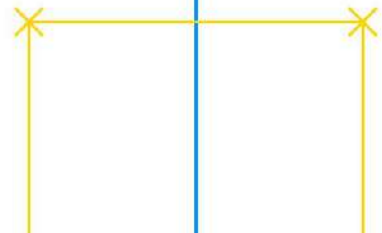




**CONVERSION**



**MUCHAS  
GRACIAS**



# ¿QUÉ HACEMOS?

Somos una empresa que ofrece **servicios especializados al sector inmobiliario**, con el objetivo de vender sus inmuebles en el menor tiempo posible, integrando el proceso comercial, la tecnología, el análisis de data y la estrategia digital.



# NUESTRO EQUIPO

Más de 40 profesionales con la mejor actitud conforman este dream team multidisciplinar que se caracteriza por su agilidad, amabilidad y acompañamiento. Estarán siempre dispuestos a ayudarte y resolver tus dudas.

GT  
+23



COL  
+20



# ¿DÓNDE ESTAMOS?

**+180**

proyectos  
inmobiliarios



GUATEMALA



MÉXICO



COLOMBIA



PERÚ



EL SALVADOR



REP. DOMINICANA

# NUESTROS CLIENTES COL +25





**¿Cómo liderar  
equipos comerciales  
en el sector construcción?**





**Para saber cómo liderar:  
necesitamos saber  
cómo vender**







# INFORMAR VS VENDER





# LA CRUZADA CONTRA LOS IN-PRO-INMO





# LA CRUZADA CONTRA LOS IN-PRO-INMO

INFORMADORES

PROFESIONALES

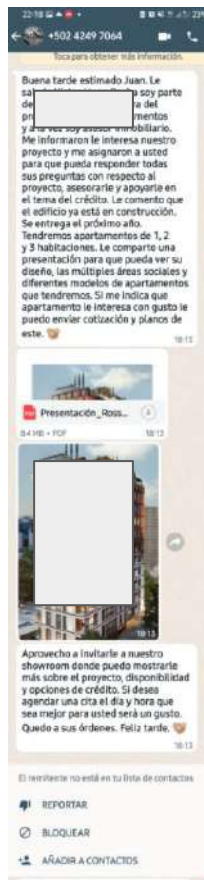
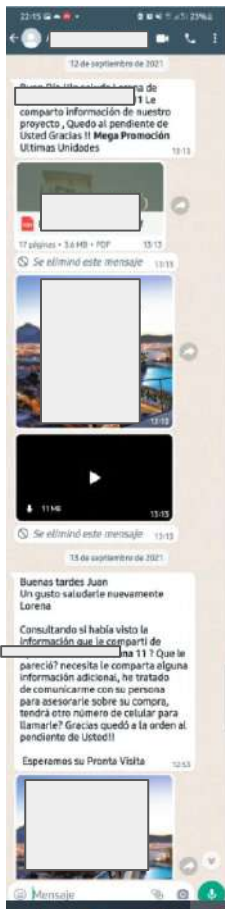
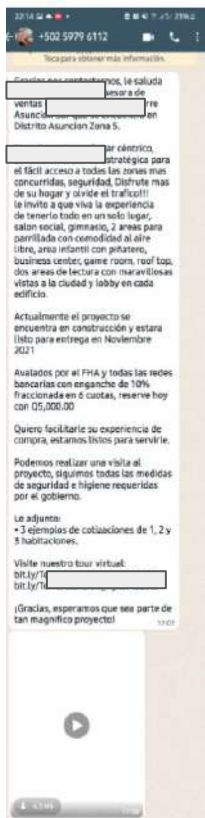
INMOBILIARIOS

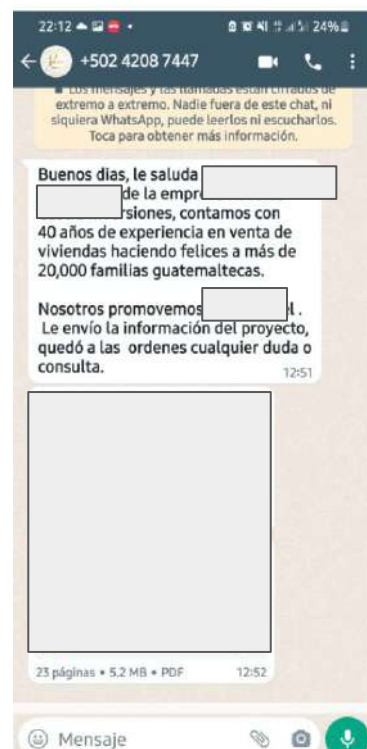


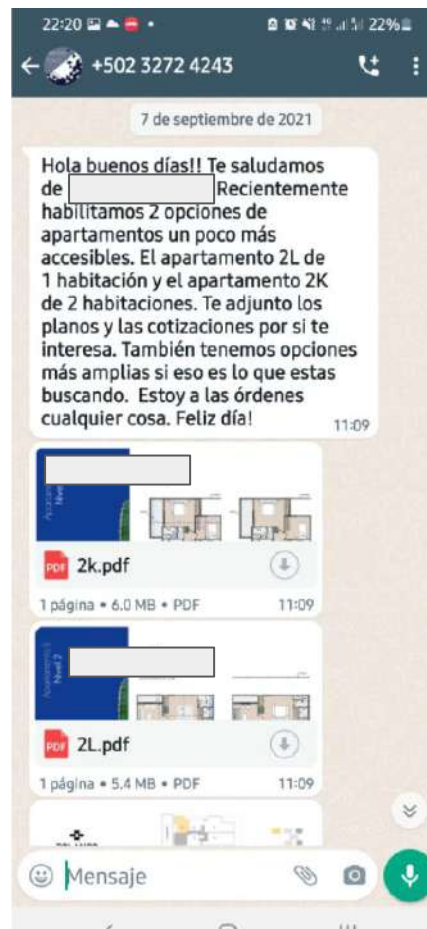


**LA PEOR**  
**EXPERIENCIA**  
de compra que tuve...














# Las mismas conversaciones se tuvieron por:

-  **01** Teléfono
-  **02** Correo electrónico
-  **03** Chats de redes sociales







**Para saber cómo vender:**

**Necesitamos saber  
cuales es el proceso de venta**



1



**Darnos a  
conocer**

2



**Punto de  
evaluación**

3



**Proceso  
de ventas**

4



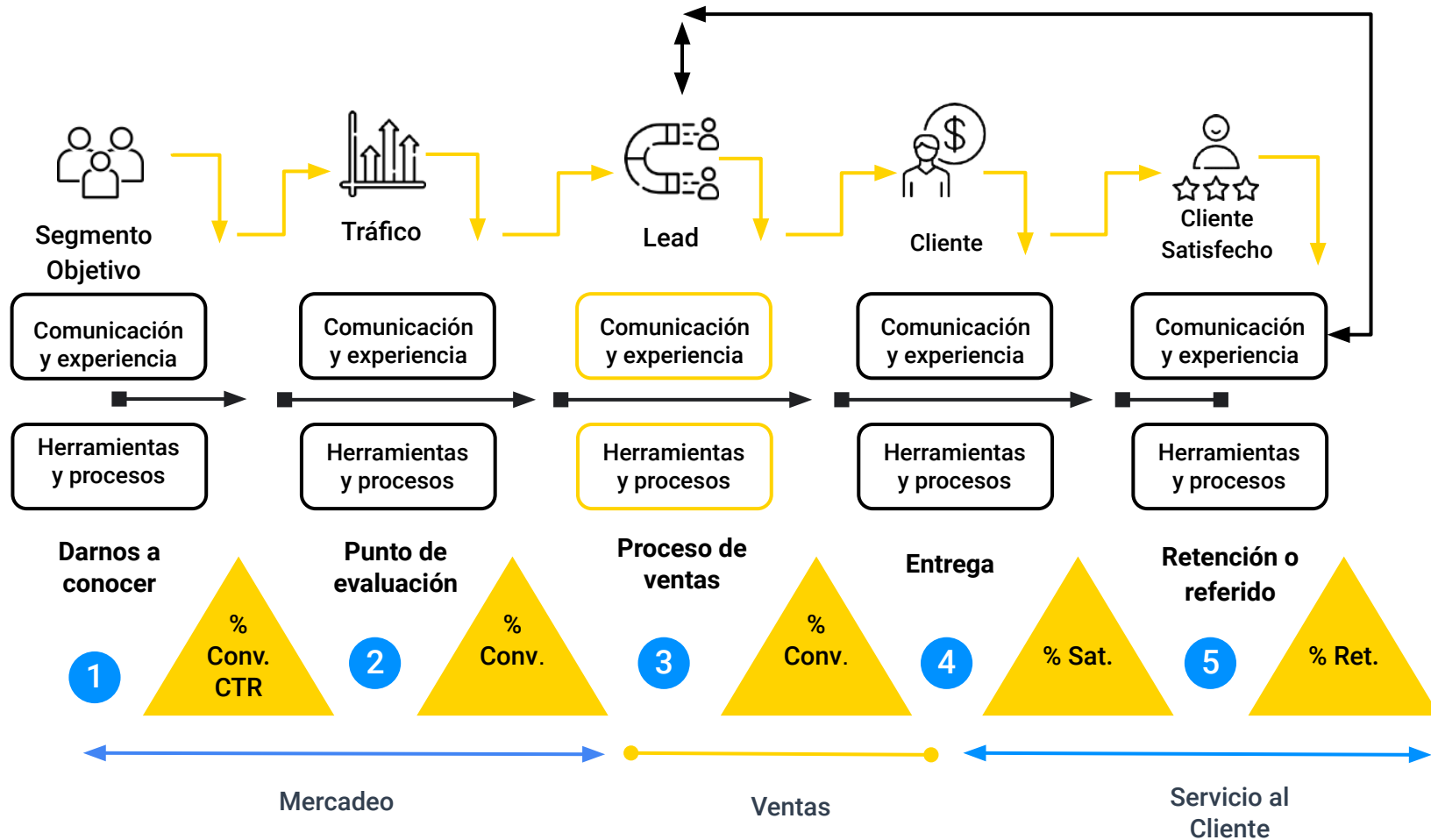
**Entrega**

5



**Retención  
o referido**

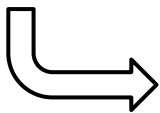




1



Darnos a  
conocer



**Primera etapa del proceso comercial, donde las personas que no nos conocen se enteran que existimos. Aquí entra la publicidad.**



1

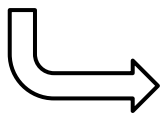


Darnos a  
conocer

2



Punto de  
evaluación



Momento donde las personas que saben de nuestra existencia **empiezan a considerar nuestro producto o servicio**, Ven beneficios, características, precios tiene una idea superficial de cómo funciona y **solicitan más información**.



1



Darnos a  
conocer

2

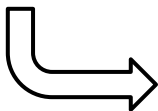


Punto de  
evaluación

3



Proceso  
de ventas



Etapa en la cual **interviene un asesor o algún sistema** que confirma la transacción.  
CRM, POS, Vendedores





**SEÑOR VENDEDOR:**

**USTED ES EL QUE GUÍA  
AL CLIENTE, NO EL CLIENTE  
A USTED**



## PROCESO DE VENTAS

PREVISITA

VISITA

POST VISITA





# PROCESO DE VENTAS

PREVISITA

VISITA

POST VISITA

INTERESADO

CONTACTADO

CITA AGENDADA

VISITADO

NEGOCIANDO

SEPARACIÓN



**Etapas operativas**



**Etapas con momentos de verdad**



**Etapas analíticas**



# PROCESO DE VENTAS

PREVISITA

VISITA

POST VISITA

INTERESADO

CONTACTADO

CITA AGENDADA

VISITADO

NEGOCIANDO

SEPARACIÓN



**Etapas operativas**



**Etapas con momentos de verdad**



**Etapas analíticas**



1



Darnos a  
conocer

2



Punto de  
evaluación

3

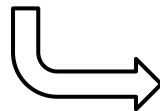


Proceso  
de ventas

4



Entrega



Etapa en la cual se hace  
**entrega del producto  
adquirido o se inicia el  
servicio contratado.**



1



Darnos a  
conocer

2



Punto de  
evaluación

3



Proceso  
de ventas

4



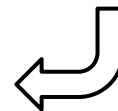
Entrega

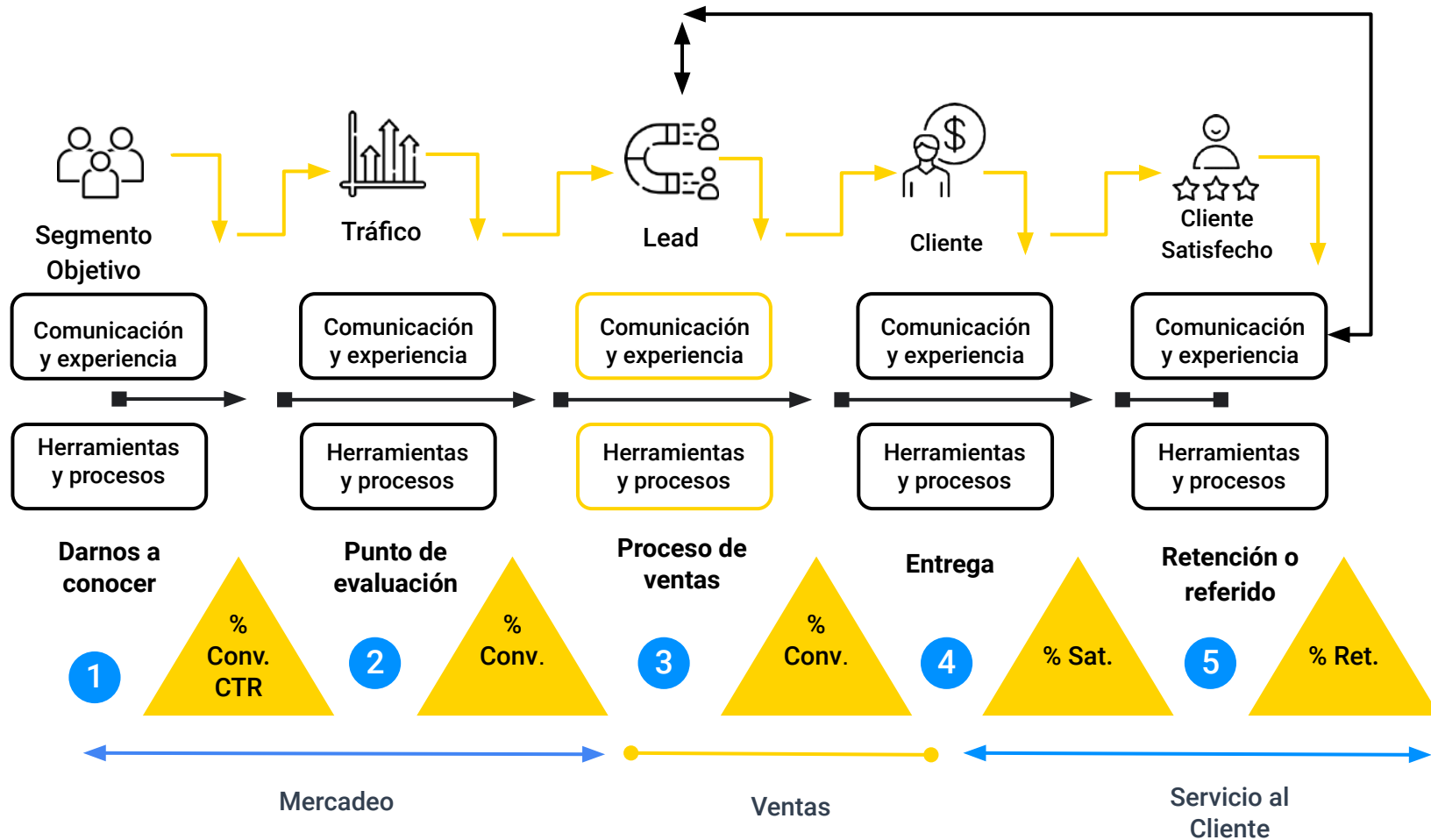
5



Retención  
o referido

Etapa en la cual **se busca verificar la satisfacción del cliente** en búsqueda de obtener un up-sell, cross-sell o un referido que nos haga el proceso más corto y/o económico.





# PROCESO DE VENTAS

PREVISITA

VISITA

POST VISITA

INTERESADO

CONTACTADO

CITA AGENDADA

VISITADO

NEGOCIANDO

SEPARACIÓN



**Etapas operativas**



**Etapas con momentos de verdad**



**Etapas analíticas**





# Acciones para generar avance





1

**Contar con  
vendedores  
de alto rendimiento**







## **EL VENDEDOR INMOBILIARIO de alto rendimiento es:**

- 01** Es disciplinado, se prepara y se entrena constantemente
- 02** Prospecta a su cliente (N + C + U + M)
- 03** Miden sus resultados y rinden cuentas constantemente
- 04** Tiene objetivos y metas de gestión extremadamente claras
- 05** Evita ser un ladrón de tiempo del cliente
- 06** Aprende a usar Excel, es ordenado
- 07** Tiene un proceso de venta claro





2

**Definir objetivos**

**claros**





# Tener métricas claras y medibles

- Haz que los objetivos se ajusten a tus metas de ventas y a la estacionalidad del segmento
- Existen dos tipos de métricas
  - **Métricas rezagadas**
    - Ventas
  - **Métricas Predictivas**
    - #Llamadas
    - #Citas Agendadas
    - #Visitas
- Haz estas métricas fáciles de comprender, pero sobre todo de visualizar.





- ¿Cuál es el mejor vendedor?
- ¿Cuánto vendió este mes?
- ¿Cuál es su meta de ventas?
- ¿Cuál es su porcentaje de cumplimiento frente a la meta?
- ¿Clientes próximos a cerrar o “calientes”?





3



## Darle al equipo herramientas para vender

- Estrategias y políticas de ventas
- Capacitación de ventas
- **Claridad sobre el concepto y comunicación** del producto o servicio
- Rutinas y procesos
- Sistemas (CRM)





## ¿QUÉ MATERIAL

necesito para vender **100% digital**?

- 01** Presentación general del proyecto
- 02** Recorridos 360° (Lo tienen que usar a la perfección)
- 03** Cotizaciones genéricas o cotizador digital
- 04** Recordatorio digital de cita
- 05** Avances de obra
- 06** Planos de cada tipología de apartamentos





**Rompamos  
paradigmas con  
la tecnología**



# ¿Qué **no** es la **tecnología**?

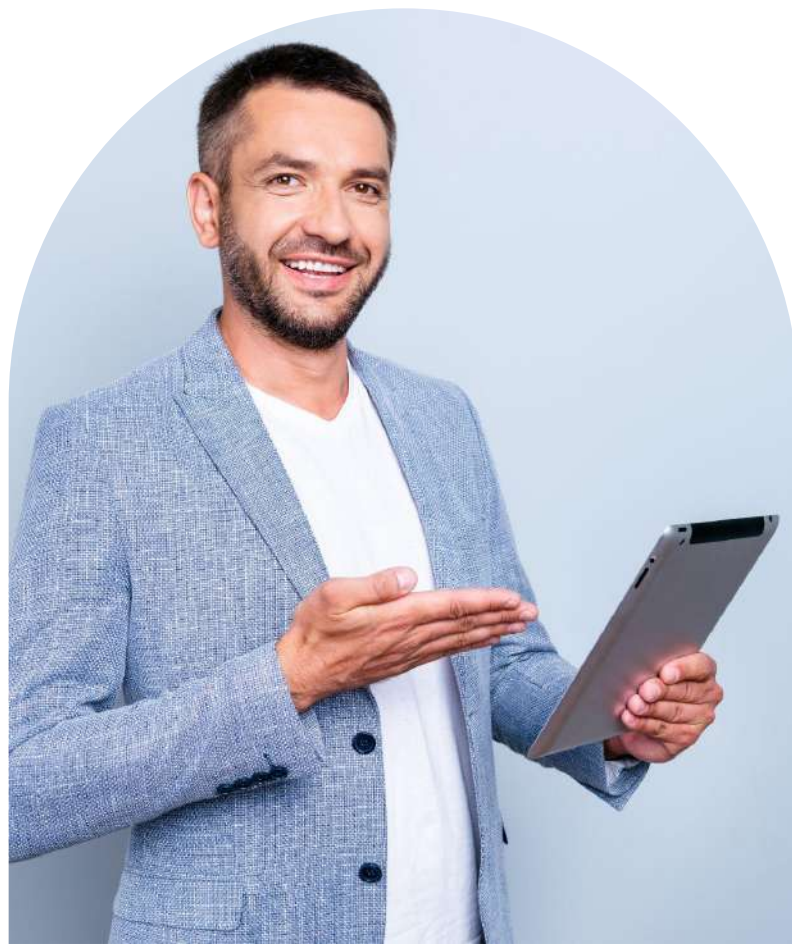
- 01** La tecnología **no** es un monstruo de mil cabezas
- 02** La tecnología **no** son un montón de palabras difíciles de pronunciar
- 03** La tecnología **no** vino a reemplazarnos





**Secreto**

La tecnología vino a  
reemplazar a los  
informadores





# La **tecnología** nos hace

- 01** La vida **más sencilla**
- 02** Trabajo más eficiente
- 03** Facilita la comunicación con nuestros clientes





## ¿Cómo funciona?

el proceso de implementación  
de tecnología en un proceso  
comercial

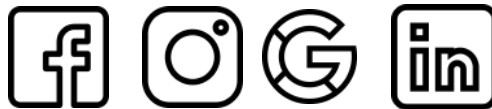
**PERSONA +  
PROCESO +  
TECNOLOGÍA**

**= KPI's**



# Herramientas tecnológicas inmobiliarias

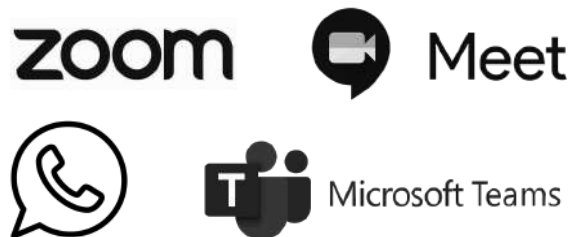
Mercadeo



Ventas

**pipedrive**

Comunicación



# Creemos juntos una cultura de ventas

## Reunión uno a uno

Reunión semanal de rendición de cuentas.

Duración: 20 min max

# 01

## RESULTADO DE VENTAS

¿Se logró la meta del mes?  
(Métrica rezagada)

# 02

## RESULTADO DE CITAS Y VISITAS

¿Se han avanzado suficientes tratos para que se cumpla la meta el siguiente periodo?  
(Métrica predictiva)

# 03

## EMBUDO DE VENTAS Y PROYECCIÓN


¿Cuántas ventas tengo proyectadas y para cuándo?  
¿Cuales son esos tratos?

# 04

## REVISIÓN DE ACTIVIDADES

¿Cumples con la velocidad de llamada?  
¿Estás aprovechando tu tiempo al máximo?

Para lograr una  
**cultura de ventas**

¡Pase tiempo   
con su equipo!



# ¿Qué hacemos para mejorar la intensidad?



## Actividades para aumentar operatividad

- Llamatlón
- Supervisión y rendición de cuentas
- Horarios de llamadas

## Actividades para mejorar efectividad

- Clínicas de llamadas
- Capacitación en prospección
- Capacitación de presentación del producto/servicio/proyecto





# Llamatlón

- Durante **2 horas ininterrumpidas** llamamos para conseguir citas.
- El objetivo es agendar la mayor cantidad de citas.
- El resultado de cada llamado es gritado en la sala independiente del resultado.
- Se lleva un tablero donde los vendedores compiten.
- **RESULTADOS:**
  - en 2 horas se logra el mismo número de citas que en promedio se sacan en una semana normal de trabajo







Lo único que nadie nos puede  
devolver en esta vida, es

**El tiempo**

Prepárense, evolucionen y cuenten  
con nosotros para establecer las bases  
de la intensidad comercial



# ¿Cómo lo hacemos?



## Implementación CRM

- **Integrando** las diferentes **fuentes generadoras** de leads con Pipedrive
- Diseñando e implementando el **flujo de correos automáticos** dentro del embudo.

## Acompañamiento comercial



- Estableciendo **metas claras** que guíen la estrategia comercial
- **Acompañando al equipo** comercial en llamadas a clientes potenciales
- Monitoreando el manejo adecuado del CRM
- Identificando **áreas de oportunidad** y mejora
- **Analizando** el desempeño y estrategia del equipo comercial



# ¿Cómo lo hacemos?



## Estrategia de marketing digital

- Desarrollando y ejecutando **campañas digitales** en las principales plataformas.
- Definiendo las **metas y el presupuesto** necesario para cumplir con los **objetivos comerciales**.
- **Diseñando** todo el **contenido** necesario para la estrategia digital.
- **Generando leads** cualificados acordes al segmento planteado.

## Análisis de datos



- Desarrollando **dashboards con información comercial y de mercadeo** que permita al cliente tener un panorama 360 de los resultados obtenidos en tiempo real.
- Ajustándonos a las necesidades particulares del cliente en cuanto a la **visibilidad de la información** en los dashboards.





# SEMINARIO DE VENTAS

PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

RESERVA DESDE YA EL  
**3 DE AGOSTO**



## TEMÁTICAS

- **¿Cómo se está comportando el cliente hoy?**  
(Estilos de vida, formas de compra y tendencias)
- **Estrategia empresarial. Experiencia exitosa de una empresa del sector de la construcción**
- **Taller práctico - Herramientas de marketing digital**  
¿Cómo posicionar mi empresa y la lectura de los algoritmos en las redes sociales?



**Juan Pablo Palmieri**

✉ [jpalmieri@conversionaventa.com](mailto:jpalmieri@conversionaventa.com)

☎ (+502) 5000 5445

**CONVERSION**