**Цель встречи: продать договор - Соб говорит, что готов подписать Договор**

План встречи

1. Познакомить с новыми участниками
2. **Подтвердить ситуацию и мотивацию Соба:**
проговорить то, что обсудили на 1й встрече, уточнить все, что под вопросом
3. **Подтвердить результаты продажи:** проговорить какие были показы и предложения
4. **Анализ объекта:** преимущества и ограничения квартиры, целевые покупатели
5. **Конкурентный анализ**: цены в рекламе и предложения Покупателей
6. **Стратегия и условия**: классика 4% + МП(0-20 000р), аукцион 6% + МП(40-150 000р)
7. **Закрытие на Договор:** Подумайте когда будете готовы приступить к продаже с нами
Возьмёте договор?
8. Установить контакт
	1. Добрый день …(имя)…, рад встрече.
	2. Как добрались?
	3. Давайте познакомимся с новыми участниками: это Антон наш директор по продажам, правильно я понимаю, что это ваша супруга …(Имя)…? Отлично.
	4. Цель нашей встречи: **Согласовать стратегию продажи вашей квартиры.**Мы провели анализ конкурентов вашей квартиры. Обсудим кто сейчас забирает ваших покупателей и, как лучше организовать процесс продажи.
	5. Если поймем, что есть обоюдный интерес для сотрудничества - обсудим условия
9. Подтверждение ситуации и мотивации Соба:
	1. Иван, для начала предлагаю подтвердить вашу ситуацию, которую мы обсудили на первой встрече:
	2. **Как используется квартира:** Ваша квартира сейчас никак не используется, физически пустая и готова к новому покупателю, документы тоже в порядке.
	3. **Квартира единственная или нет**: квартира не единственная, вы живете в другой квартире
	4. **Цель продажи**: вы хотите погасить ипотеку на квартиру в которой сейчас живете
	5. Все верно?
10. Анализ объекта:
	1. Мы проанализировали вашу квартиру, основная целевая аудитория Покупателей - Семьи с 1-2 детьми, также квартира может заинтересовать Родителей - это взрослые люди от которых уехали дети, возможно у них уже есть внуки.
	2. Мы подготовили несколько вопросов, которые интересны Покупателям и попросим Вас, как главного Эксперта по квартире, ответить на них, хорошо?

Задать вопросы которые интересны Покупателям:

* 1. Кто живет в доме?
	Контингент(семьи, одиночки? национальность?), известные личности(ФИО), руководители крупных компаний(должности и названия компаний)
	Есть ли комьюнити жильцов в доме? Расскажите истории, как люди совместно что-то сделали: детскую площадку, ремонт в подъезде?
	Как организовали порядок в доме? где люди курят?
	2. Какие преимущества есть в доме? Колясочные, кладовые, охрана?
	Какие истории можно рассказать Покупателям о ком
	3. Чем примечателен район?
	Какие объекты инфраструктуры пользуются популярностью у жителей и почему?
	Где лучше провести свободное время? Где гулять с детьми? С собакой?
	4. Какие уникальные преимущества есть у вашей квартиры?
	Преимущества планировки? Какие виды? Ремонт? Комплектация?
	Какие истории ремонта может быть интересно услышать Покупателям?
	5. **Отлично, спасибо за подробную информацию, теперь мы знаем вашу квартиру лучше всех на рынке недвижимости.**
	6. Предлагаю посмотреть конкурентный анализ, чтобы понять, как выделиться среди конкурентов и получить за вашу квартиру лучшую цену на рынке недвижимости.
1. Конкурентный анализ:
При подготовке КА прозвонить 5 ближайших конкурентов, познакомиться с риэлторами и выяснить истории их продажи: преимущества, сколько времени продают, **сколько было показов, по какой цене получили предложения?**
	1. Цель подготовки Конкурентного анализа: определить цену для рекламы, чтобы получить звонки и узнать какие цены предлагают сейчас покупатели.
	2. **Цена для рекламы:** Сначала посмотрим ориентиры по цене для рекламы.
	Общие данные по локальному рынку недвижимости:
	У вашей квартиры 37 конкурентов - это квартиры в жилых комплексах Kleinhouse, Loftec, Tribeca.
	Покупатели обычно смотрят квартиры в зеленой ценовой зоне, средняя стоимость м2, которую предлагают конкуренты - 350 000 р.
	**Рекомендуемая цена квартиры в рекламе, чтобы получить звонки - 35 млн.р.**
	3. Теперь давайте посмотрим какие предложения сейчас делают Покупатели.
	Мы прозвонили несколько конкурентов и выяснили их истории о том, как они пытаются продать свои квартиры.
	4. **Предложения Покупателей:**За последний месяц 5 ваших основных конкурентов провели совокупно 5 показов и получили два предложения 50 и 55 млн.р.

	Для сравнения **мы через 2 недели рекламы проводим 20 показов покупателям и получаем 10 предложений, из которых 2-3 выше чем у конкурентов.**Пример нашей сделки: недавно мы продали квартиру на Романовом переулке за 80 млнр, до работы с нами собственник продавал квартиру 2 года сам и с разными агентами и получил единственное предложение 60 млнр.
	**С нашей помощью собственник заработал дополнительно 20 млнр.**
	5. Теперь предлагаю обсудить, как получить лучшую цену за вашу квартиру используя ее уникальные преимущества и нашу технологию продажи.
2. Технология продажи:
	1. Чтобы продать квартиру максимально дорого, надо эффективно организовать маркетинг и продажи.
	2. Маркетинг - рассказать и показать графики и диаграммы на стене в переговорной:
	Обычные риэлторы ставят объявление на ЦИАН за 300р в месяц, за счет этого вы можете получить 10-20% от потока целевых Покупателей - это Покупатели, которые ищут объекты с параметрами, как у вашей квартиры.

Мы используем масштабный маркетинговый план - задействуем все каналы привлечения: Онлайн, Офлайн и Партнеров - всех риэлторов на рынке.
Благодаря такому подходу мы получаем на порядок больше Покупателей:
- 100% Целевых покупателей
- Нецелевых покупателей - тех, кто ищет квартиры с другими параметрами
- Активированных Покупателей - тех, кто не планировал покупать недвижимость

В результате всего за 2 недели мы получаем 50-120 звонков Покупателей.

* 1. Продажи - рассказать и показать показатели воронки на стенах в переговорной:
	Цель наших Экспертов по продажам - эффективно продавать вашу квартиру на каждом этапе общения с Покупателями, чтобы получить лучшую цену на сделке.
	Для этого мы пишем подробные сценарии переговоров с покупателями и тренируем их выполнение до автоматизма.
	В результате мы идеально знаем и продаем вашу квартиру.
	2. Скажите, как сейчас проводят показы вашей квартиры обычные риэлторы?
	Как вы определяете, что к вам пришел настоящий Покупатель?
	3. Предлагаю узнать, как мы проводим Показы.
	**Мы провели 3000 Показов и каждый раз улучшали нашу технологию.**Показ - это ключевой этап продажи квартиры, потому что второго шанса произвести первое впечатление и выяснить потребности Покупателя не будет.
	Задачи на Показе: выявить потребности и финансовые возможности Покупателей и презентовать квартиру так, чтобы каждый Покупатель предложил лучшую цену
	Мы заранее репетируем показ: высаживаемся командой продаж на объекте, разрабатываем эффективный маршрут начиная с улицы, определяем места-силы в доме и квартире и репетируем весь маршрут, пока не доведем его до идеала.

**Результат: 20-50% Покупателей оставят на показах письменное предложение о покупке вашей квартиры.**

* 1. После показов продажи продолжаются - мы проводим 3 этапа переговоров на повышение цены: прозваниваем всех Покупателей, узнаем их ситуацию и, используя данные об их потребностях, показываем насколько это выгодная для них сделка, чтобы повысить в цене их предложение.
	2. После того как мы получили лучшую цену, мы согласуем с Вами следующий шаг.
	Показываем отчет обо всех Покупателях и даем рекомендацию - какое предложение лучше выбрать для достижения Вашей цели.
	В отчете Вы увидите всю проделанную работу в цифрах и фактах.
	Благодаря этой информации Вы примете выгодное для себя решение.
	3. **Приведу примеры наших сделок.
	Рассказать про закрытые сделки, показать воронку на стенах переговорной.**
1. Какие у Вас есть вопросы по выгодам, которые Вы можете получить?
Насколько Вам интересно то, что Вы узнали сегодня?
2. **Рад Вашему интересу и предлагаю обсудить условия сотрудничества.**
	1. Наши высокие результаты обеспечены эффективной командной работой - продажей Вашей квартиры будут заниматься 5 человек: Директор по продажам, Тренер, 2 Эксперта и Маркетолог.
	Не все это понимают и сравнивают наши условия с условиями обычных агентств - это не корректно, все равно, что сравнить самолет с командой пилотов и телегу.
	2. **Вознаграждение за продажу квартиры составляет 6% минус 75 000 р** - это стандартная стоимость рекламной кампании, которую на старте оплачивает собственник и, в случае продажи квартиры, мы компенсируем эти расходы.
	3. По сути Вы инвестируете 75 000р, чтобы заработать дополнительно несколько миллионов рублей на продаже квартиры.
	Доходность вашей инвестиции составит от 1500% за месяц.
	4. **Какой результат Вы получите исходя из статистики наших сделок:**
		1. **Максимальное количество Покупателей: до 120 звонков, 20-50 показов**
		2. **Отчет по всем Покупателям: портреты, фидбек о квартире, с какими конкурентами сравнивают, 10-20 письменных предложений о покупке.**
		3. **Максимальные деньги - Ваша дополнительная прибыль составит до 20% от ликвидной рыночной цены.**
	5. Что скажете?
	6. Хорошо, давайте спланируем Ваш аукцион, чтобы встроить его в общий график.
	Когда вы готовы подписать договор и стартовать продажу?
	7. Предлагаю следующим шагом согласовать договор, для этого мы его вам распечатаем - изучите пожалуйста и пришлите свои корректировки.
	8. В четверг 15.00 удобно будет встретиться для подписания договора?
	Отлично, тогда вот Ваш договор и предварительно договариваемся встретиться в четверг 15.00 для его подписания.
	9. Благодарю за интересную беседу и до встречи в четверг 15.00.

Возражения:

Не хочу платить за маркет-план, мне все агентства бесплатно все делают:

* Мы не предлагаем вам обычную риэлторскую продажу, поэтому некорректно сравнивать условия сотрудничества.
Мы продаем квартиру командой и получаем цену до 20% выше чем обычные риэлторы.
Ваша выгода составит несколько миллионов рублей и 1 год личной жизни.

Все рассказывают, что на 20% дороже продают.

* Мы одни из немногих, кто продает квартиры только в интересах Собственников, зарабатывая для них максимально возможные деньги.
У обычных риэлторов всегда есть возможность продать Покупателю другую квартиру - у нас есть только один аукцион - ваш и нам выгодно продать именно вашу квартиру.

Другие агентства тоже работают на Собственников

* Сейчас Покупателей в 7 раз меньше, чем квартир в продаже, поэтому риэлторы вынуждены конкурировать за покупателя тем, что предлагают ему максимальные скидки с любой квартиры, которая есть на рынке недвижимости.
Мы привлекаем на квартиру 50 Покупателей, чтобы Собственник был уверен в том, что получил за свою квартиру максимальные деньги.