

Seguimiento de prospectos

**¡Una fórmula de éxito
que elevará tu negocio!**

JUAN NAVIA
Mr. Broker

Seguimiento de prospectos

Esta es un área que muchos vendedores descuidan, es importante saber que al menos el 70% de su negocio vendrá a través de un seguimiento de prospectos adecuado.

Existen varias razones por las cuales las personas descuidan su seguimiento de prospectos:

1. Tienen demasiados "prospectos" y se sienten abrumados y exhaustos.
2. Los prospectos que tienen son malos, por lo que no les entusiasma llamarlos.
3. No tienen un sistema organizado que los ayude a trabajar con los prospectos de manera eficiente.
4. No tienen un tiempo designado de seguimiento de prospectos en su calendario.
5. Simplemente no lo convierten en una prioridad.
6. Lo hacen una vez al día, en el mejor de los casos, a la misma hora del día, por lo que rara vez alcanzan a conectar los buenos prospectos.
7. Lo intentan una o dos veces y luego se rinden.
8. No son inspiradores y no llevan a sus prospectos a la acción.
9. No están pidiendo referidos a sus clientes potenciales.



Si usted es una de esas personas que tiene problemas para manejar su seguimiento de prospectos, comience por hacer que el seguimiento sea su primera actividad del día, y luego continúe con él resto de sus actividades.

Si realmente desea maximizar su negocio por medio del seguimiento de prospectos, reserve tiempo adicional en la mitad del día y en las noches al menos dos veces por semana y los sábados por la mañana al menos una vez al mes.

Estableciendo Un Sistema

Los sistemas de CRM, como Top Producer o Wise Agent, son excelentes maneras de almacenar notas y recordarle de llamar. Sin embargo, también puede ser útil tener una lista visual de clientes potenciales, escrita a mano.

Considere mantener sus prospectos en una pizarra.

Dele prioridad a sus diez prospectos principales al comienzo de cada semana: averigüe quién debe quedar bajo contrato, quién debe ser eliminado de la lista y quién debe agregarse. ¡Sea selectivo!

Llame a estas personas todos los días, si es necesario, hasta que las convierta.

Comprométase a sí mismo que no saldrá de la oficina al final de cada día hasta que los nuevos prospectos se coloquen en su sistema para el seguimiento.



DEFINIENDO UN PROSPECTO

La definición de un cliente potencial de cada persona es ligeramente diferente y cambia según la época del año. Muchos agentes solo consideran a alguien un buen prospecto si pueden convertirlo dentro de los 30 próximos días.

Si es nuevo en el negocio, puede estar dispuesto a considerar clientes potenciales que se pueden convertir en 90 días, o incluso más, pero recuerde que la mayoría de los clientes potenciales a largo plazo tienen tasas de conversión muy bajas.

También debe considerar la época del año: no es raro que un prospecto de mediados de noviembre tarde más en convertirse debido a las vacaciones. Está bien doblar un poco sus pautas en esta época del año.

Su Libreto de Seguimiento

Cuando llame a sus clientes potenciales, iese agresivo! Su objetivo es lograr que tomen acción lo antes posible.

No les recuerde las excusas que dieron, puede que no hayan sido ciertas para empezar o que las cosas hayan cambiado, en lugar de eso, pregúnteles: "¿están listos para poner su casa en el mercado y venderla?"

Sea presuntuoso, entusiasmado y tenga una lista de razones por las que deberían hacerlo ahora. Asegúrese de que la lista sea apropiada para las condiciones actuales del mercado y la época del año.

Si lo posponen, haga preguntas para averiguar si vale la pena conservarlos y luego reclasifíquelos para el futuro.

Por ejemplo, cuando un cliente dice "No estoy listo", pregúntele:

- "¿Cuándo estará listo?"
- "¿Por qué es importante ese plazo?"
- "Aparte de eso, ¿hay algo que le detenga?"
- "Si piensa que ahora es un mejor momento financieramente, ¿lo consideraría?"
- "¿Podemos encontrarnos y mirar los números para ver si tiene sentido seguir adelante?"
- "Si hago un buen trabajo manteniéndome en contacto y manteniéndolo informado, ¿me permitirá ayudarlo cuando esté listo?"
- "Excelente. Te volveré a llamar el [fecha]. Por favor, avísame si hay algo que pueda hacer por usted mientras tanto."

A medida que hace estas preguntas, busque determinar si su objeción es una condición verdadera (sobre la que no puede hacer nada) o simplemente una postergación (que puede superar).



ELIMINANDO PROSPECTOS

Las preguntas anteriores también son importantes como una forma de asegurarse de que el cliente potencial no lo está usando sin ninguna intención de trabajar con usted.

Si le pregunta a un prospecto si le permitirán ayudarlo y todavía recibe respuestas vagas, probablemente no se comprometerán.

Seguimiento de prospectos

Haga una última pregunta para asegurarse:

- "¿Quieres que le devuelva la llamada?" Si dicen "no", ¡abandónelos y siga adelante!"

Solía decirse que la mejor herramienta para el seguimiento de prospectos era un gran bote de basura, ahora es su botón "Eliminar".

¡Úselo cuando sea necesario!

Las personas a menudo preguntan si hay algún problema en mantener los prospectos eliminados en su correo electrónico. Esto está completamente bien, es gratis y fácil, así que manténgalos allí por si acaso.

¡Sin embargo, asegúrese de que no obstruyan su seguimiento diario!

Algunos comentarios adicionales:

Puede encontrarse a menudo con prospectos que son buenos pero no son el tipo de cliente, precio o área con la que desea trabajar. Refiera a estos prospectos; es mejor ganar un poco de dinero con ellos en lugar de dejarlos acumular en su escritorio.

Si se enfrenta a una montaña de prospectos antiguos y necesita ayuda, dele un montón de ellos a su prestamista o un agente novato que quiera ayudarlo y solicite ayuda con el proceso de selección.

Finalmente, haga un seguimiento de los contactos entrantes de los letreros, anuncios e Internet de inmediato. Si se conecta con ellos dentro de los cinco minutos posteriores a su intento de comunicarse con usted, las tasas de conversación se triplicarán!

JUAN NAVIA
Mr. Broker