

# **«КАК ПОВЫСИТЬ КОНВЕРСИЮ НА ПУТИ К СДЕЛКЕ?»**

## **Скрипты обоснования стоимости услуги и цены объекта»**

**Панькив Ярослав**, автор книг «Управление эмоциями и Ваша успешность», «Лучший учебник для риэлтора»

# Автор и ведущий Ярослав Панькив

1

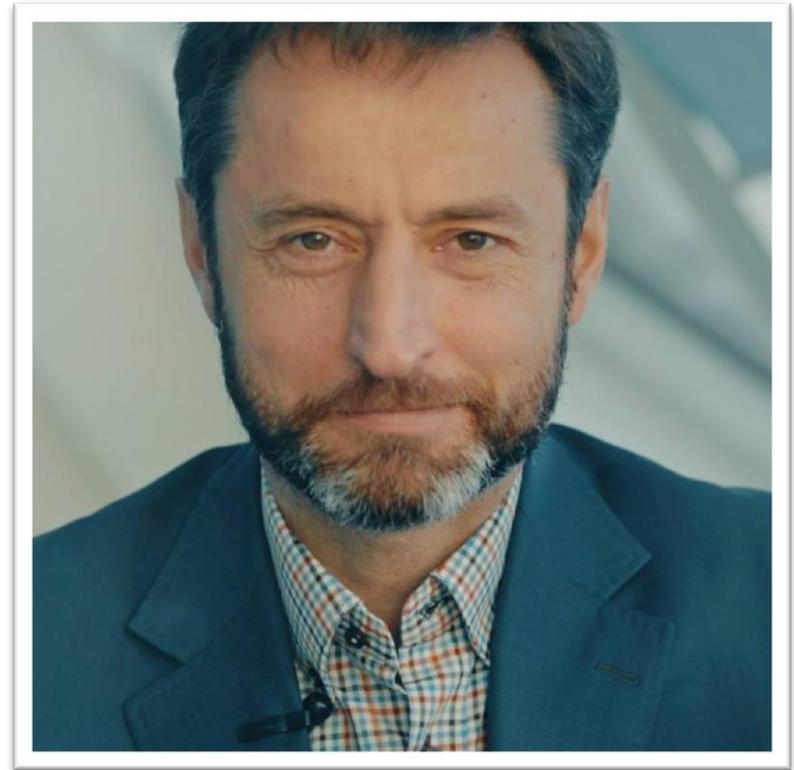
Лучший бизнес-тренер в сфере недвижимости и строительства (национальный конкурс CREDO-2016)

2

Автор книги «Лучший учебник для риэлтора. Как стать успешным в профессии»

3

Более 1000 сборных и корпоративных тренингов и семинаров по России и странам СНГ





**В чем брат правда...**

**УСПЕХА В ЦЕНОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ?**

# Что такое эффективная коммуникация?

Грамотная

Логически выстроенная

Понятная

Правдивая

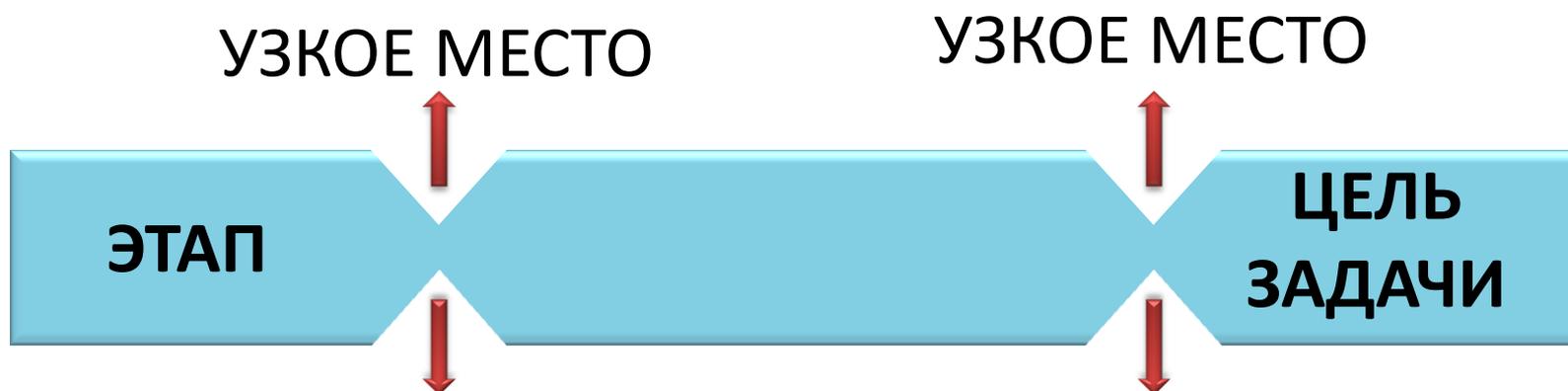
Не содержит слов паразитов

На языке клиента

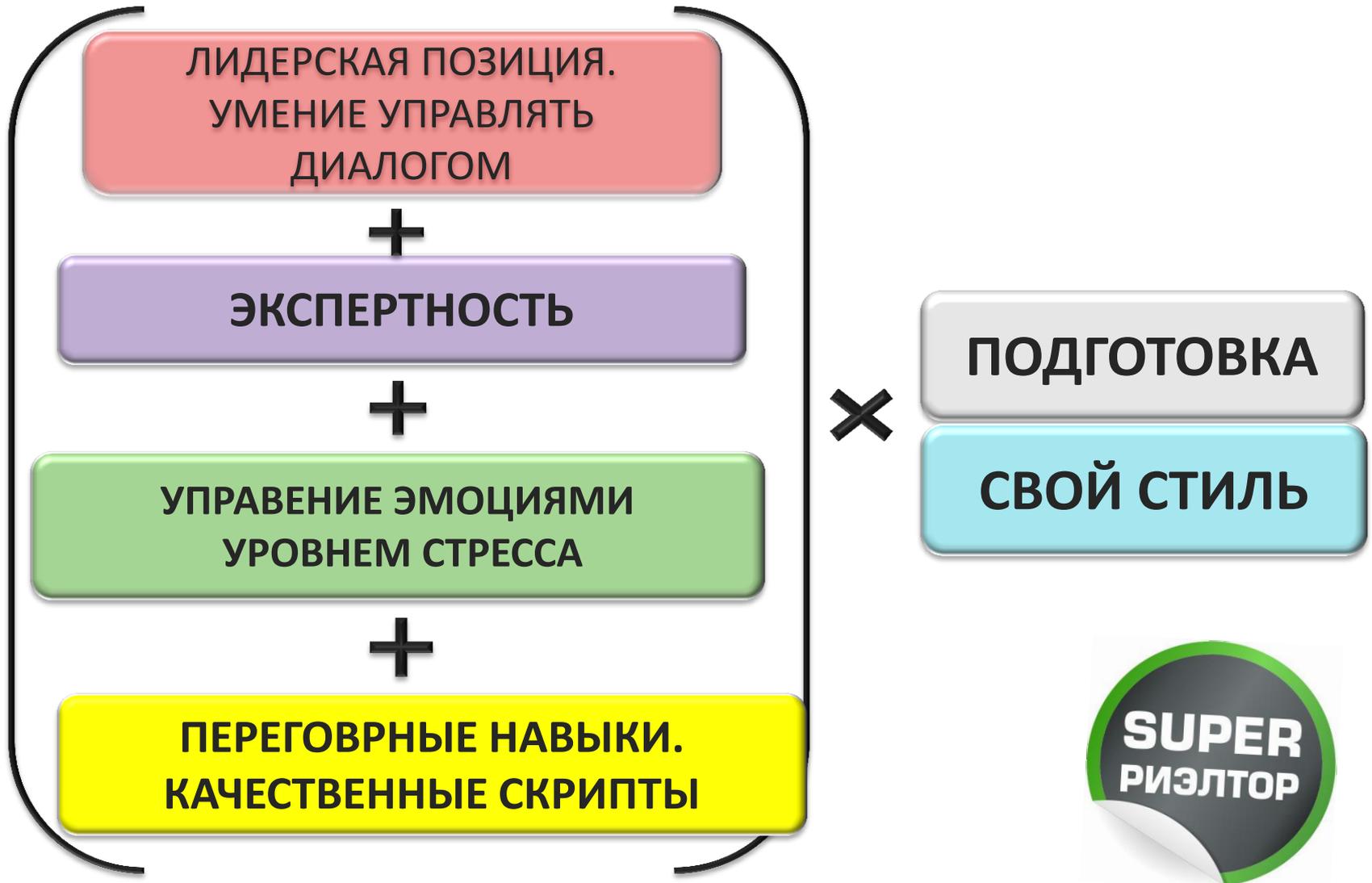
**ОКАЗЫВАЕТ НЕОБХОДИМЫЙ ЭФФЕКТ НА АДРЕСАТА**

**ЭФФЕКТ = ЦЕЛИ КОММУНИКАЦИИ**

# Расширение узких мест

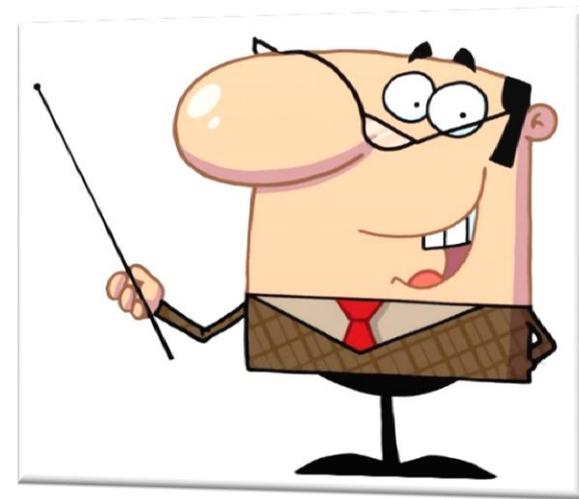


# Формула успеха переговорах



# Лист подготовки к переговорам

1. Цели минимум/максимум
2. Дополнительные желания и возможные уступки
3. Потребности другой стороны
4. Вопросы к другой стороне
5. Ключевые фразы и аргументы
6. Компоновка: что на что поменять
7. Мой уровень стресса



ПЕРГОВОРНЫЕ РОЛИ: **ЛИДЕР - РЕЗЮМИРУЮЩИЙ - НАБЛЮДАТЕЛЬ**

# Лидерство в действии.

## Доминантные роли в переговорах

АВТОРИТЕТНЫЙ, ДОМИНИРУЮЩИЙ	НЕАВТОРИТЕТНЫЙ, СЛАБЫЙ
ЭКСПЕРТ	Дилетант
Бывалый	Неопытный
Старший	Младший
Поучающий	Поучаемый
Заслуженный	Ординарный
Рассматривающий просьбу	Просящий
Хозяин	Гость
Обвиняющий	Обвиняемый
Оценивающий	Оцениваемый
Подшучивающий	Серьезный
Снисходительный	Включенный

# Как правильно снижать стоимость объекта недвижимости

- Напишите свои идеи и мысли по этому поводу
- Подготовительная работа
- Что запрещено при работе с ценой объекта



# Почему некоторые скрипты (сценарии) не работают

1. Плохое исполнение
2. Слабые скрипты
3. Они потеряли актуальность
4. Создается лишь текст без учета поведения
5. Конкретные варианты ответа, без учета психотипа клиента

**Скрипта порой недостаточно!**

**Необходимо понимание общего  
алгоритма действий**

# Позиция риэлтора в переговорах:

1. Вы в праве поставить свою цену!
2. Мне тоже выгодно дороже продать Вашу квартиру
3. Есть желания, а есть статистика рынка в настоящий момент времени
4. Для меня главное решить Ваш вопрос в сфере недвижимости



# **Алгоритм снижения стоимости объекта недвижимости**

- 1. УСТАНОВИ** хороший контакт. **УТОЧНИ** потребности
- 2. ЗАДАЙ** 3-4 «понижающих» вопроса
- 3. ПОКАЖИ** аналитику цен на рынке и статистику продаж аналогичных объектов в течении квартала
- 4. СДЕЛАЙ** предложение **ПО ЦЕНЕ**.
- 5. ПОДКРЕПИ ПРЕДЛОЖЕНИЕ АРГУМЕНТАМИ**
- 6. ПОЛУЧИ ОТВЕТ(согласие). ЗАФИКСИРУЙ договоренности.**

# «Понижающие» вопросы

1. Пытались ли Вы продать Объект сами? Обращались ли к другим агентствам? Насколько успешны эти действия?
2. Были ли у Вас уже показы, переговоры с покупателями? Каковы результаты?
3. К какому сроку Вы хотели бы получить деньги и закончить сделку? Почему?
4. А что будет, если к назначенному сроку Объект не будет продан?
5. Какую сумму должен предложить Вам покупатель, чтобы Вы были готовы вести переговоры? Почему именно столько?
6. Скажите ваше предположение, почему объект не продается в течении этого времени?
7. Насколько критична продажа по заявленной стоимости?
8. Что если в результате активного продвижения квартиры никто из покупателей не согласится на эту цену, что будем делать? Продолжим поиск дальше или вступаем в переговоры о цене с уже мотивированным клиентом?
9. **Важнее уложиться в определенные сроки продажи или сохранить заявленную стоимость Объекта?**
10. Вы согласны с тем, что найти покупателя, и сделать так, чтобы Объект был продан по максимальной цене, – это две большие разницы?
11. Насколько реальным Вам самим кажется выполнение поставленной передо мной задачи?
12. **Вы сами купили бы свой объект сегодня по этой цене?**

## **Аргументы для обоснования комиссионного вознаграждения**

- 1. Для меня важно продать Ваш объект в установленные сроки и получить от вас рекомендации, и а не пытаться "попродавать" его.**
- 2. Наше агентство заинтересовано в максимальной цене продажи объекта, так как работаем за % от конечной стоимости. Мы хотим совершить сделку в Ваших интересах, а не в интересах покупателя.**
- 3. В любом случае именно Вы примете решение – продавать объект по предлагаемой покупателем цене или нет.**
- 4. Объект недвижимости сейчас продается не рекламой, а профессиональным агентом, который будет действовать в ваших интересах. Для этого необходимо направить все усилия агентства на продажу именно вашей квартиры.**
- 5. Как вы думаете, агент, который оказывает дешевую услугу, сможет дорого продать ваш объект?**

# Чек-лист для развития навыков ведения переговоров по созданию привлекательной цены объекта.

1. Заполнен ли лист предстоящих переговоров?

Да (если заполнены все пункты)

Нет (если не заполнен хотя бы один пункт)

2. Использовали ли вы техники для улучшения контакта с вашим оппонентом?

Да

Нет

Частично

3. Насколько вы проявили самообладание и управляли своими эмоциями?

Да (был в ресурсе)

Нет (порой эмоции брали верх)

Частично (старался, но эмоции брали верх)

4. Были ли заданы три-четыре понижающих вопроса?

Да

Нет

Частично

5. Была ли проведена анализка по конкурентным предложениям?

Да

Нет

Частично

6. Была ли предоставлена статистика по проданным аналогичным вариантам за последний квартал?

Да

Нет

Частично

## Продолжение чек-листа переговоров

7. Предложение было сделано с опорой на потребности продающего объект?

Да

Нет

Частично

8. Использовались ли эмоциональные аргументы (интонация, презентация АРГУ, вопросы СПИН)?

Да

Нет

Частично

9. Находились ли вы в лидерской позиции (управляли диалогом, подводили итоги, выступали как эксперт)?

Да

Нет

Частично

10. В случае жесткой позиции другой стороны, вы предлагали что-то взамен?

Да

Нет

Частично

Посчитайте баллы, за ответы: Да – 2 балла , Нет – 0 баллов, Частично – 1 бал.

Хороший показатель –16-20 баллов.

Если вы набрали 15 баллов и менее, рекомендуем пройти обучающий курс

«Переоцененный квадратный метр на сайте: [Pankiv.ru](http://Pankiv.ru).

# Обсуждение комиссионного вознаграждения

Причины по которым клиент занижает стоимость комиссионного вознаграждения:

~~• Не хватает денег на встречный вариант или ремонт? **НЕТ!**~~

- Агент не похож на того, кто стоит таких денег

~~• Жалко денег? **НЕТ!**~~

- Клиент не понимает содержание и ценность услуги риэлтора

• У клиента другая информация по поводу того сколько стоит услуга? **ДА!**

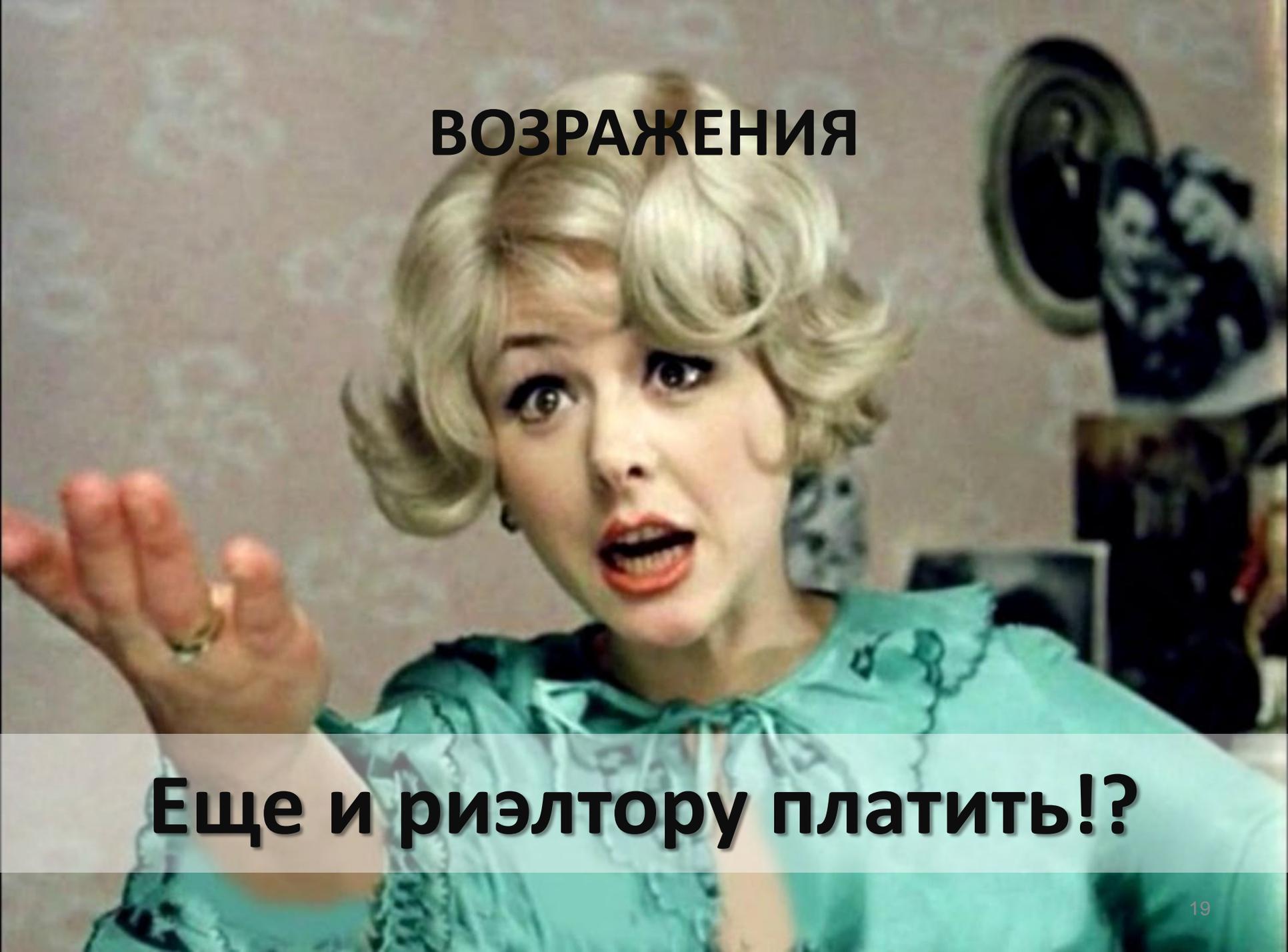
- Это отличный повод привести аргументы о ценности риэлторской услуги

# Составьте план переговоров о стоимости услуги

## Основные вопросы:

1. Когда обсуждать комиссионные
2. Что входит в риэлтерскую услугу
3. Как эффективно представлять услугу
4. Как цивилизованно торговаться
5. Что попросить взамен в случае вашей уступки  
(составьте список дополнительных желаний)

# ВОЗРАЖЕНИЯ

A woman with short, wavy blonde hair and a teal top with a ruffled collar. She has a surprised or shocked expression, with wide eyes and an open mouth. Her right hand is raised, palm facing forward, with a gold ring on her ring finger. The background is a plain wall with some framed pictures or posters.

**Еще и риэлтору платить!?**

# Виды возражений

## Возражения

### Ненужные

Создаются самим продавцом:  
(личностные)

- плохая организация
- преувеличение
- высокомерие
- болтливость
- неопрятный вид
- замечания о плохой выкладке товара

### Нужные

#### Субъективные

#### Ненастоящие (ложные)

Клиент пытается вас проверить  
у клиента есть какое то недоверие  
клиенту нужно время подумать  
клиент что то скрывает

#### Объективные

#### Настоящие (истинные)

Важные в представлении покупателя причины, которые заставляют его отказаться от вашего предложения.

По сути – это запрос дополнительной информации, а значит и признак заинтересованности.

# Алгоритм обработки возражений

## Общие правила обработки возражений: ПРАВИЛО «6 НЕ»

1. Не спорьте.
2. Не перебивайте.
3. Не оправдывайтесь.
4. Не уходите от возражения.
5. Не эмоционируйте
6. Возражения клиента – это не сам клиент

## Алгоритм обработки возражений:

1. Выслушать
2. Принять возражение (возможно, перефразирование)
3. Задайте клиенту уточняющий вопрос (по необходимости)
4. Ответ на возражение.
5. Получите подтверждение, что спорная тема исчерпана.
6. Переключение внимания на другую тему

# Алгоритм обработки возражений

1. Выслушать
2. **Принять возражение** (возможно, перефразирование)
3. **Задайте клиенту уточняющий вопрос** (по необходимости)
4. **Ответ на возражение** (привести необходимый аргумент)
5. Получите подтверждение, что спорная тема исчерпана.
6. Переключение внимания на другую тему

# Тренировка навыка принятия возражения

Возражение	Принятие
Я продаю без риэлтора	Согласен, есть люди, которые Думают, что без риэлтора выгодней
Три процента от стоимости это много	Конечно, стоимость комиссионных имеет значение
Этот район далек от центра	Вы правы до центра минут 10- 15 езды
Эта квартира слишком дорога	Да, эта квартира, одна из лучших в своем сегменте или цена - важный фактор в принятии решения
Вы не можете дать гарантий, что продадите в срок	Давать гарантии в точных сроках продажи, порой опрометчиво

# Тренировка навыка принятия возражения

## возражение – принятие - вопрос

Возражение	Принятие	Вопрос
Я продаю без риэлтора	Согласен, есть люди, которые думают что без риэлтора выгодней	А знаете в чем вы выиграете работая с профессиональным агентом?
Три процента от стоимости это много	Конечно, стоимость комиссионных имеет значение	А вас не пугает, дешевая услуга? <b>или</b> Как вы думаете, сможет ли агент, который оказывает дешевую услугу дорого продать ваш объект.
Этот район далек от центра	Вы правы до центра минут 10 – 15 езды	А почему вы хотите квартиру в самом центре?
Эта квартира слишком дорогая	Да, эта квартира, одна из лучших в своем сегменте <b>или</b> Цена - важный фактор в принятии решения	Вы имели ввиду что цена квартиры завышена или речь идет о ваших ожиданиях по сумме покупки?
Вы не можете дать гарантий, что продадите в срок	Давать гарантии в точных сроках продажи, было бы опрометчиво	До какого срока важно успеть с продажей? С чем это связано?

# Составьте список основных возражений и заполните таблицу

Возражение	Уточняющий вопрос	Аргумент
<b>Три процента от стоимости квартиры это много!</b>	Как вы думаете качественная услуга может быть дешевой? или сможет ли агент, который оказывает дешевую услугу продать ваш объект по хорошей стоимости?	Моя задача как агента продать вашу квартиру в установленные сроки по максимально возможной рыночной цене. Обычно комиссия с лихвой перекрывается экономической выгодой от сотрудничества с нашим агентством.

# ПРОФИЛАКТИКА ВОЗРАЖЕНИЙ

## «Упреждение возражений»

- «Стоимость квадратного метра в нашем комплексе на 12 % выше, чем у части застройщиков. Давайте расскажу, почему сравнив варианты клиенты выбирают именно его/ он распродан уже более чем на 80%»
- «Стоимость квадратного метра в нашем комплексе на 12 % выше, чем на\_\_\_\_\_, при этом после получения подробной информации большинство клиентов выбирают именно его. Вам интересно почему?»
- «Стоимость квартир в комплексе\_\_\_\_\_на 15 % выше, чем у многих компаний. Я расскажу, как вы выиграете, выбрав наш вариант»

## «Посередине»

«Давайте расскажу о том, как сейчас выглядит рынок ... (город). Есть верхний ценовой сегмент, это - ... (названия). Стоимость там начинается от .... . Есть низкий ценовой сегмент, со всеми вытекающими отсюда последствиями, например, ... . Мы работаем в среднем ценовом сегменте. Наша стоимость начинается от ...»

## «Оценка»

*«(имя клиента), давайте, как в школе: Какую отметку поставили бы этому варианту по 5-ти бальной шкале?»*

7.5

5.5

10.0

# Параллели или рассказывание историй

## ПРОВЕДИТЕ ПОЗИТИВНОЕ СХОДСТВО МЕЖДУ

- клиентом и собой
- ситуацией у этого клиента и другим случаем
- расскажите похожую историю, которая направляет мысли клиента в нужном направлении

*Пример 1*

*Пример 2*

**СВОЮ ИСТОРИЮ**

# «Прайсбургер» - упакуйте цену!



ВЫГОДЫ

ЦЕНА

ВЫГОДЫ

## **ВАЖНО!**

Не начинайте презентацию с разговора о цене.  
Если клиент не понимает, что он получит за эту цену, то  
любая цена будет скорее всего **слишком высокой**.

Предложение всегда должно **учитывать потребности  
другой стороны и содержать выгоды!**

# Алгоритм выращивания потребности

*«Сам не справишься ,  
а если справишься, то намаешься»*

## Презентация АРГУ

1. Описание ситуации клиента
2. Легкое запугивание
3. Свое предложение
4. Выгоды от предложения
5. Действия, которые необходимо предпринять клиенту

# Как еще повысить эффективность коммуникации?

**ДОПЫ:**



# Что добавит вашей речи убедительности:

1. Способ выражения должен быть простым и ясным.
2. Четко выделяйте основные положения.
3. Сформулируйте главную мысль, идею, которая проходит «красной нитью» через все выступление. **Повторяйте основное послание.**
4. Позицию заявляйте на контрасте, например: «черно-белое».
5. Успех приносят только адресные высказывания

# Критерии оценки убедительности доводов

	<b>Критерий</b>	<b>Оценка 1-2-3</b>
1.	Простота и ясность	
2.	Четкость выделения основных положений, не более трех	
3.	Главную мысль, «красной нитью». Повторение основного послания.	
4.	Позиция на контрасте	
5.	Адресность	

# Уберите невнятность и расплывчатость формулировок

<b>Расплывчато</b>	<b>Конкретно</b>
Мы стараемся быть, как можно качественно делать свою работу.	Качество оказания услуги - фундамент нашей работы
У вас наверняка создалось впечатление, что мы действуем вслепую	Действовать в слепую? - никогда!
Мы всегда стараемся предложить вам действительно хороший сервис.	Качество услуги – это визитная карточка нашего агентства.

# Техники влияния рассыпью



## **1. Прямое привлечение внимания:**

Посмотрите, пожалуйста! Обратите внимание!!

## **2. Цифры, статистика, проценты**

Стоимость кв. метра в готовом доме ГП-6 составляет 57 000 рублей ... На этапе фундамента дома ГП-8 составляет 51500 рублей, это означает, сто за этот год стоимость 2 комнатной квартиры площадью 58м.кв вырастит больше чем на 300 000 рублей

## **3. Интригующее заявление.**

- То, что я скажу, может оказаться очень важным для вашего случая! - Можно я сразу буду говорить по существу?

#### **4. Короткая история. Рассказывание похожей истории с «правильным» концом.**

«Месяц назад мы сделали привлекательную стоимость объекта который не продавался 7 месяцев, за месяц у нас появилось 3 мотивированных клиента, благодаря аукционной продаже стоимость квартиры удалось повысить от первоначальной цены, к радости моего клиента».

Эта квартира продана ровно месяц назад, вот рекомендательное письмо.

# Выражение гарантии

- В случае эксклюзивных отношений я гарантирую **что все мои силы и ресурсы нашего агентства будут направлены на продажу именно вашей квартиры.**
- Я убежден в том, что **вы останетесь довольны результатами нашей совместной работы.**
- Не вижу другого варианта, который **обеспечит успех в продаже вашего дома.**



# Отсутствие индекса ответственности или отсутствие автора высказывания

- Многие считают...
- Есть мнение...
- Эксперты полагают...
- Есть точка зрения...

## **Используйте связки:**

Есть мнение, и думаю, что вы с ним согласитесь...

Многие эксперты считают, что такого типа...

# Ложная поляризация (дихотомия)

1. Иван, вы же знаете, что есть два пути – быстро реагировать на предложения рынка и продать квартиру по рыночной цене или ждать чуда роста цен, затягивать сроки продажи и в итоге продать еще дешевле. **Ваше право выбирать по какому пути пойдём.** Сейчас, интерес к квартирам в этом районе очень невысок, и нам повезло – появился мотивированный клиент.
2. Вы же прекрасно знаете, что есть хорошие товары по честной цене и есть низкое качество по низкой цене

# Эмоциональное заражение

- Давайте задумаемся над тем, как наше сотрудничество приведет к результатам...
- Итак представьте что в этой квартире сделан ремонт, как вы хотите. Лоджия утеплена и вы смотрите на сквер и потягиваете любимый кальян



# Давление

- Конечно, решение за вами.
- Естественно, вы знаете, что делаете



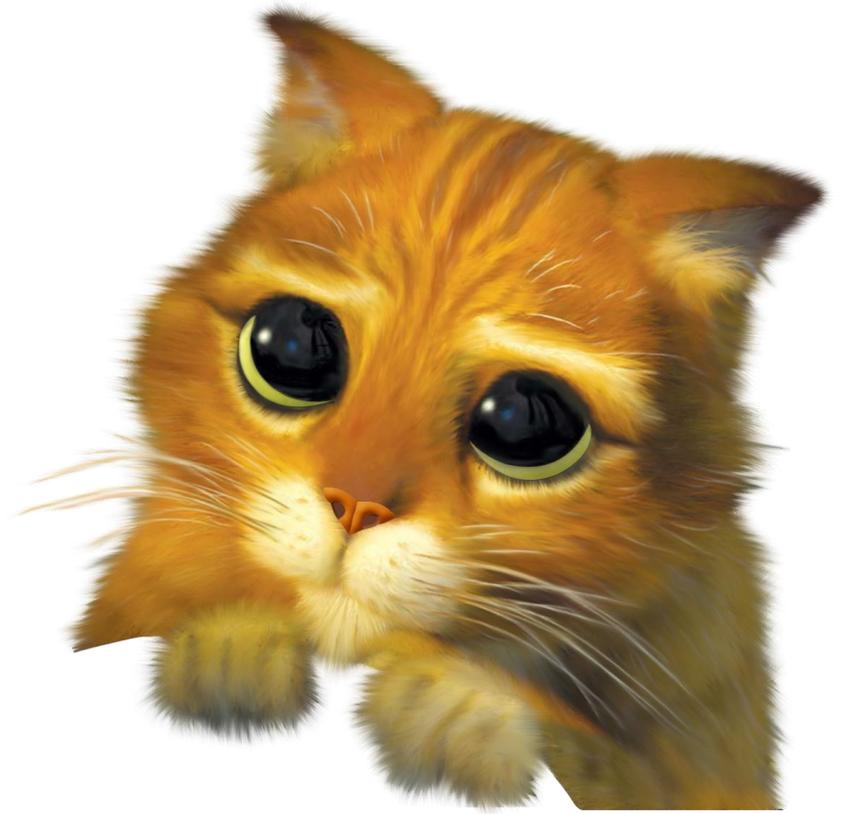
# Похвала, скрытый комплимент

- Мало людей способно так глубоко видеть проблему...



# Просьба и уговоры

- Взгляните, пожалуйста, еще раз. Это важно...прошу вас.



# Предписание двойной задачи

- После того, как мы посмотрим три квартиры, подходящие по основным параметрам, предлагаю провести анализ и только **тогда выбирайте ту, которая вам больше всего пойдет**



# "ОТ СЛОВ - К СДЕЛКЕ!"

## Тренинг для идеального переговорщика



Книга для всех кто ведет переговоры и заинтересован в профессиональном росте.

Полезна как на начинающим, так и опытным переговорщикам в сфере операций с недвижимостью.

**Закажите первым электронную или бумажную версию новой книги в свою компанию.**

**[rankiv.ru](http://rankiv.ru)**

# Главное после тренинга – продолжить свое развитие!

1. Спасибо за внимание. А теперь ваши вопросы???
2. Что конкретно Вы намерены предпринять для развития себя как переговорщика?
3. Есть ли у вас личная книга « **От слов к сделке** »?

Ярослав Панькив  
тел.:89129216969

**Сайт: Pankiv.ru**

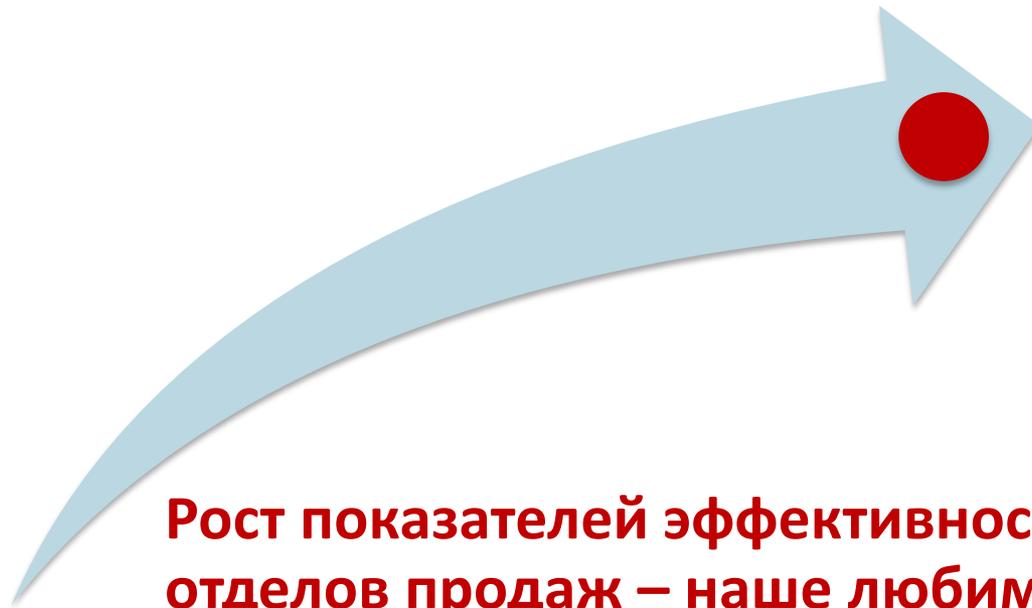
 **@уаранкив**



Рост показателей эффективности агентств недвижимости и отделов продаж застройщиков – наша любимая работа!

**Девиз саморазвивающегося сотрудника**  
**«ЖИЗНЬ КАК ТРЕНИНГ, КЛИЕНТ - МОЙ ТРЕНЕР!»**

**Ваши вопросы, пожелания, заявки на обучение**



**Рост показателей эффективности  
отделов продаж – наше любимая  
работа!**

**[уаранкив@gmail.com](mailto:уаранкив@gmail.com)**

**Ярослав Панькив т.89129216969**