

Rzut oka na historię naszego mózgu – a później na te piękne domy

Ronald Roggen

Kupno lub sprzedaż nieruchomości jest ważną decyzją, często podejmowaną tylko raz w życiu. Betterhomes, firma odnosząca sukcesy na rynku nieruchomości, odnajduje swoich klientów bezpośrednio – za pomocą systemu.

Cyrill Lanz, prezes SB i dyrektor sprzedaży w Betterhomes, jest człowiekiem sukcesu ze smykałką do odnoszenia samych osiągnięć. Otrzymał liczne nagrody podczas swojego szkolenia, a obecnie kładzie nacisk na zdyscyplinowane podejście do wykonywanych obowiązków zawodowych – i jest to jeden z kluczowych czynników, dzięki któremu firma odnosi sukcesy.

Zdolni account managerowie działają od chwili, gdy adres potencjalnego klienta zostaje umieszczony w bazie, przez cały czas aż do momentu udanej sprzedaży. Pierwszym krokiem jest wpis do bazy danych oraz szybki kontakt telefoniczny pracowników call center, aby umówić spotkanie. To tylko błahostki – i to na pewno nie zaledwie techniczne!

Indywidualność ma pierwszeństwo

Zorganizowanie udanej wizyty “na miejscu” wymaga od agenta nieruchomości spełnienia dwóch warunków: musi on posiadać wiedzę oraz kompetencje społeczne. Obu można się nauczyć.

Wiedza – to znaczy podstawowa wiedza marketingowa i finansowa dotycząca nieruchomości, a także znajomość odpowiednich aspektów prawnych – stanowią podstawę działania każdego zawodowego doradcy.

Doradcy muszą rozumieć innych i odbyć szkolenie, żeby nauczyć się jak odróżniać typy klientów, np. tych, którzy idą za głosem serca, tych, do których najlepiej zwracać się w sposób racjonalny powołując się na fakty, oraz tych, którzy działają pod wpływem chwili.

Aby doradcy Betterhomes odnosili trwale sukcesy, zostają oni przeszkoleni zgodnie z trzy poziomowym systemem treningowym “Immochallenge®”, opracowanym przez Lanza. Każdy nowy agent musi ukończyć trzy etapy: „podstawowy”, „zaawansowany” i „profesjonalny”, podczas rocznego szkolenia zawodowego w niepełnym wymiarze zintegrowanego ze stażem. Głównym elementem modułu podstawowego jest nauczenie się jak rozumieć siebie i innych. Betterhomes opiera tę część szkolenia na Systemie Treningowym STRUCTOGRAM®.

Droga mózgu jest drogą sukcesu

Przy uwzględnieniu wpływu wywieranego przez każdą z trzech części mózgu, tzn. pnia mózgu, układu limbicznego oraz neokorteksu, Structogram jest w stanie odkryć indywidualną, genetycznie przypisaną podstawową strukturę osobowości.

W rezultacie doradcy potrafią zidentyfikować podstawową strukturę osobowości klientów podczas rozmowy z nimi. To, z drugiej strony, pozwala im na przedstawienie spersonalizowanej oferty, która została perfekcyjnie dostosowana do unikalnej osobowości klienta. Oznacza to, że bardzo ogólne zasady zachowania zostały zastąpione przez działania, które zakładają skoncentrowanie się na wyjątkowej osobowości każdego klienta. Ta zmiana ma miejsce już w momencie pierwszego kontaktu telefonicznego pracowników Call Center.

“Immoplus®”

Wiedza uzyskana za pomocą Structogramu umożliwi doradcom nieruchomości wdrażać w Betterhomes strategię sprzedaży usług “Immoplus®”. Składa się on z trzech modułów: Marketing Package, Expertise and Service Guarantee.

Klienci, tzn. właściciele nieruchomości, chcą sprzedać ich obiekty tak szybko jak to możliwe, w najlepszej cenie i na najdogodniejszych warunkach. Skoncentrowane działania marketingowe, specjaliści know-how i pełne wsparcie usługowe dla klienta są kluczowymi czynnikami w branży nieruchomości. To, w jaki sposób te składniki zostaną połączone, zależy od osobowości klienta, np. regularne sprawozdania mogą uspokoić jednego klienta albo zdenerwować lub znudzić innego. Przeszkoleni doradcy nieruchomości identyfikują strukturę osobowości nabywcy i umieją przedstawić perfekcyjnie dobrane połączenie usług.

Potencjalni nabywcy także mają własną unikalną osobowość. „Subiektywne gusta” w rzeczywistości są obrazem ludzkiej indywidualnej osobowości. To dlatego tradycyjny, przytulny dom rzadko spełni oczekiwania osoby racjonalnej i trzeźwo myślącej. Doradcy Betterhomes szybko identyfikują potrzeby potencjalnego nabywcy i dzięki temu są w stanie szybko wybrać najdogodniejszy obiekt i zaoszczędzić każdej ze stron niepotrzebnych dodatkowych problemów.

System Treningowy Structogram ułatwia również komunikację. Jednym z przykładów jest to, że zarząd Betterhomes kieruje pracownikami zgodnie z indywidualną strukturą osobowości. To zwiększa wzajemne zaufanie. Ponadto, ułatwia również procedurę przydzielania obowiązków osobom w zespole w sposób bardziej ukierunkowany, umacniając przez to komunikację interpersonalną.

Doradca nieruchomości uczy się jak przedstawić swoje usługi w sposób spersonalizowany i dopasowany do indywidualnej struktury osobowości. Proces rozpoczyna się uważną, szczegółową analizą, a kończy się przybiciem pieczęci notarialnej oraz szerokim uśmiechem zadowolenia. Najpierw rzut oka na historię mózgu, a później spojrzenie na historię obiektu.

Doskonała realizacja działań biznesowych zorientowanych na potrzeby klienta w myśl założeń Systemu Treningowego Structogram jest istotnym czynnikiem na drodze do sukcesu Betterhomes.

1.

Betterhomes jest bardzo dobrze znany w Szwajcarii i w Austrii. Posiada stałą bazę klientów oraz nadzwyczajną stopę wzrostu, dzięki której Betterhomes zajmuje drugie miejsce wśród szwajcarskich agencji nieruchomości. Obecnie firma zatrudnia ponad 100 pracowników oraz zarządza 1200 ofertami nieruchomości w Szwajcarii. Immochallenge®, system szkoleniowy opracowany w Betterhomes, bierze pod uwagę wyjątkową osobowość zarówno klienta, jak i doradcy nieruchomości. Szwajcarskie centrum obsługi klienta znajduje się w Zurychu. Cyrill Lanz jest współzałożycielem firmy, prezesem SB oraz dyrektorem sprzedaży.

2.

System Treningowy STRUCTOGRAM®

Podczas seminarium „Klucz do poznania siebie” uczestnicy uczą się poznawać oraz interpretować ich własną biostrukturę za pomocą Structogramu – łącznie z ich własnymi indywidualnymi mocnymi stronami oraz słabościami. Podczas seminarium „Klucz do poznania innych” uczestnicy uczą się identyfikować biostruktury ludzi na podstawie Triogramu, optymalizując w ten sposób własne kompetencje społeczne. Podczas seminarium „Klucz do poznania klienta” uczestnicy uczą się jak sprzedawać ten sam produkt różnym klientom w różny sposób i jak pozyskać oraz podtrzymać lojalność klienta.

www.structogram.pl