Quantum
crescimento
de negócios

Azuil Barros
Partner & Director Geral

Transformando A Forma Como O Mundo Faz Negócios

www.QuantumCrescimentoNegocios.com

the Quantum organization

Resultado Esperado do Seminário de Hoje

Optimização do Processo de Angariação e Fidelização de Interessados

"A velocidade com que anda de bicicleta depende da rapidez com que pedala e da mudança que está engrenada."

Constatações:

- Sabe qual a mudança em que está, no presente, engrenada a sua bicicleta?
- É sempre possível passar para a mudança seguinte, o que lhe permite ganhar mais velocidade com menos esforço.

"O Máximo que conseguiu até Hoje, NÃO é o seu Máximo."

Adelino Cunha.

the Quantum organization

Quem são os nossos Clientes (Interessados)?

- Os Interessados na Aquisição.
- Os Interessados na Venda.
  I. Cada grupo têm necessidades, quereres, vontades e receios específicos;
     - Investimento elevado – pressão elevada no processo de tomada de decisão;
  II. Temos 2 negócios: Angariação e a Promoção (Venda).
  III. Os negócios são complementares, mas DIFERENTES.

the Quantum organization

Que questões críticas têm os Interessados que responder nas suas mentes antes de fazerem negócio connosco?

1. Quero os benefícios que este imóvel proporciona?
2. Este imóvel é o certo para mim?
3. O proprietário actual não me levanta dúvidas sobre a informação que me está a passar?
4. Esta empresa de mediação é a empresa certa para me mediar?
5. Você é o mediador certo para me mediar a compra?
6. É este o preço certo parar eu pagar pelo imóvel?
7. É esta a altura certa para comprar (investir)?
8. Como é que eu pago o imóvel?
9. E se não for a opção certa para mim, não gostar, não quiser ou mudar de ideias?
10. Como é que posso assegurar-me de que estou a obter o melhor valor pelo dinheiro que estou prestes a gastar?
11. Porque haveria eu de negociar consigo, em vez de toda e quaisquer outras opções que eu tenho... incluindo não fazer absolutamente nada?
12. Quais são os erros mais comuns que os outros cometem quando compram imóveis?
13. Como é que eu posso evitar cometer esses mesmos erros?

Por qual das categorias dos Interessados devo começar? Pelos que têm imóveis para vender ou pelos que os querem adquirir?

Vejamos as 2 primeiras Questões Críticas…

1. Quero os benefícios que este imóvel me proporciona?
2. Este imóvel é o certo para mim?

Então, a minha primeira função é adquirir Interessados na Venda dos Seus Imóveis – ANGARIAR.

Que tipo de Interessados?

- Interessados com "bons" imóveis.

Porque a aquisição de um imóvel tem por base uma decisão de compra com elevada pressão para o decisor (ou melhor, decisores), o comprador ambiciona encontrar o "**imóvel certo**".

the Quantum organization

O que os nossos estudos indicam…

1. Os nosso estudos demonstram-nos que há uma correlação DOMINANTE entre a quantidade e qualidade de imóveis angariados e o crescimento da facturação da Mediadora - cerca de 73%.

2. O sucesso dos nossos DOIS negócios depende essencialmente do negócio da angariação.
3. Independentemente dos esforços e recursos que despendemos na venda, estes apenas têm um impacto de 27%.
4. O funcionamento em rede, porque junta o "stock" facilita a resposta às duas primeiras questões.

Como é que eu construo o meu plano de acção para adquirir e fidelizar mais interessados?

Só há 2 hipóteses:

- ✓Ou, sou um caçador;

- ✓Ou, sou um agricultor.

Qual é a escolha certa?

the Quantum organization