

# Il Co-Fondatore di RE/MAX LLC, svela alcuni segreti sul reclutamento, mantenimento, gestione e aumento del fatturato in ogni condizione di mercato.

14 Aprile 2009

I Brokers condividono idee sul reclutamento e il mantenimento.

Bisogna pagare i propri agenti per le segnalazioni di reclutamento? Le opinioni in proposito sono forti e contrastanti, anche perché ultimamente questo aspetto sta diventando un'ottima risorsa per tutti i Broker RE/MAX.

Uno dei Broker RE/MAX dell'area di Denver, Chad Ochsner, ci ha raccontato che tutto il suo staff e tutti i suoi manager contribuiscono al reclutamento attraverso una campagna sviluppata dal Broker Recruiter. La sfida è mostrare la concorrenza in realtà non è meno cara e ciò risulta essere uno "specchietto per le allodole". Essa alla fine rivela delle spese nascoste maggiori e offre molto meno rispetto a RE/MAX. Il fatto di essere "flessibili e creativi" con spese chiare e trasparenti, permette di fare in modo che per loro contribuire al reclutamento sia un mezzo per poter coprire i costi di affiliazione.

Cindy Sikorsky di Charlotte, una maestra del reclutamento, conduce personalmente colloqui di due ore con ogni potenziale nuovo agente. La sua presentazione evidenzia i benefici e i servizi offerti dalle sue quattro agenzie e da RE/MAX International, come Mainstreet, Agent Training On Demand, il sistema di segnalazioni RE/MAX e ancor di più. L'obiettivo, dice lei, è fare in modo che le persone pensino: "Nessun altro offre tutto questo!". L'approccio funziona molto bene, aiutando molti candidati a superare le "paure" instillate dai loro attuali titolari d'agenzia circa le spese che si sostengono in RE/MAX. Un'altra pepita d'oro di Cindy: usare il Design Center (che potete trovare in Mainstreet sotto il link Technology) per creare brochure o volantini per gli immobili dei potenziali candidati: fa una grande impressione.

Kathy Baker di Raleigh si sta costruendo la reputazione di una delle migliori reclutatrici della rete. Lei e il suo socio hanno stabilito che un sistema di incentivazione cash per gli agenti che aiutano nel reclutamento non funziona. Funziona invece molto bene fare piccoli regali personali in segno di gratitudine per aver aiutato a portare qualcuno in agenzia.

I vostri agenti condividono con Voi il reclutamento?

Ci sono opinioni molto diverse a proposito di programmi di incentivazione per agenti coinvolti nel reclutamento. Un esempio di idee pro-incentivazione:

- Costituire un sistema a punti e premi-punto per agenti per cose diverse. Per esempio, portare un candidato in agenzia fa guadagnare 25 punti, segnalare un nome 5 punti, portare un candidato per un colloquio di reclutamento 100 punti. I punti diventano dollari che vengono scalati dalle loro spese in agenzia.
- Offrire ai nuovi reclutati di stornargli la metà delle spese mensili se convincono qualcuno della loro agenzia originaria a trasferirsi alla RE/MAX.
- Se un agente reclutato guadagna più di 1 milione di dollari di provvigioni lorde, l'agente segnalatore riceve un premio di 3000 dollari da scontare sulle spese d'agenzia (potete modificare le cifre in base agli standard italiani).
- Ridurre, ogni mese, del 5% le spese dell'agente segnalatore se l'agente reclutato rimane in agenzia.
- Premiare il vostro agente segnalatore con 150 dollari per ogni transazione che il nuovo agente reclutato porta a termine.
- Ogni agente riceve uno sconto di 100 dollari dalle spese quando porta un candidato che poi si affilia.

- Chiunque porti un agente che rimane sicuramente fino ad un certo periodo (per esempio 6 mesi) può avere la possibilità di ricevere un premio cospicuo: 3000 dollari. Il vincitore riceve uno sconto di 250 dollari sulle spese.

Altri non usano incentivi:

Alcuni dei Top Brokers, d'altra parte, pensano che i sistemi di incentivazione non funzionino. Ecco cosa dicono:

- Gli agenti si lamentano del fatto che se aiutano la loro agenzia a reclutare, diventano come quelli di Keller Williams: reclutano e non producono più.
- Gli agenti dovrebbero utilizzare il loro tempo a prendere gli incarichi e vendere immobili anziché reclutare altri agenti.
- Gli agenti non rispondono bene ai programmi di incentivi. Solo il 2% degli agenti sono attualmente impegnati nel business del reclutamento. Che i broker assumano un reclutatore a tempo pieno!
- I programmi di incentivazione sono troppo confusionari. Gli agenti si lamentano del fatto di aver portato un nuovo agente ma che non reclutano a tempo pieno. Due differenti agenti potrebbero affermare di aver reclutato la stessa persona. Una soluzione per eliminare la confusione potrebbe essere quella di avere solamente agenti segnalatori di nominativi di persone da contattare.
- Incentivi finanziari motivano gli agenti a portare dei corpi, non agenti di qualità.

Mantenimento: per fidelizzare gli agenti

Paul Wells di Barrington dice che ogni cosa è contagiosa. Qualunque sistema, azione egli adotti nella sua agenzia, tutto ha un grande impatto sulle sue persone. Per innumerevoli piccole cose, Paul crea un ambiente che promuova continuamente la formazione e l'eccellenza professionale. Investe inoltre tempo e denaro in libri, DVD, incontri e altro materiale per motivare i suoi agenti e aiutarli in modo che anche l'agenzia ne tragga beneficio.

Joe Clement di Colorado Springs aiuta i suoi agenti in modo che continuino ad essere agenti di successo. Ma, egli dice, la cosa più importante che lui fa è la seguente: "Io sto vicino agli agenti e cerco di essere il miglior leader possibile. Questo è quello di cui hanno bisogno." Insomma, fornisce ai suoi agenti tutti gli strumenti necessari per costruire il loro business e tiene corsi di formazione nelle sue agenzie.

### **Evitare il mercato contratto**

La cosa più importante è esplorare ogni possibile via per migliorare l'impegno nel reclutamento e nel mantenimento. Il mercato si sta contraendo e perdendo agenti rapidamente. In America il numero di iscritti all'Associazione Nazionale degli Agenti Immobiliari a febbraio è diminuito: 80.000 agenti in meno nei primi 2 mesi dell'anno. Come abbiamo detto in passato, questa diminuzione era inevitabile, necessaria ed importante per la salute dell'industria. Voi potete beneficiare da questa riduzione di agenti immobiliari sul mercato, anziché provare l'esperienza di essere uno di quelli. E come si fa a beneficiarne? Offrendo la vostra leadership e i servizi che aiutano i vostri agenti a rimanere produttivi e creare un ambiente di cui tutti vorranno far parte.

Come dice Paul Wells, il mantenimento ultimamente può essere sintetizzato in 3 domande: "Cosa facciamo di giusto? Cosa facciamo di sbagliato? E cosa possiamo fare per aiutarti?" Il reclutamento spesso dipende dalla prima domanda. Se non sei abituato a fare queste domande dentro e fuori dalla tua agenzia, è ora di cominciare a farle.

### **Cosa viene dopo?**

Qual è l'atmosfera nella vostra agenzia oggi? Veniamo sferzati dalle difficoltà del mercato e da una sequenza continua di brutte notizie, ma non c'è ragione per abbattersi o mollare. Il prossimo mese analizzeremo le varie metodologie per motivare le persone a produrre, avere successo e rialzarsi nel momento di una sconfitta. Non è come mettersi gli occhiali rosa e fare finta di niente, ma si tratta di leadership e attitudine.

## **Pensiero finale**

Chad Ochner e Kim Hawkind della RE/MAX Alliance qui in Colorado hanno menzionato un piccolo-grande libro dal titolo "The Energy Bus". Margaret Kelly ne ha parlato durante la Opening Sessione della Convention di Las Vegas. E' una lettura facile che fa leva sull'idea che, come Margaret stessa ha evidenziato, "voi siete gli autisti del vostro autobus e voi decidete chi farci salire e chi no...". La frase preferita da Margaret è questa: "Vietato farsi succhiare l'energia dai vampiri." Leggetelo, ne vale davvero la pena.

© 2009 RE/MAX International. Permission is granted to RE/MAX Affiliates to reproduce or forward this newsletter in its entirety, provided this notice is retained. All other rights reserved.

RE/MAX International, Inc. | 5075 S. Syracuse Street | Denver, CO 80237 | USA