Kontakt telefoniczny czy mailowy - co wybrać pytając o ofertę nowych mieszkań ?

Czy tak prozaiczna sprawa jak forma kontaktu, może mieć znaczenie w poszukiwaniu dobrej oferty mieszkania lub domu ? Uchylamy nieco rąbka tajemnicy jak wygląda nasza praca od kuchni i jaką formę komunikacji wybrać poszukując informacji o ofertach - telefon czy mail ? Co będzie skuteczniejsze ?

"Klient mailujący nie kupuje" - to stereotyp, który pokutuje w branży nieruchomości od lat. Jednak cały czas jest prawdziwy i ma duże odzwierciedlenie w rzeczywistości. Potwierdzają to nasi klienci, którzy w rozmowach podkreślają, że mało kto odpisuje im na wysłane przez Internet zapytania. Skąd się bierze taka postawa u sprzedawców ?
Najczęściej z doświadczeń jakie zebrali przez lata pracując z klientami, z których wynika, że **konkretny klient dzwoni a mało konkretny mailuje**. Nie bez znaczenia jest też brak czasu na odpisywanie na maile, skoro priorytet mają klienci dzwoniący i przychodzący na spotkania.

Praktyka pokazuje, że osoby zainteresowane rynkiem, jednocześnie nie koniecznie zakupem, często **wysyłają zapytania o cenę nieruchomości**. **Najczęściej z pytaniem po ile metr kwadrarowy ?!**

Jednak nie idzie za tym motywacja do zakupu ani chęć poznania oferty a jedynie cenowa orientacja. Wynika czasem ona z pierwszego podejścia do tematu zakupu, próby rozeznania w możliwościach zakupowych lub po prostu z ciekawości.

Rynek nieruchomości jest pełen tzw "apaczy" czyli osób generujących na rynku ruch ale nie powiązany z motywacją ani możliwościami zakupu.
Nazywamy to również ruchem "lifestylowym", w którym to klienci w wolnym czasie oglądają oferty, interesują się rynkiem, obserwują trendy lecz traktują to jako hobby a nie realną potrzebę zakupu nieruchomości. Osoby te najczęściej wybierają kontakt mailowy z biurami sprzedaży, ponieważ w rozmowie z doradcą, ich mało konkretna postawa dość szybko jest odkryta. Agent nieruchomości czy doradca klienta w biurze dewelopera nabiera poczucia straty czasu w relacji z takim "klientem" przez co nie chce kontynuować rozmów i udzielać informacji. To zrozumiałe, gdyż branża płaci za efekty pracy a nie rozdane informacje i darmowe konsultacje.

Z drugiej strony wielu klientów wysyła kilka zapytań równolegle i nie życzy sobie kontaktu telefonicznego na

etapie zbierania informacji. Wolą przefiltrować ofertę rynku we własnym zakresie, aby w dogodnym dla siebie momencie przestawić się na kontakt mailowy czy bezpośrednie spotkania. Jest też spora grupa klientów która ma **problem z decyzją o zakupie nieruchomości** o czym piszemy w na naszym blogu.

Jak wysyłać zapytania mailowe do dewelopera ?

Jak zatem konstruować zapytania mailowe do dewelopera aby uzyskać interesujące informacje a jednocześnie nie sprawiać wrażenia "apacza", na którego szkoda czasu doradcom ?
Zachęcamy do opisania w mailu swojej sytuacji czyli czego mniej więcej szukamy, na jakie cele mieszkanie, kiedy planujemy zakup i jaki przewidujemy budżet. Tak skonstruowane zapytanie na pewno nie zostanie bez odpowiedzi, konsultant chętnie odpowie mailowo i udzielając wyczerpujących odpowiedzi a przy okazji podpowie dodatkowe rozwiązania, które mogą się okazać bardzo ciekawe.
Nic nie stoi też na przeszkodzie aby podać numer telefonu z zaznaczeniem, że na początek prosimy o kontakt mailowy, zaś telefon podajemy awaryjnie np. w celu sms-owego potwierdzenia wysłania odpowiedzi. Wiele maili z ofertą nie dociera na skrzynki, ginie wśród korespondencji, trafia do spamu. SMS-we potwierdzenia pozwalają uniknąć tych sytuacji i dają pewność, że korespondencja dotarła a potencjalny klient poważnie traktuje wysłane zapytanie.

Pamiętaj, że wysyłając zapytanie mailowe, Twoja sytuacja jest uznawana za mniej priorytetową i może się okazać, że w międzyczasie mieszkanie o które pytasz, jest rezerwowane klientowi, który zadzwonił lub przyszedł do biura sprzedaży !

Wyślij maila z zapytaniem jeśli:
- twoje poszukiwania są mało sprecyzowane
- nie masz presji czasu
- dopiero się orientujesz na rynku
- nie wiesz czy na pewno chcesz kupić
- nie oczekujesz pomocy w zakupie
- aktualne promocje cenowe i dostępność oferty nie mają dla Ciebie aktualnie znaczenia

Jaką przewagę daje kontakt telefoniczny ?

Jako doradcy jesteśmy w stanie potencjalnym klientom przekazać znacznie większą dawkę wiedzy o ofercie i rynku w krótkim czasie. Mailowanie jest niezwykle czasochłonne i bywa trudne. Pewnych spraw po prostu nie sposób opisać w oficjalnej korespondencji handlowej. W odpowiedzi mailowej zazwyczaj przesyłamy ogólne informacje i ceny katalogowe - jeśli chcesz poznać ciekawe niuanse dotyczące oferty, możliwości rabatowe lub ciche promocje - zdecydowanie lepiej się kontaktować telefonicznie lub umawiać na spotkanie.
Twój kontakt telefoniczny zawsze będzie sygnałem dla sprzedawców, że bardziej Ci zależy i że warto zająć się pomocą właśnie Tobie-dzwoniącemu, nie koniecznie Tobie-mailującemu.

Dlatego dzwoń do doradców i biura sprzedaży jeśli zależy Ci na
- czasie odpowiedzi
- na priorytetowym podejściu do Twojej sprawy
- na konkretnej, upatrzonej ofercie nieruchomości
- na unikalnej wiedzy dotyczącej rynku
- na lepszej cenie lub warunkach zakupu
- na wsparciu i pomocy w poszukiwaniu najlepszej oferty

Jeśli jednak nie możesz się kontaktować telefonicznie a zależy Ci na szybkiej i priorytetowej obsłudze,:
- zaznacz w wiadomości dlaczego wybrałeś tę formę
- opisz krótko swoją sytuację np. czego szukasz
- podaj numer telefonu z zaznaczeniem, iż preferujesz kontakt mailowy plus sms jako potwierdzenie lub podaj określone godziny, w których możesz porozmawiać

Jeśli jednak chcesz być traktowany maksymalnie priorytetowo to umawiaj się na spotkania. W branży nieruchomości tacy klienci są traktowani najbardziej poważnie.

tel. 52 554-50-85
www.mertis.pl