در حال دروغ گفتن به او هستید. پس این حس را با دروغ به مشتری خود منتقل نکنید

۲- تمرکز: بر فرد مقابل تمرکز نموده و خود را با چیزی سرگرم ننماید ( سعی کنید تمرکزتان زننده و سنگین نباشد. با موبایل و یا کاغذهای روی میز خود بازی نکنید و به مناطق حساس بدن طرف مقابل که در حوزه Body-Language مورد بررسی قرار میگیرند زول نزنید).

حتما این جمله را زیاد شنیدید :

” گوشم با شماست ”

این یک بی احترام به فرد مقابل است و نه یک مهارت. بجای این گفتن این جمله به مشتری خود با رفتارتان ثابت کنید که به او گوش می دهید.

۳- ساکت باشید و کلام فرد مقابل را قطع نکنید.

۴- تایید و تحسین کنید: مانند مجسمه نباشید. در قسمت قبل گفتیم که ساکت باشید، اما منظور سکوت محض نبود، بلکه در بین جملات و در محل‌های مناسب و بدون قطع کردن کلام فرد مقابل، صحبت‌های او را تایید کنید که نشان دهید خواب نیستید و با اصطلاح هنوز در دنیای او هستید. با کلمات و حروف صداداری مانند: بله، ام، دقیقا، صحیح (WOW یا Ya یا Emmm...).

۵- خلاصه نمودن نکات مهم: بعد از تمام شدن کلامش، سعی کنید از تمامی جملات چند نکته مهم و اساسی را به صورت خلاصه بازگو نموده و جمع بندی نمایید تا نشان دهید که بر تمامی مکالمه دقت داشتید.

۶- اجازه به اصلاح: حتی اگر تمامی نکات را متوجه شدید، باز هم یک سئوالی پرسید و اجازه دهید که فرد مقابل برای روشن شدن کامل شما توضیح دهد.

۷- اعتبار: اعتبار فرد را زیر سوال نبرید. اگر نکته ای را متوجه نشدید، او راسرزنش نکنید، بلکه متوانید به او بگویید: "یک نکته مهمی تو صحبت‌های شما بود، ولی من متوجه آن نشدم. لطفا کمی بیشتر برایم بازش کنید".

۸- احتیاج: یادتان باشد که شما ذهن خوان نیستید. در غالب موارد افراد ذهن خوان در جلسات و مذاکرات تجاری اشتباه میکنند. از فرد مقابل به صراحت پرسید که از من چه میخواهید دقیقا چه نیازی دارید و ملک مورد نظر باید دارای چه ویژگی هایی باشد؟

با این ۸ شیوه در مکالمات خود را یک مشاور حرفه ای نشان خواهید داد

نحوه تقسیم بندی زمان در املاک و سوال کردن که بدلیل اینکه صبح ها رو وقت صرف فایل نوشتن و در آوردن فایل های روزنامه و احیای فایل میکنن تقریبا زمان رو از دست میدن و پرسیدن چگونه زمان رو مدیریت کنن.

جواب:

اول اینکه باید بگم من هیچ ایرادی به مدل و نوع املاکی در اون کار میکنن نمیگیرم اما باید بگم بعضی از دفاتری که در اون مشغول بکار هستید اصلا املاک نیستن. خیلی از اعضاء سوال کردن که املاک کفی بهتره یا آژانس مسکن.

باید بگم نوع املاک زیاد مطرح نیست و این یک چیز سلیقه ای هست

اما ما در هیچ جای دنیا املاک کفی نداریم یعنی مشاوران املاک در تمام کشور های پیشرفته فقط بصورت آژانس مسکن هستن.

دوم اینکه املاک باید دارای تمامی امکانات باشه مثلا فرض کن تو مکانیکی آچر ندارن با انبر دست پیچ باز کن!!!

وظیفه مشاور فایل در آوردن از روزنامه نیست شما اصلا کار بیخودی انجام میدید یک کار فوق العاده سنتی و بدرد نخور اینه که شما بشینین فایل از روزنامه و سایت و نرم افزار در بیارید.

اینکار وظیفه منشی املاک هست املاک حتما باید منشی داشته باشه چه کفی چه آژانس مسکن فرقی نمیکنه منشی لازمه املاک هست حتی اگر املاک ۵ متر باشه

من روی صحبتیم با مدیر های املاک هم هست

مدیران املاک بخاطر صرفه جویی در هزینه هاشون کیفیت کار خودشون رو پایین میان

حقوق یکسال یک منشی برابر با ۴ تا قرارداد فروش هست.

اما این رو در نظر بگیرید که وقت مشاورین رو بجای اینکه صرف کار مفید کنین صرف کارهایی میکنین که به هیچ دردی نمیخوره

یا مثلا چند نفر پیام دادن به ما که چطور بریم در خونه ها فایل یابی.

برادر های من کی به شما گفته مشاور باید هر روز بره در خونه مردم رو بزنه فایل در بیاره؟

هرکی این رو بهتون گفته سواد این کار رو نداشته.

فایل یابی راه داره ، روش داره ، برنامه ریزی میخواد.

مشاور مگه بیکاره هر روز بره در خونه مردم فایل در بیاره

سوم اینکه بارها گفتیم شما مشاور هستید مشاوره یعنی برنامه ریزی

شما مثلا زمانیکه میرید واسه کنکور پیش مشاور تحصیلی، مشاور برای شما برنامه ریزی میکنه کی درس بخونی کی

استراحت کنی کدوم درس رو اول بخونی کدومو آخر بخونی

کار شما هم همینه.

مطمئن باشید اگه الا بختکی کار کنین به هیچ جا نمیرسین

چهارم اینکه کی به شما گفته هر روز هی فایل به فایل هاتون اضافه کنید؟

ما صد بار تو همین کانال گفتیم شما نباید واسه مشتری دنبال فایل بگردید.

شما واسه فایل باید دنبال مشتری بگردید.

فرق اینا خیلیه!!!!

وقتی شما واسه مشتری دنبال فایل میگردید مثلا در یک بازه زمانی ۱۰ تا مشتری با بودجه های مختلف دارید با

شرایط و سلیقه های مختلف دارید.

یکی میخواد خونه کم واحد باشه

یکی میگه مجتمع میخوام

یکی میگه طبقه بالا باشه

یکی میگه طبقه پایین باشه

یکی نوساز میخواد

یکی چند سال ساخت میخواد

یکی ۵۰ متری میخواد یکی ۲۰۰ متری

اگه بخواین واسه مشتری دنبال فایل بگردین باید تموم وقتتون رو بزارین دنبال فایل پیدا کردن اخرشم هیچی به هیچی

شما زما تون رو باید اینطوری مدیریت کنید.

اول یک رنج قیمت و یک رنج متر از رو و یک منطقه رو انتخاب کنید

مثلا بگید من فروش آپارتمان بین ۶۰ تا ۸۰ متر فقط تو بلوار فردوس کار میکنم.

دیگه دنبال متر از و منطقه دیگه نگردید.

بعضی مشاورا رو همه چیز کار میکنن

اینارو که میبینم یاد یک لوازم آرایش فروش میافتم که تو مغازش عطر و ادکلن و رژ لب داره میفروشه بعد اونور مغازش برنج هاشمی اعلاء میفروشه یه گازم گذاشته اون گوشه یکی گشش شد فلافل با ترشی بهش بده بعد پشت شیشه نوشته تعمیرات موبایل و کاغذ دیواری پذیرفته می شود بعدم باهاش حرف میزنی میگه یه وقت کفتر و مرغ عشقم خواستی تو حیاط دارم ارزون میدم

بعد یکی عطر میخواد میره تو مغازه میگه فلان سبک عطر میخوام و فروشنده میگه ندارم بعد میگی برنج دودی میخوام میگه ندارم میگی فلافل با ترشی مخلوط میخوام میگه ندارم.

ولی یک مغازه میری فقط عطر داره وقتی سبک بوی مورد علاقتو میگی ۱۰ تا میزازه برات یکیشو میخوری

حالا خودتون فکر کنین کدومش درستته؟

پس همیشه تو یه محدوده و رنج باید کار کنین.

دوم شروع کنین ۸ تا فایل تو همون منطقه و متر از پیدا کنین .

بیشتر نشه همون ۸ تا فایل کافیه

سعی کنین فایل هایی که پیدا میکنین با هم متفاوت باشه مثلا یه ۶۰ متری مجتمع پیدا کنین یه ۶۰ متری کم واحد

یه نوساز یه قدیمی

سوم این فایل هارو زنگ بزنین با مالکش هماهنگ کنین برید همش رو ببینین فرم کارشناسی براش پر کمین و با مالکش کانکت بشید

چهارم این ۸ تا فایل رو بزارید جلوتون شروع کنین روش آگهی بدین واسه فایل ها دنبال مشتری باشید نه واسه مشتری ها دنبال فایل.

اینطوری درصد موفقیتتون بیشتره چون تو یه محدوده ۸ تا فایل با یه بازه مترژی دارید. مشتری که زنگ میزنه بالاخره از این ۸ تا فایل یکیشو می پسنده.

کار این ۸ تا فایل رو به سر انجام برسونین بعد برید سراغ فایل دیگه.

برنامه ریزی بعدی واسه روز آگهی.

مشاور وقتی آگهی داره از ۸ صبح تا ۱۰ شب باید پشت تلفن بشینه فقط آگهی جواب بده.

۱۰۰۰ تا مشتری رو آگهی زنگ بزنه یا ۲ تا زنگ بزنه فرقی نمیکنه.

یک خونه رو که آگهی کردین فقط یک نفر میخره یک خونه رو که نمیتونین به ۱۰۰۰ نفر بفروشین

یک دفعه میبینین از صبح هیچ کس زنگ نزد همون یک نفر یکدفعه ساعت ۱۱ شب زنگ زد.

مشاور همیشه باید تلفنش رو جواب بده

حتی اگه تو دستشویی بودین یا نصف شب خواب بودین باید تلفنتون رو جواب بدین

یه بیزینسمن هیچ وقت نباید تلفنش خاموش باشه یا جواب نده.

همیشه گوش بزنگ باشین.

در این بخش از برنامه کاری می‌خواهیم برنامه روزانه را بررسی کنیم

شما شغلی مثل فست فود یا ساندویچی را در نظر داشته باشید

برنامه کاری مشخصی دارند یعنی هر هفته باید مایحتاج یک هفته خود را خرید کنند

هر روز صبح گوجه و خیارشور و کاهو و سس و ... را آماده و خورد میکنند

هر روز صبح نان تازه می‌خرند

مثلا هر چند روز یکبار باید غذاهای زمان بر مثل بندری یا غیره را آماده کرده و در یخچال داشته باشند

و بسیاری از برنامه های کاری که لازمه کارشان هست

حال تجسم کنید شما به یک فست فود مراجعه میکنید و یک ساندویچ بندری سفارش میدهید

صاحب فست فود شروع میکند پیاز را پوست میکند و خرد میکند و تفت میدهد سپس از مغازه بیرون رفته و بعد از

نیم ساعت با یک تکه سوسیس و یک تکه نان و.... وارد مغازه می شود و سوسیس را خرد کرده می پزد و دوباره

برای خرید گوجه و خیار شور و کاهو بیرون می رود و بر میگردد و گوجه و کاهو رو میشورد و خورد میکند و.....

بقیه ماجرا را خودتان تجسم کنید

آیا می شود اینگونه کار کرد؟

شما شغل های دیگر را هم در نظر بگیرید همین است

حتی یک دکتر هم باید برنامه کاری داشته باشد

مثلا مریض که شدید مراجعه میکنیم دکتر میگه یک لحظه صبر کن من برم یه بستنی بخرم بخورم بعد چوبشو بیارم

گلوت رو معاینه کنم [22]

این مثال را میزنم که مخصوصا به برخی از مشاورین بر بخورد شاید کمی به خودشان بیایند

یک چوپان هم سر یک ساعت گوسفندان را به چرا می برد و سر یک ساعت بر میگردد

اما برخی از مشاورین اصلا فکر میکنند شغل املاک یعنی وقت تلف کردن

بی برنامه می نشینند و منتظرند که از اسمان یک مشتری بیارد و روبرویشان بشیند و بگویند من هرچیز که تو بگی را

میخرم چنین چیزی هیچ وقت اتفاق نمی افتد

یک مشاور حرفه ای باید از زمانی که وارد دفتر می شود تا پایان کارش دائماً در حال مذاکره و جدال باشد در این بین شما می بایست برای خود یک برنامه کاری تدوین کنید که حتی از کوچکترین زمان استفاده کنید بارها گفتم هرگاه همکاران در کنار شما شروع به بحث و حرف های غیر کاری زد خیلی محترمانه بگویید من وقتی برای تلف کردن ندارم

بعد از ساعت کاری صحبت میکنیم. بگذارید فکر کنند شما منقول هستید. بزودی زمان ثابت میکند که چه کسی منقول است

من سال ۷۹ که با سن خیلی کم وارد املاک شدم افرادی در آنجا کار میکردند که تجربه کاری آنها به ۱۰ سال هم میرسید و من بدون اینکه چیزی بلد باشم در کنارشان مشغول بکار شدم

همه مشاورین ساعت ۱۰ صبح وارد املاک می شدند و من با اینکه راهم دور بود ساعت ۸ صبح در املاک شروع به فعالیت میکردم و خیلی از مواقع که آبدارچی دیر می کرد حتی ساعتی پشت در می ماندم

ظهر که میشد مشاورین ساعت ۱۲ از املاک به بهانه ناهار خارج شده و ساعت ۵ به املاک بر میگشتند و من و برادرم تنها مشاورینی بودیم که یک سره در املاک می ماندیم و ساعت ۳ یک کنسرو می خریدیم و در حد نیم ساعت میخوردیم و بلافاصله مشغول بکار می شدیم

مشاورین دیگر ساعت ۸ به خانه مراجعه می کردند ولی ما تا ساعت ۱۰ در املاک کار میکردیم

در هنگام کار مشاورین دائماً به شوخی و خنده و مسائل سیاسی و اقتصادی می پرداختند و ما گویی که هستیم و هیچ چیز نمیشنویم

حتی بعضی از مواقع که بلند می خندیدند ما اعتراض میکردیم و مدیر بنگاه آنها را جریمه می کرد به همین دلیل با ما لج بودند و ما را مسخره می کردند

الان که حساب میکنم میبینم هر روز کاری ما برابر با یک هفته کاری آنها بود یعنی کاری که ما در یک روز انجام میدادیم آنها در یک هفته ناقص انجام میدادند

ما در یکماه به بهترین مشاور در املاک خودمان تبدیل شدیم و مشاورینی که ۱۰ سال تجربه داشتند نصف ما هم واریزی نداشتند



در سال ۸۳ بازار املاک به طرز فجیعی خراب شد

اکثر مشاورین از شغل املاک بیرون آمدند

یکی از مشاوران فروشنده پوشاک شد

دیگری راننده آژانس شد و .....

اما ما در شغل خود ثابت ماندیم و با نداری و بی پولی ساختیم

شبها بعد از ساعت ۱۰ با ماشین یک روز در میان نوبتی با برادرم مسافرکشی میکردیم

اما شغل املاک را رها نکردیم

همین مشاورین به ما منقول میگفتند و همان فردی که فروشنده لباس شد به ما میگفت شما دیوانه اید من اینجا ماهی

فلان قد حقوق میگیرم و.....

نتیجه ای سخت کوشی دیروز اینست که ما بعد از سالها سختی کشیدن و تلاش کردن به موفقیت رسیدیم و تعدادی

از همان مشاورین با دیدن موفقیت ما دوباره به شغل املاک باز گشتند و دوباره با ما همکار شدند

اما این همکاری اینبار فرق داشت

این افراد زرنگ اینبار مشاور بودند و ما که منقول بودیم مدیر و صاحب دفتر آنها بودیم

اینبار آنها بودند که منقول بودند و این ما بودیم که برای آنها تصمیم می گرفتیم و به آنها منقول میگفتیم

البته الان در دفتر ما کسی از آن مشاورین مشغول بکار نیستند

چرا که آنها با سابقه کاری بیشتر از ما زیر دست ما کار میکردند و این موضوع باعث اختلاف می شد

این مطالب را گفتم تا بدانید من همان مشاور منقولی هستم که برای ثانیه های خودم برنامه ریزی داشتم

صبح تا شب تلاش میکردم و نتیجه اش را دیدم

البته من هنوز خودم را موفق نمیدانم و با اینکه از یک خانواده کاملا فقیر بوجود آمده ام و اکنون از مادیات غنی

هستم اما باز هم بدنبال پیشرفت هستم

یکی از خواهران عضو کانال سوال کرد که رمز موفقیت شما در چیست؟

در جواب باید بگویم من هیچ انسانی را موفق نمیدانم چرا که هر قدر موفق شوی باز هم می توانی بهتر باشی

اما باید بگویم دلیل پیشرفت من اینست که هیچ گاه از مسیری که رفتم پشیمان نشدم

خدا شاهد است که اگر دوباره بدنیا بیایم همین گونه زندگی خواهم کرد

تنها راه پیشرفت من این بود که وقتی وارد مسیری شدم هیچ چیز جلو دارم نبود هیچ وقت از اینکه وارد شغل املاک

شدم پشیمان و نا امید نشدمبا تمام مشکلات این شغل ساختم و از کوچکترین زمان ها استفاده کردم و از هیچ تلاشی

دست نکشیدم

موفقیت حاصل نمی شود مگر اینکه به راهی که میروی مطمئن باشی

خانواده من مخالف بودند که من وارد شغل املاک شوم

اما من این شغل را شروع کردم و به آنها ثابت کردم اشتباه می کنند

بخدا قسم که تا به امروز نه قرارداد میلیاردی نوشته ام نه کمیسیون میلیاردی گرفته ام و نه شانسی در کار بوده است

تمامی مشاورانم در کانال عضو هستند میتوانند شهادت دهند

باور کنید من خودم هم نمیدانم از همان قرارداد های کوچک چگونه موفقیت حاصل کردم

امروز که در کنارتان هستم فکر میکنم در شغل املاک غنی شده ام و به هرچه میخواستم رسیده ام املاک بزرگی

دارم و خودم مدرس این حرفه هستم و بسیاری از صاحبان املاک شاگردان من بوده اند و با اینکه چند سالی است در

ساختمان سازی مشغول بکارم ولی این حرفه را ترک نخواهم کرد و کارم را هر روز ارتقاء خواهم داد و هیچ چیز

نمی تواند جلو دارم باشد

من همان مشاور منقول هستم

این مطالب را گفتم تا بدانید اگر فکر می کنید بدون برنامه می توانید پیشرفت کنید سخت در اشتباه هستید

کارهای خود را برنامه ریزی کنید و یک ثانیه را در املاک تلف نکنید

بخدا قسم موفقیت تنها در استمرار تلاش و ثابت ماندن در یک حرفه است

شغلتان را تغییر ندهید خودتان را تغییر دهید

من هر آنچه دارم از شغل املاک بدست آورده ام و این شغل را با ریاست جمهوری هم عوض نخواهم کرد

اگر روزی رئیس جمهور هم شوم املاک را رها نخواهم کرد

نمونه ای از برنامه کاری روزانه

ساعت کاری هرروز از ساعت ۸.۱۵ تا ۱۴

و از ۱۵ تا ۲۲ شب

از ساعت ۸.۱۵ تا ۹ مطالعه و آموزش

از ساعت ۹ تا ۹.۳۰ ارسال آگهی ها در فضای مجازی

از ساعت ۹.۳۰ تا ۱۰.۳۰ بررسی فایل های سیستمی

از ساعت ۱۰.۳۰ تا ساعت ۱۲.۳۰ فایل یابی و کارشناسی حداقل ۳ فایل در روز

از ساعت ۱۲.۳۰ تا ۱۴ هماهنگی بازدید با مشتریان تماس و پاسخگویی به مشتریان

روزانه حداقل ۶ بازدید

از ساعت ۱۵ تا ساعت ۲۰ بازدید و پاسخگویی به مشتریان

از ساعت ۲۰ تا ۲۲ جمع بندی کارهای روزانه نوشتن دفتر اشتباهات و تجارب هرروز ، محیا کردن آگهی های فردا

و برنامه ریزی برای کارشناسی و بازدید فردا

توضیح:

به هیچ عنوان در ساعت کاری از موبایل و فضای مجازی استفاده نشود

از گپ زدن با همکاران تا اتلاف حتی یک دقیقه از وقت خودداری نمایید

ممکن است در ساعاتی از روز جهت انعقاد قرارداد قادر به تکمیل برنامه روزانه خود نباشید

بنابراین در روزهای قرارداد میبایست برنامه آن روز خود را فشرده تر یا به فردا موکول نمایید

شیوه کاری بترتیب موجود در آموزشها فقط در یک رنج و محدوده و فعالیت روی فایل با استفاده از قانون ۸ فایل

شخصی خواهد بود و هرروز فایل های جدید کارشناسی کرده و در صورت لزوم جایگزین گردد

## برنامه ریزی هفتگی

۳روز فرد هفته حتما فایل یابی شود روزی ۲ ساعت

هرروز هفته حتی جمعه ها حداقل ۳ فایل کارشناسی شود مجموعا ۲۱ فایل در هفته

۳روز زوج هفته حتما آگهی روزنامه چاپ شود

هرروز هفته حتی جمعه ها روزانه از تمام ظرفیت خود برای آگهی در فضای مجازی استفاده شود حداقل روزانه ۶

آگهی که در ماه ۴۲ آگهی در فضاهای مجازی مثل دیوار و شیپور و .....

تمامی روزهای هفته تمام سعی خود را بکنید در روز حداقل ۶ بازدید انجام شود

اگر طبق برنامه عمل کنید ممکن است هفته اول با کسر بازدید مواجه شوید اما از هفته دوم بازدید ها مداوم انجام

خواهد شد

یک روز در هفته ترجیحا جمعه ها تراکت پخش شود بنام خودتان

توضیح تراکت های معمولی کاغذی هم ارزان هستند هم کفایت میکند

اگر قصد چاپ تراکت را نداشتید روی کاغذ های آچار با دست خط خودتان یادداشت کنید

متن تراکت فقط در ارتباط با رنج خودتان و با شماره همراه خودتان باشد

باقی روزها مطابق برنامه روزانه

## توضیحات برنامه کاری

در قسمت قبل برنامه یک هفته کاری را به اختصار تقسیم بندی کردیم

طبق برنامه ریزی شما روزهای زوج آگهی روزنامه دارید پس زمانیکه وارد دفتر میشوید ابتدا با خوردن یک چای دیش با انرژی کار خودتون رو شروع کنید

صندلی خود را جلو بکشید ذهن خود را از هرگونه مشکلات پاک کنید و به این فکر کنید که امروز قرار است یک روز خوب برای خود بسازید

گوش هایتان را به روی صداهای اطرافتان ببندید انگار که کر هستید و هیچ چیز نمی شنوید

اهمیت ندهید در اطرافتان چه میگذرد تمامی حواس و انرژی شما می بایست معطوف به کارتان باشد صحبت با همکاران را فراموش کنید

به این فکر کنید که زمان سریعا در حال گذشتن است

احساس کنید یک ربع دیگر ساعت کارتان تمام می شود و کلی کار عقب افتاده دارید که انجام نداده اید

توکل کنید چشمانتان را یک لحظه ببندید و به خودتان قول بدهید که امروز یک قرارداد را به سرانجام خواهید رساند طوری استارت بزنید که تا شب به خودتان آفرین بگویید و نتیجه کارتان هرچه شد از خودتان رضایت داشته باشید که حداقل ذره ای از تلاش خود کم نداشته اید

با آرامش شروع کنید

گوشی خود را کنار بگذارید انگار که اصلا گوشی ندارید و از گوشی فقط برای ابزار جوابگویی استفاده کنید

دفتر و ابزار نوشتاری خود را برای نوشتن مشخصات مشتریان آماده بگذارید

یک تکه کاغذ جلوی خود بگذارید و همانطور که در آموزش مذاکره و جوابگویی گفتیم ترتیب کلمات را هم برای

آگهی روزنامه و هم برای آگهی های فضای مجازی آماده کنید و روی کاغذ چسبان بنویسید و روبروی خود

بچسبانید

آماده پاسخگویی باشید

تلفن را بردارید و با مالک هایی که ملکشان را آگهی داده اید تماس بگیرید و به آنها بگویید مصمم هستم در همین

هفته پرونده ملک شما را ببندم و از آنها برای امروز تایم بازدید بگیرید

تایم بازدید را در برگه های چسبان یادداشت کرده و روبروی خود بچسبانید

بعد از انجام مذاکره با مالکان نوبت به چک کردن فایل های عمومی می رسد

فایل های عمومی روز را چک کرده و از آنها نت برداری کوچکی کنید

لازم نیست فایل به فایل هایتان اضافه کنید اما در خاطرتان باشد که چه ملک هایی در روز موجود است

در خلال انجام کارهای فوق مطمئنا با متقاضیان تماس گیرنده روی آگهی ها مذاکره خواهید داشت

مذاکرات را با کمال خوش رویی طبق آموزشها انجام دهید

شما یک کار مهم دارید که میبایست تا قبل از ظهر انجام دهید

در قسمت قبلی برنامه کاری گفتیم روزها را به کارشناسی اختصاص دهید شما برای اینکه روزهای زوج آگهی روزنامه داشته باشید میبایست روزهای زوج تا قبل از ظهر فایلهایی که در روزها کارشناسی کرده اید را تدوین کرده بازدیدش را هماهنگ کنید و با مشورت از مدیر خود متن مناسب را جهت آگهی به مدیر تحویل دهید

باقی روز را نیز به مذاکره و هماهنگی مشتریان و مالکان پردازید

بعد از انجام برنامه های گفته شده نوبت به تایم استراحت و ناهار میرسیم خلاصه بگویم که عادات بد استراحت را ترک کنید

اکثر مشاوران ساعات بین ۱ تا ۴ را در ظهر به استراحت میپردازند اما آیا واقعا میزان فعالیت صبح تا ظهر شما نیاز به ۳ ساعت استراحت دارد؟

واقعا چنین نیست من خودم مخالف زیاد کار کردن هستم و عقیده ام بر این است که انسان باید بجای سخت کار

کردن اصولی کار کند ولی متاسفانه باید بگویم این مصداق برای افرادیست که تمکن مالی دارند

اگر از وضعیت مالی خوبی برخوردارید ظهرها ۵ ساعت استراحت کنید و این اشکالی ندارد اما باید بگم که کسانی که

هدف معینی دارند می توانند هم اصولی کار کنند و هم تایم بیشتری را با رعایت اصول فعالیت کنند

حقیقت تلخی است و باید بگویم هرچه تایم کارتان در زمان حال بیشتر باشد تایم استراحتتان در آینده بیشتر خواهد

بود

مثالی را همیشه زده ام و تکرار میکنم

چه کسی ذاتا دوست دارد با ۶۰ سال سن از شب تا صبح برای مقداری حقوق خیابان را جارو بزند

به جرات می توان گفت هیچکس

انسان ذاتا موجود راحت طلبی است

من نمی خواهم به قشر زحمتکش رفتگر بی احترامی کرده باشم اما شواهد نشان میدهد فردی که با ۶۰ سال سن مشغول رفتگری است در جوانی و میانسالی به استراحت پرداخته و اکنون مجبور است در سرما و گرما کار کند آن هم درست در سنی که نیاز به استراحت دارد

خیال نکنید اگر به همین روال جلو بروید شما قرار است همیشه لذت از زندگی ببرید

این رفتگران زحمتکش هم روزی به فکرشان خطور نمی کرد مجبور به این کار شوند

اینها نیز انسان هستند درست مثل من و تو و شاید من و تو هم مجبور شویم روزی مثل این قشر زحمتکش باشیم

پس این را بدان هرچه در وضعیت فعلی از تایم استراحت کم کنی در آینده به تایم استراحت افزوده ای

با این حقیقت کنار بیا

شاید تعجب کنید

اما اگر از آموزش های من جواب گرفته اید من تایم ۲ تا ۳ ظهر را فقط به مدت یکساعت برای ناهار و استراحت پیشنهاد میکنم

بیشتر از این وقت را تلف نکنید

همین الان هم عقب هستید

شاید تعجب کنید ولی من برای برخی از افراد پیشنهاد میکنم که ناهار هم نخورند

میدانم که حرفم غیر منطقی بنظر میرسد اما این رو بدونید اون روزیکه چنان سرگرم کار بودید و شب تازه بیاد

آوردید که ناهار نخوردید روز اوج شماست

توماس ادیسون یک جمله معروف داره که میگه:

من الکتریسیته را در زمانی اختراع کردم که همه در حال استراحت بودند یعنی نصف شب

مایکل شوماخر راننده مشهور میگه:

رمز موفقیت من این است که درست در زمانیکه همه ترمز میکنند من گاز میدهم

پس نگاه نکنید که همکارانتان در حال استراحت هستند شما در زمان ترمز آنها گاز دهید تا از همه جلو بزنید

بعد از نهار خوردن و استراحت یکساعته بدون معطلی کار را شروع کنید چیزی تا پایان ساعت کاری نمانده

از صبح زحمت کشیدی تا ثمره زحمتت را در بعداز ظهر ببینی

اکنون وقت هماهنگی ۶ بازدید در روز است

هرچه در چنته داری بیرون بریز

تلاش کنی روال بازدید هایت انجام خواهد شد

بنابر این تلفن را بردار و ساعات باقیمانده کاری را برای بازدید رفتن تایم بندی کن و آماده بازدید باش

کلمات و مذاکرات را طبق آنچه گفتیم تمرین و تجسم کن

محاسن ملک و معایب ملک ها را در ذهنت مثل یک پازل بچین و راههای مشاوره را با خلاقیت تمرین کن

کار دیگری که بعدازظهر داری هماهنگی کارشناسیهای فردا است

فایل هایت را غربال کن و با مالکین تماس بگیر و برنامه ای را برای فردا و کارشناسی ملک ها تدوین کن

شما باید فایل هایی جدید را کارشناسی کنید

کارهای فردای خود را بنویس تا فراموش نکنی

اگر بد قولی کنی بدرد املاک نمیخوری پس فراموشی برای یک مشاور آفت است

توجه کنید که اگر برنامه کاری خود را صحیح انجام دهید آخر شب خواهید دید که خیلی از کارهایتان عقب افتاده

بنابراین اگر تایم خالی داشتید بدانید برنامه کاری خود را صحیح انجام نمیدهید



تصور کنید قرار است امروز یکی از مهم ترین ملاقات های دوران کاری خود را برای به ثمر نشاندن یک فروش عمده داشته باشید، به نظر شما برای موفقیت در این ملاقات چه چیزهایی لازم است؟

شاید پاسخ شما به این پرسش مواردی از قبیل: رفتار مناسب، پوشیدن لباس شیک و رسمی، حضور به موقع سر جلسه و مواردی از این دست باشد اما یک نکته مهم در این جا وجود دارد و آن این که «مشاوران موفق، قبل از هر ملاقاتی با مشتری، برای این رویارویی تمرینات کافی دارند و از این حیث خودشان را کاملا آماده می کنند.»

این موضوع آن قدر ساده است که اغلب فراموش می شود، اما نشانه یک مشاور حرفه ای، آمادگی کامل و مرور تمام جزئیات قبل از هر جلسه است بهترین مشاورین آن هایی هستند که به طور مرتب مطالبی را که قرار است بگویند و جزئیات مربوط به محصول را، قبل از هر جلسه با مشتری، مرور و بررسی کرده و پیش خود تکرار می کنند.

هیچ ورزشکاری را نمی بینید که قبل از شروع مسابقه خود را کاملا آماده نکند. در واقع مدت زمان لازم برای تمرینات، خیلی بیش تر از زمان مسابقه است. همین موضوع در مورد نیروهای نظامی نیز صحت دارد و زمانی که نیروهای زبده نظامی را می بینید، بلافاصله آموزش ها و تمرینات منظم و گسترده ای در نظر تان مجسم می شود. در هر زمینه ای، افرادی که کامل ترین آمادگی ها را کسب کرده و خودشان را وقف کارشان می کنند، به بالاترین سطح ارتقا پیدا می کنند و مشاوره نیز از این موضوع مستثنا نیست.

با داشتن تجربه کم هم می توان وارد دنیای خرید و فروش شد، ولی قسمت آسان کار همین جا تمام می شود؛ از این مرحله به بعد، تلاش سخت و آموزش مستمر برای کسب موفقیت ضروری است. پس اگر می خواهید جزو بهترین ها باشید و بهترین نتایج را هم به دست آورید، باید راه بهترین ها را بروید، یعنی خود را از هر جهت آماده کنید و حتی بیش از حد لازم است این کار را انجام دهید.

به پرسش نخست باز می گردیم؛ یکی دیگر از مواردی که برای موفقیت در امر مشاوره لازم است، آشنایی شما به عنوان مشاور، با وضعیت مشتری است؛ مشاوره که بیش ترین آشنایی را با وضعیت مشتری خود داشته باشد، به احتمال قوی برنده معامله خواهد بود. منظور از شناخت وضعیت مشتری، آگاهی از علایق، خواسته ها و سلیقه هایی است که مشتری را به سمت خرید سوق داده است. مثلا ممکن است مشتری شما از طرفداران پروپا قرص ملک های سنتی ساخت مورد عرضه باشد، در این صورت هر چقدر شما بیش تر درباره نو بودن و مدرن بودن فایل خود با وی صحبت کنید، احتمال شکست خود را بالاتر می برید.

بین انجام مقطعی یک معامله و کیفیت پرسش هایی که به مشکلات مشتری تاکید دارد، رابطه مستقیمی وجود دارد. تنها راه اطمینان از شفافیت و ارتباط سوالات با موضوع این است که آن ها را قبل از ملاقات با مشتری، کلمه به کلمه روی کاغذ بنویسید. جالب است بدانید بعضی از موفق ترین مشاورین «متخصص طرح سوال» از مشتری بوده اند.

یکی از مشاورین که به عنوان بزرگ ترین فروشنده عصر حاضر شناخته شده است؛ وی هر شب مدت دو ساعت به مرور و تمرین مطالبش می پرداخت تا روز بعد آمادگی کامل داشته باشد.

او در کتاب خود توضیح می دهد که موفقیت بزرگ وی عمدتاً به خاطر توانایی های او در پرسیدن سوالات درست، در زمان درست بوده است. او متوجه شده بود که پرسش هایی مناسب و به جا، می تواند یک فرد بی علاقه یا منفی را گاهی در عرض چند ثانیه به یک مشتری واقعی تبدیل کند.

«۹۵ درصد فروشندگان فقط با اصلاح جملات خود به هنگام ارایه مطالب می توانند نتایج بهتری به دست آورند. گزینش کلمات صحیح در یک پرسش یا پاسخ می تواند تاثیر عمیقی به جای بگذارد و تنها راه اطمینان از عالی بودن ساختار جملات، نوشتن آن ها روی کاغذ و تمرین مکرر آن هاست.»

#### ● همیشه برنامه ریزی قبلی داشته باشید

پیش از ملاقات با مشتری، هدف هایتان را از این دیدار مشخص کنید. چیزهایی را که امیدوارید در این دیدار به دست آورید به تفکیک بنویسید. پس از ملاقات هم فوراً هر چه را که بیان شده است یادداشت کنید. به حافظه تان اطمینان نداشته باشید؛ چینی ها ضرب المثلی دارند که می گوید: «دوام کم رنگ ترین مرکب، بیش تر از بهترین حافظه هاست.»

قبل از هر ملاقات با مشتری صرف نظر از تعداد دیدارهای قبلی با او، چند دقیقه ای را صرف مرور و بررسی او، وضعیت فعلی و یادداشت های قبلی خودتان بکنید. با انجام این کار، از افزایش فوق العاده میزان آمادگی و تاثیرگذاری خود تعجب خواهید کرد و مشتری ها نیز همیشه متوجه می شوند که شما تکلیفتان را انجام داده اید. موفق ترین مشاوران در هر رشته ای قبل از شروع به فروش و ارایه مطالب و پایان دادن به معامله، خودشان را کاملاً آماده می کنند. آن ها همه چیز را پیشاپیش می سنجند و هیچ چیز را به شانس واگذار نمی کنند. به یاد داشته باشید که همین جزییات، تفاوت بین موفقیت و شکست است. مشاوره که وقت زیادی را صرف آشنایی با نیازهای خاص مشتری کرده باشد، موفق به ایجاد بالاترین سطح اعتماد و برقراری بهترین رابطه با مشتری خواهد شد.

پیش شرط اساسی هر معامله ای، ایجاد آمادگی کامل است

مهارت فروشندگی مهم ترین اصل در زندگی هر فرد

در دنیای تجارت، تقریباً هر فرد موفق را که میبینید یا ابتدا فروشنده بوده و یا (تنها 2٪ از افراد ثروتمند جهان) ثروتمند به دنیا آمده و بعد فروش را به او یاد داده اند؛ اما واقعاً چرا فروش چنین نقشی حیاتی نه تنها در راه اندازی کسب و کار، بلکه در زندگی دارد؟

فروش یعنی مبادله کالا با کالا و یا کالا با پول است.

این ساده ترین تعریف فروش است؛ اما در دنیای تجارت فروش یعنی کاری کنید فردی به شما پول پرداخت کند تا بتوانید حیات کسب و کارتان را که رفاه زندگی شما به آن وابسته است را حفظ کنید... البته نه به هر قیمتی!

فراگیری مهارت فروشندگی نه تنها برای برای مشاورین املاک مفید است، بلکه

تنها مهارتی است که شما هر روز در حال استفاده از آن هستید!

برای مثال هنگام آشنایی با فردی غریبه برای اولین بار شما در حال فروش شخصیت خودتان هستید، آیا طرف مقابل حاضر است مبادله ای انجام دهد؟

هنگامی که میخواهید در جمع دوستانتان نظری ابراز کنید، آیا میتوانید نظرتان را با پذیرش جمع مبادله کنید (بفروشید)؟

همه ی ما در هر لحظه در هر کجا در حال فروش هستیم، بعضی اوقات زمانمان را با فعالیت مان، بعضی مواقع پولمان را با محصولی و بعضی مواقع خودمان را با پذیرش طرف مقابل مبادله میکنیم؛ بنابراین فروش یکی از مهم ترین و تاثیرگذارترین مهارتهایی است که فراگیری آن نه تنها باعث موفقیت کاری شما میشود، بلکه دیدی نو در زندگی به شما هدیه میدهد تا زندگی را از دریچه دیگری ببینید.

۶ نکته فروش عصبی کدامند؟

برخی مواقع انسان‌ها ملک‌هایی را می‌خرند با سلیقه خود فاصله زیادی دارد اما دلیل آن چیست؟ دلیل آن مشاور است! او با استفاده از تکنیک بازاریابی عصبی روی مشتری تأثیر می‌گذارد و او را وادار به خرید می‌کند.

اما این تکنیک‌ها چه چیزهایی هستند؟

۱. اغلب انسان‌های تصمیمات احساسی می‌گیرند

آن‌ها بر اساس احساسات، نیازها و عواطف خود تصمیم می‌گیرند نه بر اساس منطق و فکر. وقتی شما دارید ملکی را می‌فروشید، باید سعی کنید روی احساسات طرف مقابل تأثیر بگذارید.

۲. انسان‌ها به دنبال ارزش هستند

ارزش ملک بستگی به چیزی دارد که می‌فروشید. شما باید ارزش فایل خود را به نحوی بیان کنید که مشتری بدانند در قبال هزینه‌ای که پرداخت می‌کند ملکی خرید می‌کند که برای او منفعت زیادی دارد و هزینه بیجا پرداخت نکرده

۳. برای آن‌های مثال بزنید

انسان‌ها موجوداتی اجتماعی هستند و علاقه زیادی به تأیید شدن دارند. در نتیجه هنگام فروش استفاده از این موارد را فراموش نکنید: اعلام تعداد افرادی که متقاضی خرید ملک با چنین امکاناتی هستند، توضیح دهید که خرید ملک هیچ وقت به ضرر آنها نخواهد بود و بهترین سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و ...

۴. شما نباید افراد را مجبور به کاری کنید

شما می‌توانید افراد را ترغیب به خرید کنید، می‌توانید احساس نیاز آن‌ها را برانگیزید تا از شما خرید کنند، اما هرگز نباید آن‌ها را مجبور کنید تا از شما خرید کنند چون با اینکار آن‌ها نه تنها از شما خرید نمی‌کنند بلکه هرگز به دفتر شما باز نخواهند گشت.

۵. مردم عاشق خرید کردن هستند

مردم علاقه خاصی دارند تا ملک‌هایی با امکانات جدید را بخرند اما هرگز دوست ندارند فریب بخورند. پس به جای اینکه سعی کنید به آن‌ها بفروشید سعی کنید آن‌ها را راهنمایی کنید که آیا خرید این ملک برای آن‌ها مفید است یا نه؟ با اینکار اعتماد آن‌ها افزایش می‌یابد و فروش خودبه‌خود اتفاق می‌افتد.

۶. مردم همیشه به دنبال چیزهای مشخصی هستند

آرامش و شکوه چیزهایی هستند که اکثر مردم به دنبال آن هستند. پس سعی کنید هنگام فروش یکی از این موارد را به مشتری خود یادآوری کنید مثلاً بگویید با خرید این ملک هیچ‌گاه ضرر نخواهید کرد و هر زمان قصد فروش آن را داشتید بدون ضرر آنرا خواهید فروخت

دلایل عدم نتیجه گیری

متأسفانه باید بگم اکثر کسانی که نتیجه نمیگیرند ۲ مشکل عمده دارند که باعث میشه در هیچ شغلی نتیجه نگیرند

در این مطلب فقط دلایل عدم نتیجه گیری رو بررسی میکنیم

مشاورین املاک اکثراً هیچ دلیلی برای نتیجه نگرفتن ندارند یا مشکل رو از خودشون نمیدونن و یا از بازار گلگی

میکنند یا از محل کارشون و.....

اکثراً اینگونه عنوان میکنند که چرا با اینکه تلاش میکنم و قواعد رو رعایت میکنم نتیجه نمیگیرم؟؟؟؟

جوابتون دست منه

به ۲ دلیل نتیجه گیری تو هر شغلی ممکن نیست و غیر از این ۲ دلیل هیچ دلیل دیگه ای وجود نداره

اولین دلیل که ۹۹/۹٪ از افراد چنین مشکلی دارند اینه که شما اشتباه فکر میکنید که همه ی قواعد رو رعایت

میکنید مطمئن باشید به اشکالی وجود داره

چرا؟؟؟؟

من بعنوان شخصی که کار هزاران مشاور و حتی مدیران املاک رو دیدم که عده ای از اینا در دفتر خودم مشغول

بودن و عده ای هم که تعدادشون زیاده بصورت مشاور در خدمتتون بودم به شما یه امار عجیب میخوام بدم که

شاید وحشت کنید و اگر کسی مایل بود میتونم اینو بهش ثابت کنم با امار و ارقام

این امار اینه که از هر ۱۰۰۰ نفر که در تمامی مشاغل نه تنها در شغل املاک مشغول بکارهستند تنها ۱ نفر قواعد

کارش رو رعایت میکنه

و امار عجیب تر و یا شاید ناراحت کننده اینکه هیچ کدوم از شما قواعد کارتون رو رعایت نمیکنید اینو با اطمینان

بهتون میگم حتی یک نفر هم رعایت نمیکنه

طبق امار هر مشاوره که در املاک قواعد ۱۰۰ در ۱۰۰ کار مارو رعایت کنه در عرض ۵ سال در هر شرایطی از بازار

باید به استقلال کامل مالی برسه

این میدونین یعنی چی؟؟؟؟

یعنی در شرایط رکود ۵ سال طول میکشه در شرایط عادی شما کمتر از ۲ سال باید به استقلال مالی برسید

این امار وحشتناک غیر قابل باوره

استقلال مالی میدونین یعنی چی؟؟؟؟

معنیش این نیست که شما خونه و ماشین بخرید

استقلال مالی یعنی اینکه همین الان اگر دست از کار بکشید و کارتون رو به مدیر بسپارید و تا آخر عمرتون تفریح کنید باز هم نیازی به درآمد نداشته باشید

شنیدین میگن طرف انقدر داره که نوه هاشم بخورن تموم نمیشه؟؟؟؟ این یعنی استقلال مالی

حالا شما بگید چند نفر دیدین که چنین شرایطی داشته باشن و در عرض ۵ سال به استقلال مالی برسن؟؟؟؟  
میدونم که ندیدین اما باید بهتون بگم که وجود داره حتی در شهر های خیلی کوچک هم چنین افرادی هستند  
دویدن و تلاش زیاد همیشه آدم رو به موفقیت میرسونه و امکان نداره که موفقیت حاصل نشه اما اینکه چقدر طول بکشه مهمه و این چیزی هست که بهش اهمیت داده نمیشه

اما دومین دلیل و مهم ترین دلیل

شما اصلا نمیدونید که کار کردن یعنی چی

امیدوارم که این حرف من شمارو ناراحت نکنه ما میخوایم مشکل رو حل کنیم پس باید تعارف رو بزاریم کنار  
طرف به من پیام میده میگه بچه تو مگه چند سالته به ما میخوای کار یاد بدی من خودم ۳۰ ساله املاکیم  
من به این جور پیام ها جواب نمیدم چون بی احترامی میشه اما این جور افراد یه جواب بیشتر ندارن  
هیچ وقت حرف چیزی رو درست نمیکنه و نشون نمیده من با عمل به اینا ثابت میکنم که ۱ ماه کار درست برابر با  
۳۰ سال کار ایناس

دلیل دارم براش که اگه لازم باشه میگم

شما همیشه حرف رو از کسی گوش کن که مسیر کوتاه تری رو پیدا کرده

اگر همین الان شخصی رو پیدا کردین که سنش کمتر بود اما موفق تر بود عقل میگه شما باید به حرفهای اون گوش کنید چون اون زودتر این مسیر رو طی کرده و راه کوتاه تری رو پیدا کرده

پس اول قبول کنید کار کردن اینی نیست که شما انجام میدید

کار کردن یعنی اینکه شما یک مدت زحمت بکشید تا باقی عمرتون رو لذت ببرید با روند الان شما این اتفاق خواهد افتاد؟؟؟؟

اون آقایی که ۵۰ سالشه و هنوز داره کار میکنه معنی کار کردن رو نفهمیده و باید قبول کنه اشتباه کرده حتی اگر  
۴۰ سال سابقه کار داشته باشه

یه جمله ای که من همیشه به مشاورای خودم میگم اینه که این کاری که شما میکنید کار نیست بازیه و همیشه هم از این حرف من ناراحت میشن اما بازهم بهشون میگم

من مشاور نیمه وقت دارم اندازه ۲۰ تا مشاور قرارداد مینویسه یا مشاوره دارم که در یکماه از فروش آپارتمان های کوچک ماهیانه ۲۰ میلیون هم در آمد داشته و تو همین کانال هم عضو هستن اما من به همینا هم میگم که دارن بازی میکنن و نیازیه از نو ساختن دارن و باید طرز تفکرشون رو تغییر بدن  
من به شما ثابت میکنم که با ماهی ۱۰ میلیون در آمد هم به جایی نخواهید رسید

چطوری؟؟؟؟

اگر شما ماهی ۱۰ میلیون در آمد داشته باشید در سال ۱۲۰ میلیون در آمد خواهید داشت و بعد از ۱۰ سال اگر هیچ رقمی از این پول رو خرج نکنید ۱میلیارد و ۲۰۰ میلیون سرمایه دارید تازه اگر همه رو پس انداز کنید

درسته؟؟؟؟؟؟

حالا با خودتون بگید ۱۰ سال دیگه با ۱۲۰۰ میلیارد یه خونه هم نمیتونید رهن کنید قبول دارید؟؟؟؟

پس اونیکه شما باید یاد بگیرید پول در آوردن نیست چون هیچ انسانی با پول در آوردن بجایی نمیرسه مطمئن باشید

اما اون چیه و معنی واقعیه کار چیه؟؟؟؟

همون چیزیه که تنها ۲ درصد از افراد جهان فهمیدند

عوامل مهم در عدم نتیجه گیری یک مشاور املاک

درک نادرست از نیاز های خریداران

یکی از عواملی که خریداران به ما نه می گویند درک نادرست از نیازهای خریداران است. یکی از بزرگترین اشتباهات مشاوران املاک این است که بدون شناسایی نیاز های مشتری مثل یک نوار ضبط شده و کاملاً خشک و بی احساس شروع می کند به گفتن اخبار فایل مورد نظر! و انتظار دارد که خریداران هم به دست پایشان بیفتند و التماس کند که ما این ملک رو می خواهیم. بیاید منصفانه قضاوت کنیم و برای چند لحظه خودتان را به جایی مشتریان بیچاره بگذارید صدای ضبط شده خودتان را گوش کنید و ببینید شما حاضر هستید که از این مشاور املاک مشاوره بگیرید و خرید کنید. آیا با این نحوه مذاکره با مشتری هیچ رغبتی برای خرید در شما ایجاد می شود. پس به مشتری هم حق بدهید که از خرید خود منصرف شوند. همان طور که هر پیچی اچار مخصوص خودش و هر قفلی کلید مناسبی را می خواهد. مشتری برای متقاعد شدن برای خرید محصول متناسب با نیازش را می خواهد. ما همواره با فرضیات ذهنی خودمان می خواهیم درباره مشتری و وضعیت او قضاوت کنیم از آنجا که برای همه قفلها فقط یک کلید داریم شروع می کنیم به توضیحات در مورد ملک مورد نظر و بعد از توضیحات انتظار داریم که خریداران ملک پیشنهادی ما را بخرند. یک مشاور املاک حرفه ای اطلاعات لازم و کافی درباره خریداران و مستاجران از آنها می گیرد. بنابراین ما با سوال کردن از مشتری و به دست آوردن اطلاعات به راحتی می توانیم یک استراتژی فروش را دنبال کنیم و با نمایش دادن آن برای مشتری به نهایی کردن فروش کمک کنیم.



## دلایل عدم موفقیت مشاوران املاک

دلیل اینکه شما مشاور موفق نیستید این است که ۹۸ درصد ناکام از ابتدا که وارد این شغل می شوند شکی در ذهنشان وجود دارد که آیا این شغل برای من مناسب است یا خیر و همزمان که وارد این شغل می شوند ب فکر تغییر شغل هستند و بدون هدف کار املاک را برای محک زدن خود شروع میکنند و دائماً نسبت به این شغل تردید دارند اما ۲ درصد موفق از همان روز اول که وارد این حرفه می شوند بدون اینکه اطلاعاتی در ارتباط با این شغل داشته باشند املاک را بعنوان شغل اصلی خود انتخاب کرده و هیچ شک و تردیدی در ارتباط با شغل خود ندارند و حتی فکر اینکه بخواهند شغل دیگری را انتخاب کنند نمی کنند

دومین دلیل عدم موفقیت انتظار بی مورد از این حرفه است

اغلب افرادی که همان ۹۸ درصد ناکام را تشکیل می دهند با کوله باری از بدهی و مشکلات مالی و روحی و معنوی وارد این عرصه شده و توقع دارند در عرض چند ماه تمام مشکلات حل شود و براحتی به ثروت برسند و کسب درآمد کنند اما ۲ درصد موفق با ورود به این عرصه مسایل و مشکلات خود را مدیریت کرده و با صبر و استقامت مرحله به مرحله مشکلات خود را حل میکنند و برای رسیدن به موفقیت و ثروت هدفی چند ساله را در نظر میگیرند و به آن می رسند

سومین دلیل عدم انتخاب صحیح منطقه و محدوده و املاک محل فعالیت است که غالباً با پیشنهاد های خنده دار توسط دفاتر املاک ۹۸ درصد ناکام بدون اطلاع از نحوه عملکرد وارد شده و در همان ماههای ابتدایی از شغل املاک جدا شده و یا مانند ۳ درصد گفته شده تا چندین سال در صنف املاک دست و پا می زنند و به موفقیت نمی رسند و برخی نیز دائماً املاک های مختلف را انتخاب میکنند و از این دفتر به آن دفتر روانه می شوند یا برخی از مشاورین ناکام نیز با نوشتن چند قرارداد حس غرور گرفته و بدنبال دفاتری با پورسانت بیشتر میگردند اما ۲ درصد موفق از همان ابتدا با تحقیق و با ذهن باز یک محدوده پر رونق و یک املاک معتبر را برای کار انتخاب کرده و بدون حاشیه تا روز موفقیت در همان املاک مشغول بکار می شوند

چهارمین دلیل عدم موفقیت نداشتن علم کافیست

۹۸ درصد ناکام معمولاً کار خود را بدون داشتن آموزش و آگاهی آغاز کرده و بدنبال کسب تجربه همزمان با کار هستند که این اقدام اشتباهی است که حتی بعضاً ۲ درصد موفق نیز ابتدا درگیر این مشکل هستند

پنجمین دلیل عدم موفقیت استفاده از روشهای غلط و روشهای سنتی است که اغلب افراد مشغول بکار به خیال خودشان زحمت میکشند و با تلاش زیاد نتیجه نمیگیرند که باید بگم چنین چیزی ممکن نیست اگر در حال کار هستید و نتیجه نمیگیرید مطمئن باشید روش های کاری شما غلط است چرا که امار نشان میدهد اگر از متد روز دنیا و شیوه های درست در املاک استفاده کنید احتمال نتیجه گیری شما صد در صد است کاری که این افراد انجام میدهند مانند چرخاندن پیچ به جهت مخالف است و همزمان ناراحتی که چرا پیچ بسته نمیشود دریغ از آنکه شما اگر پیچ را به جهت مخالف هزار دور بچرخانید بسته نخواهد شد و ارتباطی به تعداد دفعات چرخاندن یا تلاش کردن ندارد بلکه با چند دور چرخاندن به جهت درست بسته خواهد شد.

پس مطمئنا ایرادی در کار شما وجود دارد

جزو ۲ درصد موفق باشید

در اولین قدم برای اینکه جزو ۲ درصد موفق باشید ابتدا باید از همین لحظه تصمیم بگیرید و شغلتان را بدون هیچ گونه شک و یا دودلی بعنوان شغل آینده خود انتخاب نمایید

تجسم کنید در منطقه ای محصور شدید و شغل دیگری وجود ندارد برای اینکه گشته نمانید راهی بجز معامله در املاک ندارید و برای زنده ماندن باید در همین شغل کسب درآمد کنید

دومین اقدام کم کردن توقع است

تجسم کنید در شرکتی استخدام شدید و با شما قرارداد سته اند که از امروز تا ۳ ماه باید برای آنها کار کنید و بعد از ۳ ماه قرار است به شما حقوقی بسیار بالا بدهند

برای اینکه موضوع را درک کنید خودتان را مانند پیمانکاری در نظر بگیرید که باید ظرف چندین ماه یک پروژه را به پایان برساند و سپس دسمزد مود را دریافت کند

حتی بهترین کارمندان با حقوق بالا هم بعد از یکماه حقوق خود را دریافت میکنند هیچ انسانی قبل از انجام کار درآمدی ندارد

سومین قدم انتخاب صحیح محدوده کاری و یا حتی املاک شماسست

غول املاکهایی که وعده های درصد بالا را میدهند نخورید املاک های خوب هیچ وقت برای استخدام مشاور درصد های نجومی پیشنهاد نمیکند

خصوصیات املاک مناسب:

دارای سابقه بالا ۵ سال باشد

مدیر املاک خود قبلا مشاور باشد

مشاوران قدیمی در املاک وجود داشته باشند

تسویه حساب املاک با مشاور نقدی باشد

دارای سابقه درخشان باشد

منظور از اعلام این خصوصیات این نیست که املاک هایی با سابقه کم املاک های خوبی نیستند یا اگر مدیر املاک مشاور نبوده باشد املاک خوبی نیست

شما باید دنبال املاکی باشید که بتوانید با آرامش و بدون حاشیه در آن فعالیت کنید

این را هم بدانید هیچ املاکی وجود ندارد که بدون ایراد باشد هر املاکی ایراداتی دارد حتی در بهترین دفاتر نیز مشکلاتی وجود دارد اگر در حال حاضر در املاکی مشغول بمار هستید که ۸۰ درصد راضی کننده است عوض کردن املاک برای شما اشتباهی بزرگ است مشکلات را تحمل کنید و در همان املاک بمانید

چهارمین قدم یادگیری صحیح است

اگر تازه کار هستید قبل از ورود به املاک حتما آموزشهای لازم را دنبال کنید و در ارتباط با شغل خود هر هفته مطالعه داشته باشید و آموزش را جدی بگیرید چرا که مطالبی را که میتوانید با مطالعه یاد بگیرید باید سالها برایش وقت تلف کنید و تجربه کنید

پنجمین قدم استفاده از روشهای صحیح کار در املاک است

غرور را کنار بزارید از افراد موفق در این رشته و همچنین مدیران و همکاران خود کار صحیح را یاد بگیرید از آنها بخواهید تا کمکتان کنند اگر چیزی را نمیدانید سوال کنید مطمئن باشید اگر نتیجه لازم را نمیگیرید جایی از کارتان مشکل دارد عدم رعایت ریزه کاریها باعث عدم نتیجه گیری خواهد شد پس همواره در حال کسب تجربه و رفع ایرادات خود باشید.

وقدم آخر اینکه هیچ وقت برای پول کار نکنید کار خودتان را به نحوه صحیح انجام دهید مطمئن باشید که پول خودش بسمت شما می آید من مخالف صد در صد افرادی هستم که دنبال کمیسیون های آنچنانی و بیشتر از حد عرف هستند

تلاش خود را بکنید رضایت مشتری را هم در نظر بگیرید مطمئنا موفق خواهید شد

## مشاور واقعی باشید

برای آغاز موفقیت و تبدیل شدن به یک مشاور املاک حرفه ای باید تصویر یک دلال املاک را از ذهن خود پاک کنید و فایل ان را از ذهن خود برای همیشه پاک کنید...

شما باید خود را مثل یک وکیل حقوقی یک مشاوره حقوقی بدانید. چرا؟ خیلی ساده افراد قبل از هر اقدام حقوقی و قضایی نظریک مشاوره حقوقی را می پرسند و پس از تایید راهکارها اقدام می کنند در واقع وکلای حقوقی تنها مشاوره موکلشان نیستند بلکه امین و محرم اسرارشان نیز می باشند.

شما هم باید یک مشاور املاک امین برای مردم باشید مشاوران املاک موفق دنیا پیش از آنکه خودشان را یک فروشنده حرفه ای بدانند خودشان را یک مشاوره می دانند. یکی از مشاوران پر سابقه و حرفه ای در تهران این موضوع را برای من بیشتر توضیح داد. او می گفت من زمانی که این موضوع رومتوجه شدم تصمیم گرفتم که یک مشاوره برای مردم باشم در همان سالها یک زوج جوان برای خرید یک ملک آمده بودن به دفتر ما و می خواستن خرید یک ملک با مترار بالا رو داشتند. سن ساختمان برای آنها مهم نبود و همین طور طبقه اول و دوم برای آنها مهم نبود. و من هم همچین کیسی رو در فایل خودم داشتم. وان ملک را به آنها نشان دادم و به آنها توضیح دادم که این ملک به درد شما نمی خورد بخاطر اینکه سن ملک زیاد طبقه چهارم و اسانسور ندارد شما می توانید با سرمایه خودتان یک خانه تازه ساخت با اسانسور و پارکینگ بخرید و با یک مقدار مترار پایین تر وانها بعد از اینکه من در مورد خواسته هایی واقعی آنها مشاوره دادم حرف من رو قبول کردند وان خانه را خریدند.

ماموریت شما به عنوان یک مشاور املاک فقط فروش و اجاره یک ملک نیست.

مشاوران حرفه ای این رو اصل کار خود انتخاب کرده اند که هدف و ماموریت من کمک به خانواده ها برای به دست آوردن یک محیط عالی برای زندگی کردن است.

هرگاه شما بتوانید در ذهن مشتریان به عنوان یک مشاور املاک که می خواهد به آنها کمک کند می توانید فروش حرفه ای داشته باشید. اگر می خواهید در فروش املاک و بازاریابی املاک موفق شوید. باید صادقانه باور داشته باشید که کاری که برای مشتریان انجام می دهید به آنها کمک می کند. شما باید ایمان داشته باشید که کاری که انجام می دهید مهم است و ارزشمند است. این همان راهی است که شما را از دیگر مشاورین املاک متمایز می کند. هدف شما نباید فروش باشد بلکه خود را مشاوره مشتری بدانید تا بهترین انتخاب را داشته باشد.

بدین شکل می توانید یک مشاور املاک حرفه ای شوید

## ۲ دلیل مهم برای معامله کردن یا معامله نکردن مشتریان

مشاور املاک حرفه ای این مهم را باید بدانند دودلیل اصلی برای خرید کردن یا نکردن مشتریان املاک میل به سود بردن و ترس از ضرر کردن است

انگیزه اول میل به سود بردن به معنا قرار گرفتن در شرایط بهتر است. بنابراین وظیفه شما این است که خریدار احتمالی را متقاعد کنید که اگر ملکی را که شما پیشنهاد کرده اید را بخرد تا چه اندازه در شرایط بهتری قرار می گیرد.

انگیزه دوم ترس از ضرر کردن است. همان طور که که قبلا توضیح دادیم خریداران از خرید اشتباه می ترسند که ملک را بخرند که در آن ضرر کنند. در اینجا به کشف مهمی نایل می شویم میل به سود بردن از قدرت انگیزه های برابر ابرخوردار است اما ترس از زیان دیدن و ضرر کردن از قدرت انگیزه منفی ای به اندازه ۲٫۵ بر خوردار است به عبارت دیگر ترس از ضرر کردن ۲٫۵ برابر قدرتمندتر از میل به دست آوردن است. اگر اشخاص احساس کنند ممکن است چیزی را با نخریدن از دست بدهند با احتمال بسیار بیشتری اقدام به خرید می کنند.

مشاور املاک حرفه ای هر دو را مطرح می کنند

یک مشاور املاک حرفه ای از یک سو تا کید بر فایده خرید ملک پیشنهادی خود می کند و از سوی دیگر به مشتری بالقوه می گویند اگر خرید نکند چه مشکلاتی ممکن است برایش پیش بیاید. یک مثل غیر مرتبط به حوزه املاک برای شما می زنم برای مثال برای فروش یک اتومبیل می توانید بگویید که این اتومبیل چقدر زیباست و چه امکاناتی دارد اگر مشتریان بالقوه از اتومبیل شما خوشش آمد و با این حال از خریدن آن مردد بود می توانید به او بگویید تا دوماه دیگر این تنها اتومبیلی است که باقی مانده است و بعد اضافه کنید که قیمت این اتومبیل از دوماه دیگر افزایش خواهد یافت. این گونه مشتری با طیب خاطر بیشتری اقدام به خرید اتومبیل می کند ..

حال باید دقت کنید که ممکن است تمام مشتریان حرف شما را باور نکنند

برای اینکه کلام تاثیر گذاری داشته باشید باید دروغ را از خاطرتان بیرون کنید مطمئن باشید هیچ یک از مراجعین شما فقط به حرف شما توجه نمی کنند و تمامی حرفهایتان را مورد تحقیق قرار می دهند پس بی دلیل و بدون استناد صحبت نکنید

مورد بعدی که باعث عدم تاثیر در کلامتان میشود اصرار بیش از حد روی یک موضوع است وقتی یکبار دلیلی را برای مشتری می آورید و آن را نمیپذیرد مجدداً آن را تکرار نکنید مگر اینکه دلیل دیگری داشته باشید

## اشتباهات رایج مشاوران املاک

نتیجه تحقیقات نشان داده که ۵۳٪ از مشتریان، تا پیش از پایان فرایند فروش، فکر و عقیده‌شان در خصوص مشاور و ملک شکل گرفته است. واقعیت این است که مشتری بالقوه Prospect همواره به دنبال کوچک‌ترین بهانه برای صرف نظر نمودن از خرید ملک کورد پسند است. اگر برخورد اعضای مشاور مناسب نباشد، احتمال اینکه مشتری ملک را رها کند بسیار زیاد است.

مشاورین املاک تحت فشار زیادی برای افزایش سطح عملکرد خویش هستند. اما حتی گاه مشاور حرفه‌ای نیز دچار اشتباه می‌شود. برخی از این اشتباهات می‌تواند موجب از دست رفتن مشتری بالقوه، طفره رفتن از بستن قرارداد و یا یک فرصت را خراب نماید. چگونه باید از این اشتباهات جلوگیری نمود؟

### اشتباهات مشاورین

#### ۱- زیاد حرف زدن

#### راه حل: تمرین گوش دادن فعال

فروش؛ فرایند گوش دادن فعال به مشکلات و نیازها مشتری و کمک به حل آنهاست. برعکس تصور عامه مردم، فروش حرفه‌ای و مشاوره حرفه‌ای فقط در حرف زدن نیست، بیشتر با گوش دادن متبلور می‌گردد. اگر مشاور زیاد حرف بزند و با واقع به مشتری بالقوه گوش ندهد، شاید موجب ایجاد حسی بدی در مشتری گردد. بسیاری از مشاورین فشار وارد می‌نمایند اما فراموش می‌کنند که باید کمی هم گوش کنند. تحقیقات نشان داده نسبت گوش دادن به صحبت کردن در بین مشاورین غیر حرفه‌ای در حدود ۷۰ به ۳۰ است.

#### ۲- تلاش برای فروش به همه

#### راه حل: ارزش داشتن کیفیت در مقابل کمیت

لزوماً تمام ملک‌ها مناسب همه نیست، و تلاش برای فروش به همه، تنها تلف نمودن زمان مشاور و مشتری بالقوه است. در مقابل، مشتریان بالقوه‌ای را باید جست که نیاز و خواسته آنان با ملک منطبق باشد. بر اساس کیف فروش: هرچه مشتریان هدف را دقیق انتخاب نماییم، شانس موفقیت ما به دستیابی رسیدن به تعداد بیشتری از مشتریان بالفعل در انتهای مسیر فروش بیشتر است. با این نحوه نگرش، تلاش‌های مشاور تاثیر بیشتری خواهد داشت.

### ۳- شکست در تحقیقات

راه حل : شخصی و منحصر به فرد نمودن استراتژی فروش

باید فرایند خرید با توجه به چالش‌ها و اولویت‌های مشتری تا حدودی شخصی‌سازی گردد،

باید در خصوص مشتریان بالقوه به درستی تحقیق نمود : چه کسانی هستند، چه نیازها و انتظارات ، ...

استفاده از اطلاعات در جهت شخصی‌سازی استراتژی فروش.

فرایند شخصی‌سازی استانداردهای فروش به معنای به‌روزرسانی نام ، شماره تماس و یا جنس کارت ویزیت شما نیست

اگر به شعور مخاطب احترام گذارید و فکر نکنید که مردم بی‌شعورند ، در نتیجه متوجه می‌شوید که مردم تفاوت ارسال ایمیل به صورت انبوه و ارسال ایمیل به صورت شخصی‌سازی شده را متوجه می‌شوند. بر اساس نتایج تحقیق شرکت Forrester : مشتریان معتقدند که تنها ۱۳٪ مشاوران املاک کاملاً متوجه نیاز و مشکلات مشتریان خود شده و به دنبال راه‌حلی برای آن‌ها هستند. شاید بهتر است معنی ” فرایند شخصی‌سازی استانداردهای فروش ” را تشریح نمایم قبل از اینکه کار به تغییر شماره تلفن‌های مشاور بکشد . فرایند شخصی‌سازی استانداردهای فروش به معنای تطبیق محتوا، پیام‌ها و استراتژی منطبق بر نیاز و مشکلات اشخاص است. ابزارهای گوناگونی برای توانمندسازی فروش می‌توان برای پیش‌بینی آماری آنچه محتوای مورد نیاز استفاده نمود.

### ۴- رویا پردازی برای مشتری

راه حل : دروغ نگفتن؛ فروش ارزش

هرگز به مشتری بالقوه و مشتری بالفعل خود دروغ نگوئید. عدم صداقت تنها برای دستیابی به فروش بیشتر در کوتاه‌مدت ، حتماً به ایجاد یک رابطه بلندمدت نیمی انجامد ، و هرگز این روش فروش ما را در تبدیل مشتری به مشتری وفادار و دارای طول عمر زیاد نخواهد شد. اگر شما توانایی برآورده نمودن قولی که به مشتری داده اید را نداشته باشید مطمئن باشید که مشتری سریع می‌فهمد. دروغ ، زنگار اعتبار مشاور است. در مقابل مشاور باید بتواند به روشنی ارزش خدمات خود را معرفی نماید. اگر قادر به تعیین ارزش مشتریان بالقوه خود نیستید ، حتماً قادر به تطبیق خود با آنان نخواهید بود.

## ۵- عدم علاقه به آموزش و تقویت مهارت‌های مشاوره

راه‌حل: پذیرش نظرات مدیران و مدرسان و خود را ارزیابی نمودن

همه ما تحت فشار روزانه کاری خود هستیم، برای برخی دستیابی به مهارت جدید در کار و یا به‌روزرسانی مهارت‌های قدیمی بسیار سخت است. مشاور حرفه‌ای همواره دنبال بهبود عملکرد و آموختن مهارت جدید است. همواره راه‌های بسیاری برای آموختن است: از یک هم‌کار گرفته تا مشاوره با مدیر و ارزیابی عملکرد خویش. هر مشاور باید هر کدام از قرداد‌های چند وقت اخیر خود را شخصا تحلیل کرده و از خود پرسد چرا این کار و چرا آن کار را انجام داده یا نداده، استراتژی خود برای برخورد موارد مشابه آتی بیان نماید.

طی تحقیقات بعمل آمده مشاورینی که در ارتباط با شغل خود مطالعه ندارند عموماً موفقیت کسب نمی‌کنند

خیلی از مشاورین که در املاک نتیجه نمی‌گیرند و دنبال دلیل عدم نتیجه‌گیری هستند خود خبر ندارند که همین عدم مطالعه بزرگترین دلیل برای عدم نتیجه‌گیری است با این حال گوششان بدهکار نیست و این موضوع را بی‌اهمیت میدانند

بارها گفته ایم باز هم می‌گوییم مشاوره که به آموزش و مطالعه اهمیت نمیدهد در حال تلف کردن وقت خود است بهتر است هرچه زودتر بفکر شغل دیگری باشد و بالعکس اگر مشاوره در حال یادگیری و مطالعه است بدانند حتماً نتیجه خواهد گرفت و موفق خواهد شد

مثال معروف می‌گوید دیر و زود دارد سوخت و سوز ندارد

پس یکی دیگر از اشتباهات رایج مشاورین املاک عدم مطالعه و اهمیت ندادن به آموزش است

## ۶- عدم توجه به نظر مشتری

راه‌حل: ایجاد ارتباط موثر با مشتری

طی تحقیقات محققان هزینه جذب مشتری جدید، در حدود ۶ تا ۷ مرتبه بیشتر از هزینه حفظ مشتری کنونی است، این حقیقی است که بر اهمیت توسعه روابط تاکید می‌نماید. یک مشاور املاک حرفه‌ای باید به عنوان فردی قابل‌اعتماد و مشاوره معتمد شناخته شود، مشاور باید حلال مشکلات باشد، نه اینکه فقط به فروش فکر کند. در مشاورین املاک‌های پیشرفته مدیران املاک معمولاً دنبال جذب مشاورانی هستند که فضای کسب‌وکار و چالش‌ها پیرامون را درک نماید. یکی از بهترین روش‌های ایجاد ارتباط، ارائه پیشنهادی ارزشمند به مخاطب است. مشاور باید نشان دهد که مشکلات را می‌فهمد، در خصوص ملک‌های ارائه شده نظر و عقیده کارشناسی نماید، پیش‌فرض‌های مرتبط با ملک را تغییر دهد. در واقع مشاوره که بتواند به ملک‌های پیشنهادی و خدمات به مشتری بالقوه خویش، ارزشی بی‌افزاید، شانس فروش آن دو برابر است.



۷- داده و اطلاعات را علیه عملکرد خویش دانستن

راه حل : تقویت توانایی و مهارت‌های تحلیلی

نتایج تحقیقات نشان داده که مشاورین در حدود ۴ ساعت روز کاری خویش را صرف اموری غیر مرتبط با املاک می‌نمایند. با در نظر داشتن داده‌ها، مشاور می‌تواند فعالیت و تلاش‌های خود را بهبود داده، بهره‌وری فروش را افزایش دهد، اثربخشی فروش را زیاد می‌نماید و نهایتاً احتمال خرید را افزایش دهند. در واقع مشاورین که از “تحلیل اطلاعات فروش” برای رسیدن به اهداف فروش بهره می‌برند، ۴ برابر سریع‌تر از مشاوران سنتی و غیر حرفه‌ای، به اهداف خویش دست خواهند یافت. پیش از شروع ارزیابی، باید دقیقاً بدانید که چه چیزی را باید ارزیابی نمود، چرا ارزیابی اهمیت دارد، چطور بر استراتژی فروش یا فرایند فروش تاثیر خواهد گذاشت. شاخص KPI را تعیین کنید، چه کاری باید و چه کاری نباید انجام شود و چه قسمت‌هایی باید بهبود یابد. معیارهایی که اثر مهمی بر موفقیت فروش خواهد داشت و اینکه چطور باید محتوای درست را در زمان مناسب به مشتری برسانید و چه چیزی آن را بهبود می‌بخشد.

۸- هماهنگ نبودن مشاور با املاک

راه حل: اعتماد به استراتژی مدیران املاک

تحقیقات نشان می‌دهد مشاورینی که روند کاری خود را با مدیران در میان می‌گذارند و مشورت میکنند و روابط خوبی با همکاران خود دارند ۶۰ درصد موفق‌تر از مشاورین تک رو هستند

۹- عدم پیگیری و مغرورانه عمل کردن

راه حل : ایجاد و پیگیری یک فرایند فروش موثر

مشاور چیزی که میداند و برنامه‌ای که در ذهن است را انجام میدهد و آن را تکرار میکند، اما غالباً به دنبال آموختن بهترین روش انجام کارها نیستند و یا نمی‌دانند که روشی دیگری نیز ممکن است وجود داشته باشد. تحقیقات نشان داده که تنها ۳۳٪ از مشاوران پیگیر برای رسیدن به عملکردی بالا هستند. هدف فروش را تعیین و فعالیتهای مرتبط با اهداف فروش را مشخص نمایید. جریان کاری مرتبط با ساختار استراتژی فروش را باید نیاز مشتریان تعیین نمایید. در حدود ۴۴٪ مشاوران بعد از تماس اول ناموفق، سرخورده می‌شوند و ۹۴٪ با تماس نا موفق چهارم، سرخورده شده و دیگر پیگیری نمی‌نمایند، در حالیکه ۶۰٪ قراردادها پس از تماس چهارم حاصل میشود.

و این اهمیت پیگیری را نشان میدهد

۹ مورد گفته شده از بارزترین اشتباهات مشاوران املاک است این ۹ مورد را بصورت تیتروار یادداشت کرده و با روش کاری خود مطابقت دهید اگر این اشتباهات را انجام دهید با راه حل‌های گفته شده روش‌ها و استراتژی خود را گرایش داده و بهبود بخشید

## نابغه فروش در املاک

تبدیل شدن به یک مشاوره حرفه ای در بازار املاک یک تصمیم بزرگ است اینکه تصمیم بگیرد به یک نابغه در این صنعت تبدیل شوید و تسلط کسب کار خود را بدست بگیرید فقط و فقط به خودتان بستگی دارد.

تفاوت بین یک مشاور املاک حرفه ای و مشاوران معمولی بسیار کم است. یکی از مهم ترین مفاهیم در زمینه مدیریت و فروش در قرن بیست و یکم این اصل است که می گوید: تفاوت های کوچک و جزئی در توانمندیها و قابلیتها تفاوت های عظیمی در نتایج ایجاد می کند.

اما شما در حال حاضر توانایی تبدیل شدن به یک مشاور حرفه ای را دارید

این فقط به خود شما بستگی دارد که تصمیم بگیرید. برای تبدیل شدن به یک مشاوره املاک حرفه ای در املاک با ترس های خود مقابله کنید و خود را باور کنید و برای موفقیت از بزرگان این صنعت الگو برداری کنید.

ایا شما فکر می کنید مشاوران موفق یک نابغه هستند که قرارداد های زیادی را در ماه می بندند و کمیسیونهای بیشتری می گیرند.

نه به هیچ وجه آنها انسانهای معمولی هستند مثل خودتان فقط آنها دو چیز ساده رو رعایت می کنند .

یک: آنها تصمیم گرفتند و باور کردند که می توانند یک مشاور حرفه ای شوند

دو: از یک روش یکسان استفاده کردند و آن روش را گام به گام اجرا کرده اند

انها چرخ را دوبار اختراع نکرده اند اما از ادمهای موفق الگوبرداری می کردند و به انسانهای موفق تبدیل شدند

شما اگر بخواهید می توانید دو خانه در هفته و یا بیشتر بفروش برسانید .

پس باور کنید که شما یک نابغه هستید

مشاور املاک یا مسئول بازدید و معرفی؟؟؟؟؟

یکی از مشکلات اغلب مشاورین املاک این است که هنوز معنی شغل خود را نمیدانند  
متأسفانه باید بگم از هر ۱۰ نفریکه وارد این شغل می شوند ۸ نفر از آنها وظیفه کاری خود را نمیدانند یعنی کسی  
وجود ندارد که به مشاورین مبتدی توضیح دهد که اصلا شغل املاک چیست و قرار است چکار کنیم؟؟؟؟؟  
شاید تعجب کنید اما با اطمینان میگویم بیش از ۸۰ درصد افراد در املاک فکر میکنند شغلشان فقط معرفی فایل و  
بازدید رفتن است که این امار فاجعه است.

شغل مشاور املاک اصلا چیزیکه یاد گرفته ایم نیست

یکی از مشاوران چند ماه قبل با من تماس گرفت و با ناراحتی میگفت نمیدانم مشکل کارم کجاست ؟

فایل های خوبی دارم مشتری های خوبی دارم اما کارم درست انجام نمی شود

از او سوال کردم روش کارت را توضیح بده

گفت روش کار دیگر چیست؟؟؟ فایل رو آگهی میکنم مشتری تماس میگیره معرفی میکنم میریم بازدید اولش پسند  
میکنه بعد زنگ میزنه میگم منصرف شدم یا فایل دیگه ای رو میخره

بعد از شنیدن همه حرفهایش بهش گفتم عزیز دل من مشکل شما اینه که شما اصلا مشاور نیستی!!!!

با تعجب گفت یعنی چی؟؟؟

گفتم اصلا کاری که داری انجام میدی کار یک مشاور املاک نیست شما اصلا نمیدونی مشاور املاک یعنی چی!!!

بعد که کمی برایش توضیح دادم تازه فهمید چه کار سختی داره و تا الان داشته وقت تلف میکرده!!!

اگه قرار بود که یکی آگهی جواب بده و بازدید بره و قرارداد بنویسه که مدیرای املاک چندتا منشی و پیک استخدام میکردن و به مشاورا درصد نمیدادن

اگه به همین راحتی بود که همه مشاور میشدن

شما باید خود را مثل یک مشاور حقوقی بدانید. چرا؟ خیلی ساده افراد قبل از هر اقدام حقوقی و قضایی نظریک مشاور حقوقی را می پرسند و پس از تایید راهکارها اقدام می کنند در واقع وکلای حقوقی تنها مشاور موکلشان نیستند بلکه امین و محرم اسرارشان نیز می باشند. شما هم باید یک مشاور املاک امین برای مردم باشید .

مشاورین املاک موفق دنیا پیش از انکه خودشان را یک فروشنده حرفه ای بدانند خودشان را یک مشاور برای مشتریان می دانند.

یکی از مشاوران پر سابقه و حرفه ای این موضوع را بیشتر توضیح میدهد او می گفت من زمانی که این موضوع رومتوجه شدم تصمیم گرفتم که یک مشاور برای مشتریانم باشم در همان سالها یک زوج جوان برای خرید یک ملک به دفتر ما مراجعه کردند و قصد خرید یک آپارتمان با متراژ ۱۲۰ متر رو داشتند. بدلیل اینکه بودجه محدودی داشتند سن ساختمان برای آنها مهم نبود و همین طور بدلیل اینکه بودجه کمی داشتند و هم جوان بودند طبقات هم برای آنها مهم نبود

بعد از اینکه در فایل های خودم جستجو کردم دیدم کیسی رو در فایل خودم با همین مشخصات دارم و ملک را به آنها نشان دادم و آنها پسند کردند اما ناخود آگاه به آنها توضیح دادم که این ملک به درد شما نمی خورد بخاطر اینکه سن ملک زیاد است و طبقه چهارم و اسانسور ندارد

و به آنها پیشنهاد دادم که شما می توانید با این سرمایه یک خانه تازه ساخت با اسانسور و پارکینگ بخرید اما با توجه به بودجه تان میبایست مقداری از متراژ درخواستی کاسته شود و مثلا بجای ۱۲۰ متر ۱۰۰ متری بخرید چرا که من مشاور شما هستم و صلاح میدانم که این مورد بیشتر بنفع شماست.

نتیجه مشاوره صادقانه من این بود که ملک را خریدند و مشتری دائمی من شدند و چندین نفر دیگر را هم به من معرفی کردند و من به مشاور شخصی خانواده آن زوج تبدیل شده و تا کنون کمیسیون های زیادی از کنار آنها دریافت کردم و این موفقیت را مدیون کار صادقانه خود میدانم.

نکته:

ماموریت شما به عنوان یک مشاور املاک فقط فروش و اجاره یک ملک نیست. مشاوران حرفه ای این رو اصل کار خود انتخاب کرده اند که هدف و ماموریت مشاور کمک به مشتری برای انتخاب یک محیط عالی برای زندگی کردن یا سرمایه گذاری است.

هرگاه شما بتوانید در ذهن مشتریان به عنوان یک مشاور شخصی در حوزه مسکن تاثیر بگذارید می توانید فروش حرفه ای داشته باشید.

اگر می خواهید در فروش املاک و بازاریابی املاک موفق شوید. باید صادقانه باور داشته باشید که کاری که برای مشتریان انجام می دهید به آنها کمک می کند. شما باید ایمان داشته باشید که کاری که انجام می دهید مهم است و ارزشمند است. این همان راهی است که شما را از دیگر مشاورین املاک متمایز می کند. هدف شما نباید فروش باشد بلکه خود را مشاور مشتری بدانید تا بهترین انتخاب را داشته باشد و پیشنهاد خود را به مشتریان صادقانه و بدون ترس بیان کنید.

خواهید دید که به شما اعتماد میکنند.

## ویتامین املاک

همانطور که بدن انسان برای رشد و نمو نیاز به ویتامین دارد یک مشاور در املاک نیز نیاز به ویتامین دارد

یعنی چی؟؟؟

یعنی شما باید گاهی اقداماتی انجام دهید که به رشد کاریتان کمک کند و باعث بهتر شدن کارتان شود

اقدامات زیر از جمله ویتامین های املاک محسوب می شوند

## ویتامین یخ شکن

این مرحله یکی از مهم ترین مراحل مشاوره حرفه ای است. منظور از ویتامین یخ شکنی کلیه اقداماتی است که ما به عنوان مشاور باید در اولین ثانیه های مواجهه با مشتری انجام دهیم تا یک رابطه دوستانه اولیه با او ایجاد کنیم تا روند فروش آسان تر انجام شود. هرگز نباید به محض مواجه شدن با مشتری و در همان ابتدا سر اصل مطلب برویم و مشاوره را شروع کنیم. تصور عمومی که البته به صورت ناخود آگاه در اذهان مردم وجود دارد این است که مشاورین املاک افرادی هستند که قصدشان تنها فروش ملک به هر قیمتی و با هر کیفیتی به مشتری است.

ویتامین یخ شکن به ما کمک می کند که این حس تقابل اولیه میان مشتری و مشاور از بین برود و یا حداقل

کمرنگ تر شود. برای یخ شکنی می توانیم از روش های زیر استفاده کنیم.

-توجه به یک خصوصیت بارز در مشتری مثلاً مدل لباس پوشیدن، حالت چهره (مثلاً لبخند مشتری) و خصوصیات

فیزیکی مشتری (حُسن جویی).

-کمی شوخ طبعی می تواند جو موجود را به طور کلی عوض کند؛ اما در این مورد باید محتاط بود و موضوعات فرهنگی و همچنین میزان شوخ طبع بودن مشتری و حال هوای او را در نظر گرفت. به طور قطع با مشتری خیلی جدی که به ما مراجعه کرده نمی توان شوخی کرد و یا با یک خانم جوان که به ما مراجعه کرده شوخی کردن مانند کشیدن ضامن نارنجک عمل می کند. پس در نظر داشته باشیم با کی و در چه شرایطی شوخی می کنیم.

-پیدا کردن یک زمینه مشترک و صحبت کردن در مورد آن می تواند یکی از بهترین روش های یخ شکنی باشد.

یادم می آید یک روز برای خرید یک دست کت وشلوار وارد فروشگاه می شدم. قبل از ورود به فروشگاه یکی از دوستانم با من تماس گرفته بود و مشغول بازگو کردن آدرس مکانی به من بود. به محض ورود به فروشگاه و پس از عذرخواهی از فروشنده از او یک خودکار گرفتم و مشغول نوشتن آدرس شدم. پس از پایان مکالمه، فروشنده به من گفت آقا شما هم مثل من چپ دست هستید؟ و شروع کرد به محاسن و معایب افراد چپ دست و اینکه باهوش هستند و فلان و چنان. منم که یک نفر مثل خودم را پیدا کرده بودم با او همراهی کردم و خیلی سریع یخ شکنی بین ما انجام شد. پس با استفاده از هوش خود ویتامین یخ شکنی را تزریق کنید

## ویتامین املاک

### معاینه مشتری برای تجویز ویتامین

این مراحل همانند اقداماتی پیش خواهد رفت که یک دکتر در زمان مراجعه بیمار به او انجام می‌دهد. یک پزشک کار خود را با معاینه بیمار شروع می‌کند. این معاینه با پرسیدن یک سری سؤالات مشخص و هدف‌دار آغاز می‌شود تا تشخیص را برای پزشک ممکن کند. در املاک هم اولین مرحله، معاینه مشتری است. تا زمانی که ما ندانیم نیاز واقعی مشتری چیست و دنبال چه چیزی می‌گردد نمی‌توانیم به او پیشنهاد مناسبی ارائه دهیم.

متأسفانه از دید خیلی از مشاورین معاینه یعنی تخمین بزرگی و یا کوچکی جیب مشتری تا اینکه تشخیص دهند تا چه اندازه می‌توانند از او پول دریافت کنند! به همین دلیل زمانی که مثلاً یک مشتری به یک املاک مراجعه می‌کند و به مشاور می‌گوید دنبال یک خانه برای خرید می‌گردم مشاور به‌جای اینکه نیاز واقعی مشتری را پیدا کند اولین سؤالش این است که “چقدر می‌خواهید هزینه کنید یا بودجه شما چقدر است.

این سوال شما احساس خوبی را به مشتری القا نمی‌کند و در ۹۹ درصد مواقع مشتری بودجه واقعی خود را اعلام نمی‌کند.

بهترین راه این است که نیاز مشتری را بطور کامل سوال کنید و انتظارات او را در ارتباط با ملک مورد نظرش جویا شوید

ویتامین املاک

ویتامین تکرار

در این مرحله ما اعتمادسازی می‌کنیم. به این معنی که تمام اطلاعاتی را که از مشتری در مرحله معاینه دریافت کرده‌ایم عیناً برای مشتری بازگو می‌کنیم. این کار در حرفه‌ای نشان دادن ما در برابر مشتری نقش کلیدی را بازی می‌کند و به مشتری نشان می‌دهد که ما تنها به جیب مشتری فکر نمی‌کنیم و برایمان مهم است که در نقش مشاور مشتری باشیم

همچنین این تکرار به مشتری نشان می‌دهد که ما کاملاً به صحبت‌های او گوش کرده‌ایم و موشکافانه در پی یافتن کالای مناسب او هستیم.

به‌عنوان نمونه

-بسیار خوب، آن‌طور که من متوجه شدم شما یک آپارتمان می‌خواهید که حداقل ۸۰ متر باشد، حتماً آسانسور داشته باشد، سن ساخت مهم نیست اما تمیزی آن مهم است چون قصد دارید در آن سکونت کنید، داشتن پارکینگ زیاد برای شما مهم نیست چون وسیله نقلیه ندارید و... بعد از مشتری می‌پرسید که آیا خصوصیات همان است که شما گفتید و یا چیزی از قلم افتاده است؟

در این حالت مشتری در ذهن خود به شما احسنت خواهد گفت و شک نخواهد داشت که شما یک مشاور حرفه‌ای هستید و در کسری از ثانیه به شما کاملاً اعتماد خواهد کرد.



ویتامین املاک

تجویز ویتامین

این مرحله اولین زمانی است که ما حق داریم پیشنهاد خود را به مشتری ارائه دهیم. تا قبل از این مرحله ما فقط مشغول بازرسی نیازهای مشتری بودیم اما الآن زمان آن است که با استفاده از اطلاعاتی که از مشتری به دست آوردیم، مناسب‌ترین گزینه را به او پیشنهاد دهیم. در این مرحله باید به چند نکته مهم توجه کنیم.

تعداد پیشنهادهای خرید به یک مشتری در فروش حرفه ای

کوپن هوگان نویسنده معروف که کتاب‌های بسیاری در زمینه متقاعدسازی دارد آزمایش جالبی انجام داد. هوگان در یک فروشگاه دو فروشگاه مشابه ترشی فروشی را مقابل درب خروجی مسافران از فرودگاه راه‌اندازی کرد. موقعیت هر دو این فروشگاه‌ها یکسان بود و از همه نظر شبیه به هم بودند و تنها یک اختلاف با یکدیگر داشتند و آن اینکه یکی از فروشگاه‌ها ۲۴ نوع ترشی را به معرض فروش گذاشته بود و دیگری تنها ۸ نوع ترشی را برای فروش آماده کرده بود.

سپس دوربین‌هایی مقابل هر دو فروشگاه قرار داد تا رفتارهای مشتریان را برای چندین ماه ثبت کند. فیلم‌های حاصل از این دوربین‌ها نشان دادند که مشتریان ابتدا به فروشگاه‌هایی که ۲۴ نوع ترشی داشت وارد می‌شدند اما اکثراً خریدی از آن انجام نمی‌دادند. بعد به فروشگاه‌هایی که تنها ۸ نوع ترشی داشت وارد می‌شدند و خرید خود را از آنجا انجام می‌دادند که تنها علت این موضوع گیج شدن مشتریان در فروشگاه اول به دلیل تنوع محصولات بود.

البته باید توجه داشت که لزوماً تنوع فایل‌های شما دلیل بر نخریدن نیست بلکه بسیار منطقی است که مثلاً در یک فروشگاه کلکسیونی از بهترین محصولات را داشته باشد اما در زمان معرفی به مشتری تنها چند مورد محدود بر اساس نیاز مشتری به او پیشنهاد شود پس شما تنها کاری که باید بکنید فایل‌های محدود را مناسب با خواسته مشتری پیشنهاد نمایید.

سعی کنید پیشنهادات خود را طبقه بندی نمایید و به نوبت ارائه دهید در بسیاری از مواقع هیجان بیش از حد شما باعث خراب شدن کار می‌شود

## درمورد ویتامین املاک

یکی از دوستان پرسیده اگر ابتدا بودجه مشتری رو نپرسیم پس چطور متوجه بشیم مشتری چقدر قدرت خرید داره

شما ابتدا نیاز مشتری رو سوال کنید بعد فایلی با همون مشخصات و یا نزدیک به نیازهاش رو معرفی کنید بعد از اینکه فایل رو معرفی کردید مشتری خودش بودجه رو اعلام میکنه مثلا اگر فایل معرفی شده قیمت بالاتری داشته باشه مشتری عنوان میکنه بودجه من این مقدار نیست و من فلان مقدار توانایی دارم

دلیل این اقدام تنها اینه که شما احساس بد مشتری رو نسبت به خودتون از بین خواهید برد

یکی از مواردیکه یک مشاور میتونه تفاوت مشتری تازه نفس از مشتری خسته رو تشخیص بده همین مورد

مشتری هایی که همان ابتدای تماس و یا مراجعه بودجه خودشون رو اعلام میکنند عمدتا مشتریانی هستند که چندین مدت دنبال ملک گشته اند و به اصطلاح خودمون استاد شدند و میدونند که اولین نیاز برای مشاور دانستن بودجه است و اگر دقت کرده باشید خودشون همون ابتدا میگن که ما دنبال به ملک مثلا در حدود ۳۰۰ میلیون هستیم

این مشتریان در واقع همون مشتریان مطلوب برای یک مشاور هستند که در اصطلاح مشاورین املاک آنها را مشتریان خسته خطاب میکنند

پس شما خواهید دید که خیلی از مشتریان خودشون بودجه رو اعلام میکنند و اگر اعلام نکردند مطابق همان رفتار که توضیح دادیم عمل میکنیم

## تکنیک ماهی گندیده در املاک

در زمان‌های قدیم در کشور انگلستان بین شکارچیان روباه، مسابقه‌ای برگزار می‌شد. شکل مسابقه از این قرار بود که روباهی را علامت‌گذاری کرده و در جنگل رها می‌کردند و مسابقه دهندگان با سگ‌هایشان به دنبال یافتن روباه حرکت می‌کردند، راز موفقیت یکی از گروه‌های شکارچی که همیشه برنده می‌شدند این بود که:

آنها ابتدا مسیر حرکت روباه را حدس می‌زدند و بعد از طی کردن مقداری از مسیر، توسط دو نفر از نیروهای خودی ماهی‌های گندیده‌ای را با طناب بر روی زمین و به طرفهای گمراه‌کننده دیگر می‌کشیدند و این عمل باعث می‌شد سگ‌های گروه رقیب، حس بویایی‌شان منحرف شده و دیگر قادر به ورود به آن محیط نشوند و از این طریق شانس بیشتری برای شکار آن روباه پیدا کرده و برنده می‌شدند.

ماهی گندیده در املاک، یعنی مقوله‌ای که فکر و ذهن و حواس مشتری را به خودش جلب می‌کند و منجر به متقاعد شدن و انجام معامله مشتری می‌شود.

تحقیق کنید ماهی گندیده مشتری و یا مخاطب شما چیست؟ چه چیزی او را آنچنان ترغیب به خرید ملک می‌کند که هیچ چیز جلودارش نخواهد شد، چه چیزی شامه مخاطب شما را پر می‌کند، او را قلقلک می‌دهد و تحریک به خرید بیشتر می‌کند.

انسان به طور ناخودآگاه به یک سری محرک‌ها عکس‌العمل نشان می‌دهد، مثلا گاهی هدیه ای که کنار یک خرید دریافت می‌کنید برای شما از خود آن خرید لذت بخش تر می‌شود. هر چند که آن هدیه ممکن است بسیار کم قیمت باشد اما اگر بالاتر از سطح انتظار طرف مقابل باشد، باعث ایجاد انگیزه انتخاب می‌شود.

برای پیدا کردن ماهی گندیده مشتری خود سئوالات هوشمندانه پیرسید، مثلا از او پیرسید: چه انتظاری از یک ملک خوب دارد؟

یک مشاور املاک خوب مثل ضبط صوت عمل نمی‌کند، بلکه ماهی گندیده‌اش را با دقت انتخاب می‌کند

## جذب مشتریان املاک

### 1- شما کارت ویزیت ندهید بلکه اطلاعات مشتری را بگیرید

بسیاری از مشاورین املاک قدر مشتریانی را که به آنها مراجعه می‌کنند نمی‌دانند.

اتفاقی که معمولاً رخ می‌دهد این است که وقتی خانه‌ای متناسب با خواسته‌های مشتری ندارند بیشترین لطفی که در حق مشتری می‌کنند این است که کارت ویزیت خود را به مشتری می‌دهند و از او می‌خواهند که بعداً تماس بگیرد، این بدترین کاری است که می‌توان انجام داد.

شما باید به هر فرد مراجعه‌کننده به چشم مشتری قطعی خود بنگرید و از او اطلاعات تماسی لازم را بگیرید و به او قول دهید که تمام تلاش خود را برای پیدا کردن خانه مورد علاقه او خواهید کرد و البته باید واقعا این تلاش را بکنید، این کار حس اهمیت داشتن را به مشتری القا می‌کند و موجب اطمینان می‌شود و احتمال معامله را افزایش می‌دهد.

### 2- دروغ نگویند

روند بازدید از یک ملک چیزی است که مهمترین بخش از فرایند فروش یک خانه است، اگر آنچه که شما قبل از بازدید تعریف می‌کنید با آنچه که مشتری هنگام بازدید می‌بیند تفاوت داشته باشد، مشتری اعتماد خود را از دست خواهد داد.

### 3- از تکنولوژی عقب نمانید

عکاسی حرفه‌ای، اینترنت، و گجت‌ها می‌توانند کمک زیادی به شما بکنند، از خانه‌ها عکاسی کنید، زیبایی‌ها را به رخ بکشید و آنها را در یک تابلت ذخیره کنید و هنگام مراجعه مشتری به او نشان دهید، قدرت تاثیرگذاری تصاویر به قدری است که موجب ترغیب مشتری خواهد شد. این تصاویر را به همراه مشخصات ملک می‌توانید در یک وب سایت منتشر کنید و با مشاوره یک آژانس تبلیغات اینترنتی از تکنیک‌های تبلیغاتی و بازاریابی اینترنتی بهره ببرید.

#### 4- از روش های اطلاع رسانی متفاوت تر استفاده کنید

یکی از روش هایی که در ایران چندان مرسوم نشده ولی می توان استفاده کرد نصب اعلامیه های فروش بر روی درب منازل است، این نوع اطلاعیه ها در کشورهای آمریکایی بسیار استفاده می شوند. می توانید با نصب اطلاعیه و درج شماره تماس خودتان روی درب منازل عابرین را از فروش آن خانه مطلع کنید. البته این روش برای آپارتمان ها به سختی قابل اجرا است.

اجازه دهید مردم به راحتی از خانه بازدید کنند

باز هم یکی از روش هایی که در کشور آمریکا مورد استفاده قرار می گیرد اختصاص یک روز باز برای فروش منازل است، روش کار این چنین است که فروشنده یا صاحب ملک در یک روز خاص در خانه حضور پیدا می کند و اعلام می شود که ورود عموم برای بازدید از خانه آزاد است. برای استفاده از این روش باید اطلاع رسانی خوبی به ویژه در اطراف محله مورد نظر انجام دهید. اگر این روش را می خواهید اجرا کنید، فرم های مخصوصی تهیه کنید تا اطلاعات مراجعه کنندگان را جمع کنید، شاید برای آنها خانه دیگری برای پیشنهاد داشته باشید.

5- راههای ارتباطی بیشتری برای ارتباط با مشتریان ایجاد کنید: در گذشته تنها راه ارتباط میان مشتریان و دفاتر املاک مراجعه حضوری به دفتر املاک یا خط تلفن ثابت و همراه بود اما امروز با وجود فضای مجازی و شبکه های اجتماعی شما میتوانید راههای بیشتری برای ارتباط با مشتریان خود داشته باشید. می توانید یک کانال تلگرامی بوجود بیاورید و عکسها و اطلاعات فایل های خود را برای نمایش در آن بگذارید یا یک پنل اس ام اس داشته باشید و در مناسبتها ی خاص به مشتریان خود پیام دهید.

آهنربای مشتریان املاک باشید

یک مشاور املاک ابتدای کار خود باید نیروی جاذبه یا آهنربایی داشته باشد

برای اینکه تبدیل به یک آهنربا شوید مطلب زیر را مطالعه کنید.

اولین کاری که باید انجام دهید این است که استقبال خوبی از مشتری خود بکنید. در سلام کردن پیش قدم باشید و جواب سلام را هم به گرمی بدهید. به مشتری شما خوش آمد بگویید و طوری رفتار کنید تا مشتری بتواند به راحتی درخواست ملکی خود را از شما بخواهد.

مشاور مشتری خود باشید

هنگامی که مشتری شما درخواست خود را بازگو کرد اگر ملک مورد نظر او را می توانید ارائه دهید با حوصله او را راهنمایی کنید و توضیحات کافی و درستی به او بدهید در غیر اینصورت با پوزش خواستن بگویید که فایلی با درخواست او فعلا ندارید و بی جهت مشتری خود را معطل نکنید.

زیرا اینکار موجب می شود وقت او را بگیرد.

در غیر اینصورت می توانید روی او به عنوان معرفی کننده احتمالی شما بعنوان مشاور املاکی صادق به دوست و آشنایانش حساب کنید.

اگر مشتری احساس کند که شما قبل از اینکه به سود خود توجه داشته باشید، منافع او را در نظر می گیرید، به شما اعتماد می کند و اعتماد یکی از مهم ترین ارکان فرایند فروش است.

بنابراین لازم است قبل از اینکه به ارائه توضیحات فایل خود بپردازید، با پرسش های خوب، هر چه بیشتر در مورد مشتری و نیازهایش اطلاعات کسب کنید و آنگاه در راستای کمک به او برای خرید ملک مناسب تلاش کنید. مشتریان می خواهند بدانند در برابر مبلغی که می پردازند چه مزایایی برای آنان در بر خواهد داشت.

به ظاهر و بهداشت خود توجه کنید

شما با لباس تان اولین تأثیر را در ذهن مخاطب می گذارید. (این مطلب را بخونید)

آیا لباسی که به تن دارید با تصویری که دوست دارید دیگران از شما در ذهنشان داشته باشند همخوانی دارد؟ آیا به بوی بدن و دهانتان توجه کرده اید؟ آیا به آرایش موی خود اهمیت می دهید؟ اولین چیزی که ارائه می کنید خودتان هستید.

برای خریداران امروزی مهم است که از چه مشاورانی برای خرید ملک استفاده می کنند.

پوشیدن یک لباس تمیز و مرتب و عطری خوش تصویر مطلوبی از شما در ذهن مشتری برجای می گذارد. بنابراین برای ظاهر خود اهمیت قائل شوید.

در زمان مکالمه با چهره گشوده و متبسم با مشتری برخورد کنید

با استفاده از یک لبخند واقعی، احساس بهتری در مشتری خود ایجاد کنید.

زیرا فقط زمانی که مشتری احساس خوبی داشته باشد مشاوره نیز آسان می شود. مطمئن باشید که لبخند شما حالت تمسخر را القا نمی کند! برای اینکار می توانید از قبل تمرین کنید.

با صدای بلند نخندید زیرا این کار مناسبی نیست و بر روی شما حساب دیگری می شود کافی است چهره ای متبسم داشته باشیم.

با رفتار خود نشان دهید که مشتری شما فرد مهمی است و برای او ارزش قائل هستید

اگر احساس خوبی در مشتری خود ایجاد نکنید او دیگر شما را انتخاب نخواهد کرد.

همه انسان ها دوست دارند به آنها توجه شود ، بنابراین کاری کنید تا مشتری در کنار شما احساس بهتری داشته باشد و همچنین او نیز برای املاک شما و خود شما نیز ارزش قائل است.

یکی از این راهکارها این است که مشتریان دائم خود را به نوشتن نظراتشان در مورد مشاوره ای که شما ارائه دادید به صورت کاغذی تشویق کنید. این کار به مشتری این مفهوم را القا می کند که به نظرات و تفکرات آن ها نیز اهمیت می دهید.

به مشتریان خود پیام دهید!

در مناسبتهای سالانه و اعیاد و غیره به مشتریان خود پیام دهید و آنها را مطلع کنید با این کار آنها را به املاک خود میکشانید.

یادتان باشد هرچقدر موارد فوق را بیشتر رعایت کنید قدرت مکنذگی و جذب آهنربای شما بیشتر خواهد شد

شلوغي و تراكم كار مشكل اغلب مشاوران و مديران املاك

يكي از مشكلاتي كه اغلب و بطور ناخواسته گريبان مشاوران موفق و املاك هاي موفق را ميگيريد تراكم و شلوغي كار آنهاست كه گاه باعث مشكلات زيادي مي شود

البته اين مشكل شامل حال اندسته از مشاورين املاك مي شود كه اصول كار خود را بلدند و دائما خود را در موقعيت هاي كاري قرار ميدهند و گرنه هستند مشاورين املاكي كه از صبح تا شب بجاي پيدا كردن چاره و راه هاي كاري متعدد در املاك نشسته و مشغول روزنامه خواندن و جك تعريف كردن و صحبت از مسائل سياسي گرفته تا قيمت طلا و سكه و ارز و خودرو و گفتن خاطرات سربازي و در آخر هم هر موقع اين افراد را مي بينيد با سر تكان دادن ميگويند: ((واي كه چقدر بازار خراب است پشه هم پر نميزند))

پس به تعبير اين افراد تمام خانه هايي كه ساخته شده خالي مانده و فروش نميروند هيچ خانه اي ساخته نميشود و هيچ مستاجري جا به جا نخواهد شد و همه سازنده ها ورشكسته شده اند و شهرداري خلوت است پس نميدانم اين حجم ساخت و ساز در ايران كه در هر خيابان ده ها ملك در حال ساخت است و كم كم جنگل ها و حومه درياها و رودخانه ها كه در حال برج سازي است را چه احمقاني ميسازند اگر فروش نمي رود؟؟؟؟؟؟ وقت آن نيست كه كمى دست از بهانه جويي برداريم و بفكر راه حلي براي تبلي خود باشيم؟؟؟؟

بگذريم!!!!!!!!!!!!

اين آموزش مختص املاك ها و مشاورين فعال است

همانطور كه گفتيم مشكلي كه غالبا از تراكم زياد كاري ايجاد مي شود اين است كه واقعا وقتي يك فرد يا يك سازمان چندين كار را همزمان انجام ميدهند نتيجه گيري مشكل خواهد شد مشكلي كه اكثر املاك ها به آن دچارند اين است كه تعداد فعاليت هاي احتماليشان از منابعشان (نيروي انساني) بيشتر است. شما نمي توانيد تمام مشكلات را يكجا حل كنيد پس بايد مشكلي را كه امروز مي توانيد حل كنيد، انتخاب كنيد. هميشه يك كار وجود خواهد داشت. مهم اين است كه كار ها و مشكلات را بشناسيد. بعد مي توانيد برنامه ريزي كنيد كه الان به كدام يك پردازيد و كدام را براي بعد بگذاريد.



اولویت بندی کارها برای اکثر مشاورین سخت است زیرا به این معنی است که کاری انجام نخواهد شد. بر حسب طبیعتتان شما می خواهید هر کاری بکنید تا کار و املاکتان را موفق کنید. حقیقت تلخ این است که معمولا زمان کافی، یا نیروی لازم برای تمام کارهایی که می خواهید الان انجام بدهید وجود ندارد.

برای گذشتن از این مشکل احساسی کافی است از خودتان یک سوال ساده بپرسید: "اگر می توانستید تنها یک کار ساده انجام دهید، آن کار چه بود؟"

پاسخ اولویت های شماست. با این کار می توانید انتخاب هاب دیگران را ارزیابی کنید. هر انتخاب به رسیدن شما به هدفان چقدر کمکتان می کند....

سرریزتر؟

برای پول کمتر؟

با نتایج بهتر؟

اولویت بندی خیلی کار سخت و زمانبری نیست. دفعه بعدی که با اولویت بندی سختی مواجه شدید این کارها را انجام دهید:

یک لیست از تمام کارها و فایلها یا مشتریانتان بدست بیاورید

• تاثیر هر کدام را بر اهداف خود بنویسید.

• زمان انجام معامله تقریبی هر کدام را تخمین بزنید.

• احتمال موفقیت و به قرارداد رسیدن هریک را ارزیابی کنید

در آخرین مرحله انتخاب کنید برای فعالیت روی کدام ملک یا مشتری وقت کم تری دارید و ممکن است ان فایل را از دست بدهید و احتمال موفقیت کدام اقدام بیشتر است

حالا میتوانید با این ارزیابی کارهایتان را بترتیب اولویت بندی کنید و یک به یک هر کدام را به سر انجام رسانید سراغ فایل بعدی بروید تا بدین شکل ازدحام کارها برایتان مشکل نشود

حال در این مسیر اگر چند فایل یا مشتری را از دست دادید مهم نیست چراکه کار بعدی جایگزین خواهد شد

یک راه خوب واسه پیدا کردن مشتری واقعی

یکی از ده راه مشتری یابی رو بهتون میگم

شروع کنین فایلها تونو احیا کنین

اکثر کسانی که زنگ میزنن میگن ملکمون رو فروختیم

خودشون دنبال ملک میگردن واسه خرید

اکثر خونه هایی که اجاره رفته مستاجراشون واسه اینکه تخلیه کنن دنبال خونه میگردن

وقتی دارین فایل احیا میکنین یه سوال بکنین ضرر نداره

مثلا وقتی طرف گفت ملک موجود نیست ، ازش بپرسین خودتون مورد واسه خرید نمیخواین؟

یا اگه موجر گفت خونم اجاره رفته بگین مستاجرتون خونه پیدا کرده؟

این نوع مشتری یابی حسنش اینه که زمانیکه کسی با شما تماس میگیره نمیدونید خریدار واقعیه یا نه

ولی اگه از ۱۰۰ تا زنگ که میزنید واسه احیای فایل ۵ تا مشتری پیدا کنید ، مطمئن میشید که طرف ملکش رو

فروخته و مشتری واقعیه و در به در دنبال ملک میگرده

مستاجر هم همینطور چون باید خونه رو خالی کنه و تحویل موجر بده ، مجبوره زود یه خونه اجاره کنه

از هر فرصتی استفاده کنین.

این تنها یه راه واسه مشتری یابی هست.

یک پند آموزشی برای آندسته از اعضاء که قصد دارند به شغل املاک روی آورند

تصمیم بگیرید دقیقاً از کار مشاوره املاک چه میخواهید.

مهم ترین کلمه در بحث های مربوط به موفقیت در کار املاک، کلمه ی "وضوح" است.

باید کاملاً برای تان واضح و روشن باشد که چه چیزی از کار و کاسبی املاک می خواهید.

دلیل انتخاب این شغل چیست؟

هدف تان از انجام کار مشاوره املاک مشخص شده است؟

یادتان باشد، "تعصب" یعنی دو برابر کردن تلاش، درحالی که "حماقت" یعنی کاری را بارها و بارها تکرار کنیم و

توقع داشته باشیم، نتیجه ی متفاوتی کسب کنیم .

این جووری منتظر ثروتمند شدن هستیم؟!

هدف گرا باشید

در هر صورت راههای پیشرفت متعدد و بیشتری از سایر مشاغل در مشاورین املاک هست

فکر کنید که یک لباس فروش تا ابد همان لباس فروش هست نهایتاً صاحب مغازه ی بزرگتری می شود

اما به مشاورین املاک که نگاه کنید اگر کارشان را بر پایه اصول شروع کنند اکثراً به ساخت و ساز می رسند

طی یک تحقیق به عمل آمده اکثر سازندگان و برج سازان کار خود را از املاک شروع کرده اند

خلاصه بگویم با مطالعه و تحقیق شروع کنید از هیچ چیز نترسید راهتان روشن است.

## رفتارهای قابل پیش بینی

هر فردی در صنف املاک بعنوان مشاور میبایست در مقابل رفتارهای دائم مشتریان که تکرار میشود عکس العملی متفاوت نشان دهد و این نکته مستلزم تفکر از جانب شماست

بعنوان مثال برای یک مشاور دائما پیش می آید که بعد از بازدید مشتری بهانه ای را برای فکر کردن میتراشد و عنوان میکند که نیاز به فکر کردن دارد

شاید تکرار این رفتارها از جانب مشتریان برای مشاورین یک وزنه سنگین باشد و هر آن تصورات و حساسیت شما روی این تکرارها باعث بروز نقطه ضعف خواهد شد

حال سوال اینجاست وقتی در شغل ما دائما این رفتارها از جانب مشتریان تکرار می شود چرا شما بعنوان یک مشاور هیچ برنامه ای برای نشان دادن عکس العمل صحیح ندارید؟

دائما این موضوع شنیده میشود: (( ای بابا هر ملکی رو که بازدید میدم میگن باید فکر کنیم))

این مکالمه یا امثال این مکالمات نشان دهنده تکرار این رفتارها از جانب مشتریان هست همانطور که عنوان کردیم گاهی باعث خستگی و از کوره در رفتن مشاور میشود

راه حل

با اقدامی ساده این مشکل را حل کنید

هر زمان که این مطلب را خواندید بلافاصله یک کاغذ بردارید و رفتارهای تکرار شده از مشتریانتان را درون کاغذ بصورت لیست وار یادداشت کنید

نوشتن به شما قدرت تحلیل میدهد

حال در ارتباط با هر رفتار چند دقیقه فکر کنید

بعد از نوشتن و تهیه لیست و فکر کردن راجع به این رفتارها ، هر رفتاری که تا الان در مواجهه با این رفتارها میکردید را برعکس انجام دهید

این روش بر اساس مطالعات دقیقا نتیجه بخش خواهد بود

بعنوان مثال تمام مشاورین در مواجهه با رفتارهای بعد از بازدید مشتریان سعی در بازار گرمی دارند

شما عکس آن عمل کنید تا مشتری رفتاری متفاوت از شما ببیند

مطمعنا نتیجه این تفاوت را خواهید دید

## آگهی های فیک یا ترفندهای اشتباه

شغل ما دارای ویژگی ها و ترفندهای بسیار زیادی است که همواره از جانب بسیاری از افراد شاغل مورد استفاده یا کشف میشه

این ترفند هم یکی از همون ترفند هاست

نحوه کار هم به این صورت هست که مشاور یک مورد مجازی که وجود نداره رو در معرض دید قرار میده و توسط این ترفند مشتریهای خودش رو صید میکنه و با حوصله کار مشاوره رو انجام میده و مشتری رو ترغیب به خرید فایل های خودش میکنه

این ترفند درست مثل ماهیگیری میمونه که ماهیگیر یک تکه از غذای مطلوب رو سر قلاب میذاره و با همون غذا ماهی رو ترغیب میکنه که به سمت قلاب بیاد دریغ از اینکه ماهی خبر نداره چه سرنوشتی در انتظارش هست

اما اینکه این ترفند درسته یا نه باید بگم منعی برای استفاده از این ترفند نیست اما من با نظر شخصی خودم این ترفند رو رد میکنم و معتقدم این ترفند شاید در کوتاه مدت جواب بده اما در دراز مدت به ضرر یک مشاوره چرا که یک مشاور وقتی قصدی فراتر از نوشتن چند قرارداد داره باید خودش رو بسمت سالم کار کردن نزدیک کنه و از حاشیه دوری کنه و بفکر نتیجه گیری کوتاه مدت نباشه

شما بعنوان یک مشاور هرچقدر هم حرفه ای عمل کنید یک روز روش های کارتون برملا میشه و ممکنه منجر به از دست دادن اعتبارتون بشه که این اتفاق مثل ورشکستگی یک کارخانه میمونه و بدترین اتفاقی هست که میتونه واستون بی افته و یک ریسک خطرناک محسوب میشه که امکان داره هیچ وقت برملا نشه و امکان هم داره نتیجه سالها زحماتتون رو از دست بدید

پس بهتره که از ترفندهای سالم تری استفاده کنید تا ریسک کارتون رو پایین بیارید

اهمیت تیتر در آگهی :

تیترها دروازه‌های ورود هستند که باید طوری بیان شوند که بیننده را جذب خود کنند و نگذارند آن‌ها بی تفاوت از کنار آگهی تبلیغاتی عبور کنند. بهتر است نام گروه مخاطب آگهی در تیتر گنجانده شود. برای مثال، اگر محصول برای کودکان است در تیتر آگهی باید مادران را مخاطب قرار داد. البته مانور دادن افراطی بر روی یک گروه خاص باعث می‌شود که حتی یک نفر از خریداران احتمالی از خواندن آگهی صرف نظر کنند.

تیتر باید در خواننده ایجاد انگیزه کند، وقتی هدف و نتیجه خوشایندی را برای خریدار به دنبال داشته باشد. البته باید توجه داشت که این اهداف نباید دور از انتظار یا اغراق آمیز باشند.

کاری کنید که نوشته شما بوی تازگی بدهد، زیرا مشتریان همواره به دنبال محصول جدید، و راه‌های استفاده از یک محصول شناخته شده یا شکل به روز درآمده‌ی یک محصول قدیمی و خوب هستند.

استفاده از کلمات قدرتمند تیتر آگهی تبلیغاتی شما را جذاب تر می‌کند؛ کلماتی مانند «هیجان‌انگیز» و «جدید». می‌توانید به خواننده بگویید از چه چیزهایی در امان است و با جدید، او را برانگیزید که یک بار امتحان کند. در تصویر زیر که مربوط به تبلیغات یک باغ وحش است ممکن است تصور کنیم که تصویر بکار گرفته شده جذابیت اصلی آن است ولی تیتر آگهی تبلیغاتی درک تصویر را برای افراد راحت تر کرده و شما را تشویق به بازدید از این باغ وحش می‌کند.

کلمه‌های دیگری که اعجاز می‌کنند، عبارت‌اند از: چگونه می‌توان ... چیزی که به دنبالش بودید ... با معرفی ... به تازگی در جمع ... حیرت‌انگیز ... معجزه‌وار ... دلخواه همه ... سریع و آسان ... تحول ... در آینده‌ای نه‌چندان دور ... تغییر دائمی ... تضمین ... هرگز به این کلمه‌ها که زیاد به گوشتان خورده‌اند، پشت نکنید. کارایی‌شان حتمی است و از قضا دلیل اینکه زیاد آن‌ها را دیده و شنیده‌ایم، همین است که معجزه می‌کنند.

همان‌طور که گفتیم، تعداد افرادی که فقط تیترا آگهی تبلیغاتی را می‌خوانند حدود پنج برابر آن‌هایی است که وقت می‌گذارند و تمام آگهی را می‌خوانند. بنابراین الزامی است که در تیترا نام تجاری و همچنین محصول تبلیغی درج شود.

در تیترا آگهی تبلیغاتی به هدفی که به محقق شدن آن ایمان دارید اشاره کنید. نگران طولانی شدن تیترا نباشید، خواننده وقتی شروع به خواندن می‌کند به‌طور حتم آن را نیمه‌کاره رها نمی‌کند. وقتی تیترا به‌طور کامل بتواند افراد را جذب کند، این انگیزه را در آن‌ها به وجود می‌آورد که به خواندن کل آگهی ترغیب شود.

بعضی از تیترا نویسان کلک می‌زنند و با استفاده از روش خطای دید و یا به کار بردن کلمات چندوجهی سعی در گمراه کردن خواننده دارند، که این کار فریبنده و غیر حرفه‌ای است.

تحقیقاتی که در این راستا انجام شده نشان می‌دهد، سرعت عبور چشم از تیترا آگهی تبلیغاتی بسیار زیاد است طوری که فرد قادر به تحلیل و تفسیر واژه‌های قدیمی نیست.

بنابراین تیترا باید بسیار روشن بیان شود تا بتواند بیانگر منظور شما باشد. باید این نکته را بدانید که فرصت این دست و آن دست کردن ندارید!

به‌هیچ‌وجه از کلمات و افعال منفی استفاده نکنید

چگونه ملکهای بیشتری بفروشید؟!!!

- ✧ برای مشتری اعتماد ایجاد کنید یا به عبارتی اعتماد بفروشید. اعتماد = فروش.
- ✧ ۹۰ درصد وقت صحبت را به مشتری بدهید.
- ✧ شناخت مناسبی از خود و فایل پیشنهادی ارائه دهید.
- ✧ بایستید! زمانی که تلفنی مذاکره با طرفین را انجام میدهید.
- ✧ مثبت اندیش باشید و نه خیلی واقع گرا.
- ✧ بازار مناسب را پیدا کنید. در هیمالیا یخ نفروشید! متراژهای مناسب رو در رنج خودتون پیدا کنید پیگیری کنید.
- ✧ به مشتری وقت دهید تا تصمیم گیری کند.
- ✧ به خاطر داشته باشید که برای دریافت یک پاسخ بله , چندین و چند بار باید نه بشنوید

#### اقدام فوری در املاک

- «اقدام فوری» یکی از ویژگی‌هایی است که فروشندگان حرفه‌ای را از بقیه متمایز می‌کند!
- همواره به یاد داشته باشید هر ایده‌ای به ذهنتان می‌رسد را باید فوراً یادداشت کنید و در فروش بعدی به کار ببندید؛ مشتری را معطل نگذارید.
- حداکثر زمانی که برای جواب دادن به مشتری می‌توانید او را منتظر بگذارید ۲۴ ساعت است. این یکی از قوانین مهم در اجرای دستور اجرای فوری است.
- تجربه نشان داده است که هیجان مشتری بعد از یک روز به شدت فروکش می‌کند و به هیجان آوردن دوباره مشتری مستلزم صرف هزینه و زمان است؛ پس فوراً اقدام کنید.



## اشتباهات رایج مشاوران املاک

در پستهای قبلی ملک آموز اشتباه رایج در مشاوران املاک را بارها در قالب چند متن شرح دادیم دلیل انتشار این اشتباهات این است که این جملات را بسیار شنیده ایم: "نمی دانم در مذاکرات چه باید گفت و چگونه باید مشتری را جذب کرد." یا "در این هفته نتوانسته ام هیچ مشتری جدیدی بیابم."

آیا تا کنون برای شما پیش آمده است که از ناکامی های متعدد خسته شوید و فروش شما متوقف شود؟

هر یک از اشتباهات که بیان میکنیم می تواند جذابیت فروش را از یک مشاور املاک بگیرد و آن را متوقف کند پس بهترین راه این است که بعد از مطالعه این متن ها رفتار خود را تحلیل کنید و اشتباهات خودتان را رفع نمایید

## اشتباهات رایج مشاوران املاک

### ۱- تحمیل ملک های پیشنهادی به مشتری

بیشتر ما از افرادی که همواره از خود تعریف می کنند و می خواهند خود را در نظر دیگران بلند مرتبه نشان دهند، خوششان نمی آید. این امر در املاک نیز صادق است. آیا شما دائماً درباره ملک ها و خدمات خود و مزایای آن ها صحبت می کنید؟ این کار مشتریان را به عقب می راند. فقط درباره مواردی صحبت کنید که مورد توجه مشتریان است و پیشنهادهای در مورد تقاضاهای آن ها ارائه دهید. به این ترتیب آن ها مشتری دائمی شما خواهند شد و به افزایش فروش و درآمد شما کمک خواهند کرد.

### ۲- نداشتن مهارت حس مفید بودن به مشتری

موفقیت در املاک هنگامی محقق می شود که در یک مذاکره بتوانید نیاز مشتری را به سرعت دریافت کنید و راه حل های پیشنهادی خود را به او تفهیم نمایید. اگر مشتریان متوجه شوند که شما چه کمک هایی می توانید در راستای خواسته هایشان به آن ها بکنید، حتما دوباره با شما تماس خواهند گرفت و برای شما تبلیغ خواهند کرد. راه حل این است که مشتریان باید احساس کنند شما هدفی جز برآورده شدن خواسته هایشان ندارید

### ۳- عدم توانایی شما در فهمیدن نیاز مشتری

از سؤالات آنها برای شروع مکالمه استفاده کنید. با طرح چند سؤال کلیدی می توانید از تمام نیازهای آنها مطلع شوید و راه حل های خود و پیشنهادات خود را به آنها ارائه کنید.

#### ۴- زود اعلام کردن قیمت ملک ها

یکی از اولین سؤالاتی که مشتریان در تماس های خود مطرح می کنند، درباره قیمت ملک است. اگر به این سوال به سرعت جواب دهید، احتمال این می رود که مکالمه پایان یابد و شما فروش را از دست بدهید. مبلغ به تنهایی بی معنی است. ابتدا سعی کنید دقیقاً بفهمید که آن ها چه می خواهند و سپس بحث قیمت را در قالب راه حل ها و مزایایی که برای آن ها قائل می شوید، مطرح کنید. راه حل این مشکل این است که سعی کنید قبل از اینکه مشتری مزایای فایل شما را متوجه نشود قیمت را اعلام نکنید.

#### ۵- صرف وقت برای اشخاصی که مشتری واقعی نیستند

این مکالمات وقت مفید شما را تلف خواهند کرد.

شما باید در ۳ دقیقه اول مکالمه با کمک سؤالات خود و پاسخ های آن ها، این موضوع را ارزیابی کنید که آیا این شخص مشتری واقعی است یا قابلیت تبدیل شدن به مشتری را دارد یا خیر؟ در صورت منفی بودن، از او به خاطر تماس گرفتن با شما تشکر کنید و به سراغ تلفن های بعدی بروید.

#### ۶- مکالمات طولانی

مسئله شما از تمام ویژگی های فایل خود آگاهی و می توانید ساعت ها یا شاید روزها درباره عملیات، ویژگی ها و مزایای آن ها صحبت کنید، اما هرگز در یک مکالمه با مشتری زیاد صحبت نکنید، زیرا به این ترتیب مشتری اصلاً به حرفهای شما توجه نخواهد کرد. از زمان مکالمه حداکثر استفاده را ببرید تا نیازهای او را بفهمید. بیشتر سؤال کنید و اجازه بدهید تا او صحبت کند و شما اطلاعات مورد نیاز خود را جمع آوری کنید.

#### ۷- روشن نکردن امتیازات ملک در نظر مشتری

شما از مزایای فایل خود اطلاع کامل دارید، اما باید سعی کنید که از نقطه نظر مشتری به ملک نگاه کنید و مزایایی را که در محدوده دید آن هاست، یادآوری کنید. پس ابتدا سعی کنید بفهمید که مشتری دنبال چیست و چه چیزی برایش اهمیت بیشتری دارد.

#### ۸- نرسیدن به جواب مثبت

شما باید در طول مکالمه سؤالاتی از مشتری پرسید که جواب آن ها مثبت باشد. در مورد نیازهای آنها دوباره سؤال کنید و از او تأیید بگیرید. راه حل های خود را دوباره مطرح کنید و از آن ها بخواهید که مناسب بودن آنها را تأیید نمایند. با این کار شانس زیادی برای دریافت جواب مثبت خواهید داشت.

#### ۹- عدم ارائه پیشنهاد خرید به مشتری

اگر مایلید که مشتری فایل های شما را بخرند باید از آن ها بخواهید. این موضوع بسیار واضح است، اما بیشتر مشاورین منتظر مشتری هستند تا سراغ آن ها بیاید و تقاضای خرید کند. وقتی آن ها با شما تماس می گیرند، احتمالاً قصد خرید دارند پس شما نیز با اعتماد به نفس خود به آن ها کمک کنید که برتری شما را ببینند و برای خرید ترغیب شوند. راه حل این است که گاهی به خود فروشنندگان فایلها ملک پیشنهاد دهید یا به افرادی که احساس میکنند دارای سرمایه هستند پیشنهاد سرمایه گذاری دهید و از جواب خیر آنها نترسید.

#### ۱۰- فراموش کردن پی گیری بعد از قرارداد

وقتی تلاش های شما به قرارداد منتهی شد، تصور نکنید که کار تمام شده است. به اولین قرارداد به عنوان دریچه ای برای ایجاد روابط پایدار با مشتریان و قراردادهای آینده بنگرید. هنگامی که شخصی از شما خرید می کند، به شما و خدماتتان اعتماد کرده است. از این موقعیت استفاده کنید و از کیفیت و رضایت آن ها از خریدشان اطمینان حاصل کنید. به این ترتیب شانس آن وجود دارد که نیازهای دیگر و افراد مرتبط با آنها را شناسایی کنید و ملک های دیگری را به آن ها پیشنهاد دهید. نباید از مذاکره بگریزید. سعی کنید مکالمه ای کاملاً ساختار یافته داشته باشید. به این ترتیب مشاوره جذاب خواهد بود و باعث پیشبرد اهداف و موفقیت شما خواهد شد

زودتر کار را شروع کنید

زود به محل کارتان بروید و تلفن زدن صبحگاهی را انجام دهید. ساعات اولیه روز مغز از هر نوع ذهنیتی خالی است.

کمی زودتر به محل کارتان بروید و آمادگی خود را قبل از شروع ساعت کاری بدست بیاورید. میدان را برای مشاوران رقیب، با دیر رفتن سرکار، خالی نگذارید. نوشتن، ابزار اصلی یک مشاور حرفه ای است. در اولین فرصت ۲ عدد دفتر شیک تهیه کنید. یکی را برای متقاضیان و دیگری را برای فایل ها انتخاب کنید.

دفترهای شما می بایست حتما تفکیک شده و مجزا باشد نوشتن فایل و متقاضی در یک دفتر اشتباهی بزرگ است.

برای ابزار کار خود صرفه جویی نکنید. نداشتن دفتر فایل و دفتر مشتری و صرفه جویی کردن در ابزار کار یک مشاور املاک مانند این است که هیزم شکنی بجای تبر از چاقو استفاده کند. در اولین فرصت جهت مجیا کردن ابزار خود اقدام کنید دفتر های کار شما نشان از شخصیت شما دارد و میتواند شما را از همکارانتان متمایز کند.

گاهی مشخصات ملک و ساختمان برای مشتری مهم نیست، بلکه آنچه از خرید محصول عایدش می شود اهمیت دارد آن ها را توضیح دهید. مشتری هنگام خرید تلویزیون مارک آن را خریداری نمی کند بلکه تفریح، راحتی، پرستیژ و ... را می خرد. مطمئن باشید از مشتری عاقل تر نیستید؛ پس بهتر است نقش آن ها را نیز بازی نکنید. نگاه عاقلانه و از بالا به پایین در هنگام فروش یعنی شکست فروش و یا آخرین فروش.

هرگز به مشتریان خود به عنوان ابزار فروش نگاه نکنید. هنگامی که شما حقیقتا نسبت به کسی حسن نیت دارید، آن را تماما به نمایش می گذارید و هنگامی که مشتریان درک می کنند که شما به آن ها بیشتر از پول شان دلبستگی دارید، شما فرصت فروش بیشتری خواهید داشت. فروشندگان بزرگ با قلب شان فروش می کنند نه با زبان یا قلم شان

رنج خود را انتخاب کنید

هر شغلی در دنیا دارای محدوده های رنجی مختلف می باشد.

بعنوان مثال در یک اداره رنجهای کارمند، کارمند ارشد، رئیس بخش، معاونت و ریاست و ... تشکیل می شود. هر بخش از یک اداره نیز بسته به اهمیت فعالیت نسبت به بخش دیگر ارشد تر است. مشاورین املاک نیز از این قاعده مستثنی نیستند. شما برای اینکه پله های موفقیت را به صورت حرفه ای طی کنید می بایست یک رنج کاری را انتخاب نمایید و در یک حوزه به فعالیت پردازید. هر مشاور میبایست بر اساس تجربه رنج متناسب با فعالیت خود را انتخاب نماید. ترتیب رنجهای به صورت رنج اجاره و رنج فروش و رنج کلنگی و مشارکت و تفکیک کاربری بصورت اداری و تجاری و مسکونی می باشد. یک مشاور حرفه ای همواره تمرکز خود را بر یک رنج معطوف کرده و دوگانگی و سر در گمی را از خود دور میکند.

تمرکز در کار از ارکان دلالتی نوین است که قبل تر به آن اشاره شد .

چهار عامل مختل کننده تمرکز

1- انجام چند کار با هم: افرادی که همزمان چند کار انجام می دهند شاید احساس کنند که زودتر کارهایشان را تمام می کنند، اما تقریباً همیشه انجام چند کار به طور همزمان از انجام هر کاری در یک زمان بیشتر طول می کشد.

2- ملال و کسالت: انجام کارهای ملال آور توانایی شما را برای تمرکز کاهش می دهد و شما را در معرض حواس پرتی قرار می دهد. هنگامی که کاری کسالت بار را انجام می دهید، تقریباً هر چیز دیگری برایتان جذاب تر از انجام آن کار است.

3- عوامل ذهنی حواس پرتی: یکی از عوامل ایجاد کننده حواس پرتی، افکاری هستند که در ذهن شما جریان دارند و می توانند تاثیری قوی برای شما داشته باشند. یک راه برای خلاص شدن از این افکار آزارنده، ثبت کردن سریع آنها به صورت یادداشت است. برای مثال مواردی که ذهن تان را مشغول کرده است، به فهرست کارهای ضروری تان اضافه کنید، یا ناکامی های تان را با نوشتن خاطرات روزانه تخلیه کنید.

4- خستگی: بسیاری از بررسی ها نشان می دهند که کم خوابی، تمرکز و حافظه کوتاه مدت و سایر کارکردهای ذهنی را مختل می کند. هنگامی که از خواب محروم می شوید، میزان تمرکز و توجه تان افت می کند. سعی کنید کارهایی که نیاز به تمرکز بیشتری دارند را در ساعاتی از روز انجام دهید که احساس بیشترین هشیاری را دارید.

توانایی ما برای ایجاد تمرکز به عوامل زیر بستگی دارد:

● تعهد و پایبندی: همه ی ما باید نسبت به مقدار تلاشی که می خواهیم برای رسیدن به اهدافمان انجام دهیم، در خود تعهد ایجاد کنیم. اگر ما کاری را بدون میل و تعهد به آن انجام دهیم در این صورت در اجرای برنامه های خود و رسیدن به اهداف دچار مشکل خواهیم شد و تمرکز لازم را در انجام آن کار نخواهیم داشت.

● شور و اشتیاق به انجام وظیفه: اگر ما به انجام کاری علاقمند و مشتاق باشیم و از انجام دادن آن لذت ببریم، در این صورت ما برای شروع یک کار با انگیزه تر عمل خواهیم کرد. در شروع هر کاری، احساسات درونی ما در اجرای برنامه و به نتیجه رساندن آن دخالت دارد.

● داشتن مهارت در انجام وظیفه: آگاهی از این که چگونه کار و فعالیتی را به انجام برسانیم باعث اطمینان بخشی در ما و در نتیجه کسب موفقیت خواهد شد. اضطراب ناشی از عدم مهارت در انجام کاری باعث آشفتگی فکر و عدم تمرکز می شود.

● وضعیت روحی و روانی: اگر ما در شرایط روحی و روانی مساعدی نباشیم مثلاً موضوع خاصی ذهنمان را زیاد اشغال کند و یا دچار وسواس فکری باشیم، افکارمان پریشان خواهد شد و تمرکزی ایجاد نخواهد شد و به محض بروز اتفاقی، افکارمان به موضوعی دیگر منحرف خواهد شد.

● محیط اطراف: مهم ترین عاملی که باعث عدم تمرکز می شود این است که محیط باعث مزاحمت برای هشیاری مان شود. به طور مثال: سر و صدای زیاد، گرما یا سرمای شدید، محیط های ناامن و نا آرام، و یا حتی نشست و برخاست و یا رفت و آمد با افرادی که باعث استرس می شوند. یکی از ویژگی های بارز برای موفقیت یک مشاور املاک تدبیر است. اما تدبیر چیست و چگونه می بایست انجام گردد.

تدبیر از ویژگی های انسان های موفق است. این ویژگی، ضامن شفاف شدن ابهام های آینده است و تصمیمات آتی را رقم می زند. افراد دورانیش در مقایسه با دیگران، تصویری شفاف تر از مسائل، رفتارها، واکنش ها و رویدادها دارند. بهره مندی انسان از زاویه ای روشن و کم ابهام، با استفاده از تدبیر و جامع نگری شدنی است. داشتن افق روشن، ثمره انسان در اصل برنامه ریزی بهینه و کار آمد برای آینده است.

نوع لباس پوشیدن در املاک می بایست چگونه باشد؟

پوشش باید رسمی باشد.

در مذاکرات مختلف از رنگ های مختلف استفاده کنید. هیچ وقت چند جلسه مذاکره را با یک رنگ ثابت برگزار نکنید.

در ملاقات با افراد مذهبی، مراقب استفاده از پوشش های مخصوص همانند کراوات یا پیراهن آستین کوتاه باشید، این مطلب را به یاد داشته باشید که همیشه فرهنگ و عرف مقدم بر استاندارد است.

هنگامی که میدانید در آن روز جلسه فروش به یک قشر آسیب پذیر جامعه را بر عهده دارید، از پوشیدن لباس های گران قیمت که شبیه اعمال پرستیژ یا فخرفروشی را داشته باشد، خودداری کنید.

در هر نوع مذاکراتی، استفاده از لباس های اسپرت نظیر شلوار لی، تی شرت، کفش های ورزشی و ... فاجعه

با جوراب سفید خداحافظی کنید

جوراب همیشه باید تیره تر از شلوار باشد .

کفش و کمر بند همیشه یک رنگ و واکس خورده و براق باشد .

کیف دستی هم رنگ کفش و کمر بند باشد.

پیراهن ساده بهترین انتخاب است .

رنگ پیراهن برای کت و شلوار یک دست را از روی لیست مطابق شلوار انتخاب کنید .

هیچ وقت با کت و شلوار خاکستری پیراهن سرمه ای نپوشید .

با کت و شلوار سرمه ای پیراهن خاکستری نپوشید .

با کت چهارخونه و راه راه پیراهن ساده

سوال:

من در رنج اجاره مشغول بکار هستم و با یکی از همکارانم شریکی کار میکنم راهنمایی کنید آیا در املاک کار شریکی خوب است یا انفرادی؟

جواب:

شراکت در کار املاک هم خوب هست هم بد!!!

اگر عمیقا به موضوع شراکت نگاه کنید خواهید فهمید که مواردی در خوب یا بد بودن آن دخیل است.

اول اینکه باید ببینید شخصی که میخواهید با آن شراکت کنید چه فردی است

دوم اینکه باید قواعد شراکت را رعایت کنید

سوم اینکه محاسن و معایب مشارکت را در نظر بگیرید

حال تمام این موارد را بررسی خواهیم کرد

شخصیت طرفین

۱: اشخاصی که قصد شراکت با هم را دارند می بایست دارای روحیه ای اجتماعی باشند اگر شخص مقابل شما ادم

گوشه گیر و غیر اجتماعی است اکیدا بدرد شراکت نمیخورد

۲: طرفین شراکت باید به همکاری مشتاق باشند افرادی که اهل تک روی هستند اکیدا بدرد شراکت نمیخورند

۳: طرفین شراکت می بایست انسان های با گذشتی باشند اگر طرف مقابل شما انسانی کینه ای است بدرد شراکت

نمیخورد

۴: طرفین شراکت نباید دروغگو و تهمت زن و غیبت کن باشند

اگر طرف مقابلتان در این سه مورد ضعف دارد اکیدا بدرد شراکت نمیخورد

۵: طرفین شراکت نباید افراد سودجو و حافظ منافع خود باشند



اگر طرف مقابل شما انسانی است که اطرافیان برایش مهم نیستند و فقط به سود و زیان خود فکر میکند اکیدا بدرد شراکت نمیخورند

۶: طرفین شراکت نباید انسان های فوق العاده اقتصادی یا خسیس یا به اصطلاح مو از ماست کش بیرون باشند

اگر طرف مقابل شما فردی خسیس است اکیدا بدرد شراکت نمیخورد

۷: طرفین شراکت باید دارای تفاهات فکری و روحی و عقایدی باشند و سطح توانایی و فرهنگی و معلومات و تجربه آنها می بایست یکی باشد حتی از لحاظ مالی هم میبایست تناسب داشته باشند

هر کدام از موارد بالا را در شخصیت خود یا طرف مقابلتان دیدید بدانید شما یا طرف مقابلتان از آن دسته افرادی هستید که شراکت برای شما مضر است پس از شراکت دوری کنید

#### قواعد شراکت

۱: طرفین شراکت نباید در شراکتشان قانون بگذارند مثلا بگویند در چنین شرایطی با هم شریک هستیم و در چنین شرایطی نیستیم

طرفین شراکت میبایست بدون چون و چرا در تمامی موارد با هم شریک باشند

۲: برای شراکت نباید فلورانس تعیین کنید مثلا نباید بگویید اگر من ۲ قرارداد نوشتم و تونوشتی شریک نیستیم یا نباید بگویید اگر تو ۳ روز املاک نیا مدی دیگر شریک نیستیم

۳: مهم ترین قاعده شراکت تقسیم کار است یعنی همین ابتدا باید مشخص کنید که هر کدام چه وظیفه ای دارید مثلا پاسخگویی به آگهی ها کار من و رفتن بازدید ها کار تو

نبايد هر دو نفر يك كار را انجام دهند بايد تقسيم وظیفه شود و هر شخص با توجه به توانایی خود وظیفه ای را عهده دار شود

۴: برای شراکت نباید تقسیم متغیر تعین کنید و تمامی منافع باید بصورت یکسان تقسیم شود یعنی مثلا نگوید اگر قراردادمان چنین باشد تو ۲۰ درصد سهم میبری اگر قراردادمان چنان باشد تو ۸۰ درصد سهم میبری

تمامی منافع در هر حالت میبایست مساوی تقسیم شود

۵: برای شراکت حتی با برادر خود باید قراردادی تنظیم کنید و توافقات خود را مکتوب کنید و خسارتی را برای

طرف برهم زننده شراکت در نظر بگیرید

مطلب سوم که بسیار مهم است محاسن و معایب شراکت است

محاسن شراکت:

تقویت توانایی یک نفر نسبت به دو نفر

انجام کارها بصورت گروهی

پیشرفت و انجام زودتر کارها

تقسیم کار

تقویت نیروی جسمی و فکری

دو برابر شدن قدرت ذهن

ترغیب شدن طرفین به رقابت با سایرین

پیشرفت کار حتی در زمانی که یکی از طرفین غایب است

حذر نرفتن مشتری یا فایل بدلیل ترافیک کاری

معایب احتمالی شراکت:

عدم حداکثر تلاش به امید طرف دیگر

سواستفاده از طرف دیگر

ایجاد اختلاف احتمالی مابین طرفین

بر هم خوردن دوستی بین طرفین

ایجاد ۲ دستگی در طرفین

پایین آمدن راندمان کاری طرفین

با احتساب معایب و محاسن شراکت می توانید تصمیم خود را بگیرید.

جلوگیری از بروز اختلاف میان شرکا:

وقتی صحبت از کار شراکتی به میان می آید همیشه به یاد اختلاف ها و مشکلاتی که بین شرکا رخ می دهد می افتیم. اما عامل این اختلافات چیست؟ و چرا در کار شراکتی این قدر پتانسیل اختلاف بالاست؟ راه حل چیست؟ در پاسخ باید بگویم بزرگترین عامل اختلاف غیر حرفه ای بودن افرادی است که وارد یک کار شراکتی می شوند. این افراد بخاطر عدم آگاهی قدم در راهی می گذارند که پتانسیل اختلاف بالایی دارد اما با رعایت اصول می توانید این پتانسیل اختلاف را به کمترین میزان ممکن کاهش دهید.

برای جلوگیری از بروز اختلاف بین شرکا باید یک سری وظایف، اختیارات و تعهدات بین شرکا از همان ابتدا مشخص شود. اگر می خواهید با مشاوره در املاک وارد شراکت شوید قبل از هر کاری باید ابهامات را رفع نمایید. تعیین قوانین و مقررات دقیق و پیشگیرانه می تواند از بروز اختلافات جدی جلوگیری کند. اما این کار ساده ای نیست و احتیاج به مشورت با فردی با تجربه در این زمینه دارد چه از لحاظ تخصصی و چه از لحاظ قوانین و مقررات باید یک مشاور داشته باشید. باید همه چیز در یک کار شراکتی از ابتدا مشخص و معین باشد و هر یک از شرکا در ابتدا بدانند که چقدر مسئولیت قبول کرده اند و حدود و اختیاراتشان مشخص باشد. به عبارت دیگر شفافیت وظایف و اختیارات شرکا یک اصل ضروری است.

ارزش های اخلاقی شراکت را رعایت کنید! لزوم شراکت موفق رعایت احترام متقابل بین دو مشاور است. فرق نمی کند که هر کسی چقدر از تخصص و تجربه اش در املاک استفاده میکند و منجر به سود دهی آن می شود او باید احترام طرف مقابل را نگه دارد و طرف مقابل هم باید به او احترام بگذارند به عبارت بهتر شرکا باید فرهنگ شراکت را بیاموزند.

همانطور که گفتیم انتخاب شریک مناسب مهمترین عامل است. اگر فردی را که به شراکت انتخاب می کنید صادق نباشد، تخصص کافی نداشته باشد، فعال و پر تلاش و مسئولیت پذیر نباشد، پرخاشگر و تند خو باشد و... آیا شراکت شما آینده ای خواهد داشت؟ آیا می توانید به او اعتماد کنید؟ آیا می توانید به او اختیار دهید وقتی که برای تعطیلات به مسافرت می روید همه کار های شما را انجام دهد؟ آیا می توانید به او پول قرض بدهید بدون اینکه برای بازپرداختش نگران باشید؟ و بسیاری پرسش های از این دست می تواند به شما کمک کند تا در انتخاب شریک خود بیشتر دقت کنید. چون یک فرد متعهد و مثبت نگر می تواند انگیزه شما را افزایش دهد و البته عکس این قضیه هم صدق می کند و یک فرد نامناسب که خود کمکی نمی کند می تواند دیگران را هم نا امید و سرخورده کند.

انتخاب یک نفر مانند مدیر املاک بعنوان داور که طرفین به آن اعتماد و اطمینان دارند هنگام بروز اختلاف می تواند بسیار کارآمد باشد.

پس حتما مدیر املاکتان را در جریان شراکت خود قرار دهید تا در اختلافات احتمالی داوری کند و شرط کنید که در اختلافات هر ۲ طرف باید حرف مدیر املاک را بی چون و چرا قبول کنند.

از طرفی شراکت در املاک نباید باعث پایین آمدن راندمان کاریتان شود یعنی اگر قرار است ۲ نفر شریک به اندازه یک مشاور فعالیت کنند شراکت فایده ای ندارد.

غیبت کردن در حضور دیگر مشاورین و در غیاب شریک کاری احمقانه است سعی کنید اختلافات خود را خودتان حل کنید همانطور که گفتیم کارها را دسته بندی کنید و نسبت به مهارت هر کدام از شما مسئولیت را بر عهده بگیرید مثلا اگر فردی از فن بیان بهتر بهره می برد مسئولیت پاسخگویی به آگهی ها بعهده او باشد و....

معمولاً برای هدفی خاص با یکدیگر شریک می شوند این هدف ممکن است حتی مالی نباشد اما آنچه مهم است تعهد همه افراد به آن هدف است برای این منظور باید هدف برای همه شرکا تقدس لازم را داشته باشند شریک شدن با کسی که به موفقیت شرکت اهمیت نمی دهد کار عاقلانه ای نیست.

در پایان دو مشاور باید تعهد نامه ای را امضا کنند و خود را ملزم کنند به آن پایبند باشند هر چند این تعهد نامه یک ضمانت نامه نیست اما با آگاهی از اصول شراکت می توان به موفقیت این فعالیت شراکتی بیشتر امید بست.

سوال:

در مواجهه با برخی متقاضیان که تقاضای تلفن یکدیگر را می کنند یا تلفن رد و بدل میکنند چگونه رفتار شود که متقاضی ناراحت شود و از طرفی جلوی اینکار گرفته شود؟

جواب:

یکی از مشاغلی که متاسفانه در ایران همیشه مورد اجهاف قرار می گیرد مشاورین املاک هستند چرا که در خیلی از موارد مشتریان بدون توجه به زحمات مشاورین براحتی اقدام به دور زدن مشاورین کرده و با پرداخت مبلغی اندک به املاک های دیگر اقدام به انجام معامله میکنند.

این موضوع توسط بنده چندین بار ریشه یابی شده و من مقاله ای در اینباره نوشته ام و حتی از اتحادیه املاک تقاضا کردم که این مقاله را در قالب نامه ای رسمی بدست تمامی اعضای این صنف برساند اما متاسفانه بازتاب خوبی نداشت.

اگر از ریشه یابی این موضوع بگذریم و گفتن اینکه چه عواملی در این مشکل دهیل هستند و به جواب سوال بپردازیم بهتر است اما بگذاری یک ضرب المثل معروف بزنم تا شاید برخی از مشاورین املاک که این نوشته را میخوانند کمی به فکر فرو روند.

از ماست که بر ماست!!!!!!

بگذریم بریم سر جواب سوال.....

من جواب این سوال را از بعد بزرگتری خواهم داد.

بنده از سال هفتاد و نه که بعنوان مشاور در یک املاک مشغول بکار شدم بارها توسط مشتری دور خورده ام و این موضوع بسیار ناراحتم میکرد از هرکس که سوال میکردم میگفت هیچ راهکاری برای این مشکل وجود ندارد و این مساله به شانس مشاور بستگی دارد.

برای من این جواب پاسخی قانع کننده نبود از طرفی نمی توانستم در حضور مشتری بی پرده این مساله رو بیان کنم چرا که ممکن بود اثباب ناراحتی مشتری فراهم شود و از طرفی در حقم بارها اجهاف میشد و این موضوع ناراحتم میکرد.

یک روز هنگام بازدید یکی از مشتریانم در حضور من شماره تماس فروشنده را گرفت و براحتی اقدام به دور زدن کرد که اینبار این مساله بسیار روی بنده تاثیر گذاشت و شاید باورتان نشود سر این مساله من یکهفته به املاک مراجعه نکردم و از شدت ناراحتی تصمیم گرفتم تغییر شغل بدهم.

فردای آن روز زمانیکه در خانه تنها بودم به این فکر فرو رفتم که مگر می شود این مساله هیچ راهکاری نداشته باشد و بعد از ساعت ها فکر به این موضوع روشی را جهت جلوگیری از این امر ابداع کردم.

اول اینکه ما در املاک فرم هایی به اسم فرم بازدید داشتیم که در آموزش اخذ کمیسیون به آن اشاره کردم.

من بعنوان یک مشاور خجالت میکشیدم برگه بازدید رو از مشتری امضاء بگیرم.

اول اینکه یک راهکار برای این مشکل پیدا کردم و این راهکار به این شکل بود.

بهنگام مراجعه مشتری به املاک از مشتری میخواستم جهت امضاء به داخل دفتر مراجعه کند.

مشتری از من سوال میکرد که این چه فرمی است میگفتم فرم بازدید هست که مدیر املاکمون اجبار کرده این فرم پر بشه و طوری عنوان میکردم که پر کردن این برگه قانون املاک ماست و من چاره ای ندارم جز اینکه از قوانین املاک اطاعت کنم از وقتی این جمله رو میگفتم تمامی متقاضیانم بدون ناراحتی فرم بازدید رو امضاء میکردند که در این فرم نوشته است این ملک با این آدرس توسط فلان املاک سرویس داده شده و مشتری موظفه در صورت معامله حق املاک رو بپردازه.

این فرم یک حسنی که داره اینه که در ذهن مشتری یک ذهنیت بازدارنده ایجاد میکنه و مشتری به دلیل اینکه یک فرم رو امضاء کرده تو ذهنش از دور زدن املاک ترس داره و حسن دیگش اینه که اگر من دور میخوردم ، میتونستم از لحاظ قانونی ثابت کنم که حقم خورده شده

بنابر این امضای فرم رو برای خودم اجباری کردم و اگر از ۱۰۰۰ مشتری یک نفر فرم رو امضاء نمیکرد میگفتم متاسفم اگر بدون فرم بازدید بدم مدیر املاکم اخراج میکنه.

حتی در بعضی موارد که با مشتری در محل ملک قرار بازدید داشتیم قبل اینکه از املاک حرکت کنم به مشتری زنگ میزدم و ازش سوال میکردم که فرم بازدید رو برای شما بیارم دم ملک که امضاء بفرمایید و با این حرف مشتری متوجه میشد که قبل از بازدید باید یک برگه رو امضاء کنه و وقتی میرفتم بدون مخالفت امضاء میکرد. با امضای این فرم حداقل ۵۰ درصد از دور زدنام کم شد.

در حال حاضر در املاک خودم هم تمام مشاورها موظفند فرم بازدید رو امضاء بگیرن و تحویل منشی بدن.

برای ۵٪ دوم به این فکر کردم که باید مکالمه ای رو قبل از بازدید آماده کنم تا طرفین رو از دور زدن بترسونم و هم ناراحت نشن.

بعد از چندین روز فکر به این نتیجه رسیدم که باید طرفین رو از هم بترسونم!!!!

تعجب نکنین الان میگم یعنی چی!!!!

زمانیکه به فروشنده یا موجر زنگ میزدم که بازدید ملک رو هماهنگ کنم.

بدر تمام موارد برای اولین بار به هر مالکی میگفتم این مشتری که دارم برای ملکتون میارم انسان واقعا شریفی هست دیروز یک ملک واسش پیدا کردم ملک رو پسندید مالک ملک بهش زنگ زده گفته بیا املاک آشنای ما قرارداد بنویسیم. مشتری هم بهش گفته من از خرید ملک شما منصرف شدم و اگه طلا هم باشه ملک شما رو نمیخوام شما که به این راحتی حق املاک رو میخوری تو معامله حق منم میخوری پس ادم خطرناکی هستی.

بعد گفتن این جمله به مالک میگفتم مشتری که این رفتار رو بکنه معلومه انسان شریفی هست و مسلما پولش هلاله و اگر باهاش معامله کنید پولش واستون برکت داره.

با این مکالمه بطور غیر مستقیم به ترسی رو تو جون مالک مینداختم که اگر یک درصد هم قصد دور زدن داشت به این فکر میکرد که مشتری بهش بگه تو مال حروم خوری و .....چیز و از طرفی بهش میفهموندم که اگه به مشتری هم بیاد بهش بگه املاک رو دور بزینم پیش خودش فکر کنه که این داره حق املاک رو میخوره پس ممکنه حق منم بخوره .

با این مکالمه احتمال دور زدن توسط فروشنده رو تا حد بسیار زیادی پایین میاوردم.

حالا مونده مشتری که چه راهکاری براش داشته باشم

یک مکالمه برای خودم درست کردم که قبل بازدید این مکالمه رو انجام میدادم

تمامی این مکالمه رو تجسم کنید تو ذهنتون و احساس کنید شما بجای من هستید:

ملک رو معرفی کردم و قرار بازدید گذاشتم

مشتری به املاک مراجعه کرده و من داخل ماشین مشتری نشستم و حرکت کردیم.

مکالمه من با مشتری:

آقای فلانی خودتون الان کجا ساکن هستید؟

مشتری پاسخ میدهد

بعد از پاسخ مشتری:

راستی آقای فلانی یک لطفی کنید داخل ملک بهنگام بازدید به هیچ عنوان بروز ندید ملک رو پسند کردید اصلا هیچ صحبتی نکنید فقط ملک رو ببینید بیایم بیرون چون تجربه به من ثابت کرده اگر مالک همون لحظه احساس کنه شما ملک رو پسندیدین امکان داره قیمت رو بالا بیره.

البته مالک این ملک آدم بسیار خوبی هست و تقریبا با ما آشنا هست من یه خاطره باحال ازش دارم.

یک روز با یه مشتری برای بازدید ملکش رفتیم مشتری فردای اون روز رفته بود دم ملک زنگ و که زده بود مالک اومده بود دم در و مشتری گفته بود من یه آشنا دارم بریم املاک آشنای من.

مالک هم با عصبانیت بهش گفته بود من ملکم رو به شما نمیفروشم چون شما مال مردم خوری همین طور که چندر غاز حق بنگاه رو میخوری تو معامله صد در صد حق منم میخوری. بعد اینکه با مشتری دعوا کرده بود مشتری بهم زنگ زد قضیه رو تعریف کرد و ازم عذر خواهی کرد و گفت خانومم این ملک رو پسندیده و هر طور میتونی نشست بزار.

وقتی به مالک زنگ زدم که بیا گفت من به این آدم آپارتمانم رو نمیفروشم این ادم خطرناکه و مال مردم خوره کسی که حروم خور باشه معامله باهاش اشتباس.

کلا مالکه آدم خیلی باحالیه و ادم از معامله کردن با یه همچین آدمهایی لذت میبره .

راستی شما چند وقته دنبال ملک میگردی؟

با این مکالمات که انجام میدادم مشتری در وحله اول ترغیب میشد داخل ملک با مالک حرف نزنه که بخواد شماره تلفن رد و بدل کنه و....چراکه بهش گفته بودم اگه پسند کردی نشون نده که پسندیدی چون مالک قیمتش رو بالا میبره و سفت میشه .



در وهله بعد وقتی اون خاطره رو تعريف ميکردم طرف فكر اينكه بعد از بازديد خودش بره سراغ فروشنده رو از سرش مينداخت بيرون و اگر هم چنين قصدي داشت ميترسيد كه با مالك دعواش بشه.

و از طرفي بلافاصله بعد از تعريف اين خاطره حرف رو عوض ميکردم كه مشتري فكر نكنه من نقطه ضعف دارم. با انجام شيوه هاي بالا باور كنين ديگه تو هيچ معامله اي دور نخوردم و كارم هميشه به روال عادي انجام ميشد و هيچ كسي نتونست حقم رو بخوره.

البته اينم بگم كه اگه كسي حقتون رو بخوره مطمئن باشين به خودش بدى كرده و اينكار با دزدى هيچ فرقي نداره و آخر عاقبت خوبي نداره.

خونه اي كه اولش با مال حروم خريداري بشه معلومه آخرش چطور تموم ميشه.

شما هم سعي كنيد مكالمه هاي مختلفي مثل اين بسازين و تو ذهنتون باشه كه نذارين كسي حقتون رو بخوره.

امام علي ميفرمايد:

حق دادني نيست حق پس گرفتني است و مومن نميگذارد حقش را كسي ضايع كند

با اين روش ها تا حد بسيار پاييني دور خوردن رو كاهش ميدين و پيشگيري ميكنين و هم هيچ شخصي ناراحت نميشه.

اميدوارم اونقدر فرهنگ مردم بالا بره كه هيچ كس حقش ضايع نشه.

سوال:

چرا با اینکه ملک های خوبی به مشتریانم نشان میدهم معامله فروش من به سرانجام نمی‌رسد؟

۱) شما خریداران را توجیه نمی‌کنید.

این کافی نیست که فقط به آنها بگویید که شما چه می‌خواهید. شما باید به آنها توضیح دهید که چرا این پیشنهاد ملک برای خریداران مناسب است. مهم نیست که چقدر پیشنهاد شما از نظر خودتان منطقی به نظر می‌رسد، اگر قادر به توجیه آن نباشید دلیل خوبی برای رد یا نادیده گرفتن آن ایجاد می‌کنید. پیشنهادهایی که شما می‌دهید و ملک‌هایی که معرفی می‌کنید خودشان صحبت نمی‌کنند، باید آنها را توضیح دهید. اگر به زمان بیشتری برای پیدا کردن ملک احتیاج دارید، چرا آنها باید زمان ضربه‌العجل خود را به خاطر شما تغییر دهند؟

برای متقاعد کردن افراد باید تمام سعیتان را بکنید بی‌شک هر ملکی دارای محاسنی است که باید صادقانه آنرا بیان کنید

۲) پیشنهاد شما در خانواده خریدار مورد نظر به فروش نمی‌رود.

طرف مقابل مذاکره ممکن است موافق این موضوع باشد که پیشنهاد شما منطقی است. اما اگر شخصی که در خانواده تصمیم گیرنده اصلی است یا متممی خانواده مورد توجیه قرار نگیرند پیشنهاد شما را رد می‌کنند.

اما راه حل این موضوع اینست که شما تشخیص دهید تصمیم گیرنده اصلی در خانواده کیست که معمولاً خانمها هستند و سوال کنید که چه ویژگیهایی مد نظر اوست در پیشنهادات خود مواردی که برای او مهم است را برجسته تر کنید.

۳) شما به محدودیت‌های آنها توجه نمی‌کنید.

آنها قبول دارند که تقاضای شما معقولانه است و ملکی که بازدید داده اید خوب است. اما باز جواب آنها منفی است. گاهی اوقات مشکل این است که دست آنها در رابطه با این موضوع بسته است. ممکن است به زمان بیشتری برای تصمیم‌گیری احتیاج داشته باشند اما با کمبود زمان مواجه هستند. آنها مایلند تا پول بیشتری برای انجام شدن معامله پرداخت کنند اما با محدودیت‌های بودجه‌ای مواجه هستند. راه حل این موضوع انعطاف‌پذیری است، اگر شما به طرف مقابل بیش از یک پیشنهاد ارائه دهید، ممکن است بتوانند از بین آن موارد یکی را انتخاب کنند. هرگاه ارزش بیشتری برای افراد قائل شوید، آنها نیز توجه بیشتری به شما خواهند کرد.

شما توقع دارید با دیدن ملک شما سریعاً اقدام به خرید کنند و بعد از اینکه جواب منفی می شنوید مشتری را بحال خود رها می کنید و نزد خود می گوئید باتوجه به این موضوع که بهترین ملک شما را نپسندیدند دیگر این مشتری بدرد نمیخورد.

این روش غلط است شما نباید انها را رها کنید باید با ارائه پیشنهاد های دیگر مشتریان را متقاعد کنید که پیشنهاد اول شما بهتر است.

نشان میدهم معامله فروش من به سرانجام نمیرسد؟

۴، روی مشتری کار نکنید!!!!

یکی از اشتباهاتی که اغلب مشاوران انجام میدهند اینست که برای مشتری بدنال ملک میگردند که این موضوع باعث عدم نتیجه گیری می شود .

شما بجای کار کردن روی مشتری میبایست روی ملک کار کنید یعنی بجای اینکه برای یک مشتری چند فایل پیدا کنید برای فایل چند مشتری پیدا کنید!!!

فایل مناسبی پیدا کنید و با استفاده از آگهی سعی کنید برای آن فایل خریدار مناسب پیدا کنید . با این شیوه درصد موفقیت شما بیشتر است چرا که زمانیکه شما برای یک مشتری صرف میکنید ممکن است آن مشتری منتظر پیشنهاد ها بهتر باشد و وقت شما تلف می شود و لی زمانیکه شما روی فایل ملک فعالیت میکنید همه نوع مشتری برای بازدید به شما مراجعه میکند و مشتری که ماهها بدنال ملک بوده و خسته شده است براحتی اقدام به خرید خواهد کرد.

۵، بیش از حد از ملک تعریف میکنید!!!!

زمانیکه پیشنهاد ملکی به خریدار می دهید باید تصور کنید که خریدارتان همه چیز را میداند و دلیلی برای تعریف و اصرار بیش از حد شما برای خرید ملک مورد پیشنهاد شما وجود ندارد.

این تعریف و تمجید بیش از حد موجب می شود تا خریدار احساس بدی داشته باشد و از خرید ملک منصرف شود.

راه حل این موضوع اینست که اجازه دهید مشتری از شما سوال کند و شما فقط نظر خود را بیان کنید

۶، معایب ملک را نمیگویید!!!

هر ملکی دارای معایبی است و مشتری این معایب را می بیند ولی شما سعی دارید آنرا کتمان کنید.

خریداران را ساده فرض نکنید در شیوه مدرن دیگر مردم به حرف های شما توجه نمیکنند و قبل از خرید هرچیز تحقیق میکنند و تمامی معایب را متوجه می شوند،

گاهی خریداران دوست دارند این معایب را از زبان شما که مشاورشان هستید بشنوند. راه حل این موضوع اینست که شما معایب هر ملک را بگویید اما با محاسن آنرا پوشانید. بعنوان مثال اگر ملکی که نشان میدهید نورگیر خوبی ندارد بگویید درست است که این ملک پشت به آفتاب است اما نقشه خوبی دارد یا در منطقه دنجی قرار گرفته است. قبل از بازدید ملک معایب و محاسن ملک را در نظر بگیرید و بهنگامی که مشتری شما معایب ملک را دید آنرا با محاسن پوشانید

6- ملک معرفی شده با بودجه خریدار سازگار نیست

همیشه بین بودجه خریدار و ملک های معرفی شده مرزی بسیار باریک قرار دارد که اگر این مرز را از بین نبرید معاملات شما نتیجه بخش نخواهد بود.

اسکناسی را تصور کنید که نخ انرا میکشید کار شما نیز دقیقا مثل کشیدن نخ یک اسکناس است اگر مرز بین بودجه مشتریان خود را با قیمت ملک بدرستی از بین نبرید معاملات شما نتیجه بخش نمی شود و اسکناس پاره خواهد شد.

اما منظور از این مرز چیست؟

این کار بسیار حساس است در اولین قدم بدانید که تمام خریداران ملک ها بیشتر از بودجه واقعی خود توقع دارند یعنی گاهی شما با مشتری برخورد می کنید که بعنوان مثال 500 میلیون بودجه برای خرید آپارتمان دارد و برای اینکه ملک های معرفی شده به بودجه این خریداران بخورد شما ملک هایی بین 450 تا 500 میلیون به خریداران خود نشان می دهید و از نظر شما فایلی که معرفی کردید فایلی خوبی است و توقع دارید مشتری شما آنرا بپسندد اما موضوع مهم این است که این خریدار با بودجه 500 میلیونی ملک 470 میلیونی را پسند نمی کند و توقعی که او از خریدش دارد ملک 530 میلیونی است به همین خاطر ملک مورد پیشنهاد شما هرچند که خوب باشد در بودجه 470 میلیون خوب است و توقع خریداری با 500 میلیون بودجه را بر طرف نمیکنند این فایلی برای فردی مناسب است که 450 میلیون بودجه دارد.

از طرفی وقتی شما به این خریدار این فایلی را بازدید میدهید خریدار در ذهنش به این فکر میکند که اگر با بودجه 470 میلیون می شود چنین آپارتمان خوبی خرید پس با 500 میلیونی که من دارم از این بهتر را میتوانم بخرم و بدون توجه به فایلی معرفی شده از جانب شما به جستجو ادامه خواهد داد.

منظور از مرز بین بودجه و قیمت همین است شما می بایست این مرز را رعایت کنید.

حال راه حل چیست؟

می توانید از مشتریان خود که خرید کرده اند تحقیق کنید که این موضوع برای ما ثابت شده است و خریداران اغلب از بودجه خود بیشتر خرید میکنند و معمولا برای خرید ملک زیر قرض خواهند رفت. بنابراین این بهنگام مواجهه با هر مشتری سعی کنید ملکی را پیدا کنید که ارزش آن از بودجه خریدار به حد کمی بالاتر باشد. مثلا در مواجهه با خریداری که 500 میلیون بودجه دارد ملکی به ارزش 520 میلیون معرفی کنید و اگر مشتری گفت بودجه من 500 میلیون است به او توضیح دهید که بازدید ملک ضرر ندارد شما ملک را بپسندید قیمت را درست میکنم. وقتی این ملک را به خریدار خود بازدید میدهید مسلما آنرا پسند میکند چون مرغوبیت ملک مورد بازدید از سطح توقع و بودجه خریدار بیشتر است و این موضوع بسیار مهم است که زمانیکه خریدار ملکی را بپسندد اگر حتی بودجه کمتری داشته باشد تمام سعی خود را میکند تا مبلغی که کسر دارد را تهیه کند.

اما در این لحظه 2 نکته بسیار مهم وجود دارد: اول اینکه ملک معرفی شده واقعا ارزش قیمت را داشته باشد مثلا ملکی با قیمت 520 میلیون به مشتری معرفی نکنید که ارزشش 470 میلیون باشد و فروشنده بدون منطق قیمت ملک خود را بالا گذاشته باشد. اگر ملک 520 میلیونی معرفی میکنید دقت کنید که ملک مورد معرفی به این قیمت بی ارزش.

دومین نکته اینست که اختلاف ملک معرفی شده با بودجه خریدار می بایست معقولانه باشد که بتوان این اختلاف را حل کرد مثلا برای خریدار با بودجه 500 میلیون ملک 600 میلیونی معرفی نکنید چرا که این اختلاف بسیار زیاد و غیر قابل حل کردن است و از طرفی با این کار توقع مشتری را بالاتر خواهید برد و ملک های دیگر را نخواهد پسندید.

بعد از اینکه به روش بالا عمل کردید زمانیکه خریدار ملک مورد بازدید را بپسندید مطمئنا به شما می گوید که حالا قیمت این ملک را با بودجه من سازگار کن.

در این لحظه شما به خریدارتان بگویید که تخفیف گرفتن پشت تلفن کار غلطی است اگر یک ربع وقتتان را به من بدهید فروشنده را به املاک دعوت میکنم اگر معامله شد که مبارکتون باشه اگر نشد یه چایی نزد ما خوردید.

با دعوت فروشنده به املاک مدیر قرارداد با استفاده از مهارت خود مقداری از فروشنده تخفیف میگیرد و مقداری بودجه خریدار را زیاد میکند و معامله انجام می شود. فقط دقت کنید که بهنگام جلسه هم فروشنده مدارک خود را بیاورد و هم خریدار چک یا پول خود را به همراه داشته باشد چرا که اگر حتی اختلاف را حل کنید و قرار شما به جلسه دیگری موکول شود خریدار یا فروشنده پشیمان خواهند شد.

در خصوص این سوال موارد های زیادی می تواند باعث شود که شما نتیجه نگیرید اما ما دلایل مهم آنرا بیان کردیم

سوال:

املاک کفی بهتر است یا آژانس مسکن؟

پاسخ:

در ارتباط با تفاوت هایی که میان املاک کفی و یا آژانس های مسکن وجود دارد باید گفت سبک های کاری در این ۲ متفاوت است

اول اینکه در هیچ جای دنیا بغیر از کشورهای جهان سومی املاک کفی وجود ندارد و این موضوع دلایلی دارد  
دوم اینکه اگر به معایب و محاسن املاک های کفی و آژانس های مسکن بپردازیم خواهیم فهمید که هر کدام برتری های نسبت به یکدیگر دارند

مسلماً در این کانال تعداد زیادی از املاک داران کفی وجود دارند که شاید نظر اینجانب را تایید نکنند اما این نظر متعلق به بنده نیست این موضوع بر اساس تحقیق در ایران و کشورهای دیگر بدست آمده است

حقیقت آن است که املاک های کفی را نمی توان مشاور املاک تلقی کرد و نام برد

تعریف جهانی مشاور املاک میگوید

مشاور املاک به جایی تلقی می شود که دارای امکانات کامل و اتاق های قرارداد باشد که قالباً املاک های کفی از این قاعده و امکانات مستثنی هستند

عمده افراد برتری املاک های کفی را در حضور همه روزه مشتریان حضوری میدانند که از نظر من این موضوع را نمی توان حسن تلقی کرد

تحقیقات نشان میدهد اکثر افرادی که بصورت حضوری به املاک ها مراجعه میکنند معمولاً افرادی هستند که بودجه محدودی دارند و ملک مورد نظرشان را نمی توانند از طریق آگهی و یا اطلاعیه ها پیدا کنند

بدین ترتیب تصمیم میگیرند به املاک ها مراجعه کنند تا شاید املاکی فایل شخصی داشته باشد

یا قالب مشتریان حضوری را افرادی تشکیل می دهند که بسیار مشکل پسند هستند و توقعشان نسبت به بودجه آنها بیشتر است البته همیشه استثنا وجود دارد و نمی توان بطور قطع گفت تمام مشتریان حضوری اینگونه هستند اما عقل سلیم حکم می کند که انسان بجای اینکه در این الودگی و ترافیک بصورت حضوری ملک مورد نظر خود را جستجو کند براحتی با یک تلفن و استفاده از آگهی ها و فضای مجازی می تواند با صدها املاک در ارتباط باشد در برابر این محاسن املاک های کفی معایب بسیاری نیز وجود دارد که مهم ترین آن کمبود امکانات است

تصور کنید مشتری شما فردی با سرمایه و دارای درجه اجتماعی ویژه باشد و شما قصد عقد قراردادی میلیاردی را برای او دارید

بهنگام عقد قرارداد زمانیکه مذاکره بجای حساس خود رسیده ناگهان مشتری از درب املاک داخل شده و تقاضای یک ملک اجاره بمبلغ مثلا ۱۰ میلیون ۸۰۰ میکند

تمامی رشته کلام از دست مدیر قرارداد و طرفین قرارداد خارج خواهد شد

برای حل این مشکل یا باید بهنگام مذاکره کرکره مغازه خود را پایین بکشید که اینکار امری مضحک است و یا باید درب را قفل کنید که هر دقیقه یک مشتری مراجعه کرده و به درب بسته میخورد و باید توضیح دهید که املاک تعطیل است

البته باید بگویم املاک کفی اگر دارای امکانات کامل باشد مثلا یا مقداری از مغازه را پارتیشن بندی کنید و اتاق قرارداد درست کنید و یا واحدی را برای عقد قرارداد نزدیکی مغازه تهیه کنید بسیاری از این مسائل حل خواهد شد

از بابت اینکه پرسیده بودید آیا از املاک کفی به اژانس مسکن نقل مکان کنیم یا نه باید بگویم اگر در املاک کفی که الان حضور دارید تجربه کسب کرده اید و اعتبار دارید و وضعیت خود را رو به رشد میبینید به صلاح نیست که نقل مکان کنید بهر حال املاک های کفی نیز برتری هایی نسبت به اژانس مسکن دارد

اما اگر وضعیت روبه رشدی ندارید نظر من هم برای انتقال مساعد است

البته بازهم میگویم همیشه بحث بر سر اینکه املاک کفی بهتر است یا اژانس مسکن وجود دارد و این مطلب سلیقه شخصی من نیست و این مطلب تنها راهنمایی است که از اینجانب خواسته اید

حال انتخاب با خود شماست

سوال در خصوص رنج شروع بکار یک مشاور

هر مشاوره برای شروع بکار باید از رنج اجاره شروع کنه

1. رنج رهن و اجاره :

شاید با نگاه اول بنظر ساده ترین رنج کاری در املاک رنج رهن و اجاره باشد که باید گفت درست است کار در این رنج ساده تر از رنج های دیگر است اما پیچیدگی های خاص خود را دارد و نیاز به آموزش های تخصصی دارد

رنج رهن و اجاره اولین رنج کاری مشاورین املاک است و پیشنهاد می شود که برای شروع کار در املاک ابتدا از این رنج شروع به فعالیت نمایید به نوعی می توان گفت پایه ی شغل املاک این رنج است و کسانی که می خواهند اصول را کاملاً رعایت نمایند می بایست ابتدا کار را از این رنج یاد بگیرند که این امر دلایلی دارد که شرح ذیل است

1. برای شروع کار در املاک شما بیش از همه احتیاج به امیدواری دارید یعنی اگر شغل املاک را شروع کنید و مدتی کسب در آمد نکنید این عدم کسب در آمد برای شما ناامیدی و دلسرد شدن را به ارمغان آورد برای مقابله با این موضوع با توجه به اینکه در رهن و اجاره هم زودتر به قرار داد می رسید و کسب در آمد می کنیم و هم تعداد قرار دادها در رنج اجاره بالاتر است

به همین دلیل بهتر است ابتدای کار را با رنج رهن و اجاره آغاز کنید

2. رنج فروش نیاز به مهارت های خاصی دارد که بدون یادگیری این مهارت ها امکان موفقیت در آن وجود ندارد اما در رنج اجاره می شود هم زمان با یادگیری مهارت های خاص کسب در آمد کرد و این مهارت ها لازمه ی رنج های بعدی است

3. تراکم و از دید ملک ها و کسب تجارب و بازدید از املاک مختلف در رنج اجاره بیشتر از رنج فروش است و در اجاره با متقاضیان بیشتری در ارتباط هستید و فرصت کسب تجربه ی بیشتری از رنج فروش دارید

4. در هر فعالیتی می بایست از پایه شروع به یادگیری کرد و پایه و رکن کار در املاک رنج رهن و اجاره است که علی رقم سادگی، کار در این دوره بسیار سخت و پیچیده است .

رنج اجاره دارای 3 زیر شاخه هست که می توانید در هر 3 زیر شاخه فعالیت کنید اما بهتر آنست که برای موفقیت جزئی نگری کنید و هر چه بتوانید محدودیت را بیشتر کنید نتیجه بهتری می گیرد

رنج اجاره اداری و تجاری نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است و از لحاظ تخصص دارای ویژگی های خاص است که در صورت انتخاب نیز می توانید در رنج فروش هم همین زیر شاخه را ادامه دهیم

ناگفته نماند رنج بنده در دوران مشاوره رنج اداری و تجاری بوده است و در طول کارکردن بعنوان مشاور همیشه در رنج اداری تجاری فعالیت داشته ام و علاقه خاصی به این رنج دارم



چندتا از دوستان سوال کردن راجع به اون مطلبی که من گفته بودم واسه فایل دنبال مشتری بگردید

یکی پرسیده بود یعنی اگر مشتری مراجعه کرد و فایل هایی که داریم رو نپسندید ولش کنیم

یا یکی پرسیده بود من همکارم واسه مشتری دنبال فایل میگرده و نتیجه میگیره و پرسیده بود اگه درستش اینه پس چرا اون نتیجه میگیره؟

این سوالهایی که براتون پیش میاد خیلی خوب و بجاست

چرا که باعث میشه بیس کار رو درست برید

در مورد سوال اول باید بگم یک مشاور هیچ مشتری رو نباید به حال خودش رها کنه

منظور ما از این آموزش این نبود که شما مشتری هاتون رو ول کنید

شما باید پایه کارتون درست باشه

یک مشاور واسه موفقیت باید کار خودش رو تخصصی کنه

شما وقتی یک رنج رو برای خودتون انتخاب میکنید و ۸ عدد فایل آماده در اون رنج همیشه دارید بعد از یک مدت

شما تو اون رنج و منطقه مسلط و متخصص می شید یعنی حتی طوری میشه که مثال میزنن شمارو مثلا وقتی یکی در

بلوار فردوس دنبال یک واحد ۶۰ متری میگرده اگه به املاک شما مراجعه کنه همه میگن این مشتری فقط در

تخصص آقای فلانی هست

مثل یک پزشک عمومی میمونه که همه ی مریض ها رو میتونه معاینه کنه ولی اینکار رو سطحی انجام میده و اگه

مریض بایک قرص خوب شد که هیچی اگر خوب نشد میفرسته مریض رو مثلا پیش متخصص قلب چون این پزشک

متخصص، تخصصش بیمارای قلبی هست و کاری که یک پزشک متخصص انجام میده رو مسلما یک پزشک عمومی

نمیتونه انجام بده

پس شما باید ابتدا تو یه رنج متخصص بشید طوری که مثلا اگه اسم مترائز ۷۰ متری تو بلوار فردوس رو بردن همه

بگن این مورد فقط در تخصص فلان مشاور هست و بعد از یک مدت که میگذره شما تو منطقه شناخته میشید

مثلا یک فروشنده آپارتمان ۷۰ متری داره تو فردوس دائما میبینه شما دارید تو همین رنج آگهی های مختلف منتشر

میکنید پس بنابراین متوجه میشه که فروختن خونه تو این رنج در تخصص شماست و اون فایل رو به شما میسپاره

در مورد اینکه گفتید مشتری ها رو رها کنیم یا نه

باید بگم یک متخصص قلب قبل از اینکه تخصص قلب بگیره دوره پزشکی عمومی رو گذرونده و دلیل اینکه فقط  
مریض های قلبی رو ویزیت میکنه این نیست که علم نداشته باشه اتفاقا مهارتش از یک دکتر عمومی بیشتره

دلیلش اینه که اصلا فرصت نمیکنه مریض دیگه رو ویزیت کنه

یعنی او پزشک زرنگ باشه همون مریض های قلبی رو ویزیت کنه بستشه

شما هم همینطور هستید شاید ابتدای کارتتون وقت آزاد داشته باشید که واسه مشتری دنبال فایل بگردید ولی بعد از  
مدتی تو رنج خودتون اونقدر غنی میشید که دیگه وقت اینو ندارید که مشتری اگه مورد شما رو نپسندید براش  
بگردید مورد پیدا کنید

یعنی زرنگ باشید همین فایل هاتون رو بفروشید اصلا وقت اضافه ای ندارید برای گشتن فایل برای مشتری.

من خودم زمان مشاوریم چون یک رنج رو کار میکردم و فقط روی فایل فعالیت میکردم چون وقتم پر بود مشتری  
هایی که فایل هامو نمی پسندیدند رو تو یه دفتر یادداشت میکردم و میدادم به مشاورهای دیگه که وقتشون آزاد بود  
و همکارام روی مشتریام کار میکردن وقتی معامله میشد چند درصدی از سهمشون میشد واسه من

البته برام مهم نبود که بشه یا نشه چون اونقدر سرم شلوغ بود که اصلا فکر نمیکردم به مشتریهای دیگه.

یک دفعه میدیدی من اصلا خبر ندارم مشاور همکارم واسه یکی از مشتریهام فایل پیدا میکرد و قراردادش رو می  
نوشتو حقم رو میداد منم هیچ کاری نکرده بودم فقط مشتری که فایل من رو نپسندیده بود چون فرصت نداشتم داده  
بودم به مشاورهای دیگه و به همین روش میدیدی یک دفعه ماهی ۲ تا قرارداد هم با بقیه مشاورها شریک میشدم.

من تنها کسی بودم که با همه مشاورها کار میکردم و هرکی بیکار بود میومد بهش مشتری میدادم

## سوالات برتر مشاوران املاک

سوالاتی وجود دارد که شما می‌توانید در هر مرحله از کارتان آن را جویا شوید:

دقیقا چه چیز فروخته می‌شود، به چه کسی فروخته می‌شود، چگونه باید در بازار عرضه، آگهی و فروخته شود و البته توسط چه کسی، به چه قیمت و تحت چه شرایطی، و در آخر چگونه باید خدمت رسانی کرد که منجر به جلب رضایت مشتری و در نتیجه مراجعه و معامله مجدد وی گردد.

1. چه چیزی باید فروخته شود؟

شما باید به این سوال پاسخ دهید به گونه‌ای پاسخ دهید که در بردارنده‌ی این مطالب نیز باشد، ملکی که می‌فروشید برای مشتری‌تان چه محاسنی دارد؟، برای او چه سود آوری دارد، چه مشکلاتی را حل می‌کند و در زندگی یا کار مشتری‌تان چه تحول بسزایی ایجاد می‌کند.

2. به چه کسی باید فروخته شود؟

دقیقا مشتری شما چه کسی است؟ تحصیلات، درآمد، سن، موقعیت خانوادگی، سمت و حرفه‌ی او چیست؟ مشتری‌های شما کجا زندگی می‌کنند، چه مواقعی خرید می‌کنند، امروزه دیگر چه معاملاتی می‌کنند و چرا از شما خرید می‌کنند؟

3. چگونه باید فرخته شود؟

شما باید روند دقیق فروش را تعیین کنید، از اولین تماس مشتری - چه حضوری باشد، چه در اینترنت یا پشت تلفن - و تک تک کلاماتی که استفاده می‌شود، مرحله به مرحله، تعیین نیازهای مشتری، عرضه فایل در جایگاه راهکاری برای نیاز مشتریان، پاسخ‌گویی به اعتراضات، انجام فروش و مجاب کردن مشتری برای خرید.

4. توسط چه کسی فروخته می‌شود؟

شما باید مسئولیت انجام تماس مستقیم و اقدامات فروش را مشخص کنید تا کسی را که توسط تبلیغات جذب فایل شما شده است را به یک مشتری تبدیل کند. شکست در مقوله‌ی تعیین مسئولیت تبدیل کردن متقاضی به خریدار دلیل اصلی عدم موفقیت است.

5. از چه تبلیغات، آگهی و اقدامات پیش برنده‌ای استفاده می‌کنید؟

شما چگونه مشتریان خود را جذب و راهنمایی می‌کنید؟ از چه رسانه‌ای برای تبلیغات و ارائه‌ی فایل خود استفاده می‌کنید؟ چه مقدار هزینه در بر خواهد داشت؟

6. چگونه پس از خرید به مشتریان خود خدمات می‌دهید؟

برای آن که از رضایت‌مندی مشتریان خود مطمئن شده و بدانید که آن‌ها باز هم از شما خرید کرده و شما را به دیگران معرفی می‌کنند، چه اقداماتی انجام می‌دهید؟ سیاست سرویس‌دهی به مشتریان از اصول حیاتی کسب و کارتان به شمار می‌آید. شما تنها به شرطی موفق خواهید بود که سطح رضایت مشتریان‌تان تا حدی باشد که تمایل داشته باشند باز هم از شما خرید کنند.

شما باید به پاسخ این سوالات خوب فکر کنید. هر گاه که میزان معاملات شما با سقوط مواجه شد، باید بار دیگر به این سوالات نگاهی بیندازید تا مطمئن شوید که پاسخ‌های‌تان برای بازار مشتریان احتمالی‌تان درست و مورد قبول است.

کدام فایلینگ بهترین منبع برای مشاوران املاک است؟

متأسفانه فعلا هیچ منبعی در ایران برای فایلینگ وجود ندارد و تمام این فایلینگها فایلهای هم رو کپی میکنند و ارائه میدهند یا از طریق احیای فایل اینکار انجام میشود مگر اینکه خود املاکیها فایلی رو از طریق تلفن توسط این شرکت ها همگانی کنند

شما برای کار کردن نیاز به هیچ فایلینگی ندارید و یکی از مواردیکه موجب عدم موفقیت یک مشاور املاک میشه سرگرم شدن مشاورین با همین فایلینگها و عدم زمان کافی برای انجام کار صحیح هست

شما از این منابع فقط باید برای اخذ قیمت یا اطلاعات استفاده کنید

بنا به شنیده ها یک منبع مهم فایل با روشی کاملا متفاوت در دست بهره برداری است که بنظر میرسد راهی برای فایلینگ ساده رو برای مشاوران فراهم میکند البته این موضوع نیست قطعی نیست و ممکن است مثل تمام ابزارهایی که جدیداً وارد بازار کسب و مار شده اند و عملاً هیچ حرفی برای گفتن ندارند ، کارایی این منبع هم بعد از شروع بکار مشخص خواهد شد که آیا صاحبان این منبع میتوانند ادعای خود را ثابت کنند یا خیر!

حال باتوجه به اینکه هم اکنون در ایران منبعی وجود ندارد راهکار چیست؟؟؟

راهکار قانون ۸ فایل هست

از طریق روشهای فایل یابی که قبلاً گفتیم تنها ۸ فایل رو در نظر بگیرید و به این فایلها فایل دیگه ای اضافه نکنید و وقتتان را صرف فایل دیگه ای نکنید سپس همین ۸ فایل رو کارشناسی کنید با مالکین مذاکره و آگهی رو شروع کنید

هر فایلی از این ۸ فایل فروش رفت یا معامله انجام شد فایلیابی کرده و فایل دیگه ای رو جایگزین کنید

نکته مهم اینکه تمام این ۸ فایل می بایست در یک رنج و در یک محدوده و مترائز باشه و امکانات متفاوتی داشته باشه تا کارتون تخصصی باشه و به اصطلاح جنستون جور باشه

روش کاری درست فعالیت رو فایل هست نه مشتری

چرا توصیه میکنیم مشاور در یک رنج و یک محدوده مترژی خود را محدود کند و فقط در همان محدوده فعالیت کند؟

تصور کنید

اگر مغازه داری بخواهد به تمامی خواسته ها و تقاضاهای مشتریان پاسخ دهد چه اتفاقی می افتد؟

مثلاً صاحب سوپرمارکتی بخواهد به سفارش میوه، سبزی، صیفی جات، پروتئین، نان گرم و تازه، جوجه کباب، شیرینی تازه، انواع آجیل تازه، پرده حمام، لوله بازکنی، خاک برای گلدان های فصلی، ظروف چینی، کلوچه تازه، قاب دیواری و تزئینی و ... پاسخ گوید! چه اتفاقی می افتد؟ راستی این فروشنده ،

مدیریت یک سوپر مارکت محلی را بر عهده دارد یا مدیریت یک هایپرمارکت و یا یک فروشگاه شهروند زنجیره ای را ؟ پر واضح است که هرگز یک مشاور نمی تواند هم به درخواست خرید یا فروش ملک کلنگی، اجاره خارجی، خرید برای مشتری که به دنبال تهیه یک سوئیت است یا به دنبال تهیه یک دهنه مغازه در بازار بزرگ تهران، تهیه یک ملک برای مشارکت در ساخت، تهیه یک ملک برای پیش خرید، تهیه یک ملک مزروعی در شهرهای اطراف تهران، تهیه یک انبار صنعتی در منطقه صنعتی، تهیه یک کارخانه در پاکدشت، خرید یک شالیزار در شمال کشور یا فروش یک شهرک توریستی در بهترین منطقه توریستی در گیلان، فروش یک ملک بزرگ مناسب برای طرح های توریستی و ایرانگردی در طالقان و ... هزاران مورد دیگر

در نگاه اول همه این موارد در آن پول و درآمد خوابیده است برای همه موارد فوق الذکر یک مشتری و خریدار یا سرمایه گذار وجود دارد. از طرف دیگر همه این موارد وسوسه انگیز است و در نگاه اول شدنی است اما واقعاً چنین است؟

راه موفقیت این است که یک رنج و محدوده مترژی را برای فعالیت انتخاب نماید.

پاسخ به سوال در خصوص سرپرستی یا مدیررئج

سوالی رو در خصوص سرپرستی یا مدیریت رنج مطرح کردند که ابعاد مختلفی داره

اگر بخواهیم مشاوره را با سرپرستی قیاس کنیم هر ۲ برتریهایی نسبت به یکدیگر دارند قطعاً درآمد یک مشاور حرفه ای بیشتر از یک سرپرست رنج هست اما پیشرفتی که یک سرپرست رنج داره رو هم همیشه با مشاور قیاس کرد و قطعاً شما بعد از مدتی نیاز به ارتقاء شغلی خواهید داشت

اما اینکه چه زمانی باید این ارتقاء انجام بگیره باید کاملاً هوشمندانه عمل کرد و دلیل این حساسیت اینه که شما بعد از وارد شدن به عرصه مدیریت نمیتوانید مجدداً به سمت مشاوره برگردید و اگر هم این اتفاق بی افته مطمئناً مشاور قبلی نخواهید شد

پس برای رسیدن به سمت مدیریت باید ابتدا مشاور خوبی باشید زمانیکه شما توانایی عقد قرارداد را در سمت یک مشاور ندارید چطور میتوانید مشاورینی را پرورش دهید و توقع داشته باشید بهترین مشاورها از مدیریت شما روانه بازار شوند پس برای سرپرستی میبایست ابتدا به یک مشاور حرفه ای تبدیل شد

مطلب بعدی اطلاعات زیاد یک سرپرست و مطالعه شبانه روزی در ارتباط با گرایش های فصلی و مقطعی بازار و یا حتی ابعاد روانشناسی و طی کردن دوره های مدیریت و برنامه ریزی گسترده است

برخی از مدیران سمت مدیریت را با مراقب های امتحان مدرسه اشتباه گرفته اند و جز گیر دادن به مشاور و اعصاب مشاور را خورد کردن کار دیگری بلد نیستند و مراحل کار آنها در روز صرفاً ختم به پیگیری ساعات ورود و خروج مشاور یا دخالت در کار مشاور ختم می شود که قطعاً نتیجه عکس خواهد داد

تنبیه یا تشویق جزئی از هزاران وظیفه یک مدیر است اما همراه با صبر و حوصله و متانت و بردباری

حس یک مدیر نسبت به مشاور میبایست حس یک معلم به شاگردانش باشد یک مدیر همواره میبایست مرهم و راهنمایی تمام عیار برای مشاورین زیر دستش باشد و با برقرار کردن ارتباط صمیمی اما با احترام میبایست فضایی را برای مشاور فراهم کنید تا مشاورین بتوانند مشکلاتشان را با او درمیان گذاشته و هر جا احساس نیاز به کمک داشته باشند بتوانند به مدیر تکیه کنند

در ارتباط با مطالعه و داشتن اطلاعات کافی نیز باید از مشاورین خود برتری داشته باشد و بتواند به تمامی سوالات آنها پاسخ صحیح داده و راه درست را به مشاور بی اموزد

بزرگترین حسنی که برای یک سرپرست میتوان ترسیم کرد ارتقاء سطح اجتماعی فرد و کسب اعتبار در دوران سرپرستی که مهم ترین مساله در پیشرفت هر انسانی در هر شغلی میباشد و میتواند فرصت و سکوی پرتابی برای هر فرد باشد و یا با اشتباهات پی در پی موجب گمراهی فرد شود

نحوه صحیح گرفتن کمیسیون یک درصد

جواب:

اول باید بگم که هدف ما از نشر این مطلب اجتهاف در حق مردم و دروغ گفتن نیست.

خواهشا ما رو قضاوت نکنین. ما میخوایم با استفاده از این ترفند ها به مشتری بفهمانیم که ما هم زحمت میکشیم و کار پر مسئولیت وسختی داریم.

حرف هایی که در این مطلب میگیم عین حقیقت است ما تلاش خودمون رو میکنیم که مشتری راضی بشه و حقمون رو بتونیم مثل هزاران شغل دیگه که روی تعرفه کار نمیکنن بگیریم بدلیل اینکه تعرفه کمیسیون املاک در کشورهای دیگه اکثرا ۶٪ از هر معامله هست و این بخاطر شغل حساس و پر مسئولیتی هست که ما داریم قبل از خوندن این مطلب این رو بدونین شرط اول رضایت مشتری هست و مشتری میبایست کمیسیون رو با رضایت کامل بپردازه

شما تلاش خودتون رو بکنید و تصمیم گیری رو به مردم واگذار کنید خودشون تصمیم میگیرند

اگه تو ذهنتون این موضوع هست که میتونین از همه یک درصد بگیرین این فکر کاملا غلط هست.

اما من هم موافقم که ارزش کار ما از مقدار تعرفه ای که اتحادیه مشخص کرده بیشتر هست.

پس ما باید تلاش خودمون رو بکنیم.

گرفتن کمیسیون یک درصد به عوامل زیر بستگی داره :

۱- فروشنده و خریدار باید واقعا متقاضی انجام معامله باشند و اگر متقاضی از روی شکم سیری قصد معامله داشته باشد ، گرفتن یک درصد سخته

۲- برای فروشنده بتوانیم مشتری با شرایط خوب پیدا کنیم

۳- فایلی که برای خریدار معامله میکنیم باید ایده ال باشه به نحوی که خریدار برای خرید این ملک شک نداشته باشه

۴- روش های درست رو انجام بدید



اولین قدم: باید معادله ی این ۴ مورد که گفتیم درست در بیاد به این دلیل که اگر ۲ طرف از معامله رضایت نداشته باشند برای کم دادن کمیسیون بهانه می گیرند

دومین قدم : فرم کارشناسی و بازدید داشته باشید که اگر ندارید یا نمیدونی چی هست و متنش رو بلد نیستید پیام بدید تا متنش رو براتون ارسال کنم

توی فرم بازدید نوشته شده که مثلا ۳ ملک به آقای فلانی بازدید داده شد و ایشان متعهد هستند در صورت معامله معادل فلان درصد بعنوان حق الزحمه پرداخت کنن و توی فرم کارشناسی هم همین رو برای فروشنده نوشته که شما تو جای خالی بابت درصد باید بنویسید یک درصد و قبل از هر اقدامی این فرم رو امضاء بگیرید

سومین قدم : اغلب متقاضیان املاک به این موضوع فکر میکنند که املاک کار سختی انجام نداده و این مقدار حق الزحمه برای املاک زیاده

شما باید این ذهنیت رو از متقاضیاتون بگیرید

برای از بین بردن این ذهنیت و این که نشون بدین خیلی زحمت کشیدین اول باید بهنگام سپردن فایل از طریق فروشنده ختما برای کارشناسی اقدام کنید و ملک رو خودتون ببینید و فرم کارشناسی رو هم همان جا از فروشنده امضا بگیرید.

بهنگام کارشناسی چندین بار به فروشنده بگویید که بازار خراب است ولی من تمام سعی خودم رو میکنم که مشتری خوب براتون پیدا کنم ، بگین اتفاقا یک نفر هم مثل ملک شما رو داشت من چندین هفته رو ملکش زحمت کشیدم تا بالاخره با سختی تونستم تو این بازار خراب بفروشمش قبل از اینکه ملک رو به من بسپرنند ۶ماه ملکشون مونده بود و مطمئن باشید برای شما هم چنین کاری می کنم.

زمانیکه اولین بار خریدار رو می بینید چندین بار تاکید کنید که ملک خوب پیدا نمیشه و فایل خوب بسیار کمه من برای پیدا کردن یک فایل مدتها وقت میذارم .

تاکید کنید و بگید که اتفاقا یک مشتری چند هفته پیش داشتم با بودجه شما و هیچ فایلی براش نداشتم و چون مشتری برای خرید عجله داشت با سخته زیاد بعد از چند روز گشتن تونستم یک فایل خوب براش پیدا کنم مطمئن باشید برای شما هم اینکار رو میکنم.

با اینکار به خریدار و فروشنده می فهمونید که شما کار ارزشمندی برای آنها انجام داده اید.

چهارمین قدم : به هیچ عنوان تاکید میکنم به هیچ عنوان باز هم تاکید میکنم به هیچ عنوان آدرس به مشتری ندهید که خودش برای بازدید مراجعه کند چرا که در اینصورت اول باید دعا کنید دورتان نزنند و خودشون معامله نکنند و اگر شانس بیارید دور نخورید کمیسیون عرف اتحادیه رو هم نمیتونید بگیرید چه برسه به یک درصد.

با این کار تلقین میکنید که من هیچ کاری انجام ندادم . پس حتما برای بازدید خودتون مراجعه کنید حتی اگر مشتری ماشین نداشت بگید آژانس بگیره اگه گفت نه شما هم ادرس ملک رو ندید و از مشتری عذر خواهی کنید و بگید متاسفم نمیتونم آدرس بدم

پنجمین قدم: زمانیکه خریدار ملک رو پسندید و قصد فیکس کردن قرار معامله را دارید ابتدا به فروشنده تماس بگیرید و بگید که من به مشتری چندتا ملک نشون دادم دو تاش رو پسندیده و از ملک شما هم بدش نیومده اما من سعی کردم با زحمت برای اینکه به شما قول دادم مشتری رو راغب کنم تا ملک شما رو بخره و بالاخره تصمیمش رو گرفت که با شما یک نشست داشته باشه همراه با مدارکتون فلان ساعت تشریف بیارید.

به خریدار زنگ بزنید و بگید من با فروشنده صحبت کردم و احساس کردم یکی از فامیل هاشون پیشنهاد قیمت بالاتر به فروشنده داده.

من سعی کردم که رای فروشنده رو بزنم و بهش گفتم که با فامیل معامله کردن اشتباه است و بالاخره با زحمت زیاد قرار نشست رو ساعت فلان فیکس کردم که شما هم با مدارک و دست چک تشریف بیارید.

ششمین قدم : میرسیم به هنگام دریافت کمیسیون.

به هیچ عنوان هر دو طرف رو با هم برای پرداخت دعوت نکنیم و جدا جدا کمیسیون رو دریافت کنید.

بینید من اصلا موافق این نیستم که برخی از مشاورها میگن مدیر املاک عرضه نداره کمیسیون زیاد بگیره

اولا کمیسیون باید با رضایت داده بشه اگر با ناراحتی باشه فایده ای نداره و برای املاک یک فاجعه محسوب میشه.

دوما این مشاور هست که باید شرایط اخذ کمیسیون بیشتر رو مطابق اون چیزایی که گفتیم فراهم کنه .

خلاصه به هنگام دریافت کمیسیون از فروشنده قبل از اینکه بحث سر پرداخت و حساب و کتاب برسه بگید خریدار به این قیمت راضی به خرید نمیشد و ملک دیگه ای رو هم پسندیده بود خودتون شاهد بودین من با زحمت زیاد راضیش کردم.

به خریدار هم بگید فرشته مشتری دیگه ای هم داشت و به این قیمت راضی نمیشد و خودتون شاهد هستین با زحمت تونستم راضیش کنم.

هفتمین قدم: در این لحظه تجسم کنید که خریدار یا فروشنده از شما سوال میکنند کمیسیون ما چقدر همیشه

ابتدا ماشین حساب رو جلوتون بذارید و یک درصد رو اعلام کنید.

در این هنگام تجسم کنید که مشتری شروع به جبهه گرفتن میکنه و میگه : این مبلغ خیلی زیاد هست عرفش رو من پرسیدم اینقدر نمیشه و از اینجور حرفها.

حال شما مقداری قیافه متعجب به خودتون بگیرید و بگین من تعجب میکنم شما اولین فردی هستین که این حرف رو به من زده.

همه ما در این جامعه زندگی میکنیم و از کشور دیگه ای نیامدیم . شما بهنگام مراجعه به تعویض روغنی عرف اتحادیه حساب میکنید؟؟؟

میدونستید تعرفه ارایشگاه ۶۰۰۰ تومن هست ولی از مردم ۳۰۰۰۰ تومن میگیرند؟

عرف اتحادیه لباس فروشان ۲۰ درصد سود هست یعنی اگر یک لباس رو ۱۰ هزار تومن بخرند باید ۱۲۰۰۰ تومن بفروشند اما واقعا اینجوری هست؟؟

اتحادیه اغذیه فروشان یک عرف رو برای یک پرس چلوکباب تعیین کرده اما واقعا بین رستورانها از لحاظ کیفیت هیچ فرقی وجود نداره؟؟ یعنی یک رستوران درجه یک با یک رستوران در جنوب شهر که غذای خوبی نداره باید یک قیمت غذاشو بفروشه؟؟

کار ما خدماتی هست ما مثل بیمارستان هستیم برای پزشکا هم تعرفه گذاشتن اما واقعا ویزیت مطب همه پزشک ها یکی هست؟؟؟

ما هم داریم در همین جامعه زندگی میکنیم جزو همین مردم هستیم از خدامون هست که همه چیز رو عرف باشه اما ماهم وقتی چیزی میخریم خارج از عرف باهامون حساب میکنن.

از این قرارداد فلان درصد مشاور میگیره مالیات مشاغل میدیم مالیات ارزش افزوده میدیم هزاران هزینه داریم آگهی هست قبوض هست و .....

ما در وهله اول دوست داریم شما راضی باشید و در حق شما هم اجحاف نشه ولی ما واقعیت ها رو گفتیم حالا شما خودتون صاحب اختیار هستین.

در هنگامی که این مطالب رو میگرد حد اکثر احترام و ادب رو رعایت کنید و اجازه بدید خود مردم تصمیم بگیرند . شما تلاش خودتون رو بکنید ولی این رو بدونید که رضایت طرف مقابل شرط اول هست و پولی که با نارضایتی و دعوا بگیرید هیچ برکتی نداره

به این فکر کنید که اگر مشتری راضی باشه برای شما مشتری های دیگه ای میفرسته.

شما صادقانه بیان کنید ، مردم ایران مردم فهیمی هستند و ۹۰ درصد آنها شما رو درک میکنند

تصمیم گیری را به عهده مردم بگذارید و هر چه گرفتید قانع و راضی باشید.

باز هم میگم هدف ما از گفتن این مطلب این نیست که در حق مردم اجحاف شود یا به آنها دروغ بگوییم ما فقط میخواهیم به مشتری بفهمانیم که ماهم زحمت میکشیم و کار سختی داریم و تمامی این مطالب که گفتیم عین حقیقت است.

این مطالب رو با مدیر املاک در میون بذارید که در صورت رضایت مدیرتان این مطالب را ایشان بیان کنند.