

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?
1. Установить контакт
 - 1.1. Добрый день ...(имя)..., рад встрече.
 - 1.2. Как добрались?
 - 1.3. Давайте познакомимся с новыми участниками: это Антон наш директор по продажам, правильно я понимаю, что это ваша супруга ...(Имя)...? Отлично.
 - 1.4. 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.
 - 1.5. Если поймем, что есть обоюдный интерес для сотрудничества - обсудим условия
 2. Подтверждение ситуации и мотивации Соба:
 - 2.1. Иван, для начала предлагаю подтвердить вашу ситуацию, которую мы обсудили на первой встрече:
 - 2.2. **Как используется квартира:** Ваша квартира сейчас никак не используется, физически пустая и готова к новому покупателю, документы тоже в порядке.
 - 2.3. **Квартира единственная или нет:** квартира не единственная, вы живете в другой квартире
 - 2.4. **Цель продажи:** вы хотите погасить ипотеку на квартиру в которой сейчас живете
 - 2.5. Все верно?
 3. Анализ объекта:
 - 3.1. 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.
 - 3.2. Мы подготовили несколько вопросов, которые интересны Покупателям и попросим Вас, как главного Эксперта по квартире, ответить на них, хорошо?
- Задать вопросы которые интересны Покупателям:
- 3.3. 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?
 - 3.4. Какие преимущества есть в доме? Колясочные, кладовые, охрана?
Какие истории можно рассказать Покупателям о ком
 - 3.5. Чем примечателен район?
Какие объекты инфраструктуры пользуются популярностью у жителей и почему?
Где лучше провести свободное время? Где гулять с детьми? С собакой?

- 3.6. Какие уникальные преимущества есть у вашей квартиры?
Преимущества планировки? Какие виды? Ремонт? Комплектация?
Какие истории ремонта может быть интересно услышать Покупателям?
- 3.7. **Отлично, спасибо за подробную информацию, теперь мы знаем вашу квартиру лучше всех на рынке недвижимости.**
- 3.8. Предлагаю посмотреть конкурентный анализ, чтобы понять, как выделиться среди конкурентов и получить за вашу квартиру лучшую цену на рынке недвижимости.
4. 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?**
- 4.1. Цель подготовки Конкурентного анализа: определить цену для рекламы, чтобы получить звонки и узнать какие цены предлагают сейчас покупатели.
- 4.2. **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.
- 4.3. Теперь давайте посмотрим какие предложения сейчас делают Покупатели.
Мы прозвонили несколько конкурентов и выяснили их истории о том, как они пытаются продать свои квартиры.
- 4.4. **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.
- 4.5. Теперь предлагаю обсудить, как получить лучшую цену за вашу квартиру используя ее уникальные преимущества и нашу технологию продажи.
5. Технология продажи:
- 5.1. Чтобы продать квартиру максимально дорого, надо эффективно организовать маркетинг и продажи.
- 5.2. 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.

- 5.3. 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.
- 5.4. Скажите, как сейчас проводят показы вашей квартиры обычные риэлторы?
Как вы определяете, что к вам пришел настоящий Покупатель?
- 5.5. 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.**
- 5.6. После показов продажи продолжают - 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.
- 5.7. 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.
- 5.8. **Приведу примеры наших сделок.
Рассказать про закрытые сделки, показать воронку на стенах переговорной.**
6. Какие у Вас есть вопросы по выгодам, которые Вы можете получить?
Насколько Вам интересно то, что Вы узнали сегодня?
7. **Рад Вашему интересу и предлагаю обсудить условия сотрудничества.**
- 7.1. 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.
- 7.2. **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.
- 7.3. По сути Вы инвестируете 75 000р, чтобы заработать дополнительно несколько миллионов рублей на продаже квартиры.
Доходность вашей инвестиции составит от 1500% за месяц.
- 7.4. **Какой результат Вы получите исходя из статистики наших сделок:**
- 7.4.1. **Максимальное количество Покупателей: до 120 звонков, 20-50 показов**

7.4.2. Отчет по всем Покупателям: портреты, фидбек о квартире, с какими конкурентами сравнивают, 10-20 письменных предложений о покупке.

7.4.3. Максимальные деньги - Ваша дополнительная прибыль составит до 20% от ликвидной рыночной цены.

7.5. Что скажете?

7.6. Хорошо, давайте спланируем Ваш аукцион, чтобы встроить его в общий график. Когда вы готовы подписать договор и стартовать продажу?

7.7. Предлагаю следующим шагом согласовать договор, для этого мы его вам распечатаем - изучите пожалуйста и пришлите свои корректировки.

7.8. 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.

7.9. 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.