

# Excelência em Vendas imobiliárias



## Módulo 1

• **Perfil do vendedor imobiliário:** Para entrar para o club dos vendedores Excelentes e triunfar têm os consultores que alcançar uma postura de sucesso para fazer uma carreira de excelência e precisam de reunir qualidades pessoais e profissionais. Conhecer a anatomia do vendedor imobiliário Excelente.

• **Benefícios de uma imagem e marca pessoal:** O profissional da venda imobiliária transporta consigo uma MARCA repleta de atributos intangíveis, não palpáveis, que são determinantes na conquista pessoal e na consolidação da decisão de compra do cliente.

• **Agregação do valor à marca:** A marca do vendedor é o seu próprio nome e os respectivos atributos...

• **Postura de Sucesso:** “Jamais terá uma segunda oportunidade para causar uma primeira boa impressão.”. Quais são os segredos para a postura de sucesso? Como inspirar credibilidade no cliente? Quais são os factores adicionais para alcançar o sucesso?.

• **Comercialização da imagem pessoal:** Há vendedores que passam despercebidos! Deixar de ser ninguém para passar a ser alguém.

## Módulo 2

**A Essência da Comunicação:** “Antes de poder aprender a comunicar adequadamente, precisa de avaliar a forma como quer que o resto das pessoas comuniquem consigo”. Como comunicar com qualquer pessoa?. As verdades da essência da comunicação. As dificuldades criadas pelo vendedor na comunicação. A contribuição do vendedor para a perturbação na comunicação. Comunique a um nível superior com o cliente.

**A Melodia da Voz:** A voz é composta por quatro elementos que lhe dão cor, calor e melodia. São “prendas” que oferece ao cliente para o atrair, ajudar a despertar atenção e manter-se atento sem esforço. A técnica de expressão.

**A Linguagem Verbal – as palavras:** A troca de uma mensagem supõe um vocabulário – palavras, sons ou sinais – para designar as ideias. É o que se chama o repertório – a lista de termos que deve ser conhecida dos dois interlocutores – vendedor e cliente.

**A Linguagem Corporal – os gestos e sinais do corpo:** Todas são expressões que deixam no cliente, um imagem de espírito de serviço por parte do vendedor e nunca uma nota de ausência e desinteresse pelo problema que domina o potencial comprador de um bem imobiliário.

## Metodologia de Avaliação:

Avaliação da reacção dos formandos. / Acompanhamento de resultados. / Avaliação da eficácia da formação.

Local, Data, Horário e Duração: Lisboa / Luanda. / 5 dias - 20 horas

Formador(a): Dra. Sónia Karitsis Formadora certificada

Modalidade da Formação:  
Comportamental

Metodologia da Formação:  
Métodos pedagógicos activos e interactivos com ênfase no trabalho de grupo, debates, simulações e estudos de caso – o nosso modelo step by step - .

## Módulo 3

• **Os Factores de Motivação dos Vendedores Imobiliários:** O vendedor imobiliário é o colaborador de uma empresa de mediação imobiliária cujo nome por vezes é muito conhecido, mas numa grande parte dos casos a sua fama e reputação são muito fracas. Ele tem por missão angariar, comprar, arrendar ou vender bens ou serviços imobiliários e, muito ou pouco, interessantes aos clientes compradores com os quais a sua relação pode ser vitalícia na comunidade onde exerce a actividade de vendas.

• **Auto-Motivação e Entrega Constante:** Três competências associadas à motivação tipificam os vendedores imobiliários de impacto: VONTADE DE VENCER, ENTREGA e INICIATIVA E OPTIMISMO.

• **Contínuo Enriquecimento Interior:** Nunca ninguém nasce automaticamente vendedor de imobiliário.



# Excelência em Vendas imobiliárias



## Módulo 4

•**Organização Pessoal e do Tempo:** Falta de tempo. No entanto, existem pessoas que, miraculosamente, sempre conseguem tempo para fazer o que devem ou desejam. Qual é o segredo dessas pessoas? O dia delas, afinal, tem as mesmas 24 horas?. Aonde arranjam tempo?

•**O uso da agenda:** Usar uma agenda requer disciplina. Calendarize, todos os dias, as tarefas de maior exigência mental e certifique-se que as completa num determinado período de tempo.

•**Pensamento Positivo e Qualidade de Vida:** Optar por pensar de forma positiva, mesmo quando estiver empenhado em tarefas que não aprecie, pode libertar-se de uma série de emoções indesejadas que o impedem de tirar o melhor partido de si mesmo.

•**Forma de Gerir o Stress:** Algum stress é saudável. O *eustress* é agradável e construtivo (emoções positivas devido a bons feitos). O *distress* é por outro lado, desagradável, prejudicial e causador de doenças relacionadas com o stress.

## Módulo 5

•**Quem é o Cliente Imobiliário?** Cada cliente imobiliário é diferente e nenhuma venda é igual à anterior. No mercado imobiliário este facto é ainda mais visível pois o vendedor irá lidar com clientes compradores e vendedores, distintos na profissão, personalidade, familiares, amigos, mas sempre diferentes uns dos outros.

•**O Comportamento de Compra e a Psicologia do Cliente:** Cada cliente de um bem imobiliário é uma personalidade individual. O cliente deseja encontrar um imóvel que atenda as suas necessidades.

•**Perceber a Necessidade e Vender o Benefício:** As necessidades do cliente comprador constituem o foco de toda a transacção da venda imobiliária. A meta do Consultor / Angariador é descobrir essas necessidades e satisfazê-las com os benefícios do produto ou serviço imobiliário. A necessidade é uma exigência gerada pela natureza ou pela vida social. Exige ser satisfeita através de uma acção, de um comportamento, e desaparece com a sua satisfação. Pode ser clara e explícita: “ Preciso de uma casa com 5 assoalhadas em Lisboa. “ - ou vaga e latente: “ Para mim, uma casa é na montanha e em zonas afastadas”.

## Módulo 6

•**O Acto da Venda Imobiliária:** As pessoas querem mais do que aquilo que podem ter. As pessoas desejam que as suas casas sejam maiores por dentro, grandes jardins por fora, a um preço bem menor à realidade do produto e benefícios. Como se gere isto? O vendedor como solucionador de problemas. Qual é o processo emocional que conduz à compra de uma casa?. Técnicas para receber o cliente com emoção. Perceber os valores e critérios do cliente.

•**As Fases da Venda:** A entrevista – a exploração das necessidades do cliente; Efectuar uma apresentação e demonstração bem sucedida; Argumentação e motivação; A cadeia satisfação, vantagem e características; A visita e a motivação do cliente;

•**O Sistema de Venda AIDCA:** O consultor atendeu o potencial comprador, explorou as necessidades, registou os interesses, motivações e aspirações para a solução imobiliária do cliente comprador. Ao fazer perguntas concisas, objectivas, pertinentes, de forma educada, estabeleceu a relação de confiança e credibilidade no potencial cliente comprador. Após obter as respostas necessárias, começa a descrever as soluções imobiliárias a visitar pesquisadas no registo de imóveis da Agência, aproveitando a oportunidade para motivar o candidato a comprador, utilizando os princípios das técnicas AIDCA – atenção, interesse, desejo, convicção e acção – com vista à fase do fecho comercial e jurídico.

•**Questionar e Tratar as Objecções:** Questionar é a constante da entrevista de venda e faz parte do profissionalismo do vendedor imobiliário de impacto. Fazer as perguntas certas ao possível comprador, obriga o vendedor a adoptar uma atitude vencedora, de entrega, de escuta e de atenção.

•**Negociação e Fecho da Venda:** Seja qual foi a abordagem que o vendedor imobiliário utilizou para convencer o potencial comprador que a sua solução é a ideal, descobrirá que a decisão por parte do futuro cliente, nunca será tomada a menos que seja especificamente pedida.