

Skrivnostno nakupovanje tudi v nepremičninskih agencijah

Preverjajo vzpostavitev stika s stranko, kako potekata predstavitev in prodaja nepremičnine

VALENTINA FRANCA

valentina.franca@finance-online

Čeprav so bili nepremičninski agenti pri preverjanju kakovosti dela nadpovprečno ocenjeni, jih čaka še veliko dela pri uvodnem kramljanju s stranko, ugotavljanju njenih potreb, obravnavi ugovorov zoper ceno in ponujanju dodatnih storitev, ugotavlja direktorica podjetja Skrivnostni nakup Natalia Ugren.

Skrivnostno nakupovanje se je kot metoda za preverjanje kakovosti odnosa prodajalcev do strank dobro uveljavilo v trgovski dejavnosti. Začenjajo ga uporabljati tudi za ocenjevanje drugih dejavnosti, med drugim nepremičninskega poslovanja. Ugrenova razlaga, da želijo nepremičninske agencije tako preveriti kakovost dela svojih agentov. "Zanima jih, kaj se dejansko dogaja na terenu in kako lahko izboljšajo odnos do strank, da bi bile z osebjem še bolj zadovoljne. Boljši odnos vodi tudi do povečanja prodaje," je prepričana sogovornica.

Preverjajo telefonski in osebni stik

Odnos do strank v nepremičninski agenciji potekata na dveh ravneh: kako agenti vzpostavijo stik s stranko po telefonu in kako poteka predstavitev ter prodaja nepremičnine. "Pri telefonskem pogovoru preverjamo 11 postavk, na primer kolikokrat zazvoni telefon, pre-

den se nekdo oglasi, koliko je telefonskih prevezav, preden stranka dobi želeno osebo, kako se je želena oseba oglašila, kako je potekal pogovor o prodaji, kako se je telefonski pogovor končal in podobno," razlaga Ugrenova. Pri osebnem stiku pa skrivnostni kupci preverjajo, ali se je agent držal dogovorjene ure in kraja srečanja, kako je pristopil k stranki in vodil prodajni pogovor, konec pogovora in slovo od stranke. Med 20 ocenjevalnimi postavkami je tudi osebni videz, to je urejenost in primernost oblačil.

Agenti so točni in urojeni

Kakšne ocene so dobili nepremičninski agenti? "V povprečju zelo dobre. Že v prvem ocenjevanju so dosegli 77-odstotno uspešnost. Kjer prvič opravljajo skrivnostne nakupe, je običajna uspešnost od 50 do 60 odstotkov, kot vrhunski rezultat štejeemo uspešnost nad 85 odstotkov," pojasnjuje so-



Ugren: Borko/rtv-finance

Nepremičninski agenti prehitro preidejo na prodajo, namesto da bi s stranko pokramljali in tako sprostili ozračje, ugotavlja direktorica podjetja Skrivnostni nakup Natalia Ugren.

govornica. Najboljše ocene so dobili za točnost, osebno urejenost in primernost oblačil, za prvi stik s stranko (prvi vtis, pozdrav, rokovanje, predstavljanje, izmenjava vizitk), poznavanje predmeta prodaje in poslavljanje od stranke.

Rezerve za izboljšavo so

Kljub dobrim rezultatom Ugrenova navaja kar nekaj področij, kjer bi lahko nepremičninski agenti izboljšali odnos do strank.

- **Uvodno kramljanje:** agenti, ko opravijo stik s stranko (se pozdravijo, rokujejo, predstavijo), prehitro preidejo na prodajo, namesto da bi s stranko v nekaj stavkih pokramljali in tako sprostili ozračje.
- **Ugotavljanje potreb strank:** agenti premalo ali sploh ne postavljajo podvprašanj stranki, kot so: kaj si stranka želi v stanovanju, kaj ji je pomembno, da se bo laže odločila za nakup in podobno. S podvprašanji agent pokaže zanimanje za strankine potrebe, laže in hitreje se osredotoči na stvari, ki jo zanimajo.
- **Obravnavanje ugovorov zoper ceno:** kadar stranke po tožijo, da je nepremičnina predraga, se agenti ne odzovejo preveč profesionalno. Takoj začnejo spuščati ceno oziroma ponudijo popust, namesto da bi stranki predstavili koristi, zakaj nepremičnina dosega tako ceno.
- **Dodatna prodaja:** agenti stranki napačno (ali sploh ne) ponudijo dodatne storitve, s katerimi bi lahko občutno povečali prodajo. ●