

# LOOK AROUND

Una vuelta por la MEJOR gestión comercial inmobiliaria

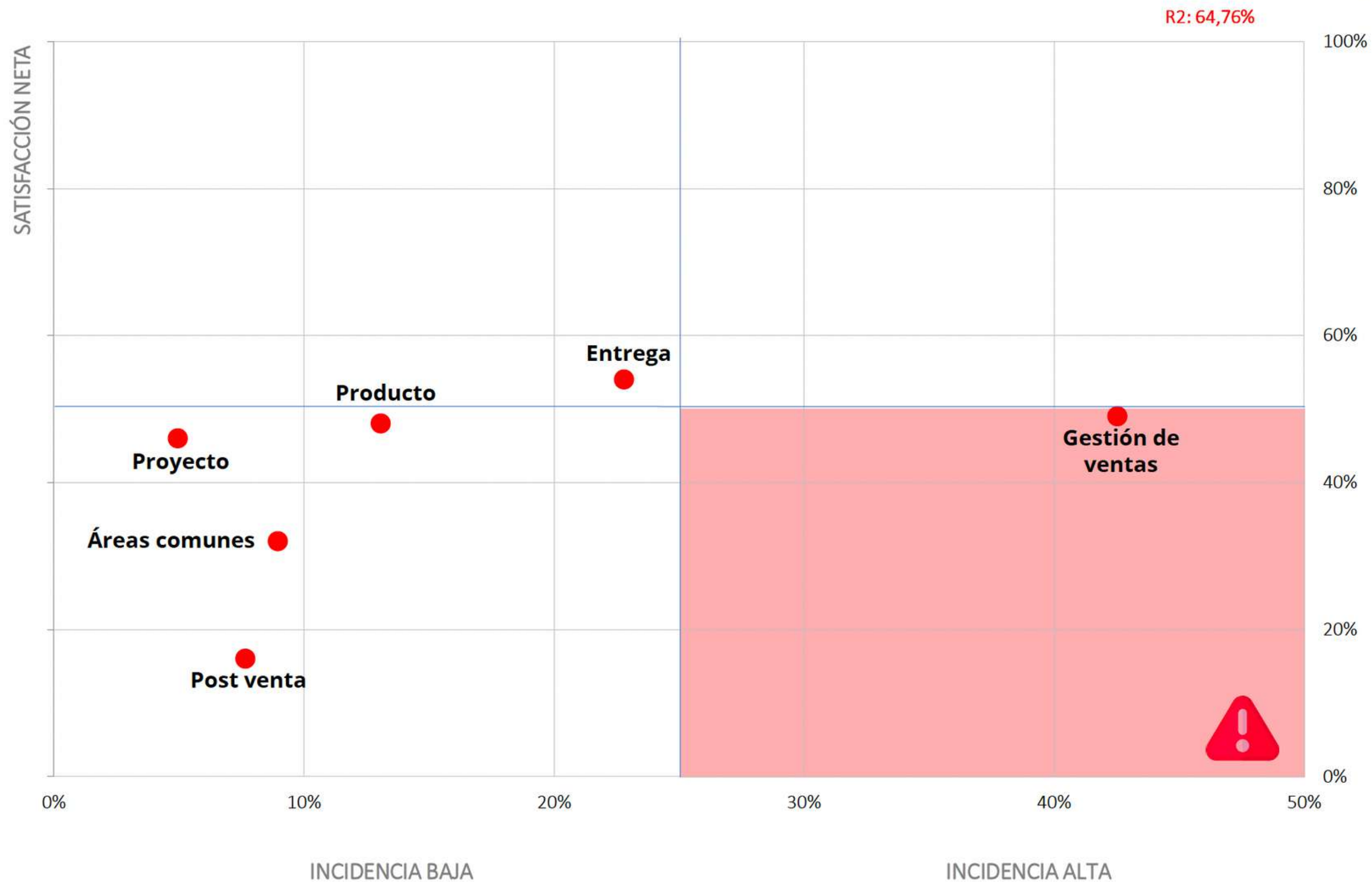
**¿Qué tan importante  
es la gestión  
comercial?**

# 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?

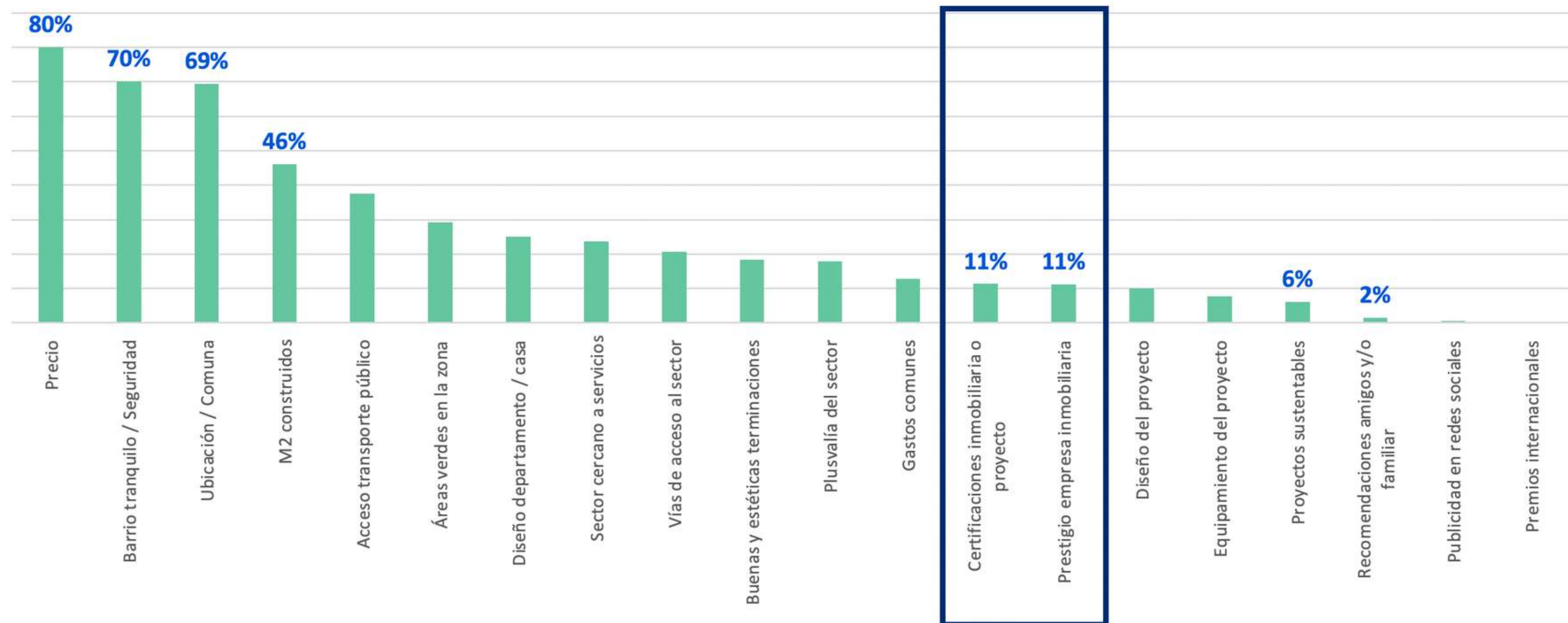


## ASPECTOS RELEVANTES AL COMPRAR UNA VIVIENDA



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?**

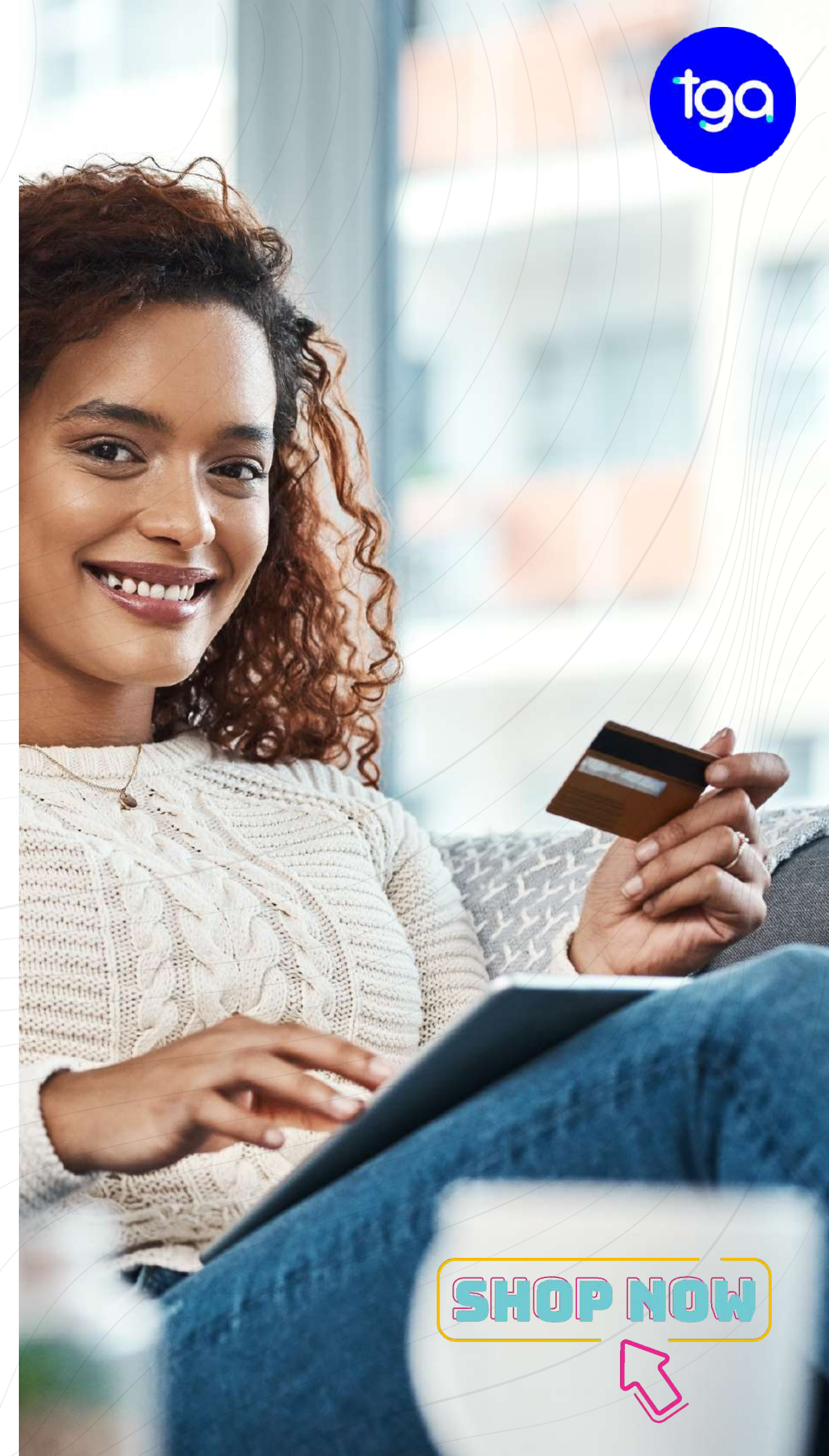
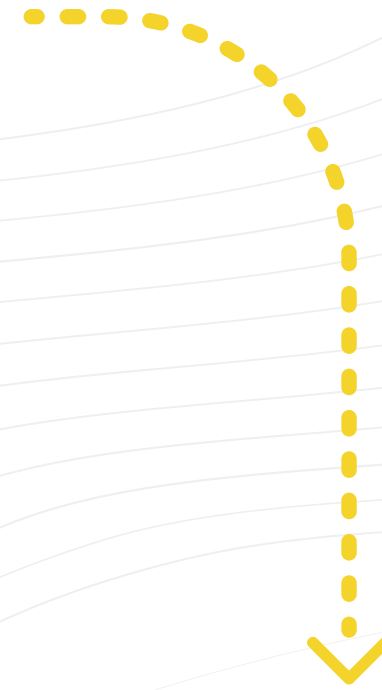
**Gestión  
comercial  
online**

**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*

# 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



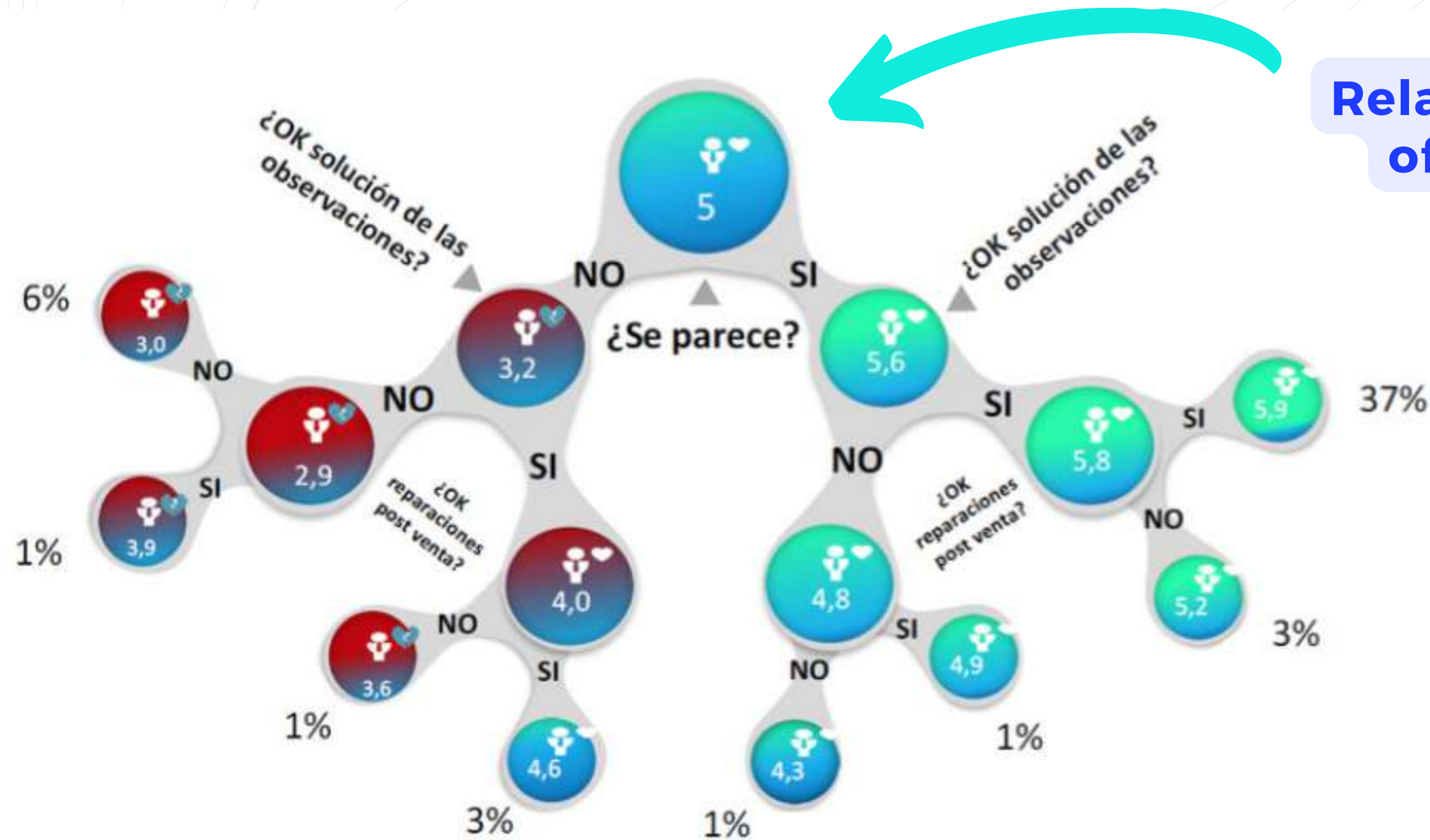


V Encuentro Nacional de Ventas  
Camacol

# 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



# La venta no termina al separar la vivienda



## CONTRACT

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")

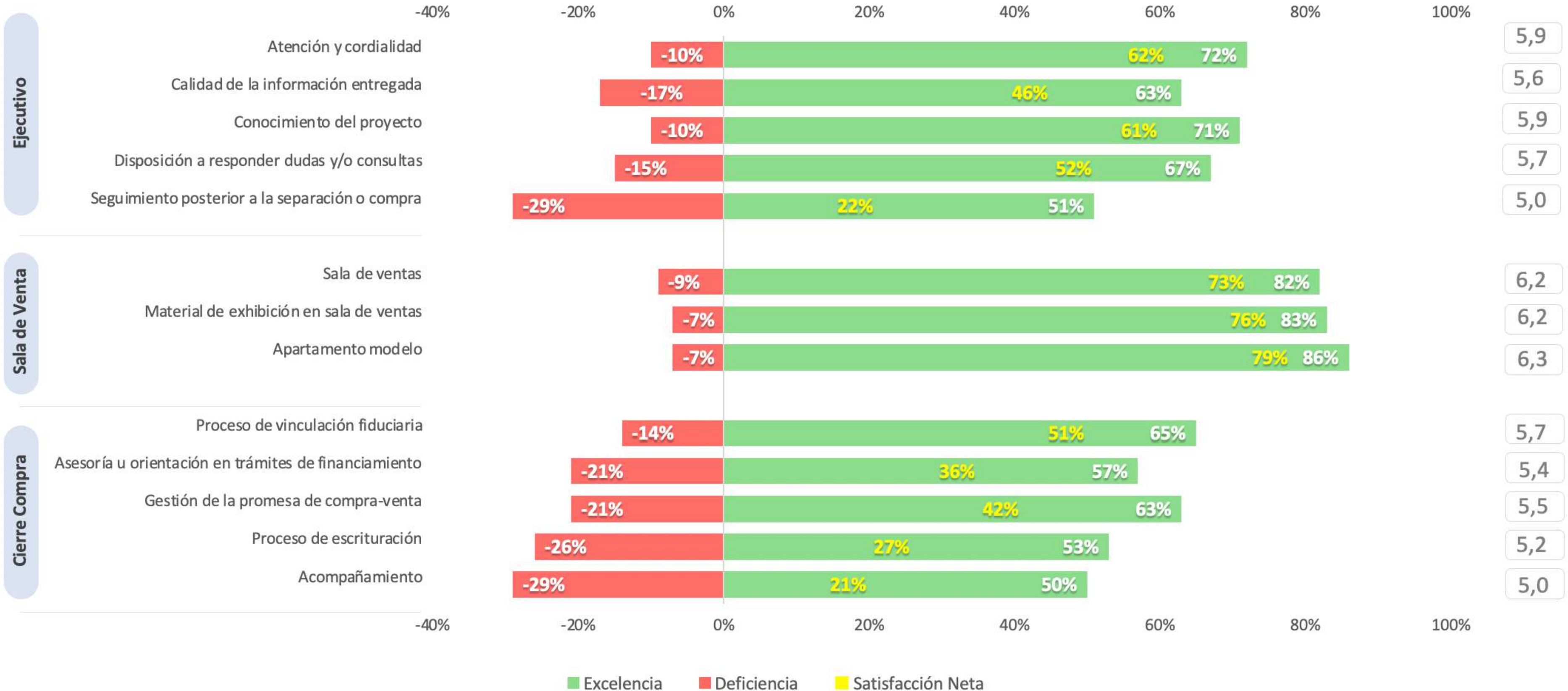
Industry knowledge used in any Contract Documents which are not defined shall be interpreted as having the same meaning as that recognized in the construction industry in the area where the Property is located.

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.

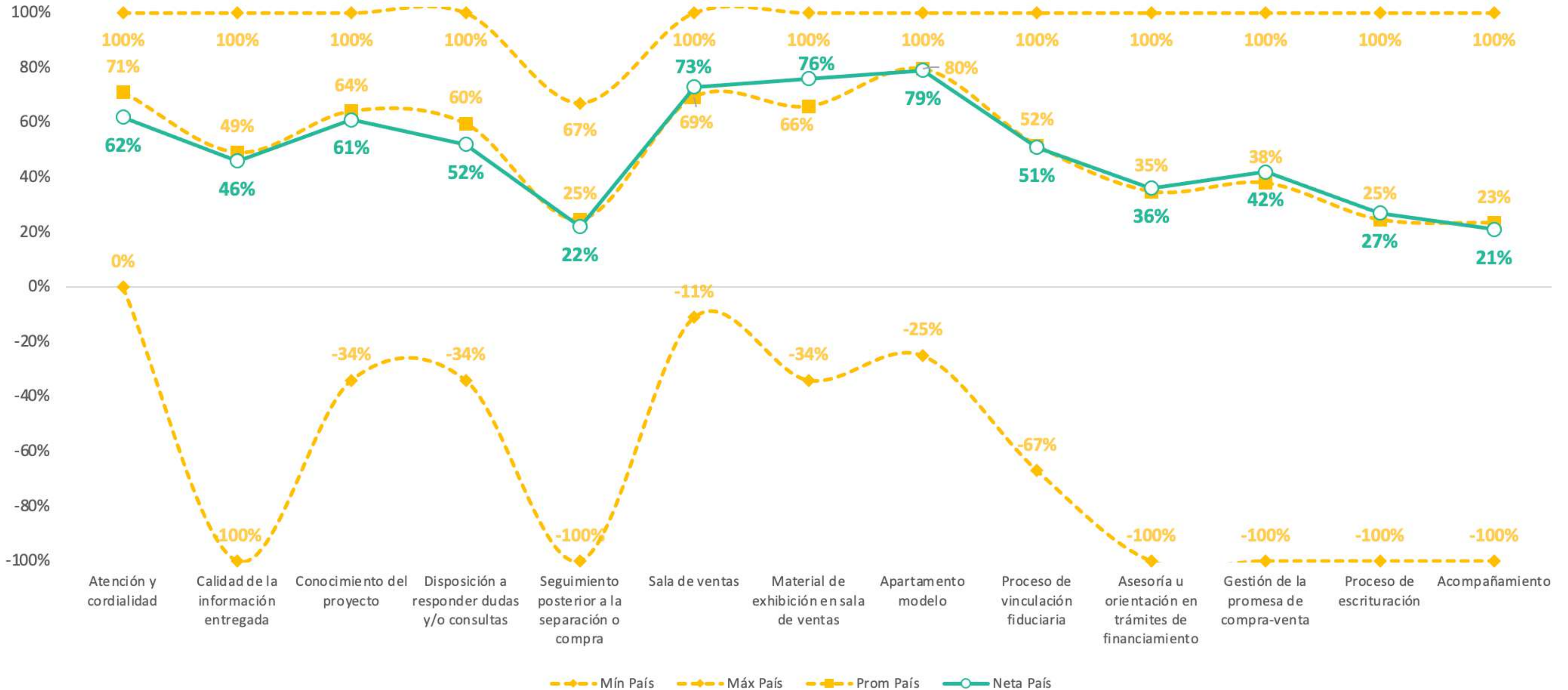
Payment Schedule (Check one):  
 The Contract Price shall be paid in \_\_\_\_\_ installment payments.  
 Installment payments shall be paid at set intervals, \$ \_\_\_\_\_ due  every week  every month  other: \_\_\_\_\_ from the completion of the Work.  
 Installment payments will be paid upon the completion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

# Evaluación indicadores de Gestión de Venta

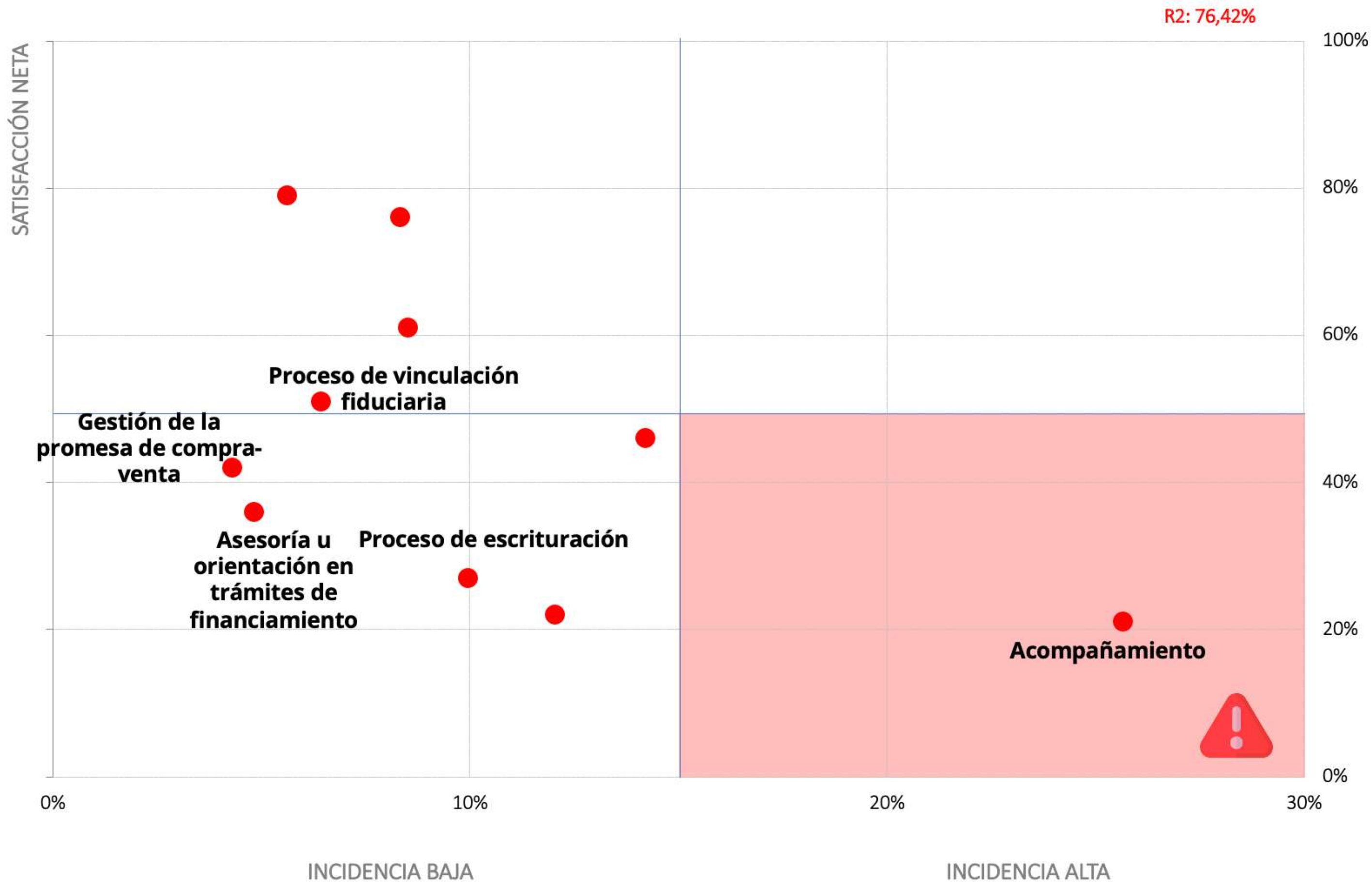




# Indicadores Gestión de Venta

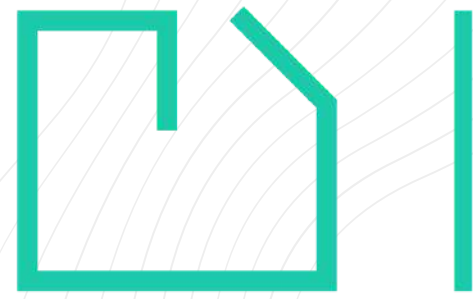


# Focos de Mejora: Gestión de Ventas





**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.

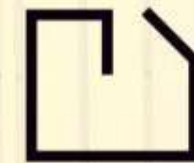
**Chile**  
(9 años)

  
**+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



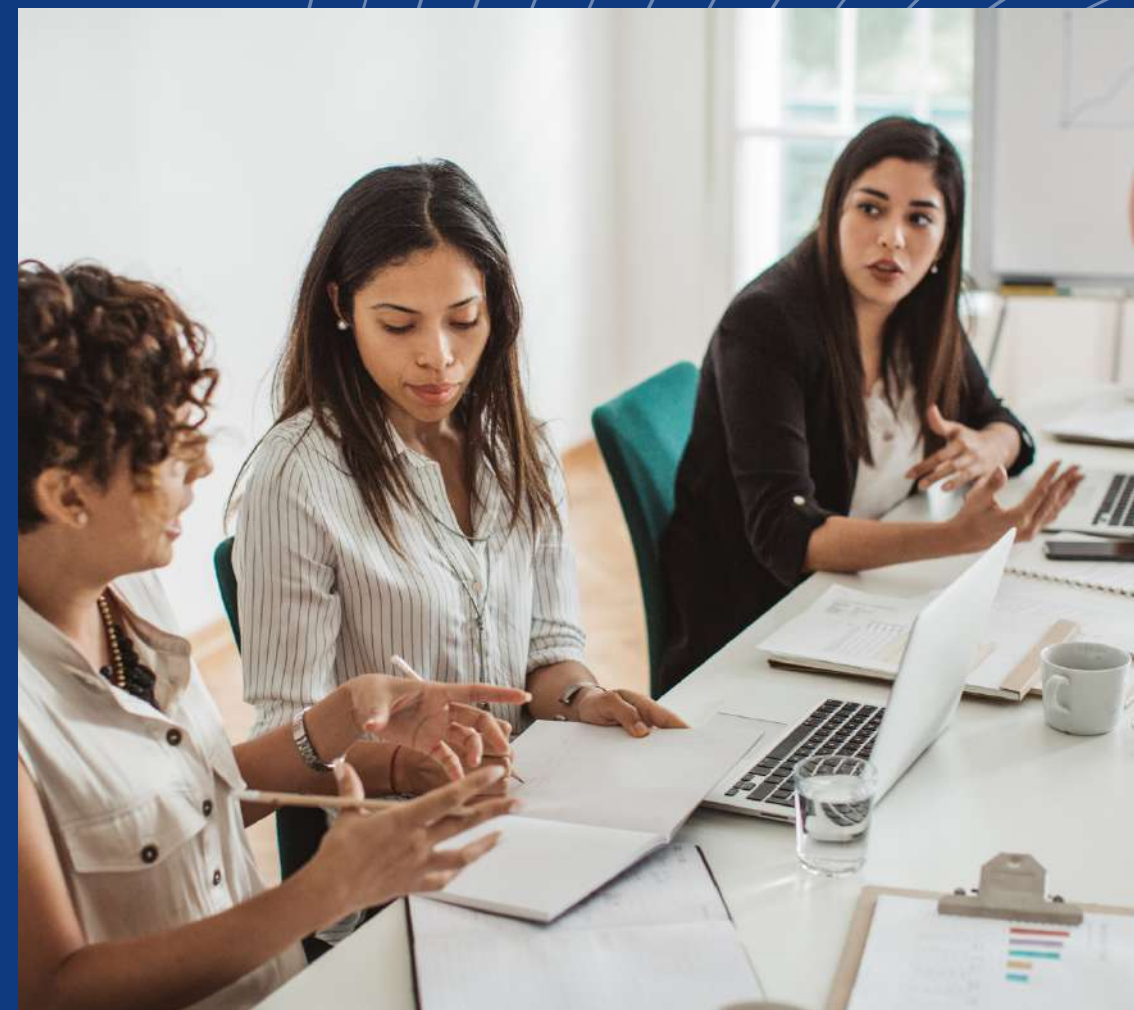


The background of the entire image is a dark, textured gym floor. Scattered across the floor are several pieces of weightlifting equipment: a curved barbell with a large weight plate on the left, a straight barbell with a weight plate in the center, and another curved barbell with a weight plate on the right. The lighting is dramatic, creating strong highlights and deep shadows.

# 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



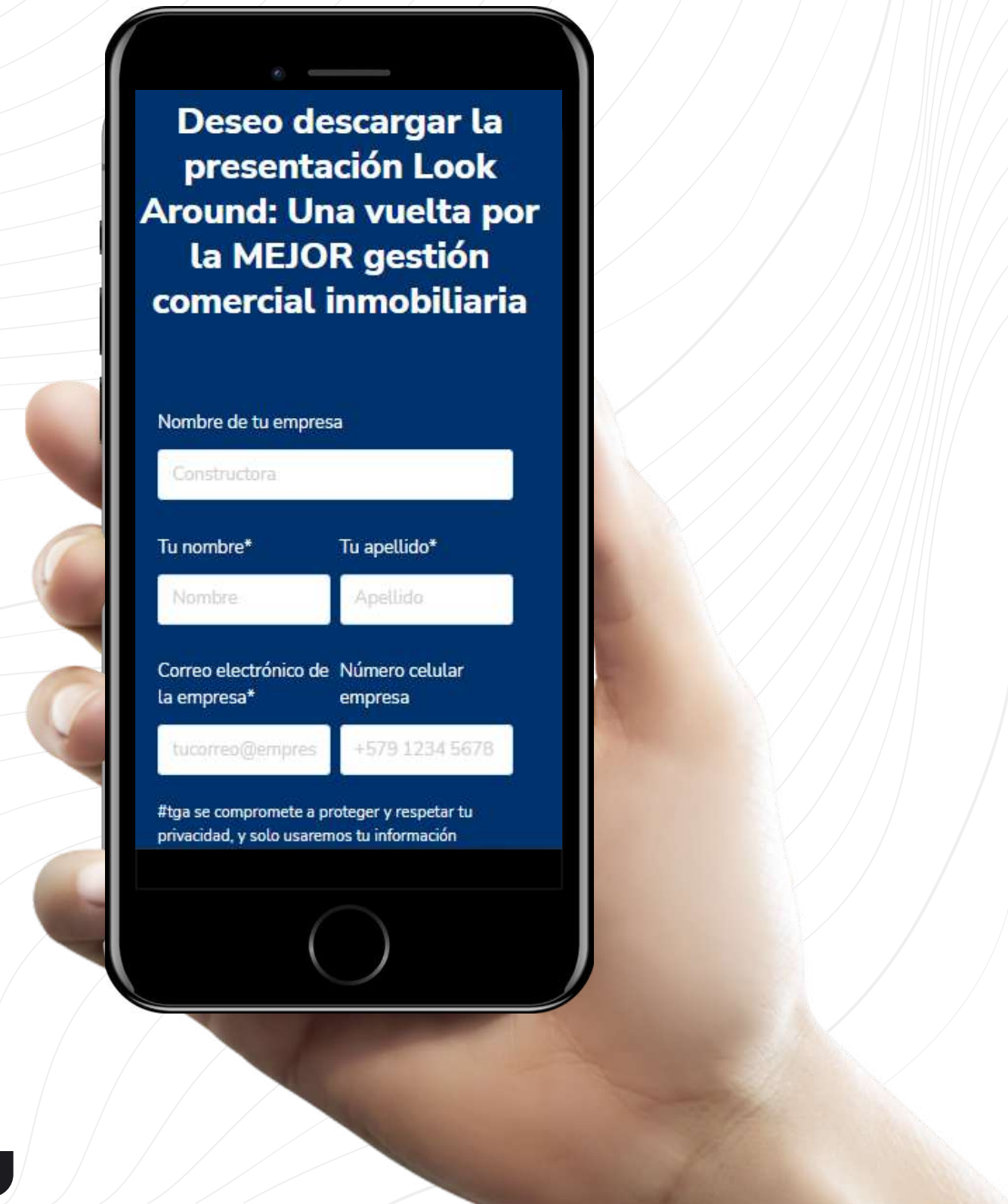
**V ENCUENTRO NACIONAL DE VENTAS  
CAMACOL  
CONFERENCIA: TOMÁS CARTAGENA CORTÉS**

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

