



Переговорные техники в недвижимости

ЖИЛИЩНЫЙ ПРОЕКТ, 22 апреля 2016г.

Процесс взаимодействия сторон с целью достижения решения, которое стороны готовы выполнить.

Процесс, в котором две или более стороны приходят к соглашению по вопросам, представляющим для них взаимный интерес.

Коммуникация между сторонами для достижения соглашения относительно предмета переговоров.

Соглашение между двумя или большим количеством сторон, где каждая из сторон имеет право вето.

.....



КОММУНИКАЦИЯ

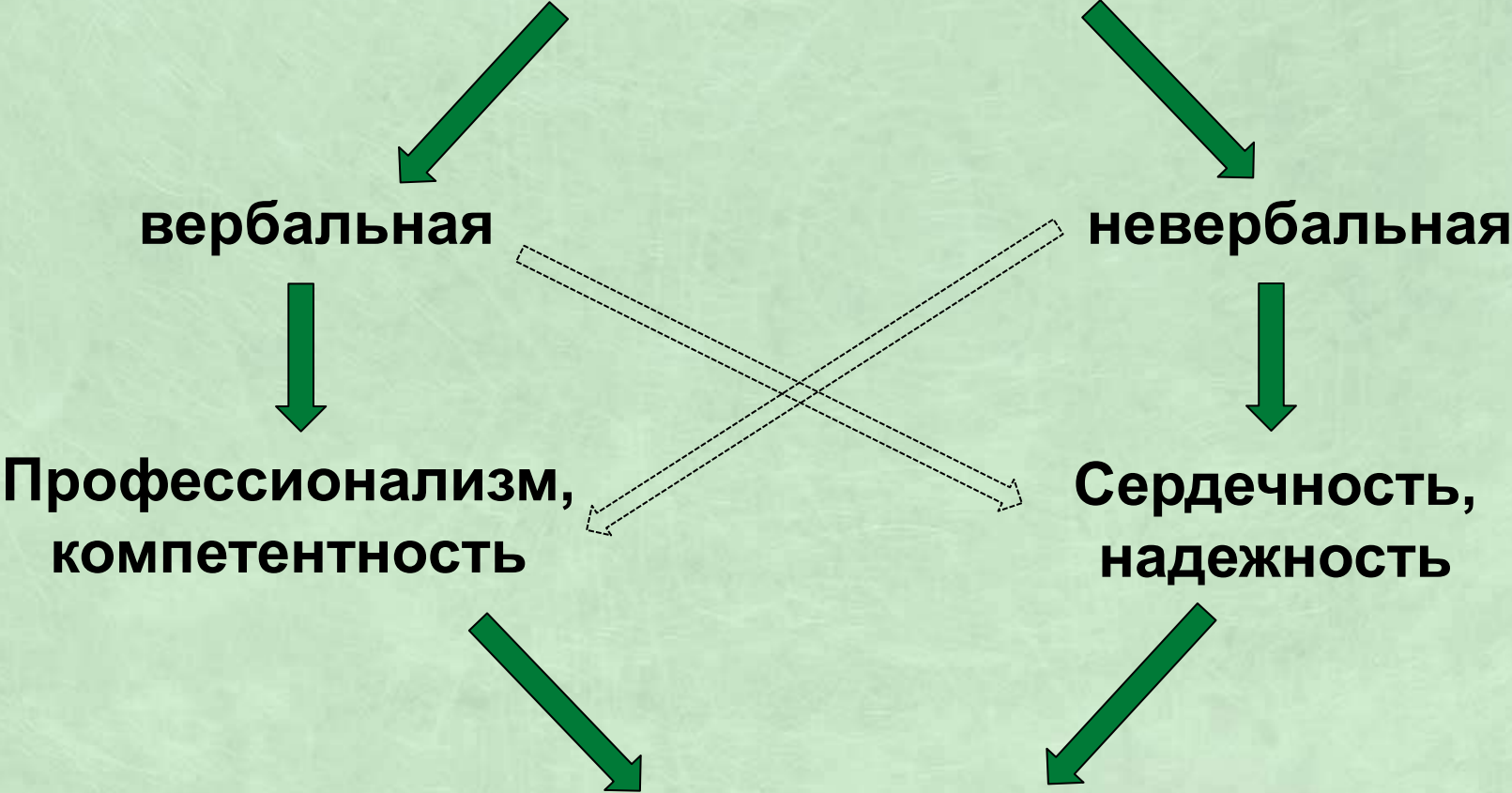
вербальная

невербальная

**Профессионализм,
компетентность**

**Сердечность,
надежность**

ДОВЕРИЕ



Репрезентативная система – понятие, обозначающее преимущественный способ получения и обработки человеком информации из окружающего мира.

- * **визуальная** (опирается в основном на зрительные образы),
- * **аудиальная** (опирается в основном на слуховые образы),
- * **кинестетическая** (опирается в основном на ощущения),
- * **дискретная** или дигитальная (опирается на логическое осмысление сигналов остальных систем).

Помимо перечисленных выделяют также ольфакторную (обоняние) и густаторную (вкус), но они очень слабо распространены.

То есть, условно разделяют людей **по типу их восприятия мира**.



ПОЗА: скрещенные руки, прямая осанка

ДВИЖЕНИЯ: заученные, негибкие, обычно застывшая поза

ТЕЛО: мягкое, иногда полное

ГОЛОС: монотонный

ВЗГЛЯД: смотрит над толпой

ДИСТАНЦИЯ: отдаленная

СЛОВА: **ФУНКЦИОНАЛЬНО!**

понимать, знать, логично, во-первых...

ПОЗА: прямая спина, голова вверх

ДВИЖЕНИЯ: скованные, вверху туловища

ТЕЛО: «тощий» или «толстый»

ГОЛОС: громкий, быстрый, высокий

ВЗГЛЯД: Над окружающими

ДИСТАНЦИЯ: большая, чтобы наблюдать

СЛОВА: КРАСИВО!

смотреть, кажется, яркий, перспектива



ПОЗА: голова набок «телефонная поза»

ДВИЖЕНИЯ: то зажаты – то свободны, на уровне середины туловища

ТЕЛО: разный

ГОЛОС: мелодичный, меняющийся

ВЗГЛЯД: глаза опущены

ДИСТАНЦИЯ: небольшая, опасливая

СЛОВА: ТИХО!

слушать, звучит, громкий, расскажу





ПОЗА: расслабленная чуть вперед,
ГОЛОВА вниз

ДВИЖЕНИЯ: плавные, на уровне
нижней части туловища

ТЕЛО: пухлый, округлый

ГОЛОС: низкий, медленный, хриплый

ВЗГЛЯД: под окружающими

ДИСТАНЦИЯ: очень близкая

СЛОВА: УДОБНО!

чувствую, прочный, теплый, спокойно

ПРИМЕРЫ ОБЩЕНИЯ 😊:

Вопрос (сова): Скажите пожалуйста, я слышал, что у Вас дорого стоят услуги. Это правда?

Ответ (кролик): Как посмотреть. Видите ли, если рассматривать...

Вопрос (винни пух): Что-то мне показалось, что Ваши комиссионные ощутимо высоковаты.

Ответ (сова): Я готов обсудить варианты скидок. Поговорим?

Устанавливающие вопросы. Кто? Что?

Эти вопросы соответствуют предмету разговора, услуге, собеседнику, рекламе.

Описательные вопросы. Где?, Когда?, Куда?,

Как? Вопросы, которые позволяют выявить особенности предмета разговора, товара

Причинные вопросы. Почему?, Зачем?, Как

часто?, В чем отличия? Они дают возможность понять мотивацию клиента, узнать то, что не видимо, скрыто, мысли и эмоции клиента.

Закрытые. «.....?» - «Да» или «Нет»

Перевод темы разговора, получение согласия на сделку или манипуляция. Иначе - давление

Открытые. «.....?» - «.....»

.....»
Понимание человека, выявление его потребностей и скрытых мотивов. Время на размышление!

Альтернативные. «.....либо.....?»

Иллюзия свободы выбора



Информационные снять основную информацию о клиенте

Контрольные вопросы насколько собеседник следит за вашей мыслью

Вопросы для ориентации насколько устойчив в своей позиции клиент

Риторические установление доверительного контакта между продавцом и покупателем, в правильном сочетании с невербаликой

Однополюсные (отзеркаливающие заданный вам вопрос, повторяющий его или вносящий комментарии). позволяют выиграть время, если вам нужно подумать

Провокационные иногда - в техниках давления на клиента или в качестве первичных вопросов при выявлении потребностей

Встречные вопросы

Люди терпеть не могут встречные вопросы



Вопрос-зацепка (связующий, вопрос вовлечения)

Цель – вовлечь в обсуждение положительного будущего, снять ложные внутренние возражения.

Часто используется как ответ на возражение клиента.

«Для меня самое главное – безопасность сделки!» -
«Я вас правильно понимаю, что если я предоставляю вам гарантии надёжности, Вы рассмотрите наше предложение?»

«.....?» - «ДА!»

«При продаже услуг важно доверие, не так ли?»

Завязка: «Не так ли....?»; «Ведь верно...?»; «Разве не так...?»; «Вы согласны....?», «Разве это не нормально?» «Разве это не правильно?»

«Это поможет Вам снизить Ваши расходы в 2 раза, не так ли?»

~~«Это ведь здорово, не правда ли?»~~

«....., завязка?» - прямая

«завязка,.....?» - обращенная

.....,завязка,.....» - внутренняя

Меченая:

Клиент произнес фразу, поэтому она верна. Разве не так? 😊

Клиент: "Качество имеет очень важное значение!"

Вы: "Вы тоже так считаете?"

Ситуационные

Ваша покупка – инвестиционная?

Проблемные

Каких сложностей Вы хотели бы избежать?

Извлекающие

Проблема – **ПРОБЛЕМА**

Направляющие

Если бы я предложил Вам интересующий Вас объект, это бы Вас заинтересовало?

КЛИЕНТ №1.

Человек грамотный, ответственный, не жадный, готов платить, но только профессионалу своего дела.

Продает свою 2-х комнатную квартиру самостоятельно более 5 месяцев, а результата нет. Хотя уверен, что все делает правильно.

После раздумий, клиент решается выбрать достойное агентство.

РИЭЛТОР №1.

Дежурство. Приход клиента. «Мне нужно продать квартиру.

Сколько стоят ваши услуги? Как быстро вы сможете мне продать?»

Цель риэлтора:

Выяснить мотив и потребности клиента, продать себя как профессионала и продать встречу на квартире.

КЛИЕНТ №2.

Человек, который имел негативный опыт с риэлторами 5 лет назад и теперь их ненавидит. Он не жадный, готов платить за работу, но боится, что история повторится.

Продает свою 1-х комнатную квартиру самостоятельно. Понимает, что нужна помощь и решил выбрать себе риэлтора хотя бы на сопровождение.

РИЭЛТОР №2.

Дежурство. Приход клиента. «Мне нужно продать квартиру. Сколько стоят ваши услуги за сопровождение?»

Цель риэлтора:

Выяснить мотив и потребности клиента, продать себя как профессионала и продать встречу на квартире.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Баранов Антон Юрьевич
Генеральный директор

Раб.тел.: +7 812 336-62-02
Моб.тел. +7 911 213-06-81
E-mail: baranov@aventin.ru

«Переговорные техники в недвижимости»

«Жилищный проект», Санкт-Петербург, 22 апреля 2016 года

