

JAMESSON GOMES

REGRAS DO ESPECIALISTA

PARA CORRETORES DE IMÓVEIS



CORRETORES
em
TREINAMENTO

E-BOOK

Nº 0001 - MAIO/2020

SOBRE O AUTOR

JAMESSON GOMES



Olá, tudo bem? Meu nome é **JAMESSON GOMES**, sou formado em Gestão Imobiliária e Empresarial, executivo de venda, professor, palestrante, diretor pedagógico do CRECI-PE, associado à NAR - National Association of Realtors, membro CRS - Certified Residential Specialist e CIPS - Certified International Property Specialist, empresário e empreendedor por propósito. Sou fundador da **CORRETORES EM TREINAMENTOS**.

Com convicção, acredito em uma nova forma de exercer a atividade de corretagem imobiliária de uma forma mais leve, criativa, fora dos padrões e com boas práticas.

Escolhi essa profissão multidisciplinar, utilizando de ferramentas como meio e não como fim, por isso utilizo minhas principais especialidades para orientar e ajudar o profissional **CORRETOR DE IMÓVEIS** no seu dia a dia e, com isso, colher os melhores resultados. Assim, criei a primeira **REDE DE CORRETORES AUTÔNOMOS DE PE**, a **RCA**, e acredito que as melhores práticas e resultados surgirão dessa nova ferramenta.



Autor do livro **SEJA UM CORRETOR DE IMÓVEIS ACIMA DA MÉDIA**.



INTRODUÇÃO

O e-book 7 REGRAS DO ESPECIALISTA CORRETOR DE IMÓVEIS não é apenas uma história ou material de autoajuda para a profissão, mas, sim, um manual técnico e objetivo, que mostra a você, Corretor de Imóveis, a melhor técnica para trabalhar com os vendedores (proprietários) de imóveis tanto na intermediação da avaliação, como em caso de aluguel ou venda.

Já se imaginou aprendendo as melhores técnicas e ações para captar os melhores imóveis e, com isso, conquistar os melhores compradores? Não perca tempo com os clientes mais indecisos do mercado. Ajude realmente quem precisa dos serviços, os VENDEDORES.

As 7 regras do especialista é uma técnica adotada pela metodologia PECEI – Posicionamento Estratégico para Captação de Imóveis, formação aplicada pela Corretores em Treinamento, empresa de qualificação na educação profissional dos Corretores de Imóveis, que tem como seu idealizador JAMESSON GOMES.



AS 7 REGRAS DO ESPECIALISTA

Como em qualquer profissão, na corretagem imobiliária não seria diferente: há o foco principal e seus princípios. O seguimento é amplo, mas trabalhar os vendedores (proprietários) ainda gera os melhores e maiores resultados, juntamente com a credibilidade de seus clientes (vendedor e comprador). Por atender a uma necessidade, eles irão olhar para você como a melhor solução de seus problemas — desde que você consiga identificá-los. Caso contrário, não precisariam de sua ajuda, concorda?

Jamesson Gomes.

As 7 regras do especialista são:

1. POSICIONAMENTO
2. PROSPECÇÃO
3. CAPTAÇÃO
4. COMPRADORES
5. FECHAMENTO
6. DOCUMENTAÇÃO
7. GESTÃO DE ATIVIDADES



POSICIONAMENTO

Quais tipos de posicionamento existem?

Quais são os cuidados necessários a serem adotados ao fazer o levantamento da região?

Como obter a máxima visibilidade na esfera de influência (colegas de profissão + amigos + familiares + clientes) e tirar proveito disso?

Como se posicionar em um mercado em que a concorrência está cada vez mais competitiva e sair ganhando?

Como consolidar a sua imagem na região de posicionamento?

Como utilizar datas festivas (Páscoa, Natal, dia das crianças, das mães, dos pais, das mulheres etc.) para consolidar a sua presença no mercado?

Como obter ainda mais visibilidade? (Marketing pessoal)

Como planejar o posicionamento para ter o máximo de rentabilidade?

Qual é a importância de fazer o inventário da minha região de posicionamento?

Você consegue fazer tudo isso no seu posicionamento? Se sim, parabéns! Se não, este e-book é para você.



POSICIONAMENTO

Os tipos de posicionamento são dois:

Geográfico: aquele de um especialista de um bairro/região.

Demográfico: abrange a esfera de influências - Marketing Pessoal.

SEJA ESPECIALISTA EM UM SEGMENTO:

Especialidades (luxo, comércio, indústria, investimento...)

Esportes (Futebol, golfe, natação...)

Profissões (Médicos, arquitetos, advogados...)

Comunidades (Italiana, portuguesa, alemã...)

Depois de escolhida a região de trabalho, mantenha o foco, pois tudo o que nos afasta do nosso posicionamento é uma perda de tempo.

“Na profissão de CORRETOR DE IMÓVEIS o seu posicionamento também é importante, não é apenas o local onde você vai trabalhar, mas as especialidades que você pode acrescentar na sua vida profissional.”



PROSPECÇÃO

PARA QUE SERVE E POR QUE FAZÊ-LA?

Quais são as melhores regiões para trabalhar e ganhar muito dinheiro?

Quais os principais erros no posicionamento que podem pôr tudo a perder?

Aqui é onde fica o X da questão para os profissionais que trabalham com a corretagem imobiliária. A partir do momento em que você conseguir identificar essa falha, o sucesso é questão de tempo.

Para que fazer uma prospecção?

Para procurar vendedores e/ou compradores. Não devemos esperar que eles venham até nós. É preciso de proatividade.

E o que fazer?

Definir quem é a população-alvo a atingir e definir como pretende atingi-la. Todas as ações têm de ir ao encontro desse objetivo.



PROSPECÇÃO

O que pode deixar tudo a perder no posicionamento:

- 1) Não ter objetivos definidos (R\$ + Região de posicionamento);
- 2) Ser agente secreto, como 007, e não fazer parte da paisagem;
- 3) Desistir antes de ter começado (geralmente o resultado pode chegar de 12 a 18 meses após a prospecção);
- 4) Não ter um planejamento anual (listar guerrilhas, revistas, folhetos vendidos, patrocínios, outdoors, newsletter, carro etc.);
- 5) Não ser consistente (pelo menos ter um impacto nos primeiros 15 aos 30 dias);
- 6) Deixar publicidade para o lixo;
- 7) Não colocar a placa VENDE-SE e, ainda pior, não colocar a placa VENDIDO;
- 8) Comprar os problemas, críticas e insucessos dos outros;
- 9) Esquecer-se que o Sucesso... depende desse trabalho;
- 10) Sofrer de PROCRASTINAÇÃO (deixar para amanhã o que se pode ser feito hoje).



PROSPECÇÃO

Na prospecção, a grande sacada é você fazer parte da paisagem, então o material de guerrilha, nessa hora, é de extrema importância.

Não faça divulgação rápida ou demore muito a apresentar a sua presença na área escolhida, como tomar um cafezinho na padaria, almoçar em vários restaurantes da sua região, conversar com donos de estabelecimentos comerciais (tais como: escolas, posto de gasolina, supermercado e outros).

A prospecção é o seu Marketing Pessoal, nele você vai jogar todas as iscas para que os clientes saibam que você pode ajudá-los. Lembre-se: para isso, você precisa estar preparado.

É nessa hora que você, profissional, se tornará a referência para o seu posicionamento.



CAPTAÇÃO

CAPTAR É MAIS DO QUE UMA ARTE

Pré-Qualificação: telefonar para FSBOs (venda direta pelo proprietário).

Primeira visita: Apresentação + Qualificação + Argumentação.

Segunda visita: Apresentação dos Serviços + Fechamento.

Tenha cuidado ao fazer as fotos.

Promoção/ Plano de Marketing.

Técnicas para ultrapassar objeções.

Aluguéis + Referências (indicações).

Visitas (Captação).



CAPTAÇÃO

DICAS PARA CAPTAR COM EXCLUSIVIDADE E AUMENTAR A SUA PRODUTIVIDADE

- Pré-qualificar os clientes no telefone.
- Na primeira visita: apresentar e qualificar o proprietário.
- Fazer uma primeira abordagem que cause impacto.
- Apresentar os serviços e evitar discussões.
- Fazer uma avaliação pelo método comparativo e pelo método do rendimento.
- Passar referências e apresentar a concorrência.
- Tirar boas fotografias dos imóveis.

Por onde começa o nosso negócio?

O fechamento e o começo do negócio começam aqui, na
CAPTAÇÃO.



COMPRADORES

TRABALHANDO COM OS COMPRADORES

Precisa conseguir mais encontros pelo telefone.

Cuidados ao estar no plantão para ter mais sucesso.

Cuidados a ter na qualificação, roteiros para ajudar na investigação.

Identificar o perfil do cliente e introduzir o diálogo.

Dicas para visitantes eficazes:

60% DOS COMPRADORES mudam de comerciais por causa da atitude destes. Os compradores apenas podem mudar por si só se mudarem de residência ou de local de trabalho, se se divorciarem, se morrerem, se deixarem de existir a necessidade que tinham antes... Todos os restantes casos ocorrem por causa do comercial.



COMPRADORES

ATITUDES PARA UM ATENDIMENTO PROFISSIONAL

Chegar antes para preparar tudo com a devida antecedência: Verificar o WC e colocar um ambientador (todos, durante o dia, devem cuidar desse espaço, mantê-lo sempre limpo, porque é a nossa empresa, assim, caso um cliente o visite, ficará com uma boa impressão); Verificar cartões de visitas; Se tiver um expositor personalizado, colocá-lo em cima da mesa de atendimento; Colocar revistas do mês e publicidade na caixa exterior da loja. Isso acontece no plantão de vendas como também em um imóvel usado e desocupado. No primeiro contato temos apenas uma oportunidade para causar boa impressão.

7 primeiros gestos: Boa apresentação pessoal (retocar maquiagem/compor o nó da gravata, verificar dentes, cabelo etc.);

7 primeiros passos: Caminhar seguro, olhar para o cliente e dar um aperto de mão firme (com ligeira pausa);

7 primeiras palavras: Palavras bem colocadas e joviais (ex.: “seja bem-vindo, pode acompanhar-me, por favor?”)



FECHAMENTO

ESCUTAR E OBSERVAR

É frequente pensar-se que um comercial tem que ter muito papo, mas as pessoas preferem ser ouvidas do que aturarem um tagarela. Um bom vendedor sabe, para além de tudo, escutar. Trata-se de ouvir com atenção, pois podemos ouvir e não escutar. Além disso, é importante observar.

ROTEIRO DE INVESTIGAÇÃO

Rapport – Criar empatia (colocar-se no lugar do outro);

Linguagem neurolinguística e linguagem corporal;

Escute mais do que fala (prefira ser rei do seu silêncio a ser escravo das suas palavras). Anote tudo (não confie na sua memória). Faça perguntas abertas, fechadas, do tipo sim/não.

“Já imaginou os COMPRADORES solicitando um contrato de prestação de serviço na compra do seu novo imóvel? Seria estranho, certo? Trata-se de um papel do proprietário”.



FECHAMENTO

VAMOS PARA MAIS UM FECHAMENTO

Dicas de ouro para fechar o negócio rapidamente e com o menor número de inconvenientes para todos nós, colegas e clientes.

Depois de fazer uma pergunta de fechamento, há o SILÊNCIO.

Por isso, deixem que seja o cliente a quebrar o silêncio e quem irá oferecê-lo para a sua relutância e hesitação.

Exemplo: Fechamento de uma proposta: O valor é muito caro! Em vez de 320.000, ofereço 280.000. Os móveis da cozinha são muito antigos! Não gosto deles. É preciso reparar a banheira!

Como utilizar a Técnica IO (Isolar Objeções) e ultrapassá-las.



FECHAMENTO

O PRIMEIRO A FALAR PERDE

Depois este cliente irá achar que vocês são o máximo.

É trabalhoso passar de besta a bestial, mas muito fácil de passar de bestial à besta. Agora, vocês é que escolhem.

Se o comprador quiser fazer uma proposta pelo valor de venda, ótimo, porque mesmo que o proprietário queira desistir da venda, ele terá de nos pagar a nossa comissão.

Mas se o proprietário, na altura da captação, aceitou um valor de venda mais baixo do que aquele que ele pretendia, fruto da vossa excelente argumentação, e se vocês não o avisarem no momento da angariação (captação), podem pedir ao comprador que faça uma proposta mais baixa ou escrevem vocês a proposta mais baixa no papel que vai para o nosso colega e gerirem depois a situação (cuidado com isso!).



DOCUMENTAÇÃO

O IMÓVEL IRREGULAR — COMO REGULARIZAR E OS TIPOS DE PROBLEMAS

Quem comprou um imóvel ou quer vender um, provavelmente já descobriu que muitos problemas deixam o bem irregular. A falta de documentação, seja do habite-se ou a escritura, está no topo dessa lista. Mas a boa notícia é que você pode regularizar tudo isso. Nem sempre o custo será baixo, mas, ao deixar a situação do imóvel em dia, você garante que não perderá tanto dinheiro na venda. Por isso, confira seis casos em que o imóvel pode ser considerado irregular pela justiça e saiba o que você pode fazer em cada situação.

COMO REGULARIZAR SE A COMPRA DO IMÓVEL FOI FEITA POR CONTRATO DE GAVETA

Isso acontece quando você compra ou vende um imóvel que estava em financiamento sem que o banco faça a transferência dessa dívida. Então, é feito um acordo informal, que não pode ser registrado oficialmente, o contrato de gaveta. O risco maior nesse caso é o de que o comprador, por lei, não se torna proprietário do imóvel.



DOCUMENTAÇÃO

Então, como o vendedor continua sendo o proprietário, ele teria o direito de vendê-lo a outros interessados se quisesse aplicar um golpe, entre outros riscos. Por isso, procure registrar qualquer tipo de acordo e, para o caso aqui tratado, uma saída é pedir ao vendedor que faça um contrato deixando clara a venda do imóvel, os valores e todos os outros pontos que forem definidos.

CARTÓRIO DE REGISTRO DE IMÓVEIS: Um cartório de registro de imóveis é uma repartição pública ou privada que tem como finalidade guardar documentos de imóveis de toda a natureza para fins de registro e histórico deles.

Quando em caso de venda ou compra de uma casa, apartamento, fazenda ou outro, faz-se necessário averbar em documento próprio quem vendeu, o que vendeu e para quem vendeu. Essas informações são valiosíssimas e serão usadas posteriormente em caso de nova venda, modificações no imóvel, mudança de status de proprietários, entre muitas outras situações em que seja necessário averiguar tais informações.



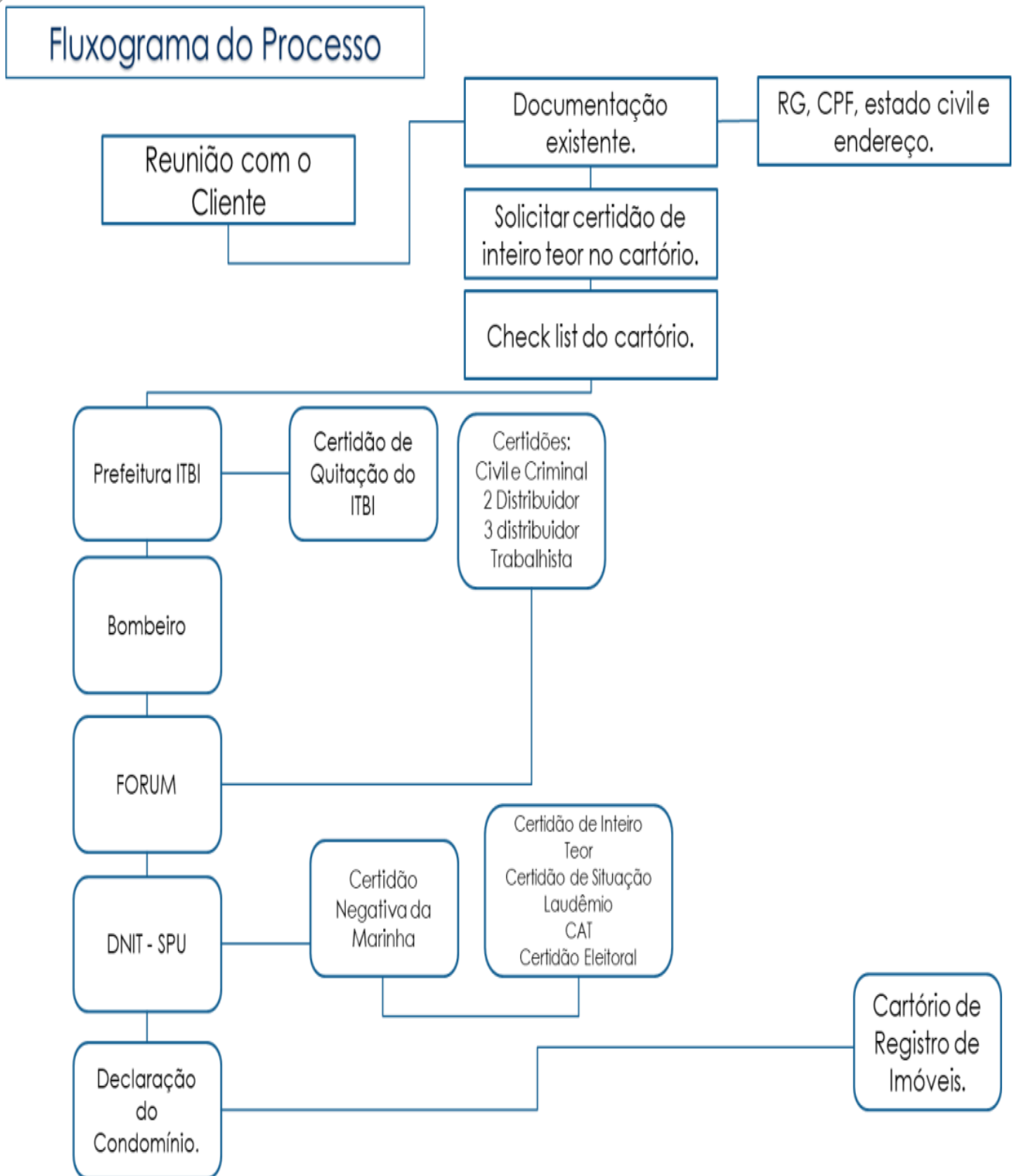
DOCUMENTAÇÃO

Além de registrar e guardar os documentos, é o cartório que emite certidões e matrículas dos imóveis, atestando a fé pública, que é uma espécie de garantia de que as informações são verdadeiras e, portanto, pode-se dar fé ou acreditar nelas.

CARTÓRIO DE NOTAS: TABELIONATO DE NOTAS, também chamado como CARTÓRIO DE NOTAS, OFÍCIO DE NOTAS ou SERVIÇO NOTARIAL. Nele são feitas as escrituras públicas, os testamentos, procurações, atas notariais e as autenticações de documentos e reconhecimento de firmas. Segue abaixo um fluxograma simples para regularizar e vende um imóvel de uma forma simples.



DOCUMENTAÇÃO



GESTÃO DE ATIVIDADES

PREPARAÇÃO DA MENTE

Acordo com músicas estimulantes. Exemplo: Bob Marley - Don't worry be Happy, Love Generation – Bob Sinclar ou Happy – Pharrell Williams. No despertador, é possível colocar imagens e vídeos (objetivos/sonhos). Faço uns rápidos exercícios de alongamentos. Enquanto faço a minha higiene matinal, leio frases no espelho.

Por que isso?

A mente consciente tem sempre a habilidade de analisar, rejeitar ou aceitar, mas a mente subconsciente absorve tudo, aquilo que achamos que não ou que não damos tanta importância.

No elevador, olho para o espelho e brinco: você é um cara bonito. Relembro-me, em voz alta, quais são os objetivos do dia. Eu nem sempre tomava o café da manhã em casa, porque fazia-o junto à minha zona de posicionamento e dava uma volta a pé e de carro, para ver se havia novos FSBOs e controlar os expositores. Depois, começava o dia com as chamadas que ficaram em falta do dia anterior, rotina diária, visitas, CPVC, refeições, academia etc.



GESTÃO DE ATIVIDADES

GESTÃO FINANCEIRA

Você tem objetivos definidos para o próximo ano?

Sem objetivos definidos, não sabemos para onde ir, certo?

Escreva os seus objetivos para os próximos seis meses e doze meses (um ano).

Conselho: Abrir uma subconta bancária, para colocar lá o dinheiro das minhas despesas fixas + impostos. Crie blocos de tempo, semanais, mensais e anuais. No domingo, prepare sempre a semana seguinte e, à noite, reveja sempre as tarefas do dia seguinte. Por vezes, acumulavam-se as do dia anterior.

Numa reunião que começa, por exemplo, às 14h, avise, logo no início da visita/encontro/reunião, que: sabe que terão cerca de 50 minutos para conversar/fazer a visita, porque depois terá um compromisso, por exemplo, às 15h. Assim, se perceber que não dará em nada e começar uma conversa, já terá uma desculpa para se despedir mais depressa.



GESTÃO DE ATIVIDADES

NEWSLETTER VIA E-MAIL OU POR CORREIO

E-mails que informem, aos clientes, amigos e familiares, que ganhei um prêmio, ou que a nossa agência o ganhou, é um exemplo que demonstra autopromoção.

Enviar e-mails informando-os que fiz mais uma nova formação para servir melhor os meus clientes, ou e-mails com mensagens de dia da criança, do canhoto, da mulher, da páscoa etc.

Tudo é motivo para enviá-los. Cada cliente é um amigo fácil. Faça com prazer e torne isso contagiante. Mantenha uma motivação constante, aguarde os não e encare-os como um desafio, não como uma reeleição. Encante o cliente, crie emoções.



GESTÃO DE ATIVIDADES

TREINAMENTOS, APLICATIVOS E OUTRAS TECNOLOGIAS

Com o advento da tecnologia, fica difícil dizer qual é a melhor ferramenta, mas a minha orientação é a de utilizar aquelas que estão em evidência no mercado imobiliário. Um bom CRM, que possa ligar você a empresas e outros corretores, aplicativos que gerem comunicação entre os profissionais, podendo gerar network, além dos portais imobiliários — aqueles que melhor se encaixarem no seu bolso e em sua área de atuação no mercado. É importante frisar que, no entanto, nem sempre o barato é o melhor.

Ficam aqui algumas dicas: Homer, Ingaia, RCAPE, Portal do CRECI, OLX, ZAP Imóveis e outros.



Apoio institucional:



Realização:

