

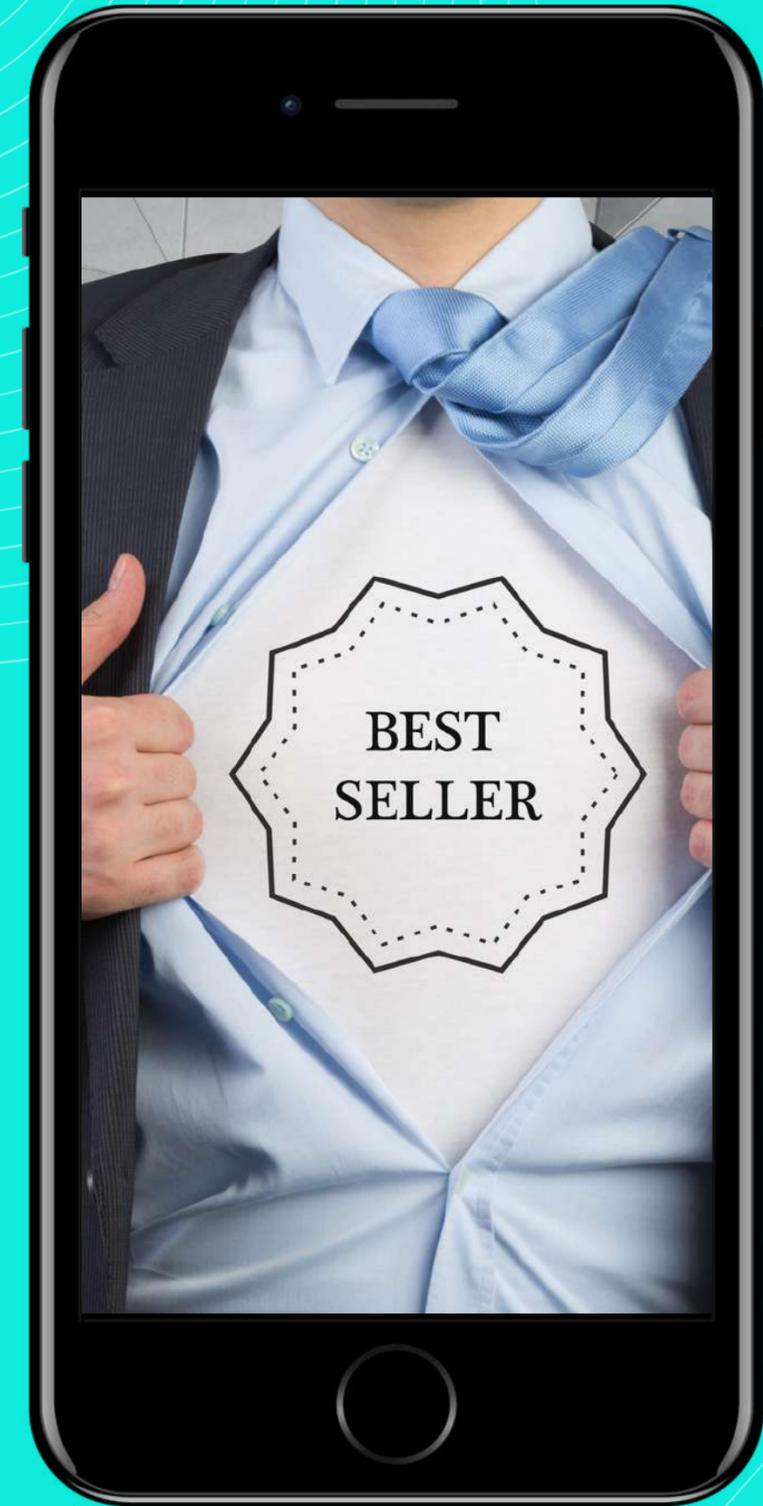
LOOK AROUND

Una vuelta por la MEJOR gestión comercial inmobiliaria

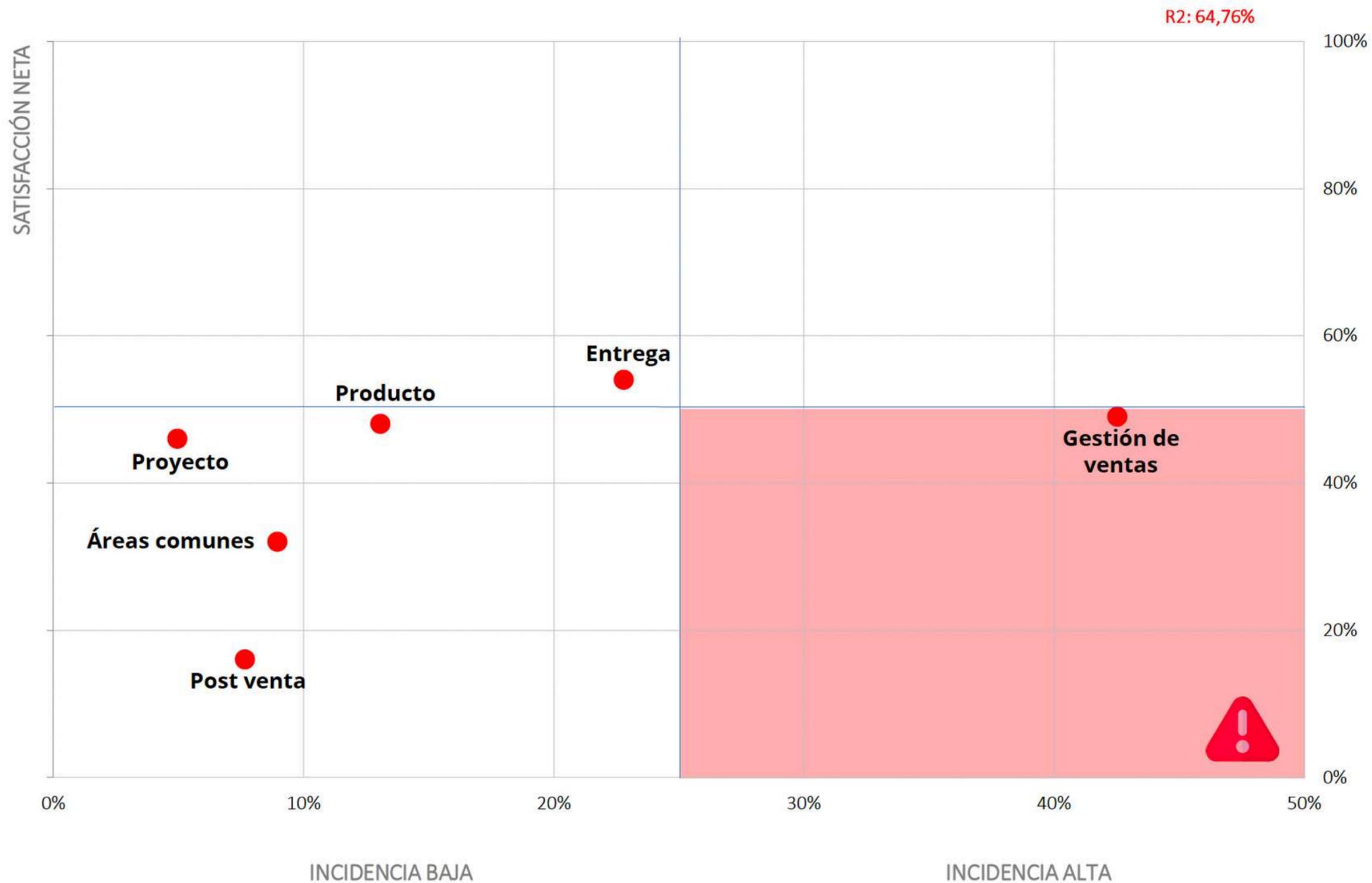
**¿Qué tan importante
es la gestión
comercial?**

Son la unidad N° 1 de generación de valor en sus compañías

Soñamos junto con nuestros clientes, los apoyamos para que puedan alcanzar la meta de la vivienda propia, los asesoramos y convencemos entregando confianza en el producto y en la empresa en la que invertirán sus sueños.



Focos de Mejora: Recomendación



*Fuente: Laboratorio de Marcas de la Construcción Colombia

42%

**De incidencia en la
Recomendación
de Marca**

¿De qué se trata la gestión comercial?



Se trata de hacer ¡MATCH!

¿Sabes lo que necesitan tus potenciales clientes?

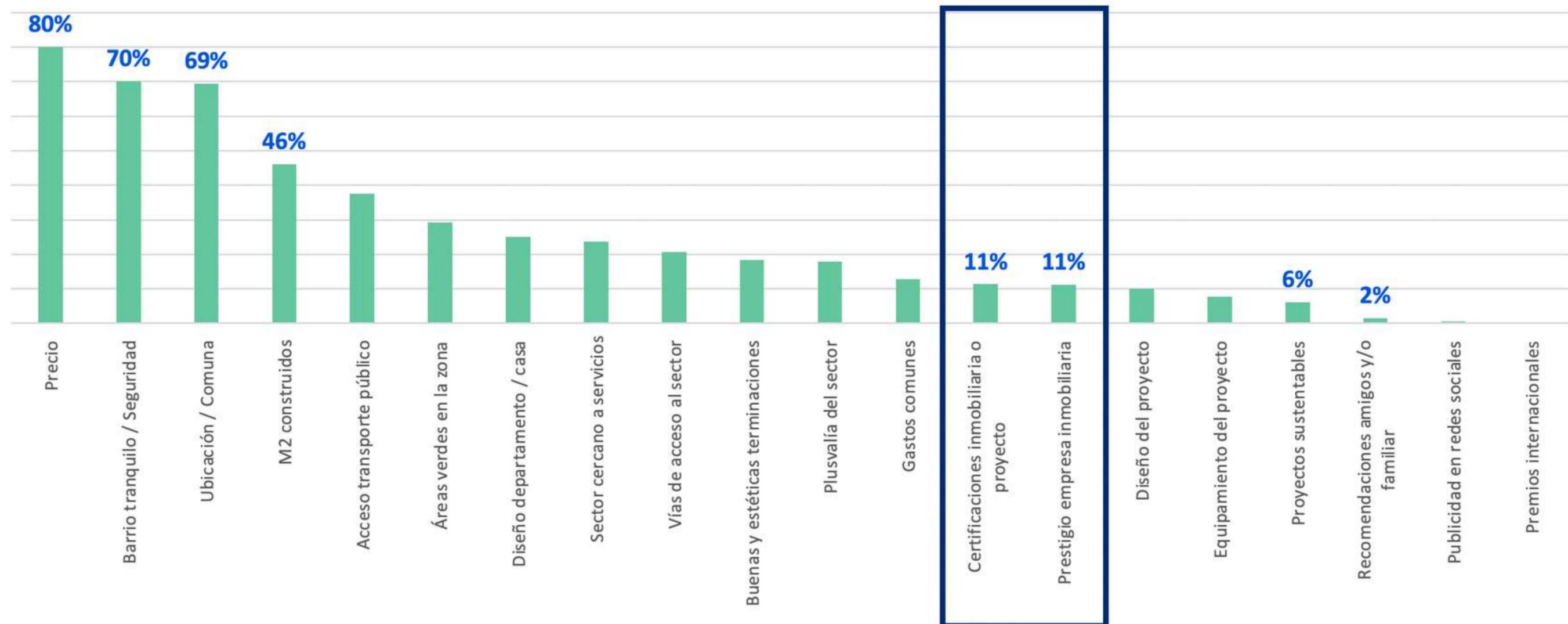


ASPECTOS RELEVANTES AL COMPRAR UNA VIVIENDA



De los siguientes aspectos, ¿cuáles son los (5) cinco más importantes para ti al momento de elegir comprar una vivienda?

Base: 1.767 personas
Sugerido



Fuente: Corpa + #tga, Estudio Imagen & Posicionamiento Best Place to Live en Chile.

V Encuentro Nacional de Ventas
Camacol

Fases de la gestión comercial de un proyecto



Gestión de leads o interesados



Gestión de prospectos y cierre de negocio



Acompañamiento, asesoría bancaria y escrituración



**¿Cómo están
estructurados
sus procesos
comerciales?**

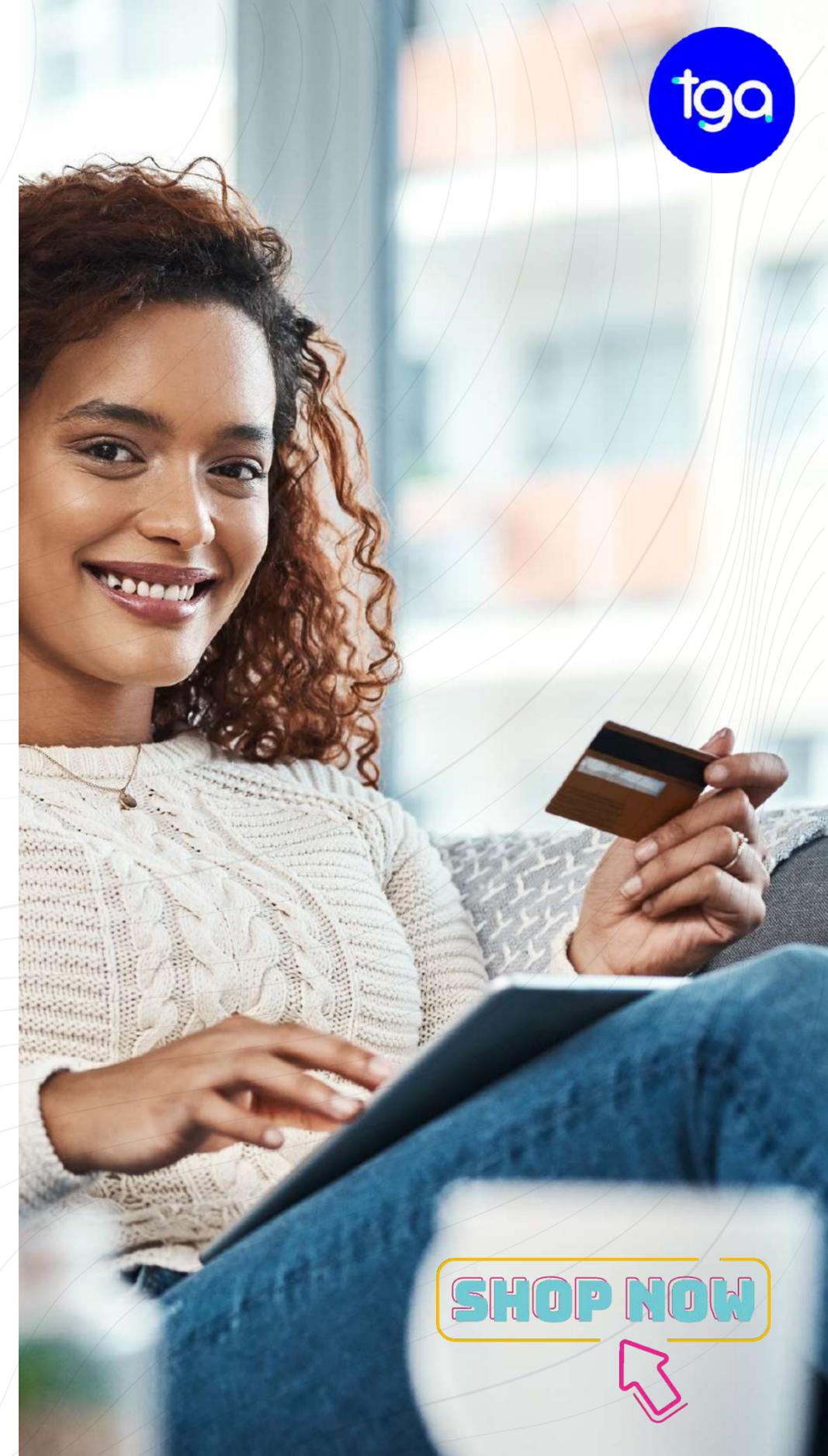
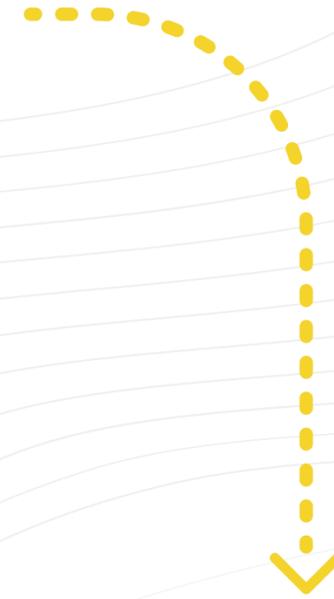
**Gestión
comercial
online**

**Gestión
comercial
presencial**

Etapas de la gestión comercial online

Primer Contacto
Segundo Contacto
Videollamada
Seguimiento

Indagación de
necesidades



SHOP NOW



Etapas de la gestión comercial presencial

1. Llegada y sala de venta
2. Bienvenida
3. Presentación y atención
4. Indagación de necesidades
5. Explicación características del proyecto
6. Visita a la casa modelo
7. Proceso de cotización
8. Cierre de la visita
9. Seguimiento



Gestión Comercial Online

Primer contacto
Segundo contacto
Videollamada
Seguimiento

Indagación de
necesidades

Gestión Comercial Presencial

1. Llegada y sala de venta
2. Bienvenida ✓
3. Presentación y atención
4. Indagación de necesidades ✓
5. Explicación del proyecto ✓
6. Visita a la casa modelo
7. Proceso de cotización ✓
8. Cierre de la visita ✓
9. Seguimiento ✓



Let's look around

Lo que hace especial a los mejores equipos comerciales

2. Bienvenida

¡No existen las segundas mejores impresiones!



Soy
**Tomás
Cartagena Cortés**



CEO en Trend Group America
Director General certificación
Best Place to Live

+60K
*clientes
inmobiliarios
evaluados*

tga
FTGA
COMPROMETIDOS
CON OBJETIVOS Y
RESULTADOS CLAVES

4. Indagación de necesidades

¿Qué vienen a entender o aprender de esta charla?



Please enter the code

Submit

The code is found on the screen in front of you

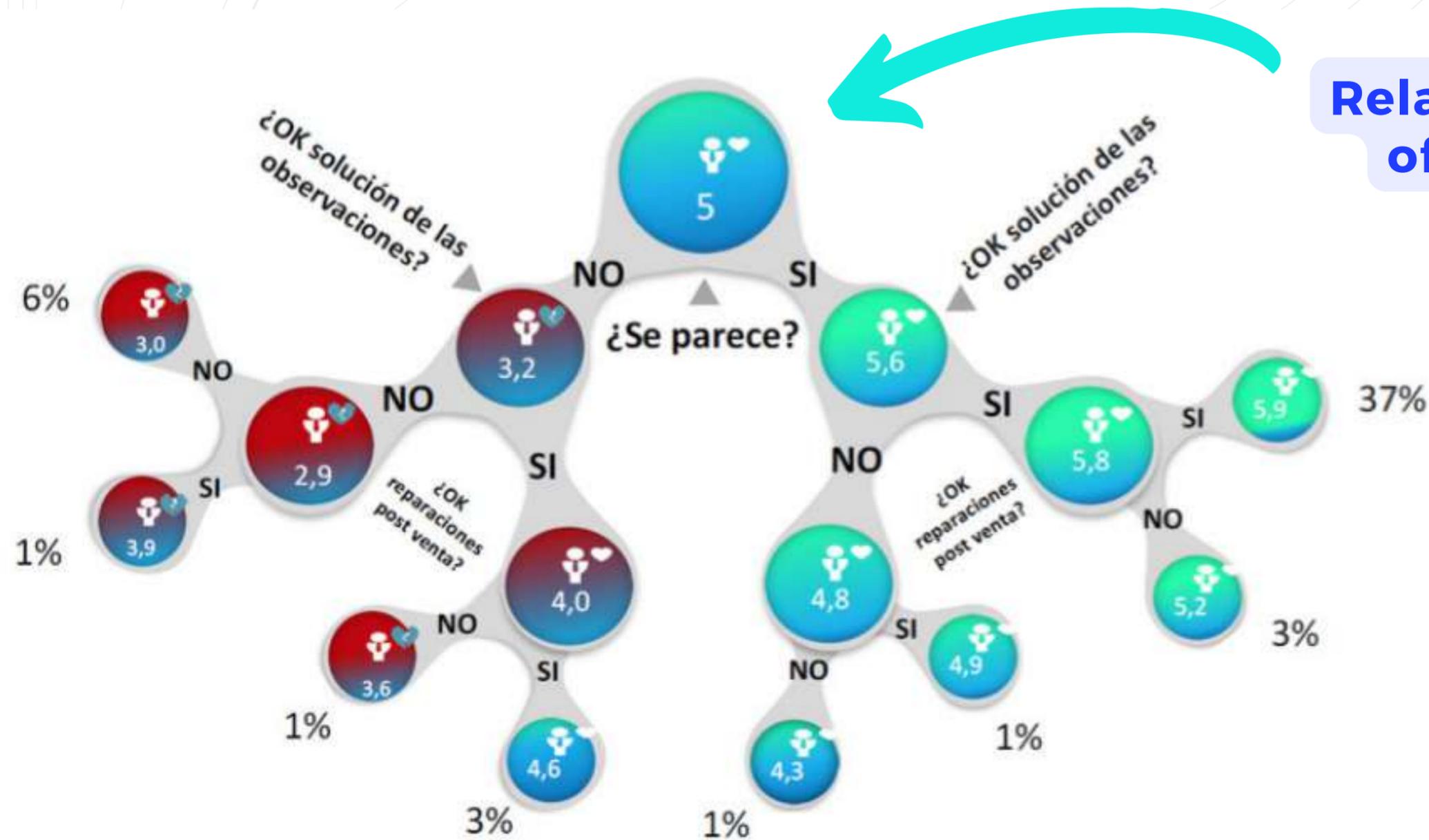




5. Explicación del proceso comercial exitoso

(Elementos en común de equipos exitosos)

Ser exitosos no depende solamente del equipo de ventas



Relación del producto ofrecido versus el recibido

CONTRACT

La venta no termina al separar la vivienda



Contractor shall perform the following described work at _____ the "Property" in accordance with Owner's contract plans and specifications, the Agreement and any Change Order, as defined herein, collectively, the "Contract Documents".

(Description of work) (the "Work")

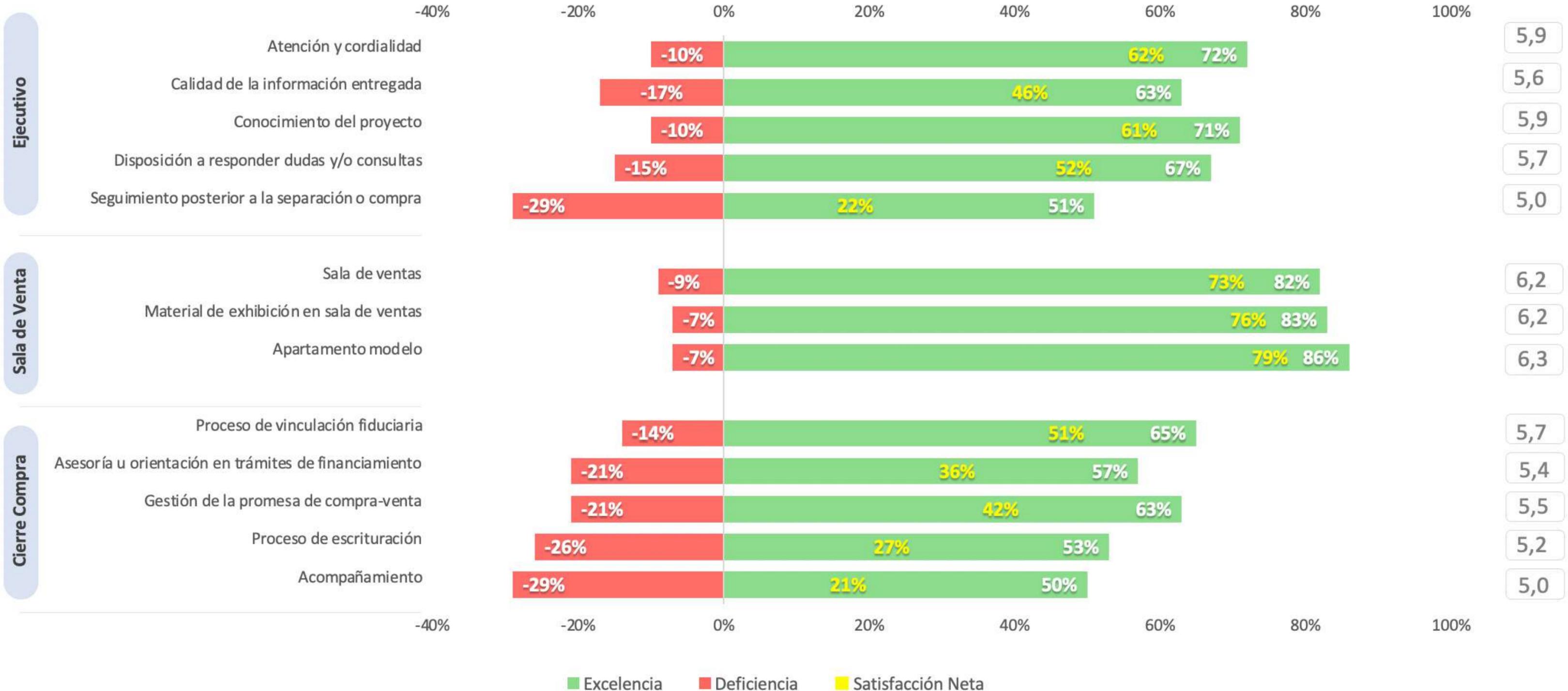
Industry knowledge used in any Contract Documents which are not defined shall be interpreted as having the same meaning as that recognized in the construction industry in the area where the Property is located.

Contract Price and Payment. Owner agrees to pay Contractor the total amount of \$ _____ (the "Contract Price") for the Work. Payment is subject to additions or deductions in accordance with any modifications in the Work. Payment will be made by (Check one):
 cash personal check contractor's check money order credit card or debit card wire transfer other _____ according to the following schedule:

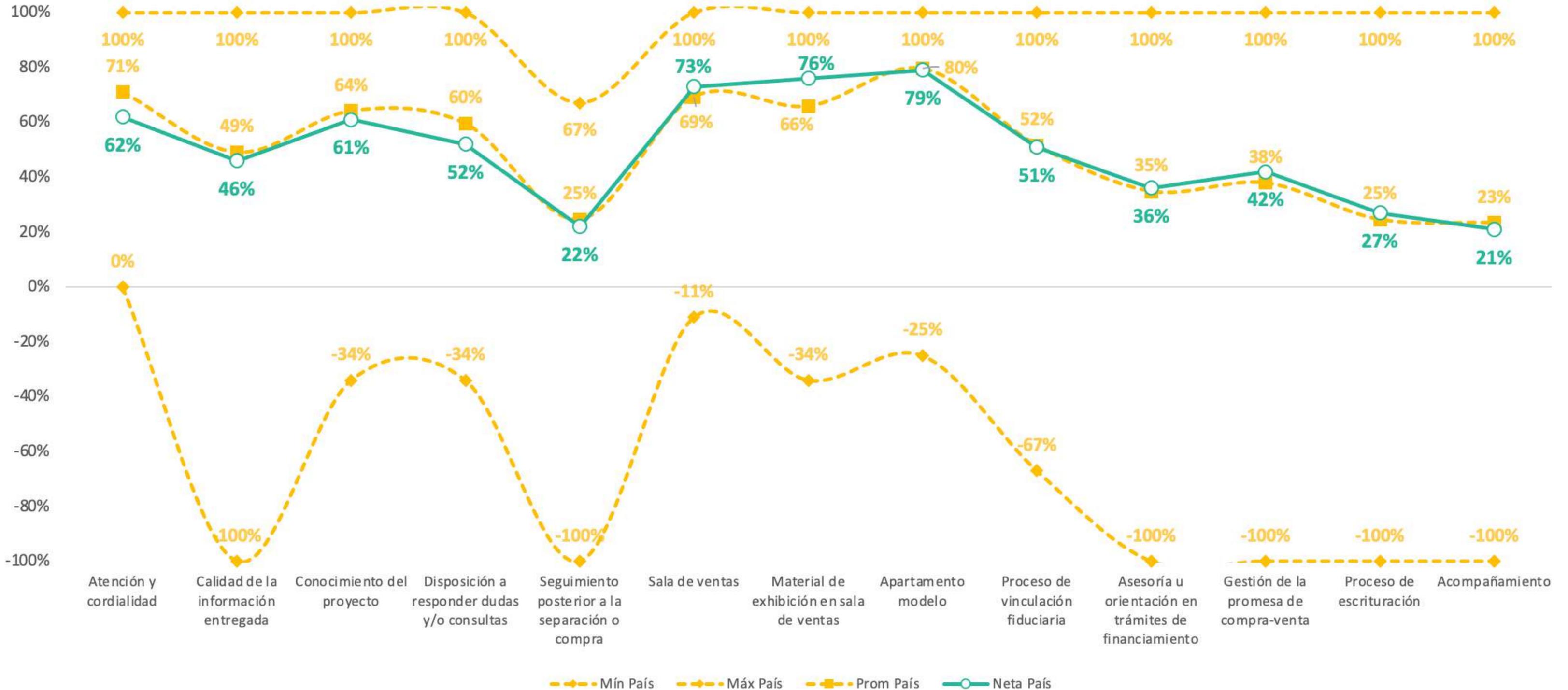
Deposit (Check one):
 A deposit of \$ _____ is required.
 \$ _____ is due upon the execution of this Agreement.

Payments (Check one):
 The Contract Price shall be paid in _____ installment payments.
 Installment payments shall be paid at set intervals, \$ _____ due every week every month other: _____ from the completion of the Work.
 Installment payments will be paid upon the completion of the following milestones:
\$ _____ due upon _____ [Milestone]
\$ _____ due upon _____ [Milestone]
\$ _____ due upon _____ [Milestone]

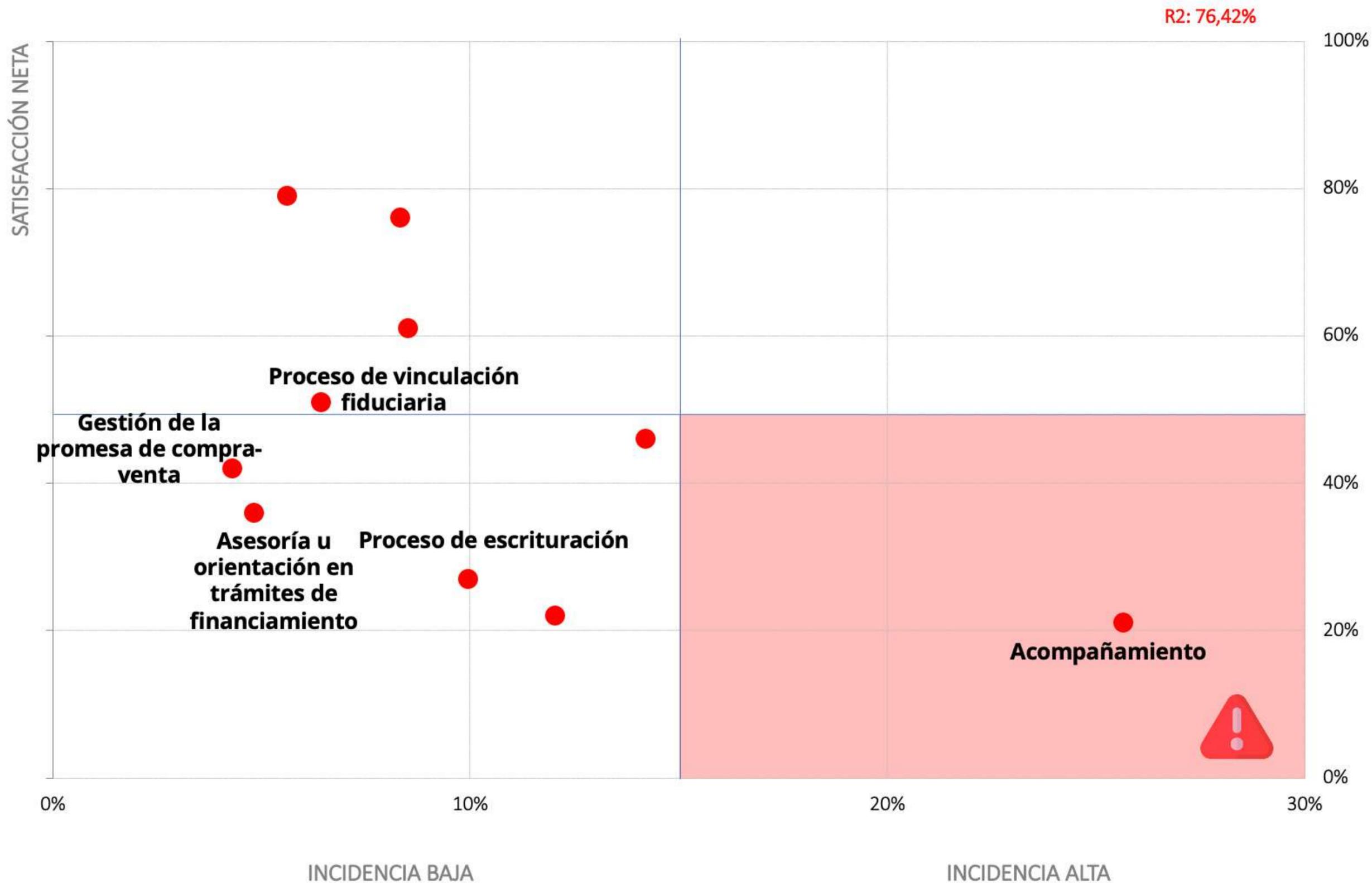
Evaluación indicadores de Gestión de Venta



Indicadores Gestión de Venta



Focos de Mejora: Gestión de Ventas





**Los equipos exitosos transmiten
Confianza**



BEST PLACE TO LIVE

Certificación de calidad que reúne a los Mejores Desarrolladores Inmobiliarios para vivir basados en la Satisfacción de sus Clientes.

Empresas constructoras de venta y renta residencial (multifamily) participan anualmente para mejorar su estándar y así estar consideradas en el grupo de los mejores.





Mejoramos **el estándar**
de productos y servicios
en los países presentes.

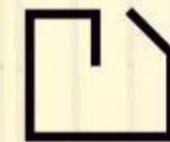
Chile
(9 años)


+214%

Perú
(4 años)


+113%

**Estamos
construyendo un**



**BEST
PLACE
TO LIVE**





Colombia:

Perú:

Chile:

Con empresas certificadas

Proyectos en evaluación

Resultados de las constructoras certificadas Best Place to Live versus el resto

RECOMENDACIÓN

6 veces más



RECOMPRA

26 veces más



The background of the entire image is a dark, textured floor, possibly rubber matting, with several pieces of weightlifting equipment scattered across it. In the foreground, there is a curved barbell with a large, dark, cylindrical weight attached to its end. To the right of the barbell, there are several circular weight plates of different sizes. One plate in the upper middle has '1KG SCHNELL' embossed on it. Another plate in the lower middle has 'HEY SPORT W. GERMANY' embossed on it. The lighting is dramatic, coming from the side, creating strong highlights and deep shadows on the equipment and the floor.

Entrenamiento y capacitaciones

Los equipos exitosos tienen muchas horas de entrenamiento dentro de su jornada de trabajo.

¿Cómo se evalúa a los equipos comerciales exitosos?



Evaluar solo por venta es cosa del pasado. Los mejores equipos son evaluados por el **¿qué aportó?** y también por el **¿cómo aportó?** La contribución de valor no debe ser solo monetaria, sino también a la imagen de marca, parte esencial de la **sostenibilidad** de los negocios.

7. Proceso de cotización

[\(Descarga la presentación\)](#)

Descarga la presentación realizada hoy



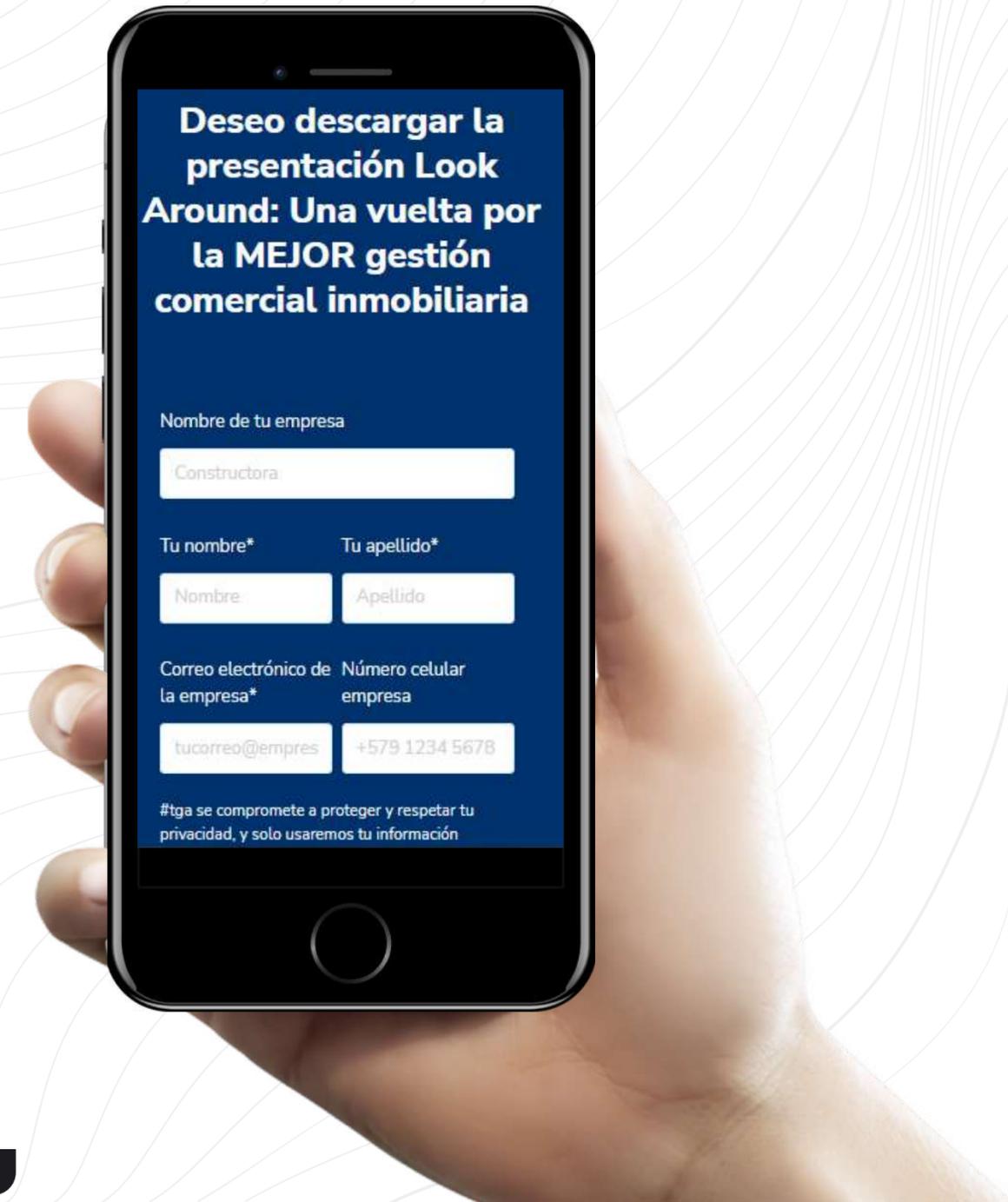
**V ENCUENTRO NACIONAL DE VENTAS
CAMACOL
CONFERENCIA: TOMÁS CARTAGENA CORTÉS**

Repasa los conocimientos aprendidos en esta charla y permite a los miembros de tu organización que no han venido, Mejorar.

¡El éxito de todos es mejor que el de uno!



La etapa de cotización debe cumplir con capturar toda la información necesaria para lo operativo y explica los próximos pasos.



8. Cierre de la visita

(Cierre de la charla)

Resumen de lo conversado

- **Hacer match**

La propuesta de valor del producto y proyecto debe conectarse con las necesidades de sus potenciales clientes.

- **Ventajas competitivas**

Sigue los elementos comunes que tienen los mejores equipos comerciales: Entender que trabajan conectados, que la venta no termina al separar, transmitir confianza corroborable por el cliente, muchas horas de entrenamiento.

- **Necesidades**

Indagar lo que el cliente busca y necesita se puede hacer en múltiples etapas, lo importante es entenderlo(a). Traza un plan de la información necesaria para las diferentes etapas de tu funnel.

- **Correcta evaluación**

Evaluar a los equipos comerciales por margen de contribución y por las acciones que realizan para llegar a la venta, cuidando siempre la imagen de marca y la relación del producto ofrecido vs. el recibido (no sobre prometer)

Somos #tga Contáctanos

DIRECCIÓN PRINCIPAL

Av. Vitacura 2939 oficina 301, Las Condes
Santiago de Chile.

COLOMBIA

colombia@trendgroupamerica.com
(+57) 320 557 7558

WEB

Trendgroupamerica.com
Bestplacetolive.com.co



9. Seguimiento

(Ya se viene)

**¿Se dieron cuenta
del proceso de venta
que acabamos de
vivir?**

Taller:

¿Tiene tu equipo lo que se necesita para ser parte de los mejores?



**LAURA MOLINA
MONROY**

Gerente de Productos y
Clientes



**TOMÁS
CARTAGENA**

Gerente General



**MILAGROS
RODÓN**

Growth Marketing
y Comunicaciones



Viernes 13/05

Primer turno: 11 am

Segundo turno: 12pm



LOOK AROUND

Una vuelta por la MEJOR gestión comercial inmobiliaria

V Encuentro Nacional de Ventas
Camacol

