

1. LA CAPTACIÓN

Identificación de producto

1.1. Lo más importante de este negocio es tener buen producto.

1.2. Necesitamos captar viviendas para luego poderlas ofrecer a las familias que las solicitan. Es lo primero que debes aprender de este oficio tan apasionante.

1.3. Las viviendas se encuentran en el barrio y no vienen a buscar-nos a la oficina por lo que debemos ser nosotros quienes salgamos en su busca.

1.4. Todos los días, el director de la oficina asignará la calle o zona de captación indicando, con la mayor precisión posible, el número de la calle de inicio y el de finalización como mínimo. Lo hará con cada uno de los asesores que vayan a salir a captar.

1.5. Siempre que le sea posible, el director de la agencia captará en compañía de un asesor. Cada mañana con uno diferente, a fin de conocer las diferentes zonas de trabajo y tener una visión realista y actualizada de tipos de vivienda, precios, demandas, dificultades de captación, el vecindario, eficacia en el reparto de publicidad, presencia de la agencia inmobiliaria en la zona (cartelería y revis-

tas) y todo cuanto atañe al desempeño de sus obligaciones como director.

1.6. Los asesores deberán tener asignada una zona de captación. Dicha zona podrá ser rotativa o fija, según criterio del director de la agencia o el jefe de equipo, que se basará en las características del mercado local y sus asesores para tomar la decisión en un sentido u otro. En el caso de ser zonas rotativas deberá tener fijado el ciclo de rotación correspondiente.

1.7. Si trabajan por el procedimiento de asesor-zona (cada asesor tiene una zona asignada) los asesores sólo pueden captar en la zona que les haya sido asignada y no en otra. En el caso de que, circunstancialmente, tuvieran conocimiento de una vivienda a la venta en la zona de otro asesor o, incluso, de otra oficina de la misma enseña, lo pondrán en conocimiento de su director.

1.8. La captación se realizará por las mañanas de _____ a _____ horas. En caso de que el asesor no tenga citas por la tarde para mostrar viviendas, ni otra ocupación relacionada con la venta, deberá captar también por la tarde.

1.9. Salvo fuerza mayor (por ejemplo falta de asesores o sobreocupación de los asesores en servicio) el trabajo de captación en zona se llevará a cabo por parejas. Dichas parejas serán diferentes cada día. Según la zona donde se capte, las viviendas captadas se computarán al titular de esa zona. El director o el jefe de equipo deberá asegurarse, por tanto, que los asesores frecuentan las zonas de manera proporcional.

1.10. Puntualmente, el director podrá dirigir a todo el equipo a captar a una determinada zona. Esto deberá hacerse en función de las necesidades concretas del momento.

- Demanda creciente en una zona donde tenemos pocas viviendas
- Necesidad puntual de un cliente en una vivienda en una zona donde tenemos poco producto
- Apertura de nuevas zonas de venta
- Zonas de venta con un tipo de producto alternativo

Debemos insistir en el carácter puntual de esta medida o, de lo contrario, trabajaremos siempre a contracorriente. Debemos pensar, además, que no tener producto en un determinado lugar suele ser la consecuencia de una mala planificación del trabajo en zona.

1.11. En las viviendas identificadas como «posibles a la venta» de las que no podamos localizar al propietario ni consigamos sus datos —teléfono, dirección actual...—, se dejarán tarjetas o notas que permitan a éste ponerse en contacto con nosotros tan pronto como la encuentre. Dichas notas deberán rezar:

Tenemos varias familias que podrían estar interesadas en la compra de su vivienda.

Deberemos, así mismo, adjuntar un teléfono móvil.

Las notas se dejarán bajo la puerta de la vivienda y en el buzón.

A estas viviendas se les realizará un seguimiento periódico, preguntando a los vecinos si han vuelto a ver al propietario, dejándoles notas también a ellos y volviendo a pasar notas por debajo de la puerta, por si otros asesores de otras inmobiliarias las hubiesen retirado.

Así mismo, se tratará de localizar a los propietarios mediante directorios telefónicos, Internet, registro de la propiedad y cuantos medios tengamos a nuestro alcance.

1.12. La documentación necesaria para el trabajo en zona será:

—**Hoja de barrido.** Donde se detallarán la totalidad de las fincas en las que se pregunte. Se anotará el número de porteros electrónicos y el porcentaje de aquellos donde tuvimos contestación, tanto si ésta es positiva como si es negativa. En caso de identificar una posi-

ble vivienda a la venta se anotará como identificada y pasaremos a cumplimentar el documento de identificación. (Este documento está disponible en el CD de documentos para inmobiliarias de Formas-ventas).

—**Documento de identificación.** Donde anotaremos la mayor cantidad posible de datos del propietario de la posible vivienda a la venta.

—**Revistas de nuestra inmobiliaria.** (Si las tenemos) Que mostraremos a los propietarios y podremos distribuir en establecimientos con el fin de conseguir su amistad y futuras informaciones de viviendas a la venta.

—**Hoja de peritaje.** Por si tuviéramos que realizarlo en ese mismo momento.

—**Mandatos de encargo.** Autorización, agente único y contrato de exclusiva.

1.13. La identificación de viviendas a la venta se basará en lo siguiente:

—Preguntaremos mediante los porteros electrónicos.

—Nos informaremos en establecimientos de la zona.

—Preguntaremos a vecinos y paseantes.

—Tocaremos las puertas de las fincas.

—Inspeccionaremos visualmente las fachadas en busca de letreros de particulares o de otras inmobiliarias.

—Inspeccionaremos buzones repletos de correspondencia, viviendas de aspecto dejado, polvo en las puertas, tiestos con plantas mustias y todo cuanto pudiera indicarnos que hay una vivienda deshabitada.

Cuando preguntemos a través de los porteros electrónicos nos aseguraremos de tocar con un criterio, de manera que no vayamos a preguntar varias veces al mismo vecino, con el consiguiente enojo. Debemos, así mismo, tocar cuantos más mejor puesto que en la actualidad los vecinos suelen conocerse poco.

La comunicación mediante el portero electrónico deberá ser:

—Buenos días. Me han dicho que en este edificio se vende una vivienda. ¿Sabría decirme cuál es, por favor?

La comunicación «puerta a puerta» será:

—Buenos días. Soy _____ de Inmobiliarias _____. Me comentaron que en esta finca había un piso a la venta y no lo encuentro. ¿Sabe usted de un piso aquí o por aquí cerca? Es que tenemos familias interesadas en comprar por aquí un piso.

1.14. En el caso de avistar un cartel de otra inmobiliaria subiremos al piso y trataremos de localizar al propietario para ofrecerle nuestros servicios. Si nos dice que ya lo tiene a la venta con una inmobiliaria preguntaremos:

—¿Y no se lo han vendido?...

Si lo que tiene firmado con la otra inmobiliaria es un mandato de encargo en exclusiva le preguntaremos cuándo termina el plazo firmado y le hablaremos de la posibilidad que tiene de revocarlo, sobretudo cuando la inmobiliaria con quien firmó no esté trabajando con arreglo a lo que prometió. Estas preguntas nos pueden ayudar a averiguarlo. La revocación siempre será a instancias y tras consulta del director.

—¿Y le han traído muchas visitas?

R —No (intervienes y propones).

R —Sí (muestras tu extrañeza de por qué no lo vende si le llevan muchas visitas y propones).

1.15. En el caso de que en la finca se encuentre un portero físico deberemos tratar de que nos aporte información. Si no está por la labor le comentaremos que los porteros que colaboran con nosotros suelen tener su recompensa (pero sin comprometernos a

nada). La decisión de recompensar a un portero es competencia única del director de la agencia a quien se le informará sobre este particular. Puede suceder que el piso lo venda otra agencia y el portero de la finca nos reclame a nosotros la recompensa prometida, por lo que hay que ser muy cautos con estos temas.

1.16. Si, en efecto, encontramos una vivienda a la venta y no estamos seguros de que pudiéramos tenerla ya captada, daremos un «toque» a la oficina para que nos llamen y lo consultaremos. Resulta de muy mal efecto tratar de captar una vivienda que ya tenemos y es probable que el propietario se enoje con razón.

1.17. Si encontramos la vivienda a la venta y al propietario en ella, le preguntaremos si le viene bien que la veamos en el momento y procederemos al peritaje. Si no es posible, pospondremos el peritaje hasta el momento oportuno.

1.18. La **captación telefónica** se hará:

—Utilizando las revistas de venta de viviendas o los portales de internet donde los particulares ponen sus anuncios para vender.

—Tras la localización en la zona de carteles de propietario.

—Después de localizar los teléfonos de propietarios que tienen a la venta sus viviendas, y que encontramos tras trabajar en la zona preguntando a los vecinos.

El procedimiento de captación telefónica será el siguiente:

1º. Nos aseguraremos de estar ante el propietario de la vivienda a la venta.

2º. Nos presentaremos e identificaremos como asesores de nuestra inmobiliaria.

3º. Le comentaremos que tenemos varias familias interesadas en un piso como el suyo en la zona.

4º. Venceremos sus posibles reticencias y solicitaremos una cita para ver la vivienda.

Procuremos no aportar mucha información por teléfono e insistamos en la conveniencia de la cita para poder ver la vivienda y luego hablar.

En el caso de que el propietario se anduviera con muchas reticencias sobre el contrato a firmar, nuestros honorarios, la desconfianza en las agencias... le diremos que «lo importante es que veamos la vivienda; luego hablaremos de todo ello». Dar demasiadas explicaciones por teléfono puede suponer perder la oportunidad de presentarnos en la casa y entablar una relación comercial saludable que nos permita tener su piso a la venta con todas las garantías y una buena vinculación mediante contrato.

Es importante que consultes el manual de ventas¹ para realizar esta operación con la mayor eficacia posible.

1.19. La captación a través de Internet:

En aquellos portales donde los particulares anuncian sus viviendas (Fotocasa, Idealista, Milanuncios...). Se procede como si de una captación telefónica se tratara.

1. El manual de ventas de Formaventas *Metodología de la Gestión Comercial Inmobiliaria* se encuentra a su disposición con sólo ponerse en contacto con nosotros.