



**RE/MAX**  
www.remax.it  
L'immobiliare numero uno al mondo

1

## “Come stabilire se un prospect (un potenziale cliente) può diventare un vero cliente”

In che modo stabilisci se un prospect può o meno diventare un cliente? Quali sono i criteri in base ai quali si diventa clienti? Hai formulato una serie di domande che ti permettano di minimizzare i tempi nel determinare se un prospect soddisfa i tuoi standard?

Hai bisogno di creare un approccio sistematico per determinare se un prospect è all'altezza dei tuoi standard. Questo approccio deve essere applicato ogni volta che entri in contatto con un prospect. Credo che non sia importante da che fonte proviene il prospect; è comunque necessario che venga valutato basandosi su determinati standard. Anche se il prospect ti è stato segnalato da una persona fidata e conosciuta è necessario che soddisfi i tuoi standard. Se il prospect non corrisponde ai tuoi standard, ti consiglieri di declinare cortesemente il potenziale incarico.

Sono otto le domande che solitamente utilizzavo durante la mia carriera immobiliare per stabilire se un cliente avrebbe potuto coincidere con i miei standard. Analizzerò ogni singola domanda e spiegherò il perché tale domanda era così importante per decidere se un prospect possedeva o meno le qualità per diventare un cliente.

1. **Entro quando il prospect ha intenzione di vendere/acquistare?** Quando il prospect sarà pronto a trasferirsi? Più lontana è la data del trasferimento, minore sarà la motivazione del prospect. Dovrai quindi seguire il prospect più a lungo e investire più tempo per concludere la vendita, se la data del trasferimento è molto lontana. E' molto difficile ottenere buoni guadagni rincorrendo prospect che probabilmente acquisteranno/venderanno in un futuro non così prossimo.
2. **Il prospect ha la possibilità di acquistare?** Il prospect dispone di contanti per l'acconto iniziale ed è in grado di ottenere un finanziamento? Molti agenti immobiliari portano i prospect a visitare gli immobili per una o due settimane, per scoprire solo poi che non hanno la possibilità di acquistare. Io, invece, ti consiglio di scoprirlo ancora prima di farli salire sulla tua macchina. Chiedi loro di fissare un appuntamento con il tuo consulente finanziario di fiducia, oppure di fornirti delle prove che dimostrino che gli venga concesso il prestito, prima che tu investa il tuo tempo, i tuoi sforzi e le tue energie sul prospect.
3. **Il cliente ha delle aspettative ragionevoli?** Le spiegazioni per questa domanda sono due. La lista dei desideri di ciò che il cliente pensa di potersi permettere coincide con la realtà? Molto spesso i clienti non sono molto realisti su ciò che possono davvero permettersi di acquistare. Se stai rincorrendo un prospect non molto realista, allora stai davvero perdendo il tuo tempo. In questo genere di situazione dovrai impersonare la parte del “cattivo” dicendo al tuo cliente cosa si può davvero permettere, oppure sarà il cliente stesso a scaricarti, perché non credi nella sua crociata. In

entrambi i casi, la strada che porta al successo sarà difficoltosa e alla fine non otterrai nemmeno la tua provvigione.

Il secondo aspetto della domanda si riferisce ai clienti che cercano di battere il mercato. Ho sempre cercato di evitare quei venditori che richiedevano per il loro immobile una cifra superiore al valore di mercato, e quegli acquirenti che volevano praticamente fare l'affare della loro vita. In entrambi i casi, per gli agenti immobiliari, è una perdita di tempo. Le probabilità sono davvero poche con questo genere di acquirenti e venditori. Spesso investirai enormi ed enormi quantitativi di tempo per ottenere lo stesso guadagno. Per non parlare del fatto che, spesso, queste persone hanno in mente un unico tipo di transazione: "Io vinco – tu perdi". In base alla mia esperienza, queste sono il genere di transazioni in cui è meno piacevole essere coinvolti, quando una delle parti è concentrata solo sul fatto di dover vincere.

- 4. Il prospect rispetta me e i miei tempi?** Il nostro tempo è il bene più importante di cui disponiamo. Una volta perso, non possiamo riaverlo indietro. Un prospect che non dà valore al tuo tempo, non rispettando gli appuntamenti o arrivando in ritardo, ti sta dicendo chiaramente che non dà valore al tuo servizio o al tuo tempo.

Spesso i venditori e gli acquirenti cercano di dire agli agenti immobiliari ciò che devono fare e come svolgere il proprio lavoro. Dovrebbero invece comprendere che loro stanno pagando per le tue conoscenze, per i tuoi consigli e per la tua professionalità. Quando non accettano la tua assistenza, devi decidere se continuare a lavorare con loro. Durante la mia carriera, ho deciso di non lavorare con le persone che non tenevano conto della mia consulenza. Se per la durata dell'incarico lo consenti, una volta scaduto l'incarico, al momento del rinnovo, dovrai ancora fare la parte del "cattivo". Il venditore parlerà ancora in modo sprezzante di te e del tuo servizio. Quante volte è successo a tutti noi? Credo fermamente che se sei un agente immobiliare professionista, i tuoi clienti dovrebbero tener conto della tua consulenza, come fanno con il loro dottore, il loro avvocato o il loro commercialista. Io non discuterei su una consulenza fornita dal mio avvocato o dal mio commercialista. Secondo me sarebbe alquanto presuntuoso da parte mia pensare di avere più conoscenze di quante ne abbiano loro del loro settore. Il miglior consiglio che possa dare agli agenti immobiliari è di evitare di stringere rapporti con questo genere di prospect!

- 5. Mi viene richiesto di compromettere moralmente e eticamente le mie convinzioni per concludere una vendita?** Se siamo costretti a dover mettere da parte la nostra filosofia sul modo in cui operare, allora è necessario per noi rivalutare questo rapporto di lavoro. Essere in grado di camminare a testa alta e continuare a vivere con le nostre convinzioni è molto più importante del concludere una vendita. Se un prospect ti richiede qualcosa che va contro i tuoi principi, dovresti valutare la questione attentamente. Cosa succederebbe se l'affare dovesse saltare e se ciò che prima era grigio diventa nero? Ricorda che la maggior parte dei venditori o acquirenti punterà subito il dito contro l'agente immobiliare coinvolto.
- 6. E' possibile riuscire a soddisfare un cliente?** Il prospect è quel tipo di cliente che non sarà mai soddisfatto? Vuoi essere il prossimo agente di cui si lamenterà? Questo è il genere di persona che non si accontenta mai, non importa ciò che fai, o il livello del servizio che offri. Ricorda che le persone tendono a stringere rapporti di amicizia con persone a loro simili. Vorresti altri contatti come il prospect attuale? Ti esorto a valutare attentamente questa domanda nel momento in cui stabilisci quali sono e quali saranno i tuoi clienti.
- 7. Il cliente ha intenzione di dirmi la verità, in modo che possa aiutarlo?** A volte le persone ci vedono come "il nemico", oppure come "il male necessario". Può capitare che i prospect giochino a "nascondere la palla" con l'agente immobiliare. Penso che una comunicazione aperta e basata sulla verità tra l'agente immobiliare e il cliente conduca verso un rapporto e una transazione di successo. Ed infine porterà nuove e positive segnalazioni. Se un prospect non riesce ad essere onesto con te, probabilmente dovresti lasciarlo perdere.

- 8. Vale la pena continuare per la provvigione che incasserai?** Alcuni agenti immobiliari potrebbero offendersi per questa domanda. Ma la verità è che noi operiamo in questo settore per fornire un servizio e per ottenere un profitto. Questa è una domanda che dobbiamo porci ogni volta. Le provvigioni incassate sono adeguate ai tempi e agli sforzi che impiegherai per seguire e concludere questa transazione? Probabilmente faresti meglio ad investire il tuo tempo nel cercare un prospect o un cliente migliore. Il tempo è tuo, sei quindi autorizzato a scegliere con chi e per chi investirlo.

Ve bene anche se decidi di continuare a lavorare con qualcuno, pur sapendo che le provvigioni che incasserai potrebbero non essere così buone se messe a confronto con altre transazioni. Durante la mia carriera, annualmente, mi sono occupato di varie operazioni commerciali per aiutare le persone. Il trucco era che io accettavo il fatto di non essere ricompensato nel giusto modo prima di stringere il rapporto con il cliente. Penso che sia più facile da accettare se lo capisci all'inizio, quando si sta creando il rapporto, piuttosto che investire tutto il tuo tempo e scoprirlo poi. È più semplice quando la scelta è tua.

**Crea il tuo questionario personale per qualificare prospect e clienti.** Assicurati che i clienti per i quali stai spendendo e investendo il tuo tempo siano all'altezza dello standard che hai prefissato. Riscontrerai un incremento nella tua produzione e nei tuoi guadagni, che ti aspetta dietro l'angolo, una volta che lo standard è stabilito e rispettato da tutti i tuoi clienti.