

NEGOCIAÇÃO DE IMÓVEIS

O Guia Definitivo para Corretores de Alto Impacto



Sumário

Introdução	03
Capítulo 01: Entendendo a Negociação de Imóveis	05
Capítulo 02: Identificando o Perfil do Cliente	10
Capítulo 03: Construindo Conexão com o Cliente	16
Capítulo 04: Aplicando Estratégias de Negociação	21
Capítulo 05: Aplicando Táticas de Negociação	30
Capítulo 06: Aplicando Técnicas de Negociação	41
Capítulo 07: Apresentando Preço ao Cliente	49
Capítulo 08: Transformando Objeções em Fechamento	56
Conclusão	63
Sobre a Rankim	64

Introdução

Um dos processos mais básicos que está presente em nossas vidas é, invariavelmente, a negociação. As pessoas negociam o tempo todo, mesmo sem se darem conta disso. E seja na vida pessoal ou profissional, a negociação vem assumindo uma importância cada vez maior para o sucesso em uma cultura global. E principalmente no mundo corporativo onde a negociação se apresenta como uma **eficaz ferramenta para obter melhores resultados** – justamente o que a torna uma competência muito valorizada, ou seja, indispensável para o desenvolvimento profissional.

Entretanto há uma série de fatores neste contexto que ainda dificultam muito o sucesso das negociações, sendo o mais determinante deles a visão equivocada que muitos profissionais – tanto do lado dos vendedores quanto dos clientes – têm de que a negociação é uma competição, isto é, onde necessariamente um lado ganha e o outro perde. E talvez isso até funcionasse em um passado remoto, mas hoje em dia em plena era da informação, do conhecimento e da conectividade global entre as pessoas a dinâmica é outra. Agora **negociação é sinônimo de relações assertivas, de confiança mútua, de ganha-ganha.**

Assim, além de uma visão contemporânea sobre o conceito de negociação, o que todo profissional precisa – e principalmente o corretor de imóveis – é dominar o processo de negociação em si, o que por definição inclui manipular 3 variáveis essenciais: **informação** – saber o máximo possível sobre o outro para entender suas necessidades; **tempo** – definir prazo limite para ter senso de urgência na negociação; e **poder** – ser capaz de influenciar o pensamento e o comportamento do outro para consequentemente influenciar suas percepções e decisões.



Na teoria pode até parecer simples, mas na prática o domínio da competência negociação exige certos conhecimentos, habilidades e atitudes que só se adquire com muito estudo, mentoria de qualidade e a própria experiência do mercado. E exatamente por isso que nós – **o time da Rankim** – mais uma vez preparamos para você, nosso leitor e profissional do mercado imobiliário, este rico material sobre como dominar o processo de negociação de imóveis.

Nosso objetivo aqui é ajudá-lo a se tornar um **negociador de imóveis de alto impacto!** E para isto apresentamos neste e-book os principais tópicos e conceitos sobre o tema de maneira clara e estruturada, além de todas as dicas práticas utilizadas tanto pelo nosso time de especialistas quanto por outros profissionais renomados no mercado imobiliário.

Boa leitura e bom proveito!

Rankim – Você à frente



capítulo

01

ENTENDENDO A NEGOCIAÇÃO DE IMÓVEIS

O conceito de negociação é, por definição, **um processo dinâmico através do qual duas partes buscam um acordo mutuamente satisfatório**, e dentro desse contexto cada parte procura obter o seu próprio grau máximo de satisfação. Ou seja, tudo gira em torno do estabelecimento de um acordo que por sua vez é consequência de decisões entre as partes. A grande questão que se coloca então é sobre **a qualidade dessas decisões**.

Toda essa lógica de negociação é universal e se aplica a quaisquer áreas, e o mercado imobiliário não é uma exceção. Mas a principal diferença está em dois fatores críticos: tensão e perícia. Tensão por parte dos clientes, afinal o ticket médio dos imóveis é sempre muito alto, o que para eles torna a assertividade do acordo extremamente importante, pois uma coisa é comprar um produto descartável que custe centenas de reais, mas outra é comprar um bem durável que custe milhares ou até milhões de reais! E perícia por parte dos corretores, afinal lhes é indispensável dominar a competência negociação de maneira consciente e consistente para transformar clientes potenciais em clientes efetivos.

Deste modo, para se tornar um perito na negociação de imóveis há alguns desafios que todo corretor e negociador precisa vencer, e o primeiro deles é justamente **a capacidade de entender o cliente**:

- Saber investigar previamente, levantar informações sobre o cliente, procurar entender seu perfil, sua intenção de compra e seu poder de compra. Conseguir levantar tais informações antes ou mesmo já no início da negociação é uma grande vantagem competitiva para conduzir todo o processo;



- Saber fazer as perguntas certas, precisas e focadas, procurar descobrir a verdade do cliente com questionamentos adequados, utilizar indagações como forma legítima de interesse. Tudo é uma questão de controlar o foco e cavar mais fundo, o que significa fazer perguntas inteligentes de maneira oportuna e no momento certo;
- Saber ouvir com atenção, entender a dor do cliente, ter interesse genuíno por suas necessidades, desejos e motivações. Ouvir atentamente o cliente é essencial para conduzir a negociação, pois ao usar sua linguagem e seus próprios argumentos fica mais fácil entender o que ele quer e assim auxiliar na tomada de decisão.



Um vez entendido o perfil do cliente, agora o segundo desafio da negociação de imóveis é **a capacidade de valorizar o imóvel:**

- Saber explorar os pontos positivos do imóvel, destacar todos os seus diferenciais e levar para a mesa de negociações todas as informações úteis para o convencimento do cliente. Conhecer o imóvel a fundo, incluindo ter em mãos estatísticas, dados históricos e detalhes ilustrativos, conta muitos pontos para o corretor na hora da negociação;
- Saber relacionar as vantagens e benefícios do imóvel às necessidades e desejos do cliente, elencar as maravilhas do empreendimento às expectativas do cliente, mostrar como o imóvel pode ser a solução para a motivação de compra. Fazer o vínculo entre o que o imóvel tem de melhor e o que o cliente procura é o caminho para o sucesso;



- Saber ser criativo para valorizar o imóvel, traçar planos alternativos para situações diversas, ter cartas na manga para impactar o cliente com o que o empreendimento tem de melhor. Apesar das regras gerais não há fórmula mágica para a negociação, pois cada situação é única, e muitas vezes justamente o imprevisto é que se torna o diferencial.

Já o terceiro grande desafio da negociação de imóveis é **a capacidade de direcionar a percepção do cliente:**

- Saber criar confiança, ter postura, demonstrar segurança e transmitir o máximo de credibilidade para o cliente. O bom negociador está acostumado a lidar com gente e é capaz de se colocar no lugar do outro, e exatamente por isso sabe que o negócio só vai acontecer se o cliente se sentir seguro e com total confiança no corretor de imóveis;
- Saber contornar objeções, saber antecipar objeções, ter uma retórica consistente e conseguir responder perguntas com outras perguntas inteligentes. Refutar objeções e até transformar tais questões em matéria-prima para argumentação persuasiva é o ponto crucial para levar o cliente de uma postura defensiva para uma mentalidade aberta;
- Saber influenciar decisões, criar senso de urgência, gerar oportunidades e encaminhar o processo de negociação para o seu fechamento. E por mais óbvio que isso pareça o que faz a diferença aqui é a tenacidade comercial, afinal toda negociação de imóveis tem por objetivo fechar a venda e, conseqüentemente, satisfazer o cliente.

E o quarto e último desafio da negociação de imóveis para todo corretor é **a capacidade de fechar negócio:**



- Saber negociar valor e preço, adotar uma mentalidade confiante, comprometer o cliente sempre que possível, ser flexível quando necessário. É preciso realmente acreditar no imóvel que se está vendendo para transmitir essa confiança ao cliente. O segredo é sempre negociar o valor e nunca o preço;
- Saber resolver conflitos, transformar divergências em convergências, dúvidas em certezas, clientes potenciais em clientes reais. Conseguir resolver todas as pendências, responder quaisquer questões finais e alinhar a negociação para o fechamento é um ponto extremamente importante que o corretor e negociador precisa dominar;
- Saber finalizar o acordo, gerar proposta, fazer o cliente assinar todos os papeis e efetivamente fechar o negócio. A capacidade de fazer acontecer é o que diferencia os corretores e negociadores excelentes dos medíocres, afinal de nada adianta ser perito em todo o processo e não pôr a cereja no bolo, isto é, fechar a venda de fato.



Dica da Rankim

Se existe um fator que influencia silenciosamente todo o processo de negociação, este é a **ansiedade**. Seja pela linguagem verbal ou corporal, quando estamos ansiosos invariavelmente somos percebidos como tal – e principalmente no contexto de uma negociação. Assim a recomendação para você, corretor e negociador de imóveis, é: **controle sua ansiedade!** Pois do contrário o cliente pode entender que o seu único objetivo é vender-lhe o imóvel a qualquer custo, e não a preocupação com a satisfação pessoal dele – que sempre deve ser e/ou soar como o que mais importa.



capítulo

02

IDENTIFICANDO O PERFIL DO CLIENTE

Um dos pontos mais fundamentais de qualquer processo de comunicação e/ou negociação é o conhecimento que se tem do público alvo. Identificar o perfil do cliente permite ao negociador agir de maneira mais segura e assertiva, além de facilitar a criação de empatia por respeitar as diferenças de cada pessoa. E o mais importante ainda é que **entender o comportamento arquetípico do cliente possibilita oferecer-lhe o produto certo de maneira oportuna**, o que maximiza as chances de satisfazer suas necessidades e desejos e igualmente de realizar uma negociação bem sucedida para ambas as partes.

No entanto identificar o perfil do cliente no mercado imobiliário em especial é muito mais desafiador. Isto pois os consumidores imobiliários têm um comportamento de compra muito peculiar, o que por padrão geralmente inclui não revelar – ou nem ao menos saber – o que realmente esperam de um imóvel na hora de adquiri-lo. É neste ponto então que o corretor e negociador de imóveis diferenciado deve saber analisar a fundo o perfil de seus clientes para saber exatamente o que atrai cada um e, sobretudo, **como direcionar seus esforços de vendas para encaixar tais demandas em seu portfólio de imóveis**.

Na prática, identificar o perfil do cliente imobiliário em si inicia-se com um processo de observação e reflexão sobre o comportamento humano. Neste ponto o corretor precisa ter **uma visão interpessoal bem apurada e uma grande sensibilidade investigativa** para mapear os desejos do cliente de maneira ágil, pois uma vez mapeados tais desejos se tornam a base de todo o discurso e a linguagem do corretor na negociação. Aqui a flexibilidade e o poder de adaptação são cartas na manga, ao que o diálogo e a empatia são os principais alicerces para lidar com os mais variados tipos de clientes.



Mas como, efetivamente, adaptar-se a uma vasta gama de perfis de clientes? Apesar de cada cliente ser único, sabe-se que existem certos padrões de comportamento – os chamados arquétipos – que facilitam a adaptação do corretor. E no mercado imobiliário as principais formas para classificar tais perfis são através **dos propósitos de compra dos clientes e das características de personalidade dos mesmos.**

Principais perfis de clientes conforme o propósito de compra:

- **O Cliente Investidor;**

Comportamento: este perfil de cliente é sempre muito direto na conversa e objetivo em suas intenções, e está na visita/negociação exclusivamente para fazer investimentos que lhe garantam lucros e bons resultados. Ele não está em busca do imóvel dos sonhos, mas sim de boas oportunidades de negócio.

Como lidar: conduza a experiência de compra de maneira racional e foque em dados, números e estatísticas para conquista-lo. Explore as vantagens comerciais do imóvel e as margens de lucro que o cliente terá ao realizar tal investimento. Seja específico ao valorizar tais benefícios e projeções financeiras para se tornar uma referência no assunto aos olhos do cliente.

- **O Cliente Família;**

Comportamento: um dos perfis mais comuns no mercado imobiliário, este cliente tem como foco o bem-estar de sua família, e justamente por isso busca imóveis que ofereçam conforto, lazer e segurança. Geralmente casado e com filhos, não hesita em abrir mão dos gostos pessoais para agradar quem ama. Costuma ser prudente e cauteloso no processo de negociação.



Como lidar: conduza a experiência de compra de maneira emocional e foque seu diálogo em envolver toda a família, que geralmente está presente na visita/negociação. Tenha paciência, seja cordial e estabeleça um bom relacionamento com todos os membros, e também certifique-se de envolvê-los na tomada de decisão. Mostre os benefícios do imóvel conforme o interesse de cada membro para assim conquistar toda a família.

- **O Cliente Trabalho.**

Comportamento: menos comum que os demais mas ainda assim um perfil expressivo, este cliente geralmente trabalha em home office ou traz muito trabalho para casa. Seu foco costuma ser adquirir um imóvel para montar um escritório ou uma pequena estação de trabalho, mas nada impede que também seja um perfil híbrido, como um cliente família comprando um segundo imóvel ou um investidor vislumbrando novas possibilidades de negócio.

Como lidar: conduza a experiência de compra de maneira híbrida, ou seja, por um lado foque em fatores emocionais como o aproveitamento do espaço para a montagem do escritório e o silêncio da região para as tarefas do dia a dia, mas por outro lado também foque em fatores racionais como a estrutura do empreendimento para o suporte à instalação de aparelhos e a localização de fácil acesso aos principais pontos da cidade.

E principais perfis de clientes conforme a característica de personalidade:



- **O Cliente Sabe Tudo;**

Comportamento: da engenharia à arquitetura, do design de interiores às tendências do mercado imobiliário, este perfil de cliente é aquele extremamente bem informado que sabe de tudo e, o que é pior, adora se gabar disso. Ele costuma responder as próprias perguntas, questionar tudo que o corretor diz e chegar à visita/negociação com todas as informações sobre o imóvel já levantadas. Ele simplesmente tem argumento para tudo.

Como lidar: conduza a experiência de compra de maneira que o cliente fale mais. Estimule o seu conhecimento, pergunte a opinião dele para tudo e conduza-o através de seu ponto fraco, isto é, a própria vaidade. Assim, com muita habilidade e jogo de cintura você acaba tendo sucesso, o que para o cliente significa sentir-se o rei na negociação e para você significa fechar o negócio.

- **O Cliente Sonhador;**

Comportamento: é o típico perfil do cliente “no mundo da lua”. Muito criativo e impulsivo, e ao mesmo tempo hesitante e indeciso. Em determinado momento ele quer tudo e no minuto seguinte simplesmente já não sabe mais o que quer. E como todo sonhador ele precisa de alguém que lapide o seu sonho e traga a sua verdade à tona.

Como lidar: conduza a experiência de compra de modo à construir uma comunicação redundante para com isso identificar a verdadeira motivação do cliente. No entanto não o induza, mas sim apenas faça perguntas objetivas e deixe que ele próprio responda. O foco aqui é fazer o cliente sonhador tomar consciência do que ele realmente quer e do que realmente pode adquirir. E para isso investir em uma visão de futuro é uma boa ideia.



- **O Cliente Realista;**

Comportamento: exatamente ao contrário do sonhador, o realista é o perfil de cliente que sabe exatamente o que quer e tem clareza das informações para conseguir isso. É um exímio estudioso do mercado e não raramente é analítico, detalhista e extremamente planejador. Bom ouvinte, escuta tudo o que é dito e está sempre aberto para aprender, porém costuma questionar o embasamento de quaisquer informações que lhe são passadas.

Como lidar: conduza a experiência de compra de modo a validar as informações e os conhecimentos que o cliente já tem, afinal ele já conhece a área na qual deseja investir e sabe exatamente o que está fazendo. Assim use informações do mercado, tais como notícias, referências e pesquisas que embasem seus argumentos. Mas cuidado com exageros, pois você será cobrado por tudo que não tiver exatidão. Portanto procure sempre ressaltar o lado funcional do imóvel, mas ao mesmo tempo não prometa nada que não possa cumprir.



Dica da Rankim

Uma vez que você tenha entendido a dinâmica de identificar os perfis dos clientes e como efetivamente lidar com tais padrões de comportamento na hora da visita/negociação, então uma boa ideia para se tornar cada vez mais expert no assunto é **praticar estas técnicas com pessoas próximas**. Tal como fazer um laboratório, neste caso o objetivo é ficar mais seguro ao se relacionar com estes diferentes tipos de clientes. Portanto teste com sua família, com seus amigos e até com seus colegas de trabalho para assim ficar cada vez mais à vontade ao interpretar o perfil das pessoas, ao que depois no mercado isso será feito de maneira muito mais natural.

capítulo

03

**CONSTRUINDO
CONEXÃO
COM O CLIENTE**

Um dos pré-requisitos da comunicação efetiva e igualmente um ponto indispensável para avançar no processo de negociação de imóveis é a criação de conexão com o cliente. Sabe quando acontece aquela química onde a conversa flui de forma agradável e tranquila, e você sente uma imensa conexão e/ou empatia com o seu cliente? Isto é o que chamamos de **rapport, o “ingrediente mágico” da construção de relacionamentos** que quando bem aplicado faz com que o cliente confie mais em você, no seu produto e na sua empresa.

Segundo a definição de Anthony Robbins, o guru da neurolinguística: – **“Rapport é a capacidade de entrar no mundo de alguém, fazê-lo sentir que você o entende e que vocês têm um forte laço em comum. É a capacidade de ir totalmente do seu mapa do mundo para o mapa do mundo dele. É a essência da comunicação bem-sucedida.”**

De modo ainda mais simplificado rapport significa **entrar na frequência do cliente sendo por ele muito bem recebido**. E quando esta sintonia acontece o seu cliente interpreta que você realmente entende e acredita nas necessidades e desejos dele. Isto pois ao construir um nível de rapport tão profundo com as pessoas, elas se sentem verdadeiramente ouvidas e com isso experimentam uma enorme sensação de segurança. E a melhor parte é que toda a empatia, confiança e credibilidade geradas durante o contato pessoal com o seu cliente só ajudam você a desenvolver relacionamento com ele – o que automaticamente gera mais indicações, mais clientes e mais vendas!



Diante disso, rapport na negociação e venda de imóveis pode ser definido como **a conexão criada entre o corretor de imóveis e o cliente imobiliário de forma estratégica e focada na solução**, ou seja, em primeira instância ajudar o cliente a resolver seus problemas e, como consequência, fazer negócio! É exatamente neste ponto que a “magia” do rapport começa, pois ao ficar claro que o corretor está mais preocupado em satisfazer o cliente que em garantir a venda, então é aí que nasce um clima positivo e estimulante, e de confiança e respeito mútuos, o que naturalmente se traduz em uma relação ganha-ganha.

Mas como efetivamente aplicar rapport na prática? Basicamente é preciso **conhecer bem os seus elementos e utilizar ainda melhor as suas técnicas**.

Os principais elementos utilizados no processo de rapport são:

- **Contato Visual** (olhar nos olhos do cliente);
- **Expressão Facial** (o famoso “caras e bocas”);
- **Postura Corporal** (a linguagem do corpo);
- **Equilíbrio Emocional** (a inteligência emocional);
- **Tom da Voz** (volume e intensidade);
- **Ritmo da Fala** (velocidade e fluidez);
- **Comunicação Verbal** (palavras);
- **Comunicação Não-Verbal** (gestos).

E já as principais técnicas utilizadas no processo de rapport são:



- **Espelhamento:** uma das melhores técnicas de rapport, perfeita para quando precisamos influenciar positivamente o cliente além da comunicação verbal. Basicamente consiste em copiar os principais elementos da linguagem corporal do cliente, tais como postura, gestos, expressões e até respiração. Por exemplo: se o cliente gesticula os braços ao falar, gesticule também; se sua postura é mais ereta ou mais relaxada, adeque-se à ela; se o ritmo de sua fala for mais acelerado ou mais calmo, igualmente entre no mesmo ritmo. Em síntese o espelhamento é compreender como o cliente pensa e, uma vez pensando como ele, então descobrir o melhor momento de opinar, influenciar ou até mesmo partir para o fechamento da venda;
- **Combinação:** técnica bastante similar ao espelhamento, sendo que a diferença está basicamente no timing. Ou seja, enquanto espelhar acontece simultaneamente com os movimentos do cliente, combinar geralmente acontece com atraso de tempo. Por exemplo: se o cliente está falando em um ritmo acelerado e com muita intensidade, você pode ficar quieto enquanto presta atenção e, quando for a sua vez de falar, então emitir seus comentários no mesmo ritmo e intensidade, ou bastante similar;
- **Equiparação Cruzada:** técnica similar à combinação, sendo que a diferença aqui está em alternar o tipo de comportamento e não o timing. Por exemplo: se o cliente pisca rápido demais enquanto fala, então você pode estalar os dedos na mesma velocidade; se ele inclina a cabeça para frente enquanto o ouve falar, então você pode inclinar seu corpo para trás enquanto faz o mesmo;



- **Diferenciação:** técnica totalmente ao contrário das demais, sendo o foco aqui diferenciar-se completamente da ação do outro, ou seja, usada propositalmente para quebrar o ritmo alheio. Por exemplo: se você está em reunião com um cliente que não para de falar, então você pode apontar seu corpo levemente para direção contrária ao contato visual; se o cliente fala muito alto e rápido para tentar monopolizar a conversa, então você pode falar de maneira mais serena e pausadamente para quebrar o ritmo. Resumindo, esta técnica é perfeita para quebrar qualquer rapport em que se tenha perdido o alinhamento de propósitos e/ou interesse.

Dica da Rankim

Nunca se esqueça que o legítimo rapport tem por objetivo criar uma atmosfera de confiança mútua. Assim, **se você usa rapport apenas como uma tática para manipular os clientes à pensarem de sua maneira, então entenda que de um jeito ou de outro eles descobrem isso** – ainda que instintivamente – e acabam não reagindo de modo positivo. Portanto **recomendamos que você use a arte do rapport simplesmente para ouvir e ser ouvido, para criar relacionamentos genuínos com clientes e para estabelecer soluções ganha-ganha**, pois este é o caminho mais sólido para se tornar um corretor e negociador de imóveis ainda mais poderoso e confiável.



capítulo

04

APLICANDO ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO

Com as primeiras etapas do processo de negociação já executadas, isto é, o perfil do cliente já identificado e a conexão com o mesmo já estabelecida, então é hora de “pôr a mão na massa” para converter o cliente potencial em um cliente efetivo. É neste ponto que o corretor e negociador de imóveis precisa fazer valer as suas competências, o que no contexto de uma negociação significa **saber aplicar com maestria todas as estratégias, táticas e técnicas necessárias e oportunas**. A seguir as estratégias de negociação de imóveis que consideramos serem as mais eficazes.

- **Estratégia #1: Sempre encare a negociação como um relacionamento e não como uma guerra;**

O papel crucial de todo corretor em uma negociação de imóveis é o de fazer com que o cliente perceba o valor do imóvel em questão e conseqüentemente fique disposto a pagar por ele. Mas até que este ponto chegue é absolutamente natural que o cliente tenha uma série de objeções durante a negociação. No entanto, é exatamente aí que muitos corretores distorcem tudo, pois **por não entenderem a naturalidade deste processo e/ou por não terem as habilidades necessárias para lidar com o mesmo, então adotam uma mentalidade de confronto** – antes, durante e depois da negociação –, o que inevitavelmente vira uma queda de braço e gera um enorme desperdício de oportunidades.



Deste modo a estratégia aqui é sempre encarar a negociação como um relacionamento e não como uma guerra, isto é, **entender que as dúvidas do cliente não são um problema e sim uma oportunidade para o corretor agregar ainda mais valor ao imóvel**. Afinal você provavelmente não faz negócio sem estar seguro, então por que esperar que o seu cliente o faça se o negócio ainda for duvidoso para ele? **O bom relacionamento ainda é a melhor aposta para o sucesso de qualquer negociação**.

- **Estratégia #2: Sempre tenha claro o quanto a negociação é importante para você;**

A lei da oferta e demanda continua sendo uma das mais básicas e determinantes forças de qualquer negociação. E nesta dinâmica de interesses sempre **leva vantagem a parte que consegue tornar a sua oferta – seja de compra ou de venda – mais escassa para a outra parte, ao que igualmente fica em desvantagem quem precisar mais**.

Assim torna-se crucial saber o quanto determinada negociação de imóveis é importante para você e, sobretudo, **revelar isto para o cliente apenas se for oportuno**. Portanto sempre procure, via de regra, transmitir a impressão de que você tem outras alternativas além da negociação em questão, pois do contrário isto pode enfraquece-lo diante de contraposições firmes do cliente, como preço, desconto e demais condições.



- **Estratégia #3: Sempre estabeleça previamente uma zona de aceitação para as concessões;**

Muitas vezes para concluir um bom acordo na negociação de imóveis é necessário ser extremamente flexível. Ou seja, o corretor cede um pouco daqui, o cliente dali e assim diversas concessões são feitas por ambas as partes. E como isto é sempre possível de acontecer, **leva vantagem o corretor e negociador de imóveis que planeja os seus limites antecipadamente**, isto é, qual é o máximo que pode ser concedido em diversos critérios – tal como preço, prazo, garantias etc. – de maneira que a realização do negócio ainda seja compensatoriamente lucrativa.

Assim a estratégia aqui é definir qual é o tamanho da “gordura” disponível antes de iniciar uma negociação. Por exemplo: se você está ofertando um imóvel por R\$ 1.000.000,00 e o cliente oferece R\$ 950.000,00, sabendo que a sua zona de aceitação financeira é de R\$ 970.000,00, então você já nem perde tempo deixando o cliente insistir por que assim você sai no prejuízo. No entanto se a contraproposta do cliente for de R\$ 980.000,00, neste caso uma negociação ainda é altamente viável. Tudo é uma questão de planejamento prévio.



- **Estratégia #4: Sempre pesquise o perfil e as características do cliente antes da negociação;**

Uma das vantagens que experientes corretores e negociadores de imóveis adquirem sobre seus clientes potenciais antes mesmo de propriamente iniciarem uma negociação é o levantamento de informações sobre os mesmos. Isto pois **pesquisar minimamente o cliente ajuda a entender seu perfil, visão de mundo, comportamento e motivações**, o que agiliza bastante o direcionamento de recursos para a hora da visita e negociação.

Mas como isto é feito? A estratégia aqui é bastante simples: **basta conseguir o nome e o sobrenome do cliente para descobrir quem ele é**. E em plena era de mídias sociais digitais não é difícil encontrar informações sobre alguém na internet. Portanto investigue seu cliente e faça uso inteligente daquilo que descobrir.

- **Estratégia #5: Sempre saiba o que perguntar e o que responder ao cliente;**

Todo bom corretor e negociador de imóveis **está sempre um passo à frente dos demais, e justamente por isso raramente é pego de surpresa**. Assim estão sempre muito bem preparados, tanto para fazer as perguntas certas – pois já identificaram o perfil e as características do cliente potencial – quanto para dar as respostas adequadas – por que conhecem o imóvel que estão ofertando como a palma de sua mão.



Portanto a estratégia aqui é puramente preparação psicológica, o que na prática inclui criar checklists e fluxogramas com todas as questões que possam surgir na negociação. E uma excelente ideia neste caso é **fazer o exercício do mapa mental**, ou seja, criar um diagrama com as principais questões-chave e vinculá-las às respectivas respostas, o que ajuda muito na memorização das informações, pois torna o estudo mais rápido, fácil e intuitivo.

Em síntese, o foco desta estratégia é “afiar a língua” de modo que **o seu conhecimento bem consolidado simplesmente destrua o pessimismo e as dificuldades que o cliente queira transmitir**.

- **Estratégia #6: Sempre relacione os benefícios de seu imóvel aos desejos do cliente;**

Outra estratégia crucial para ter sucesso na negociação de imóveis é a conexão de dois pilares essenciais: as vantagens e benefícios exclusivos que o imóvel em questão apresenta, e as necessidades e desejos do cliente na busca pelo seu ideal de imóvel. Isto pois **relacionar benefícios à motivação de compra só potencializa o valor do imóvel aos olhos do cliente, o que faz absolutamente toda a diferença na hora de fechar ou não o negócio**.

Deste modo preocupe-se em entender todos os benefícios do empreendimento e vincule-os ao que o cliente deseja. Mas cuidado, pois de nada adianta você elencar uma série de maravilhas se elas não forem realmente importantes e decisivas para o cliente. Por isso tenha a **sensibilidade investigativa** de mapear exatamente aquilo que o cliente deseja, e igualmente a **flexibilidade necessária** para associar a isto só o que interessa.



- **Estratégia #7: Sempre ative no cliente a necessidade de solucionar o problema;**

Muitas vezes o cliente entra em uma negociação de imóveis tão focado no problema que esquece completamente da solução. É o apartamento maior para a chegada do segundo filho, é aquela sala comercial mais perto do centro para fugir do trânsito diário, é o estúdio para começar a faculdade em outra cidade etc. E com isso, de tanto viver o problema acaba entrando em uma busca interminável, sempre olhando vários imóveis, tratando com diversas imobiliárias e negociando com muitos corretores. O resultado? Muito interesse e pouca decisão.

Então é exatamente aí que você precisa ativar no cliente a necessidade de solucionar o problema, ou seja, **provoca-lo para que tome uma atitude**. Seja criando senso de urgência, martelando na escassez, enfatizando a novidade ou qualquer outro tipo de ativação. Toda a eficácia desta estratégia gira em torno de **ativar os gatilhos mentais certos para fazer com que o cliente foque na solução e tome uma decisão**.



- **Estratégia #8: Sempre entenda quais são as opções que o cliente tem para negociar;**

Outro ponto importante para realizar uma boa negociação com o cliente potencial é observar quais são as reais oportunidades de negócio que o mesmo tem – além daquelas que você está oferecendo a ele. Pois sejamos francos, **via de regra não há fidelidade no mercado imobiliário por parte dos clientes** – ou ao menos não até que determinado corretor conquiste sua confiança. Assim não é incomum que o cliente pesquise em várias imobiliárias quando estiver procurando um imóvel.

Deste modo a estratégia aqui é descobrir com quais alternativas o cliente está lidando para, ao obter tais informações, então **contrabalancear as propostas concorrentes com as que você oferece de modo a destacar os diferenciais que somente você possui.**

- **Estratégia #9: Sempre tenha opções para negociar com o cliente;**

Um dos motivos que fazem os clientes não serem fiéis é justamente o fato de quererem opções. Afinal por que se contentar com apenas uma oferta de negociação quando se pode ter várias? Deste modo **o corretor e negociador que não tem alternativas para oferecer corre o risco de ficar desconcertado caso haja algum imprevisto.**



Portanto a melhor estratégia aqui é **não depender de uma única oferta, mas sim ter alternativas**. E isto tanto para imóveis quanto para bônus de negociação – preferencialmente aqueles que não representam custo monetário e que podem ser determinantes no fechamento do negócio.

- **Estratégia #10: Sempre peça e use depoimentos de clientes satisfeitos.**

Já diz o ditado popular: elogio de boca própria é vitupério. E quando o assunto é validação social **nada é mais eficaz para dar credibilidade a uma marca ou produto que o depoimento de clientes satisfeitos**. E no mercado imobiliário a mesma regra se aplica – tanto para validar o corretor quanto o imóvel.

Assim esta estratégia de depoimentos funciona como uma **“cereja do bolo” para diferenciar a sua oferta da concorrência**. Portanto o que precisa ser feito aqui é o estabelecimento de um novo hábito: sempre que atender bem um cliente e deixa-lo satisfeito com o seu trabalho, peça depoimento; sempre que captar um novo imóvel para seu portfólio, colete depoimentos; e por fim, sempre que estiver em uma negociação de imóveis, use tais depoimentos!



capítulo

05

APLICANDO TÁTICAS DE NEGOCIAÇÃO

No cenário da negociação de imóveis em si dificilmente as coisas saem exatamente como se espera, pois como em qualquer cenário **há uma série de fatores que influenciam as ações e decisões**, tais como o ambiente físico de negociação, o poder de decisão dos interlocutores, a maneira como as informações são trocadas e a conversa conduzida etc. E **é justamente aí onde partimos das estratégias para as táticas**. A seguir as táticas de negociação de imóveis que consideramos infalíveis para todo corretor e negociador.

- **Tática #1: Sempre escolha bem o local da negociação;**

Uma das mais universais táticas de negociação é a escolha do ambiente físico. Pois como se sabe **o ambiente tem o poder de influenciar o bem estar dos indivíduos, incluindo seu grau de conforto e confiança** – atributos indispensáveis para realizar uma boa negociação.

A princípio esta pode parecer uma tática sem importância, mas comprovadamente os negociadores se sentem mais confiantes em ambientes de seu conhecimento e domínio, e portanto **quanto maior o seu nível de confiança igualmente maior o seu preparo para lidar com objeções e dificuldades**.

Na prática a negociação de imóveis costuma acontecer em ambientes neutros e/ou que favorecem o corretor – tais como no stand de vendas, no próprio imóvel durante a visita ou até mesmo no decorado. Mas muitas vezes o cliente também força para ser nos ambientes de sua preferência. Então tudo o que o corretor precisa fazer é influenciar para negociar em seu próprio escritório.



Vale lembrar aqui que não se trata de manipular o cliente e/ou tirar vantagem do mesmo, mas sim de apenas **criar/utilizar o cenário que favoreça a argumentação sólida e a criação de valor para o negócio** em detrimento de ceder às pressões por preços, condições de pagamentos e entregas impossíveis de serem realizadas.

- **Tática #2: Sempre negocie com o tomador de decisão;**

Outra tática que é tão básica quanto crucial é a de sempre negociar com o tomador de decisão pelo fechamento do negócio. Poucas coisas são tão improdutivas para o corretor e negociador de imóveis quanto **perder tempo com quem não tem autonomia para concluir a negociação ou avançar para o fechamento.**

Mas é claro que além do decisor quase sempre **há o influenciador durante a negociação, e sim este deve ser muito bem tratado e ouvido.** No entanto o problema é que muitas vezes aquele que se diz ser o decisor na verdade é apenas o influenciador, ou ainda, um decisor que divide a responsabilidade e precisa tomar a decisão de forma coletiva: é o marido que não decide sem a mulher, o casal de namorados que precisa consultar os pais, o investidor que não faz negócio sem o aval do conselho administrativo da empresa etc. **Sempre há uma boa desculpa quando o suposto decisor não é o decisor de verdade.**



Assim a tática aqui é **dar um jeito de descobrir quem é o verdadeiro tomador de decisão** e focar a maior parte da narrativa da negociação nele. E é possível conseguir isto com jeito, sem ser agressivo, tampouco melindrado. Basta **fazer as perguntas certas em momentos oportunos**.

- **Tática #3: Sempre faça um quebra-gelo no início;**

Por definição a grande maioria das negociações sempre começa com um clima tenso – seja ele nítido ou disfarçado. E isto é absolutamente natural, afinal **a tensão é um reflexo de que há muitas expectativas, oportunidades e/ou riscos na mesa de negociação**. Assim, nada melhor para aliviar tal tensão que a infalível tática do quebra-gelo.

Quando bem aplicada esta simples e poderosa tática **funciona como uma válvula de escape**, pois é como se por algum momento o foco da interação saísse da necessária seriedade para a importante descontração, o que automaticamente gera uma sensação de humanidade, como se todos lembrassem que **por trás dos totens que defendem seus interesses comerciais há também pessoas comuns que falam de amenidades**.

Assim capriche em um **quebra-gelo de bom gosto**, mas ao mesmo tempo tenha cuidado com excessos para não gerar o efeito contrário e com isso construir um intransponível iceberg. Portanto evite assuntos polêmicos – tais como política, religião e futebol – e foque em assuntos de interesse mútuo. Neste ponto o ideal é já ter pesquisado o cliente antes.



- **Tática #4: Sempre tome a iniciativa no processo;**

A grande vantagem desta tática é que com frequência quem toma a iniciativa na negociação acaba conduzindo todo o processo. Afinal como se diz, **mais importante que as respostas são as perguntas!** Pois quem faz as perguntas controla o foco, e em uma negociação de imóveis isto é extremamente importante.

Por exemplo, imagine que você inicie a negociação fazendo perguntas para o cliente sobre o que ele mais valoriza no imóvel, quais são seus objetivos para com o mesmo ou ainda quanto ele tem para investir. Então com as respostas você vai conduzindo outras questões mais específicas e assim, **de maneira envolvente e sutil, o cliente vai se engajando e entrando na sua narrativa,** o que é fundamental para que ele perceba o valor do imóvel e queira fazer um bom negócio.

Agora imagine o contrário: o cliente larga na frente e já sai metralhando de perguntas, inclusive sobre o preço do imóvel, e antes mesmo que você possa agregar todo o valor. O que acontece? Você precisa correr atrás de responder as questões dele para só depois trazê-lo para o seu foco – e neste caso específico a tática é **pedir licença para antes de falar de preço mostrar-lhe algo interessantíssimo.**



Em síntese a tática por si só aqui é o poder da iniciativa. Portanto use-a, mas com a devida **moderação**. Pois vale lembrar que a ideia não é impedir que o cliente fale, muito pelo contrário, é preciso sempre ouvi-lo com atenção. Mas neste caso específico da iniciativa **a ideia é trabalhar no aproveitamento de brechas**. Portanto aqui é engenhosidade e sutileza pura.

- **Tática #5: Sempre administre informações relevantes;**

Mais uma fundamental tática da negociação universal que de tão óbvia quase chega ser um clichê ressaltá-la. Porém o detalhe é que na teoria tudo fica muito simples, mas já na prática é que coisa muda. Ou seja, não basta saber o quanto é importante administrar informações relevantes na negociação de imóveis, mas acima de tudo é preciso saber como fazê-lo, isto é, **dominar o timing da negociação e soltar ou ocultar informações de maneira inteligente** – o que no final das contas exige uma boa dose de controle da ansiedade.

Por exemplo, imagine a seguinte situação: você, corretor e negociador de imóveis, tem em mãos um imóvel para vender no valor de R\$ 800.000,00 – ao que você já sabe que o proprietário aceita fazer negócio por até R\$ 700.000,00. Nisso surge um potencial comprador e, analisando muito mais o preço que o valor, então faz uma contraproposta fria – o famoso pedido de desconto apenas por esporte, para levar algum tipo de vantagem – de R\$ 750.000,00. Como você reagiria nesta situação?



Aqui um corretor e negociador menos experiente provavelmente já soltaria um leve sorriso pensando que ganhou a venda, e em seguida diria que consegue tal desconto – ao que, ao perceber a facilidade de obtê-lo, então provavelmente o comprador inventaria novos pedidos de barganha. Contudo um corretor e negociador mais experiente já agiria de outra forma: ao invés de “entregar o ouro para o bandido” por ansiedade e confirmar que o proprietário cederia, ao contrário, ele conseguiria primeiro o comprometimento do comprador para fazerem negócio caso o desconto solicitado fosse atendido e, **por aplicar muito bem esta tática, então valorizaria o imóvel, a venda, a expectativa do cliente** e ainda faria um excelente negócio para ambas as partes.



- **Tática #6: Sempre faça concessões lentamente;**

Esta é uma tática bastante similar à anterior, mas enquanto a administração de informações relevantes é uma preocupação geral com a negociação, a administração de concessões com certa lentidão é mais voltada para o fechamento do negócio. Isto pois **a tensão natural gerada no ato de negociar – e ainda mais por ser sobre imóveis, de ticket médio sempre muito alto – não raramente induz os negociadores a fazerem concessões muito rapidamente** quando percebem que a outra parte está realmente interessada.

Mas o problema neste caso é que a rapidez pode aguçar o apetite do outro negociador e conseqüentemente o mesmo pode querer sempre ganhar algo mais. Assim **a solução é fazer concessões bem lentamente, passo a passo, de modo que as mesmas sejam valorizadas** e que a outra parte – no caso o cliente potencial – tenha a sensação de estar gradativamente conquistando as melhores ofertas.

Ainda, vale lembrar que **as concessões mais importantes devem preferencialmente ficar por último**. Por quê? Simplesmente por que talvez elas nem precisem ser efetivadas, afinal o outro negociador pode se mostrar satisfeito com as concessões que já recebeu.

- **Tática #7: Sempre crie prazos para as decisões;**

Mais uma tática universal, a criação de prazos para as decisões é um dos pilares da negociação – de qualquer área, e na imobiliária não é diferente. **Afinal onde não há senso de urgência não há decisão, tampouco progresso. O tempo urge e os clientes precisam se decidir**. Assim é fundamental lidar constantemente com o tempo: prazos para decidir oferta, proposta, contraproposta, falar com outros decisores, tomar a decisão de compra, negociar termos, assinar contrato etc.

No entanto é preciso ser firme no estabelecimento de prazos, realmente acreditando nos mesmos e até cobrando por eles sempre que necessário. Pois há uma certa crença de mercado por parte dos clientes – a qual se deve evitar alimentá-la – de que isto é sempre “papo de vendedor” para fechar negócio. E de fato há muitos profissionais que se valem de tais artifícios, mas **o que os torna meros truques ou posições firmes é a maneira como lidam com tais prazos**, ou seja, de forma leviana ou com coerência.

Portanto sempre estabeleça prazos realistas e cobre por eles, pois além de gerar credibilidade isto também faz com que os clientes se decidam logo, e assim todos saem ganhando.



- **Tática #8: Sempre registre o que for relevante;**

Tal qual o fechamento de um negócio imobiliário exige a formalização com a assinatura de contrato, durante o processo de negociação é igualmente importante registrar tudo o que for relevante. Isto pois **tais registros evitam problemas futuros caso surjam dúvidas quanto ao que foi acordado, e assim representam uma segurança adicional para o corretor e negociador de imóveis.** Afinal como se diz popularmente, “as palavras o vento leva”, mas o que está escrito, está escrito.

Mas além da segurança outra vantagem de registrar todas as informações tratadas durante o processo é que **isto cria um impacto maior de responsabilidade no cliente comprador, pois o que está escrito é naturalmente mais visto como compromisso que um acordo verbal.** E além disto registrar informações relevantes ao passo que a negociação avança já prepara o cliente para a decisão final.

Em resumo a tática aqui é **não perder a oportunidade de registrar tudo**, desde e-mails informacionais, passando pela visita do cliente ao imóvel e entrega de documentos, à formalização de uma proposta com o comprometimento do cliente – constando, por exemplo, o quanto ele se dispõe a investir para fazer negócio caso o proprietário aceite negociar sua oferta. **Esta é uma das melhores maneiras para evitar perda de tempo e frustrações futuras com uma negociação baseada em alicerces frágeis.**



- **Tática #9: Sempre equilibre frieza e entusiasmo;**

Seja na vida pessoal ou profissional, o controle das próprias emoções é essencial para ter sucesso nos relacionamentos. Isto pois **as emoções quando nuas e cruas simplesmente embotam a razão, afetam o senso crítico e causam a perda de foco** – tudo o que não pode acontecer em uma negociação de imóveis por parte do corretor.

Assim é fundamental manter-se frio, calmo e usar a lógica para estabelecer o melhor acordo possível, principalmente quando o outro lado, o cliente, estiver carregado de emoções. Tal tranquilidade ajuda na valorização do imóvel e também dá credibilidade ao corretor e negociador.

Entretanto, por mais controverso que pareça também é preciso ser relativamente entusiasmado! Isto pois **certa dose de entusiasmo – aquela empolgação temperada com serenidade – o ajuda na persuasão com o cliente**, além de demonstrar convicção pelo valor do imóvel ofertado e gosto pela oportunidade de atendê-lo.

Deste modo a tática aqui mesmo é **agir com inteligência emocional, ou seja, utilizar as emoções com sagacidade – sendo frio para articular as decisões e entusiasmado para expressar os pontos mais relevantes.**



- **Tática #10: Sempre mantenha um clima positivo.**

Tal como o clima organizacional de qualquer empresa influencia a produtividade de seus funcionários, nas áreas de atendimento ao cliente, negociação e vendas o clima entre os envolvidos é extremamente importante para o sucesso. E nestes casos onde a interação com o cliente é bastante pontual, o processo de tomada de decisão do mesmo costuma ser mais intenso e ao mesmo tempo sujeito a várias interpéries.

Assim a melhor tática é sempre **conservar um clima positivo para com isso emitir boas influências para o cliente tomar suas decisões.** Como fazer isso? Aqui é basicamente o poder da psicologia nas interações humanas: trate muito bem o cliente, valorize suas qualidades, foque em coisas produtivas, seja cordial e agradável etc. Sobretudo **trate cada cliente da maneira que ele precisa, deseja e merece ser tratado** – e não como você próprio gostaria.

E este é o detalhe que torna mais esta tática infalível: **por padrão oferecer um fino trato, mas ser flexível para adaptar o clima a cada cliente.**



capítulo
06

**APLICANDO
TÉCNICAS
DE NEGOCIAÇÃO**

Fazendo uma análise dos níveis de planejamento e organização de recursos para uma negociação podemos dizer que enquanto o nível estratégico está relacionado com as decisões de longo prazo e o nível tático com as ações de curto/médio prazo, **o nível técnico está relacionado com as habilidades necessárias para realizar tais operações, ou seja, a perícia técnica aplicada na prática de uma negociação.** A seguir as técnicas de negociação de imóveis que consideramos serem as mais incontestáveis.

- **Técnica #1: Sempre saiba realmente ouvir o cliente;**

Falar sobre saber ouvir o cliente é simplesmente um dos maiores clichês do mundo corporativo hoje em dia, afinal isso não é mais um diferencial, mas sim algo básico para ter sucesso em qualquer processo comercial. Aliás, esse mantra até pode ser relativamente útil para muitos vendedores/corretores da “velha guarda” – e que ainda conservam o hábito de falar demais e ouvir de menos –, mas para os corretores à frente do mercado isso já não significa mais nada.

Assim o ponto aqui é: **realmente ouvir o que o cliente está dizendo, saindo do piloto automático para a interação propositiva.** Ou seja, não ouvir apenas o que o cliente está dizendo literalmente, mas entender a sua mensagem e o contexto que a mesma está inserida e, então, usar as informações absorvidas para ajudar ambos a fazerem um bom negócio.



Como conseguir isso na prática? Aqui a essência desta incontestável técnica é **ser um verdadeiro mentalista**: memorizar tudo que o cliente fala em uma linha do tempo; interpretar as intenções por trás do que é dito; administrar o contexto do que está sendo conversado; ouvir de maneira realmente interessada a ponto de fazer perguntas sobre o que é dito etc. **Desta maneira você não só consegue mais atenção e respeito do cliente como também pode usar tudo que o mesmo diz para construir o seu compromisso com a situação exposta.**

- **Técnica #2: Sempre descubra o que o cliente realmente compra;**

De um modo geral **o comportamento padrão do ser humano muitas vezes é contraditório**: pensa-se de um jeito, fala-se de outro e age-se de outro ainda. E **os compradores imobiliários não fogem à regra**: são altamente arquetípicos! Mas, uma vez identificados os perfis desses clientes potenciais, então fica muito mais fácil lidar com eles.

Com isso o desafio e conseqüente técnica incontestável é **conseguir identificar o que o cliente realmente compra** – as suas intenções, os seus desejos e as suas necessidades, o que muitas vezes nem o próprio cliente já tem claro. E exatamente por isso que aqui a perícia do corretor de imóveis é crucial, afinal não basta focar na venda do imóvel, mas sim na venda ao cliente – e isto significa **ser um exímio investigador, sabendo fazer as perguntas certas e utilizando todo o seu poder de persuasão.**

Portanto, mais que um mentalista, seja aqui um verdadeiro Sherlock Holmes!



- **Técnica #3: Sempre ilustre seus argumentos com dados;**

Enquanto na fase da apresentação de imóveis um dos principais diferenciais dos bons corretores é a capacidade de transformar a retórica em uma experiência memorável de compra para o cliente, na fase final de negociação de imóveis um dos principais diferenciais é, ao contrário, **a capacidade de transformar a retórica em argumentos convincentes**, o que muitas vezes significa apoiar-se em dados – e não somente em conceitos.

Assim a técnica incontestável aqui é **munir-se de sólidas referências que embasem seus argumentos e igualmente ser rápido no gatilho para aplica-las sempre que oportuno**. Por exemplo, ao invés de apenas dizer que o imóvel ofertado tem excelente localização, mostre no mapa a distância do mesmo a cada um dos principais pontos de referência do bairro. Ou no lugar de meramente dizer que o empreendimento tem o melhor custo/benefício da região quando o cliente pedir desconto, pergunte se ele já comparou a infraestrutura ofertada com a da concorrência. Ou ainda, se por exemplo for cabível falar sobre satisfação de outros compradores, mostre o relatório de uma pesquisa de satisfação ao invés de repassar elogios.

Deste modo, **mais que meros argumentos, tenha sempre dados para apoiar-se**.

- **Técnica #4: Sempre direcione a percepção do cliente;**



Todo corretor de imóveis – minimamente experiente – sabe que ao entrar em uma negociação com o cliente potencial, este na maioria das vezes já tem a sua opinião formada e, portanto, **o grande desafio é provocar um direcionamento em sua percepção, assim levando-o de um conceito previamente construído para uma nova perspectiva.**

Deste modo a técnica incontestável aqui é o estabelecimento de um envolvimento de tal maneira que possibilite a criação de confiança mútua e, conseqüentemente, a influência para a criação de um acordo favorável para ambas as partes. E é aí que entra **rapport, o ingrediente mágico para construir conexão com o cliente.** Isto é, empatia pura, a capacidade de se colocar no lugar do outro, entender suas dores, consternar-se com sua posição e conseqüentemente propor um bom negócio para atender às suas expectativas, desejos e necessidades.

Assim, mais que uma técnica, direcionar a percepção do cliente é o **desafio central** de todo o processo de apresentação/negociação de imóveis.

- **Técnica #5: Sempre responda perguntas com perguntas;**

Uma das mais incontestáveis técnicas de negociação e fechamento, responder as perguntas do cliente com outras perguntas é uma maneira de utilizar as próprias dúvidas, curiosidades, interesses e até provocações do mesmo para “extrair a verdade” por trás da indagação e assim avançar no processo. Esta técnica é na verdade **um dos principais recursos para lidar com as objeções dos clientes** de um modo geral.



Por exemplo, se na negociação de um determinado imóvel na planta o cliente potencial tem a possibilidade de escolher a cor de determinados elementos e com isso indaga sobre as cores disponíveis, então aqui é um **desperdício** o corretor responder com os nomes das cores A, B e C – pois assim o cliente pode pedir a cor D! –, ao que o correto é responder com outra pergunta: de qual cor o senhor gostaria?

A grande vantagem de utilizar esta técnica é que ela **permite um maior controle da evolução do processo de negociação, além de evitar que o cliente saia pela tangente**. Sobretudo ela sempre permite a busca pela verdade, assim afunilando o processo de negociação para o fechamento do negócio.

- **Técnica #6: Sempre use a condicional para concessões;**

Complementar a anterior, esta incontestável técnica consiste em ofertar uma solução para um problema, necessidade ou desejo do cliente em troca de um comprometimento do mesmo para com uma nova decisão ou ação na negociação. Ou seja, a técnica da condicional é simplesmente uma **oferta de troca**: o corretor concede algo que o cliente quer se este conceder algo que o corretor também quer, e assim ambos vão evoluindo para um acordo ganha-ganha.

O grande diferencial aqui está na **habilidade de o corretor de imóveis saber quando, como e com o que aplicar a técnica**. E um exemplo clássico e bastante ilustrativo é quando o cliente pede desconto. Nesse caso a aplicação oportuna da técnica é o corretor responder: se eu lhe conseguir tal desconto, então nós fechamos negócio?



E não só condicionais para o fechamento são possíveis, mas também simplesmente para “subir de fase” no processo de negociação do imóvel, de modo que **cada pequeno comprometimento vá elevando a negociação para o próximo nível**. E ainda, vale lembrar que as condicionais não são aplicáveis somente às perguntas, mas também a todas as afirmações do cliente ou mesmo a quaisquer oportunidades espontâneas percebidas pelo corretor.

- **Técnica #7: Sempre cale-se ao dar o preço do imóvel;**

Outra universal e incontestável técnica de vendas e negociação, esta que se aplica a todas as indústrias, e o mercado imobiliário não é exceção. **Ficar em silêncio após dar o preço do imóvel é uma maneira de dar um tempo para que o cliente possa refletir sobre, para que possa assimilar todo o valor agregado** na apresentação e negociação até este ato, e assim absorvê-lo como justo, como valor agregado e não como preço cobrado.

Por que esta técnica funciona? Simplesmente por que ela **demonstra confiança por parte do corretor de imóveis, pois passa a impressão de que o preço não precisa ser rapidamente justificado, afinal todo o seu valor já foi construído na cabeça do cliente anteriormente, até este momento**.

Contudo vale ressaltar que esta técnica só funciona se muito bem contextualizada, e preferencialmente que o preço do imóvel – valor – seja dado no final da negociação.



- **Técnica #8: Sempre explore o medo da perda.**

Por mais clichê que possa parecer a criação de senso de urgência ainda é um fator essencial para qualquer processo comercial. Afinal é o tempo que determina a necessidade de tomada de decisão. E como se sabe, **por definição os clientes sempre preferem ficar na zona de conforto e adiar o máximo as decisões de compra, até que encontrem a – bem escondida – certeza de que estão fazendo um bom negócio.** Então é aí que o corretor precisa explorar a técnica do medo da perda para tirar o cliente da zona de conforto.

Portanto aplique todas as técnicas com consistência e conduza um excelente processo de negociação de imóveis, mas **em maior ou menor grau nunca deixe de explorar o senso de urgência para as decisões e o medo da perda** – nem que ao menos plantando aquela pequena semente na cabeça do cliente.



capítulo
07

**APRESENTANDO
PREÇO
AO CLIENTE**

Durante todo o processo de apresentação e negociação de imóveis existem diversos fatores que influenciam a decisão de compra do cliente, mas sem dúvida que o mais determinante deles é, invariavelmente, **o preço do imóvel**. E justamente por isso que de nada adianta o corretor de imóveis fazer um excelente atendimento, ofertar um incrível imóvel e despertar o desejo de compra do cliente para depois pecar na hora de apresentar o preço – e assim pôr o negócio a perder.

Neste ponto, portanto, é onde o corretor precisa lançar mão de uma série de recursos para garantir que o preço do imóvel seja percebido de maneira positiva pelo cliente, o que aqui inclui toda uma cuidadosa preparação e até mesmo um certo condicionamento da situação. Ou seja, **é preciso fazer com que o preço seja visto como uma vantagem para o cliente potencial, pois do contrário só resta ao corretor de imóveis reduzir sua margem de lucro para conseguir fechar negócio!**

A seguir as dicas para apresentar o preço do imóvel ao cliente que consideramos serem as mais valiosas – e portanto para nunca mais precisar depender de desconto para vender.

- **Dica #1: Apresente o preço do imóvel com autoconfiança;**

Responda de bate-pronto: **o imóvel que você vende é realmente um bom negócio? Você confia na construtora/imobiliária que o representa? E sobretudo, você confia em si mesmo?** Se você honestamente se saiu bem neste desafio relâmpago, parabéns! Você está entre os corretores à frente que sabem valorizar a si mesmos e a seus imóveis. Pois sejamos francos, existem muitos corretores que cometem graves falhas neste momento – tanto antes quanto depois de apresentar o preço para o cliente.



Por exemplo, antes de apresentar o preço do imóvel muitos corretores costumam usar frases como: “O senhor está preparado?”, “Posso falar mesmo?”, “O nosso imóvel não é o mais barato, mas...”, “O nosso preço de tabela é...” – mostrando que no fundo não acreditam no preço por estes atos falhos. Ou o que é pior ainda, depois de apresentarem o preço ficam justificando o mesmo: “O imóvel custa isso por que...”, “Se o senhor pagar à vista eu lhe consigo um desconto!”, “Se o senhor for comprar mesmo eu lhe consigo mais um desconto com o gerente!”. O problema nestes casos é que o cliente começa a ficar em dúvida se o corretor realmente tem convicção pelo que está falando e vendendo – e/ou por tudo que foi apresentado e negociado até este momento.

Deste modo **a apresentação do preço do imóvel precisa ser contextualizada de tal maneira que o cliente conclua que está falando com um corretor que realmente conhece o valor do imóvel ofertado e também o seu próprio valor.** E para que este reconhecimento automaticamente aconteça o que o corretor de imóveis precisa fazer é **sempre reforçar a sua própria autoridade. Isto é, todo o show dado na apresentação e negociação do imóvel sintetizado em confiança** – o que inclui demonstrar que entende de tendências no mercado imobiliário, que conhece a opinião dos mais diversos especialistas no setor e que tem parâmetros realistas sobre o valor dos empreendimentos. Pois só quando tudo isto está na ponta da língua e/ou consolidado na consciência é que então o corretor consegue apresentar o preço do imóvel com verdadeira confiança.



- **Dica #2: Apresente o preço do imóvel com estratégia;**

Por mais indispensável que seja a autoconfiança do corretor na apresentação do preço do imóvel, por si só ela não é o bastante para garantir que o cliente aceite a oferta e que o negócio seja fechado. Isto pois **existe ainda outras variáveis que influenciam na aceitação do preço dentro do processo de decisão de compra, tais como fatores psicológicos, culturais, sociais e pessoais.**

Só para citar alguns exemplos: às vezes o cliente rapidamente entende o preço do imóvel, mas por razões culturais ele precisa **ganhar alguma vantagem extra** para acreditar que está fazendo um bom negócio; noutras vezes são os fatores psicológicos, onde o cliente necessita entender pontualmente os detalhes da proposta para **se sentir esperto e dono do processo de compra;** e há ainda casos com a influência de questões pessoais, onde pelo contrário, o cliente já entendeu o valor da oferta, mas ainda assim fica **“se fazendo de bobo” para tirar mais vantagens.**

Deste modo o corretor precisa ser ainda mais sagaz para entender o comportamento dos clientes – das suas manias às suas malandragens – e, portanto, é aí que precisa **lançar mão de estratégias complementares para apresentar o preço do imóvel,** dentre as quais:



Apresentar o preço do imóvel por último: Informar o preço apenas no final do processo de apresentação/negociação aumenta drasticamente as chances de aceitação da oferta, pois com isto já deu tempo de o cliente absorver toda a argumentação do corretor, entender o valor do imóvel e estar pronto para pagar o preço merecido pelo fechamento do negócio. Ao que quando ocorre o contrário, o preço é apresentado já no início, este costuma parecer caro, pois os benefícios do negócio ainda não estão claros e deste modo o preço vira um custo e não um investimento na visão do cliente. Portanto condicione a situação ao máximo para apresentar o preço somente no final;

Apresentar uma vantagem junto ao preço do imóvel: Embora todas as vantagens e benefícios do imóvel sejam idealmente reveladas ainda durante o processo de apresentação e negociação e igualmente seja ideal apresentar o preço do imóvel sem precisar justificá-lo, a exceção que cabe aqui para muitos casos é guardar uma vantagem extra para apresentar junto com o preço e/ou repassar os principais benefícios já argumentados agora na entrega da proposta. Por que fazer isto? Simplesmente por entender os fatores culturais. No Brasil por exemplo há uma cultura onde é sempre um prazer levar vantagem nas negociações. E sabendo disso leva vantagem mesmo o corretor que já se prepara para tal situação, ou seja, dar o que o cliente quer;



Apresentar o preço do imóvel com precisão: Via de regra o preço dos imóveis são tabelados, o que já inclui a parte da construtora/imobiliária e a parte do corretor de imóveis – cabendo ao gerente e/ou ao próprio corretor saber até onde pode flexionar tal preço. Porém o que acaba acontecendo muitas vezes com isso é que o corretor de imóveis define valores “redondos” por acreditar que assim estes ficam mais palatáveis – o que é um grande engano. Isto simplesmente por que preços “redondos” são mais suscetíveis à pechinchas. Por exemplo, imagine o quão tentador é o desconto para um imóvel que custe R\$ 400.000,00. Agora já um imóvel que custe R\$ 395.450,00 dificulta muito a pechincha. Isto pois um preço preciso passa a impressão de que a sua elaboração foi resultado de cálculos rigorosos e que não podem ser discutidos.



- **Dica #3: Apresente uma proposta de valor e não de preço;**

O grande segredo de toda apresentação e negociação de imóveis é sempre negociar valor e nunca preço. Isto pode até parecer uma mera questão semântica, mas não é. **Negociar valor é entender exatamente aquilo que é importante para o cliente na aquisição de um imóvel e mostrar o que este imóvel tem de melhor conforme a visão do cliente, ou seja, valor agregado percebido.** Negociar preço é, ao contrário, cair na vala comum de commodities e lidar com pechinchas, descontos e competição por preço.

Assim o que você, corretor de imóveis à frente, precisa fazer é sempre apresentar uma proposta de valor e nunca de preço. Isto é, certificar-se de que até o momento da entrega da proposta o cliente já teve suas necessidades e desejos entendidos e atendidos, já ouviu toda a sua argumentação sobre as vantagens e os benefícios do imóvel, já criou o desejo de compra e de alguma forma já está disposto a pagar o preço merecido por todo o valor agregado apresentado e percebido. Assim, **quando já há esta sintonia estabelecida a conversa se torna sobre valor, ao que o preço vira um mero detalhe.**

Portanto **apresente valor, agregue valor, negocie valor.** E se por quaisquer motivos o cliente tentar negociar preço, fuja de uma discussão assim e volte a bater na tecla do valor. Pois este é o melhor caminho para fazer um bom negócio.

- **Dica #4: Observe as reações do cliente ao saber do preço.**

Depois que você apresentar a proposta de preço do imóvel – valor – o cliente muito provavelmente fará as suas objeções. Seja por esporte ou por sinceridade, uma objeção é sempre uma oportunidade de o corretor explicar algo que o cliente ainda não entendeu. Em todo caso a valiosa dica aqui é **analisar atentamente as reações do cliente para entender exatamente o significado de suas consequentes objeções** – afinal como já dissemos anteriormente os clientes costumam pensar de um jeito, falar de outro e agir de outro ainda!

Portanto observe as reações do cliente para melhor isolar e lidar com as suas objeções.



capítulo

08

TRANSFORMANDO OBJECÇÕES EM FECHAMENTO

Você já parou para pensar por que é sempre tão desafiador fechar um processo de negociação de imóveis quando o cliente começa a demonstrar objeções? Já refletiu sobre o que há por trás das mesmas? E sobretudo já identificou a maneira como você lida com elas? Convenhamos, se tem algo que separa os corretores campeões de venda dos amadores que nunca batem a meta é a maneira como lidam com as objeções. Por que **para os corretores amadores as objeções são um sinal de venda perdida, enquanto que para os corretores campeões as objeções são as melhores oportunidades de venda de imóveis!**

Isto pois **quando um cliente faz uma objeção ele na verdade está dizendo ao corretor que ainda não entendeu por que deve aceitar a oferta de fechamento por determinado imóvel.** Ou seja, ele ainda não sanou todas as suas dúvidas sobre o negócio e/ou ainda não percebeu o valor do que está sendo ofertado. É neste ponto então que o corretor precisa usar toda a sua **empatia** para interpretar as objeções e também toda a sua **habilidade técnica** para lidar com as mesmas. Afinal existem diversos tipos de objeções dos clientes – das sinceras às que são feitas por esporte – assim como sempre existe uma maneira de neutralizar cada uma delas.

A seguir as **dicas para transformar objeções em fechamento que consideramos serem as mais consagradas** – estas que são unanimidade entre os maiores nomes do mercado imobiliário global.



- **Dica #1: Conheça as principais objeções e estruture sua argumentação;**

Por melhor que seja uma oferta de imóvel para negociação, ela nunca será perfeita. E ainda que fosse, mesmo assim os clientes fariam suas objeções. É algo inevitável, pois já está impregnado no comportamento do consumidor. E tal como um mecanismo de defesa, é como se eles sempre quisessem testar a veracidade de tudo que o corretor de imóveis está dizendo. E neste caso **a melhor estratégia não é fugir das objeções, mas sim preparar-se para encará-las.**

De um modo geral existem 5 grandes categorias as quais todas as objeções dos clientes imobiliários podem se enquadrar. A saber:

- Preço** – literalmente, o quanto o cliente precisa desembolsar para fechar o negócio;
- Qualidade** – o quanto o imóvel é realmente diferenciado em conceitos e materiais;
- Serviços** – de um bom pós-venda à garantia estendida, todo o tipo de vantagem;
- Concorrência** – o custo/benefício do imóvel comparado a outros imóveis da região;
- Valor** – o custo/benefício do imóvel comparado às necessidades e desejos do cliente.

Sabendo disso, portanto, **o que todo corretor de imóveis campeão de vendas faz é antecipar as objeções, preparando sua argumentação para refutar todas elas.**

Assim, no momento em que o cliente disparar um clássico “está caro”, na ponta da língua já estará a resposta do corretor: “mas o custo/benefício é excelente, o imóvel está extremamente bem localizado e ambientes confortáveis como estes não há igual na região”! Ou ainda, se o cliente resolve alfinetar falando que “os imóveis da concorrência são mais baratos”, o corretor pode muito bem argumentar: “mostre-me o imóvel que o senhor viu em outra imobiliária que eu lhe garanto que consigo um com perfil similar e ainda com melhor custo/benefício”.



Resumindo, estar com a argumentação toda já estruturada é o alicerce mais básico para transformar objeções em venda de imóveis.

- **Dica #2: Ouça o cliente e interprete o real significado de suas objeções;**

Outro ponto essencial para lidar bem com as objeções é ouvir o que os clientes estão dizendo. Mas realmente ouvir, e não meramente escutar. Pois **quando o cliente é ouvido em seus maiores anseios ele se sente valorizado e respeitado**, o que favorece a criação de rapport por parte do corretor, isto é, entrar na mesma frequência do cliente de modo a mais facilmente entendê-lo e a melhor influenciá-lo.

Mas **o verdadeiro benefício de saber ouvir as objeções do cliente é a possibilidade de interpretar o real significado das mesmas**. Afinal como já dissemos anteriormente o comportamento do consumidor é algo extremamente peculiar: pensa-se de um jeito, fala-se de outro e age-se de outro ainda! É um padrão de comportamento contraditório que se assemelha muito a um jogo de sedução onde em dado momento há um desejo declarado e no minuto seguinte finge-se não desejar mais nada – assim ocultando suas intenções para que a outra parte as decifre se for capaz, o que torna a conquista muito mais interessante.

Deste modo, para se tornar um expert em interpretar objeções o corretor de imóveis campeão de vendas precisa **se tornar um perito na arte da empatia, o que na prática significa usar toda a sua experiência e o seu talento para identificar o que realmente impede o cliente de fechar negócio** – e portanto resolver esta pendência para garantir a venda.



- **Dica #3: Use as objeções a seu favor e jamais conflite com o cliente;**

Por definição, quando um cliente faz uma objeção ao que está sendo apresentado pelo corretor, ele automaticamente se põe em posição de ataque – afinal uma objeção não deixa de ser uma crítica. Assim, lançando mão de toda a sua perspicácia e retórica, **é muito importante que o corretor de imóveis construa sua argumentação em cima das próprias objeções recebidas.** Por quê? Simplesmente por que além de enfraquecer a convicção do cliente em suas próprias objeções, também evita entrar em conflito com ele.

Por exemplo, se o cliente diz que os quartos são muito pequenos, não discuta com ele, apenas saiba se posicionar estrategicamente utilizando o artifício do “mas”. Argumente algo como: “Mas este apartamento foi projetado valorizando os espaços de convivências, como o senhor pode perceber através da integração entre a sala e a varanda”.

E assim, **apoiando a sua argumentação nas próprias críticas do cliente e refutando as mesmas sem confrontá-lo é que o corretor dá mais um passo rumo à neutralização total de objeções.**

- **Dica #4: Seja redundante e recapitule todo o processo se for preciso;**

Existe um fenômeno que se aplica aos profissionais de todas as áreas conhecido como **“a maldição do conhecimento”**. Isto é, aquele ponto onde o profissional sabe tanto que ele começa a esquecer que os demais estão em outra frequência de entendimento – principalmente os clientes.



Assim é importante lembrar que **de um modo geral as informações sobre o mercado imobiliário não fazem parte da rotina dos clientes, e portanto as objeções serão sempre algo natural para eles.** No entanto é preciso sempre ficar atento ao excesso de recorrências, pois quando o cliente questiona tudo excessivamente ele pode ter “perdido o fio da meada” e já não estar entendendo muita coisa. Por exemplo, pode ser alguma etapa que foi queimada durante o processo de apresentação do imóvel, ou por que o corretor não está falando a mesma língua do cliente etc. Nestes momentos então **o melhor a fazer é retomar o início do processo de apresentação e/ou negociação, de maneira paciente e até redundante,** e assim dar todas as informações que o cliente precisa para ficar seguro quanto ao fechamento do negócio.

- **Dica #5: Utilize o mercado imobiliário para embasar suas referências;**

De onde vem as informações que você costuma passar para os clientes na hora de neutralizar quaisquer dúvidas/objeções que eles tenham? Nesses momentos é preciso estar muito bem embasado com informações mercadológicas que sustentem seus argumentos. Afinal, **nada pior em um processo de negociação de imóveis que fazer uso de “achismos”.**

O corretor campeão de vendas é aquele que sempre está munido de **informações realmente sólidas, que fundamentem sua argumentação e que conseqüentemente transmitam credibilidade.** E para isto aqui vale mencionar artigos veiculados em canais de comunicação, matérias com os grandes nomes do setor, tendências do mercado imobiliário etc. Assim fica mais difícil de o cliente discordar, pois nesse caso é o endosso de especialistas.



Portanto, a dica consagrada aqui é para **jamais depender de improvisos ou opiniões vagas para neutralizar as objeções do cliente, mas muito pelo contrário, apoiar-se apenas em informações verídicas, sustentáveis e aplicáveis à negociação.**

- **Dica #6: Não deixe que as objeções se tornem o foco da negociação.**

Apesar de que lidar com as objeções dos clientes seja sempre uma etapa esperada **é altamente recomendável conduzir o processo de apresentação e negociação de imóveis de modo que as objeções fiquem apenas para o final.** E isto simplesmente por que quando elas surgem então o “terreno já está preparado”, pois muito provavelmente o cliente já está encantado com o desempenho técnico e a capacidade de argumentação do corretor.

Portanto sempre que possível tente responder às objeções do cliente somente no final do processo. Isto pois é bem possível que ao longo do processo o cliente já tenha parte de suas dúvidas sanadas automaticamente – e assim evita-se desgaste desnecessário. E ainda, **por que no final o cliente já está bem mais suscetível a todo tipo de influências** – afinal nesses momentos ele já digeriu todas as principais informações do corretor.



Conclusão

Definitivamente **o domínio da competência negociação é o que diferencia os corretores de imóveis campeões de venda dos demais corretores que ainda não alcançaram o pódio na carreira imobiliária!** Isto pois em um mercado cada vez mais global e impiedosamente competitivo leva sempre a melhor o corretor de imóveis que é perito na arte e/ou ciência da negociação.

Mas sejamos francos, **não é fácil se tornar um corretor e negociador de imóveis de alto impacto!** Não é verdade? É preciso ter muita dedicação, esforço, persistência e trabalho duro. Sobretudo **é preciso investir em qualificação profissional** - o que não é algo tão simples de encontrar quando se trata de negociação, afinal é uma disciplina que não se aprende na escola, tampouco existem muitos cursos renomados sobre.

Assim reiteramos, o objetivo deste material rico foi compartilhar com você, corretor de imóveis e nosso leitor, **as melhores práticas sobre negociação imobiliária que o próprio time da Rankim levou anos para aprender** - bem como outros profissionais de renome no mercado global. Portanto se você se tornar um corretor e negociador de imóveis muito melhor ao pôr em prática o conteúdo que aprendeu com este e-book, então parte da nossa missão de desenvolver corretores à frente do mercado - gerando mais e melhores transações imobiliárias - estará cumprida!

À frente, corretores!

Gostou deste material? Então por favor compartilhe!





A Rankim é uma empresa especializada em **Gestão Comercial Imobiliária**. Nascemos com o objetivo de ajudar corretores, imobiliárias, construtoras e compradores a fecharem mais e melhores negócios através da internet.

Desenvolvemos uma **plataforma digital revolucionária no mercado imobiliário** que busca integrar vendedores e compradores e facilitar as transações imobiliárias, incluindo um robusto sistema ERP e recursos de gamificação para premiar os melhores corretores.

Produzimos **materiais de qualidade** e **conteúdo educativo** para auxiliar corretores na venda de imóveis, orientação de seus clientes, aproveitamento de oportunidades, aumento de produtividade, trabalho com qualidade e domínio do mercado imobiliário.

Conheça mais sobre a **Rankim** em [nosso site](#).

Aprenda mais sobre o **mercado imobiliário** em [nosso blog](#).

Acompanhe-nos nas mídias sociais e receba todas as **novidades**: [Twitter](#), [Facebook](#) e [Google+](#).