

## הורדת מחיר:

לפני שנתחיל, בואו ניכנס רגע לעומק הדברים על מנת ללמוד את הלקוח בצורה הטובה ביותר.

בתחילת כל תהליך בחיים שלנו, אנחנו חוששים ומלאי טעיות, האם אני יצליח, איך התהליך יהיה?  
עלינו לזהות את הכאב של הלקוח, על מנת להשתמש במידע זה כטכניקות להורדת המחיר.

לדוגמא: לקוח ששואל אתכם ומציק לכם כל הזמן מה קורה עם הקונים- משמע חושש שלא יגיעו קונים.

באחת הטכניקות שנלמד היום, שקפו לו תמונה שבה ביצעתם כמה שיותר פעולות שיווק, ובכל זאת קונה אחד לא התקשר, כלומר יש פה פקטור אחר שהוא לא השיווק שמונע מלקוחות להתקשר לנכס!

בנוסף עלינו לזכור היא המוטבציה של הלקוח היא פקטור מאוד חשוב בנושא המחיר, לקוח בלי מוטיבציה כלל, סביר להניח שרק כאשר יתייחס אולי יוריד מחיר, מה שיכול לקחת המון זמן.

**אבל חשוב לזכור- החיים דינאמיים, והמוטיבציה משתנה כל הזמן!!**  
לכן נלמד כעת כלים וטכניקות שיעזרו לנו לבדוק כל הזמן את פקטור המוטיבציה.

### • **בניית אמון- עדכון שבועי:**

קבעו אם הלקוח יום בשבוע שבו אתם נותנים לו עדכון שבועי על התהליך!  
חשוב שהיום הזה יהיה קבוע שהלקוח ירגיש שיש לו פינה קבועה!  
שמירת קשר רציף עם הלקוח, בונה אמון, הרבה פעמים לא נעים לנו להתקשר ולספר ללקוח את המצב האמיתי אבל בשורה התחתונה זה הרבה יותר חשוב לדבר איתו מאשר שירגיש שחתם למישהו שנעלם לו.  
המטרה- בכל שבוע תגלו עוד נקודות כאב שלו, ושם תגעו. כמו כן השיחה השבועית היא מעולה למעקב אחר המוטיבציה של המוכר.  
כיצד עושים זאת- בכל שיחה שקפו לו הכל! ספרו לו על פעולות השיווק שעשיתם, על השינויים בשוק שקרו, על דירות נוספות שיצאו למכירה, והכי חשוב- שקפו לו על רמת ההתעניינות בנכס! כמה קונים פנו (או לא פנו בכלל), וספרו לו רק בעייני הקונה מדוע לא הגיע לראות את הנכס.  
לדוגמא: "התקשרו 2 קונים השבוע, שניהם מחפשים דירה כזאת, אחד מהם אמר לי שהמחיר גבוה לתקציב שלו, והשני אמר שבעיניו המחיר גבוה ביחס לדירות אחרת שזהות לדירה הזאת"  
בשיחה השבועית אספו מידע מהמוכר, מהתגובות שלו, ואל תשכחו מי שלא פועל- זה לא יקרה! לכן נסו להוביל את הלקוח להורדת מחיר.

### • **פגישה והבאת נתונים מהשטח:**

אנקדוטה חשובה - ההבדל בין השיטה הזאת לשניה מלמעלה, היא שהמוכר לא יכול להגיד שהקונה לא מבין, כי אתם כבר מכניסים את הידע המקצועי שלכם והסמכות המקצועית שלכם.

קבעו פגישה בבית הלקוח- המאמץ שלכם רותם את הלקוח!  
מה עושים?

הראו ללקוח בצורה חזותית וברורה את הנכסים שנמכרו באיזור שלו (אם יש לכם תמונות עוד יותר טוב) ובנוסף תראו לו במקביל דירות שמוצעות למכירה, אך רק את אלו האטרקטיביות יותר מהדירה שלו.  
כיצד עושים זאת?

שמים את המוכר בנעליו של קונה, כלומר שקפו למוכר כיצד הוא יתנהל כקונה. "מכרת את הנכס, ותיצא לראות נכסים, הרי תצטרך לקנות נכס נכון? ברגע הזה כנראה שלא תקנה את הנכס הראשון שתראה, אלא תרצה לראות כמה. ברגע שתראה כמה, תיחשף לכל מחירי השוק, ולכל הנכסים המוצעים למכירה. האם אתה כקונה תהיה מוכן לשלם יותר ממחיר השוק? או כקונה תרצה לחפש נכס יותר זול? ולשפץ לטעמך? ובייחוד כשיש נכסים יותר אטרקטיביים, לא בטוח שתראה לשלם יותר" <=> המטרה בשיקוף לעלות לו את כל המחשבות שהקונה חושב עליו. עוד נקודה חשובה:

תחזירו את המוכר לנקודה בה רכש את הבית, נקודה לפיה ברוב הסיכויים קיבל דירה שלא תואמת לטעמו האישי והוא השקיע בה. כעת צריך להסביר כי הקונים שיגיעו לדירה, בסבירות גבוהה יחשבו כך גם כן! וכפי שהוא לא רצה לצאת "פראייר" ולשלם יותר על עיצוב של מישהו אחר, כך גם הם.

#### • קרש מקפצה:

שיטה נוספת לערער את המוכר על ידי הסבר כיצד מהווה קרש מקפצה לשאר הנכסים.

גם פה צריך לבוא עם נכסים אחרים אטרקטיביים יותר למכירה, ואפילו לשתף בסיפורים אישיים איך מוכר פספס קונה בגלל זה, כאשר הלך וקנה דירה אחרת, זולה יותר.

הסבירו למוכר שבכל הזמן הזה שהוא עומד על המחיר, הוא מהווה אחלה מקפצה לשכנים שלו, שמציעים גם את הבית למכירה במחיר טוב יותר. כך בעצם קונים שרואים את הבית שלכם, מן הסתם רואים נכסים נוספים ונחשפים למחירי השוק, ובקלות רבה ייקנו את הבית של השכן שלכם, כיוון שהמחיר של השכן אטרקטיבי יותר כאשר מבקש סכום נמוך יותר משלכם. אתה כמוכר מרים לנכסים אחרים בשוק ומקדם את המכירה שלהם! אתה מפספס המון קונים שיכול להיות שהיו קונים את הנכס שלך אם המחיר לא היה כל כך מרתיע.

מה גם שלא בטוח שכל הקונים מגיעים אלייך, הרי שהם גוללים ביד 2 הם נחשפים לכל מחירי הדירות ומבינים מה הוא מחיר ריאלי, ברגע שמגיעים למודעה שלך לא בטוח שבגלל ירימו שיחה, ואז הפספוס גדול.

#### • שריפת נכס:

הסבירו למוכר שככל שהנכס נשאר על המדף, הוא אינו אטרקטיבי כבר, כיוון שכמו שלו לוקח זמן למכור את ביתו, גם לקונים לוקח זמן למצוא את ביתם והם בוחנים ורואים טוב מאוד את הבתים בשוק, שמים לב מי מבקש מחיר מופקע ומי הגיוני ולפיכך בוחרים.

כאשר הנכס של המוכר נשאר זמן רב בשיווק, במקרים רבים גם אחר כך, כאשר יחליט להוריד מחיר, לא ייתנו לו את המחיר המתאים לבית, כיוון שהוא עומד זמן רב על המדף ונראה שיש בו "בעיה" כלשהי. זאת אתם חייבים להסביר ללקוח. כיצד אפשר להוריד את המחיר בהסבר זה?

הציעו למוכר שלכם הצעה, בוא נוריד מחיר (קבעו כמה בהתאם למחיר שיהיה ריאלי), ואתם תחדשו את כלל הפרסומים, כלומר תשנו את התמונות, תכתבו מלל מחדש, במטרה שהנכס יראה כנכס חדש למכירה.  
מטרת ההצעה היא לרתום את המוכר, להראות לו שאתם לא רק באים להוריד אותו במחיר, אלא באמת עושים את המקסימום בשביל שהנכס יימכר.

### **תיאום ציפיות!**

סוכנים רבים מפחדים לעשות תיאום ציפיות עם הלקוח, שלא יחליט בסוף לא לתת להם בלעדיות .

תיאום ציפיות חכם, ימנע את חוסר הידיעה של הלקוח למחירי השוק ובכך אם בתקשורת השוטפת שלכם, לא יגיעו קונים לדירה, הוא ישייך זאת ישירות למחיר ולא רק לשיווק שלכם.  
חשוב לציין שמחובתכם לשווק את הנכס ולהציג את מאמצי השיווק כלפי הלקוח, כך יעריך אתכם עוד יותר.

**חשוב להגיד** שישנה חשיבות רבה למוטיבציה של הלקוח שלכם למכור את הנכס. אך אם אין ללקוח מוטיבציה, הסבירו לו מה הוא עלול להפסיד מכל המהלך וכמה זה עלול לפגוע לו ביום בו פתאום יירצה למכור את ביתו באמת.

### **דבר אחרון-**

שימו לב שבסוף כל טכניקה עליכם לחתור למגע, כלומר לא רק להשתמש בטכניקות ולהשאיר את זה באוויר, עליכם גם להניע ולהיות אלו ששואלים לדוגמא: "מה אתה אומר, נעדכן מחיר ונבחן את השוק?"  
אל תחכו שהמוכר יפנה אליכם בבקשה להוריד מחיר- כי זה לא יקרה!  
תדחפו לזה אתם.  
אם המוכר לא זורם איתכם ועל כל דבר מתנגח- כנראה שהאמון בניכם לא מספיק חזק, השקיעו יותר בשיחות השבועיות!

### **בהצלחה!**

**כאן בשבילכם,  
לידאון**

**מוזמנים לעקוב אחרינו:**

<https://www.facebook.com/leadonisrael>