

ACOMPañAMIENTO PARA  
**DUEÑOS DE AGENCIAS**  
INMOBILIARIAS

---





# ETAPAS DEL EMPRENDEDOR

---

# MENTALIDAD DIRECTIVA

---

Identificar las diferencias en la forma de pensar entre un asesor y un director así como las nuevas habilidades que debes de aprender para dirigir tu agencia hacia la siguiente etapa.

---



●  
Emprendedor/ Vendedor

●  
Líder del equipo

●  
Director

●  
Dueño del negocio



**RETOS A  
VENCER EN  
CADA ETAPA**



## ETAPAS DEL EMPRENDEDOR

ETAPA	RETOS	PELIGROS
<b>EMPRENDEDOR/ VENDEDOR</b>	Vender	Que venda lo que necesita para vivir y se quede en esa etapa
<b>LÍDER DEL EQUIPO</b>	Delegar	Síndrome de Superman/ Rockstar
<b>DIRECTOR</b>	Hacer que funcionen los procesos	Que no se adapte al cambio
<b>DUEÑO DEL NEGOCIO</b>	Salirse de la operación	Que lo traicione el inconsciente

# ADN

## DE TU EMPRESA

---



Se le llama ADN al conjunto de los siguientes conceptos por que definen la identidad de tu empresa.

- Misión
- Visión
- Valores
- Objetivos a corto, mediano, y largo plazo

En esta lección tu objetivo es desarrollar los conceptos anteriormente mencionados para tu empresa.

## MISIÓN DE LA EMPRESA

El objetivo de este concepto es definir por qué motivo existe una empresa y de qué le sirve al mundo, que es lo que hace por sus clientes en el presente.

### EJEMPLO:

Nike: Llevar inspiración e innovación a cada atleta del mundo.



## VISIÓN DE LA EMPRESA

- La visión es la imagen que se tiene del lugar a donde se quiere llegar, de cómo queremos vernos, como empresa, en un futuro definido.
- La visión nos permite plantear un futuro deseable, que sea lo suficientemente claro y motivador para otros, como para trabajar en su cumplimiento.

# VALORES

Los valores de una empresa son los pilares de la identidad organizativa, en cuanto que guían la toma de decisiones y te permiten dar sentido a las acciones del día a día.

Pueden existir los valores internos y externos.

## OBJETIVOS CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

- Económicos
- Operativos
- Infraestructura
- Organización

# **FUNCIONES DEL DIRECTOR DE LA EMPRESA**

---







# ¿PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS?

- Planteamiento de objetivos
- Comunicar de manera efectiva los objetivos
- Asegurarse de que los mismos estén comprendidos por toda la empresa
- Desarrollo y supervisión de la estrategia
- Asegurar los recursos necesarios para que se lleve a cabo la operación
- Evaluar e impulsar el rendimiento del equipo



# FORMAR AL EQUIPO

## MARKETING

Prospectos/ Leads

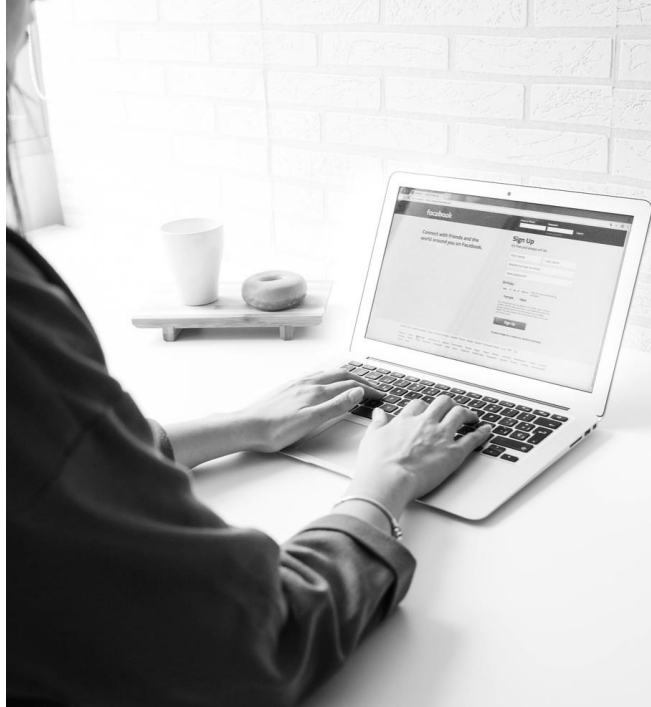
- Cantidad
- Costo
- Efectividad /Calidad

## VENTAS

- Apartados
- Contratos firmados
- Comisiones cobradas

## LEGAL/TRAMITES/ GESTIÓN

- Acelerar los tiempos
- Comisiones cobradas



## PLATAFORMA DE NEGOCIOS

---

En esta sesión vas a conocer lo que realmente necesitas para crear una plataforma de negocios donde se encuentren compradores con vendedores o personas que quieran rentar una propiedad.

Aquí entran en juego el marketing, los procesos y la tecnología, en esta sesión vas a conocer esos elementos que hacen que tengas un verdadero negocio en lugar de un auto empleo.

---



## ¿QUÉ ES UNA PLATAFORMA DE NEGOCIOS?

Una plataforma de negocios es un conjunto de herramientas y recursos tanto tangibles como intangibles que facilitan tanto el acercamiento con nuevos clientes como la gestión y control de las actividades dentro de la empresa.

Puede estar conformada por software, mobiliario, relaciones, conocimientos, procesos, etc.

---

El objetivo del director es crear y gestionar una plataforma de negocios donde se encuentren compradores con vendedores.

---



# ¿LOS BENEFICIOS A CAMBIO DE QUÉ?

Marca	Llegar puntual a las juntas
Oficina	Asistir a las capacitaciones
Sitio web	Atender a los prospectos
Redes sociales	Cumplir con las tareas
Prospectos	Cumplir con las metas
Marketing	
Conocimientos	
Relaciones, etc.	



**ESTRUCTURA COMERCIAL  
PARA GENERAR VENTAS  
TODOS LOS MESES**

---



El área comercial se divide en **promoción** de la que principalmente se debe de encargar la agencia y **cierre de la venta** que es ejecutado por los asesores.

Existen 3 formas de promoción: **Digital, Tradicional y Social**



**SUREACTION**  
Desarrollamos empresas que dejan legado



## 5 CARACTERÍSTICAS QUE DEBE DE TENER TU CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

---

¿Objetivo específico?

- Definir cliente ideal
- Mensaje
- Medios de difusión
- Presupuesto
- Indicador

# AUTOMATIZACIONES E INTEGRACIONES

El marketing es una pieza clave dentro de la plataforma de negocios, **debe de ser automatizado y delegado** a una persona que se especialice en la materia.

Se encuentra dentro del área comercial y abarca todas las actividades que se realizan desde la prospección hasta la post-venta, es importante mencionar que para tener ***una estrategia ganadora*** que sobre salga de lo que hacen las inmobiliarias promedio, se ***requiere de diferentes talentos***, diferentes personas involucradas y alineadas con el mismo objetivo.

# AUTOMATIZACIONES E INTEGRACIONES

Mail chimp, Monday, Sitio web, Facebook y google ads



Promoción



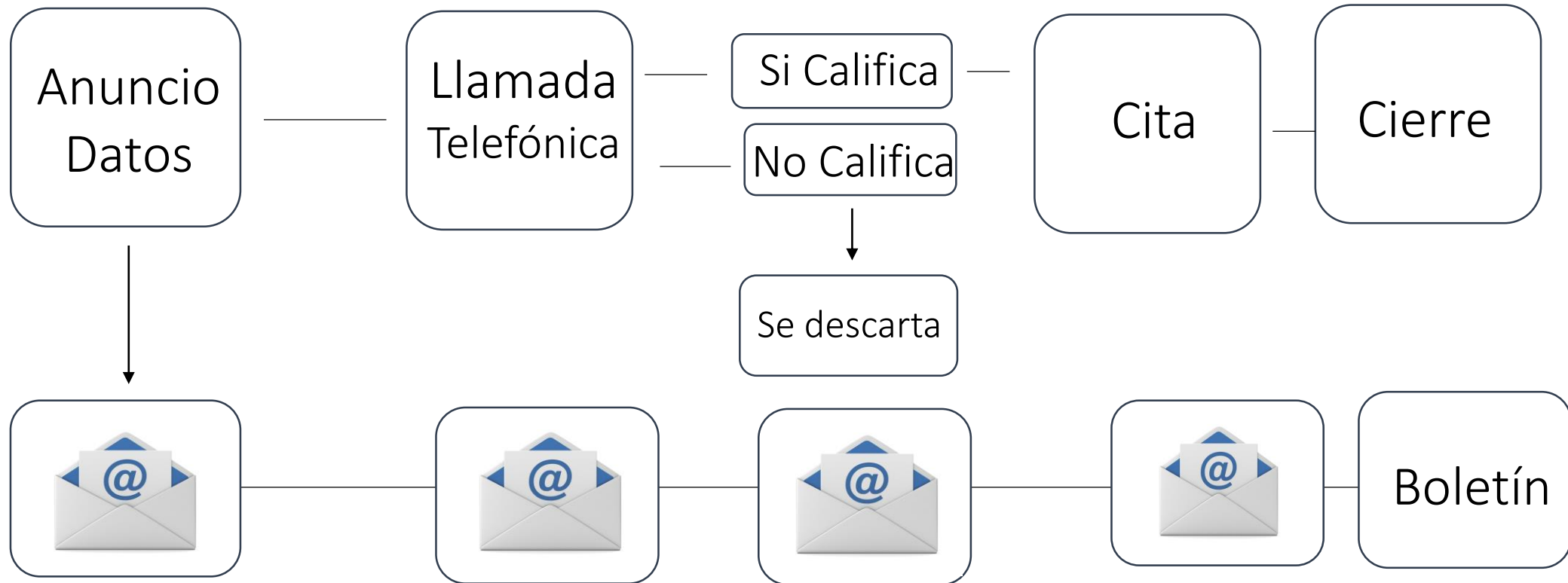
CRM

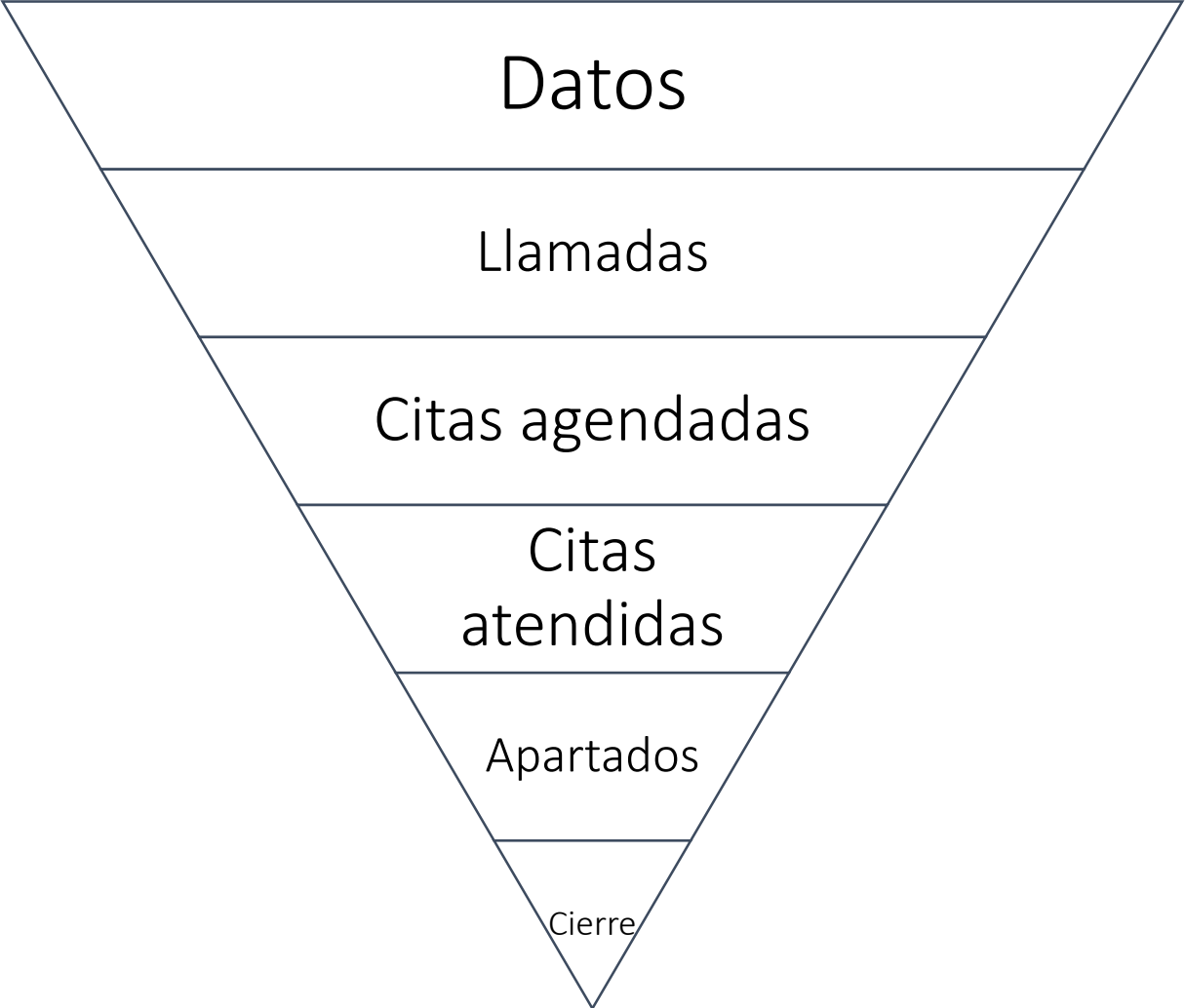


Seguimiento

# AUTOMATIZACIONES E INTEGRACIONES

Mail chimp, Monday, Sitio web, Facebook y google ads





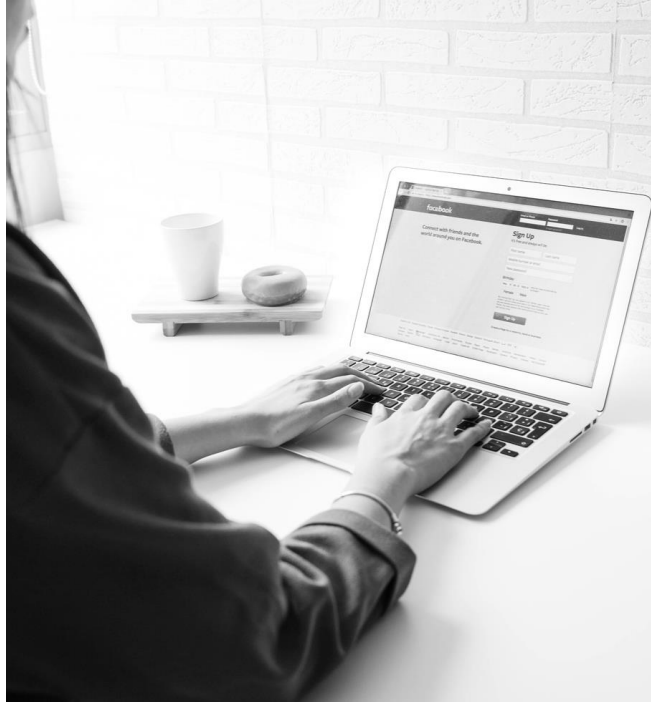


**¿CUÁL ES PERFIL DE TU PERSONAL DE  
MARKETING Y COMO EVALUARLO?**

# REFLEXIONES

- ¿Cuáles son los objetivos del área comercial de tu empresa para lo que resta del año?
- ¿Que acciones voy a cambiar o implementar sobre la estrategia comercial que llevo actualmente?

**SUREACTION**  
Desarrollamos empresas que dejan legado



# CÓMO CONTRATAR ASESORES INMOBILIARIOS QUE SI VENDAN

---

# POLÍTICAS

---

Las políticas son lineamientos que si se cumplen garantizan el funcionamiento de la empresa de forma estandarizada, su diseño, así como documentación y comunicación de manera efectiva lleva al funcionamiento de una empresa sana y alineada con los objetivos.

---







## INCENTIVOS

---

Son un tipo de programa de compensación que utilizan las empresas para estimular la motivación y el desempeño de los colaboradores con el fin de aumentar su producción.

Cualquier política de incentivos laborales debe ir acompañada de objetivos reales y medibles, lo que quiere decir que la empresa y el colaborador puedan medir el resultado sobre el objetivo.

---



# SANCIONES

---

¿Qué va a pasar cuando alguien del equipo no cumpla con los valores, metas, políticas acuerdos de la empresa?

---

# CARACTERISITCAS DE LOS ASESORES QUE SI VENDEN

- Gusto por las ventas
- Tolerancia al rechazo y la frustración
  - Ambición
  - Compromiso
  - Disciplina



# LOS 10 PUNTOS QUE SÍ O SÍ NECESITAS TENER PARA UNA BUENA INTEGRACIÓN DE LOS ELEMENTOS Y ACELERAR LOS RESULTADOS:

- Programa de inducción
- Objetivos claramente definidos
- Comunicación efectiva
- Calendario de capacitación
- Motivación
- Inventario
- Promoción
- Políticas
- Incentivos
- Sanciones



## FORMACIÓN DE TU EQUIPO DE VENTAS

- Diseño de perfil puesto
- Anuncio
- Selección de CV
- Filtro
- Entrevistas
- Contratación

Diseño de  
formato de  
perfil de  
puesto

Se canalizan todos los  
cv en celular y se les  
manda audio con toda  
la información de la  
vacante

Entrevista en  
persona y  
selección de  
candidato

Se publica  
vacante

Entrevista por  
competencias  
por zoom

comunicación  
al candidato  
Seleccionado

# DISEÑO DE PERFIL PUESTO

El proceso inicia cuando defines que tipo de asesores quieres en tu agencia, para esto es importante definir los siguientes puntos:

# DISEÑO DE PERFIL PUESTO



- Rango de edad
- Requisitos de contratación
- Competencias requeridas
- Responsabilidades
- Actividades
- Indicadores

# LA ENTREVISTA

## FOCOS ROJOS EN LA ENTREVISTA

- Otro trabajo
- Poca ambición
- No tener ahorros
- Sin experiencia en ventas
- Ser muy emprendedor

## FOCOS VERDES (COMPETENCIAS):

- Buen uso de la tecnología
- Que sepa hablar por teléfono
- Nociones de cierres de ventas
- Trabajo por resultados
- Que sea extrovertido

## INICIO DE LA ENTREVISTA

### PUNTOS IMPORTANTES:

- Recibir al candidato
- Rapport
- Condiciones de la entrevista
- Empatía
- Comprensión de la dinámica del individuo
- Preguntas Clave





# CÓMO CAPACITAR A TUS ASESORES

---



# PROGRAMA DE INDUCCIÓN

*Es el proceso inicial de adaptación para los nuevos miembros de una organización.*

## BENEFICIOS:

- Fidelizar a los nuevos empleados
- Para hacerles sentirse parte de la organización
- Para ayudarles a ser productivos cuanto antes



# PROGRAMA DE INDUCCIÓN

## DÍA 1:

Llamadas telefónicas

## DÍA 2:

Presentación de miembros de la empresa sus puestos, funciones,  
Proceso de ventas, desde la promoción hasta la comisión.

## DÍA 3:

Pago de comisiones, políticas y reglamento, actividades y  
obligaciones del Asesor inmobiliario, inventario.

# PROGRAMA DE INDUCCIÓN

## DÍA 4:

Técnicas y perfilamiento en la llamada telefónica.

## DÍA 5:

- Actividad: Llamadas telefónicas reales para agendar citas.
- Tareas de los primeros 4 días: Hacer una lista de personas interesadas en vender comprar o rentar.

# PROGRAMA DE INDUCCIÓN

## DÍA 6:

- Plataformas digitales de la empresa como: Crm, Sitio web, Workplace, Grupos de whatsapp

## DÍA 7:

- Cambaceo, marketing digital y posicionamiento de marca

## DÍA 8:

- Perfilamiento básico de créditos

# PROGRAMA DE INDUCCIÓN

## BONOS:

- Apartado, renta o exclusiva \$ 1,500 pesos adicionales a la comisión.
- Por 5 citas atendidas durante los 10 días de inducción \$ 1,000 pesos.

\*Los bonos aplican únicamente durante el proceso de inducción.

## DÍA 9:

- Seguimientos y técnicas de cierre  
Manejo de objeciones

## DÍA 10:

- Convivio de bienvenida

# OBJETIVOS DEL CURSO DE INDUCCIÓN:

## PARA EL CANDIDATO:

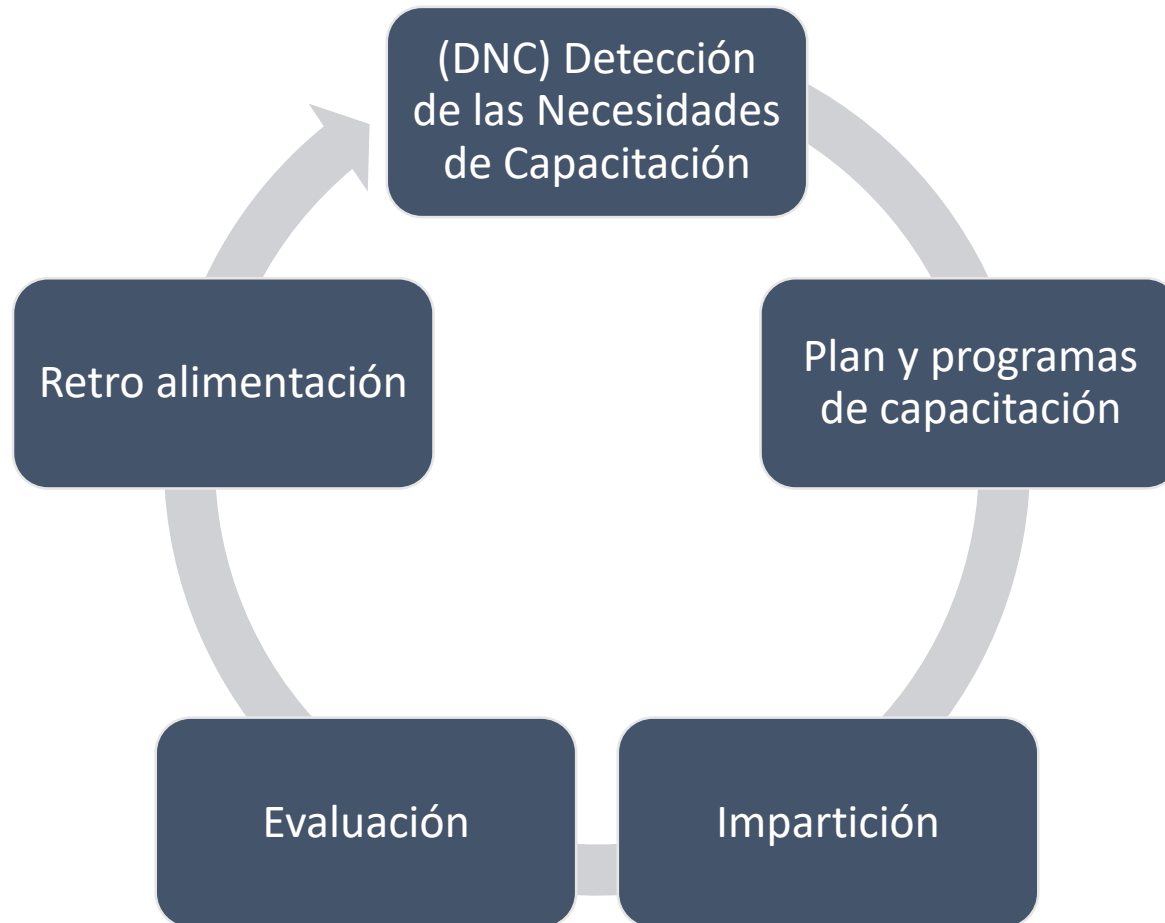
- 1) Definir con base en la información obtenida y la practica realizada si el negocio de bienes raíces es para él.
- 2) Tener los conocimientos y herramientas básicos para iniciar en la plataforma de negocios de la inmobiliaria.

## PARA LA EMPRESA:

- 1) Reclutar asesores comprometidos con los resultados y alineados con los objetivos de la empresa.
- 2) Mejor comunicación interna.



# CAPACITACIÓN



## TIPOS DE CAPACITACIÓN

- Teórico
- Roll Play
- Práctico

## ESTRUCTURA EN LA LLAMADA TELEFÓNICA.



La llamada telefónica tiene una doble intención, la primera es saber si el interesado cuenta con el perfil de cliente y la segunda es agendar una cita.

### ESTRUCTURA DE LA LLAMADA:

- Presentación y saludo inicial
- Identificación de necesidades
- Filtro
- Cierre de la cita

### HERRAMIENTAS:

- Preguntas Abiertas
- Preguntas doble alternativa

## OBJETIVOS EN LA LLAMADA

- Las preguntas abiertas sirven para conocer la información del prospecto y las preguntas con doble alternativa se utilizan para ayudar al prospecto a tomar una decisión.
- Si por alguna razón no se logró agendar la cita, el siguiente paso es agendar otra llamada para volver a intentar agendar la cita.
- Si no califica, buscar una opción dentro de sus posibilidades, en caso de no ser prospecto calificado descartarlo.

# EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS

- Asignar las rentas a los nuevos
- Las propiedades con más posibilidad de cobrarse
- Especializarlo en algún desarrollo

*Hay que empoderarlos con pequeños triunfos y que de manera gradual incrementen*

# EXCLUSIVAS COBRABLES

- Precio adecuado para la venta
- Documentación en regla
- Contrato de exclusiva
- Urgencia del dueño por vender



# TIPOS DE **LIDERAZGO** Y COLABORADORES

---





## TIPOS DE LIDERAZGO



- Autocrático
- Democrático
- Transaccional
- Transformacional
- Dejar hacer

**VALORES**

<b>B</b>	<b>B</b>	<b>A</b>
<b>C</b>	<b>B</b>	<b>B</b>
<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>

**RESULTADOS**

**Asesor A:** El que da resultados y esta alineado a los valores, misión y visión de la empresa.

**Asesor B:** Tiene resultados, pero no se apeg a la empresa o se apeg a la empresa, pero no vende.

**Asesor C:** No tiene resultados, no se apeg a la empresa, contamina al equipo.

# ESTRUCTURA DE LA JUNTA SEMANAL

---



# ESTRUCTURA DE LA JUNTA SEMANAL DE RESULTADOS

- Inicio
- Lectura de la minuta
- Indicadores
- Acuerdos/Compromisos
- Puntos
- Fin



## TIPOS DE MOTIVACIÓN

- General
- Particular

## OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Las metas, es el elemento básico para toda empresa, y al definirlas podremos determinar finalmente los objetivos a cumplir para cada una de ellas.







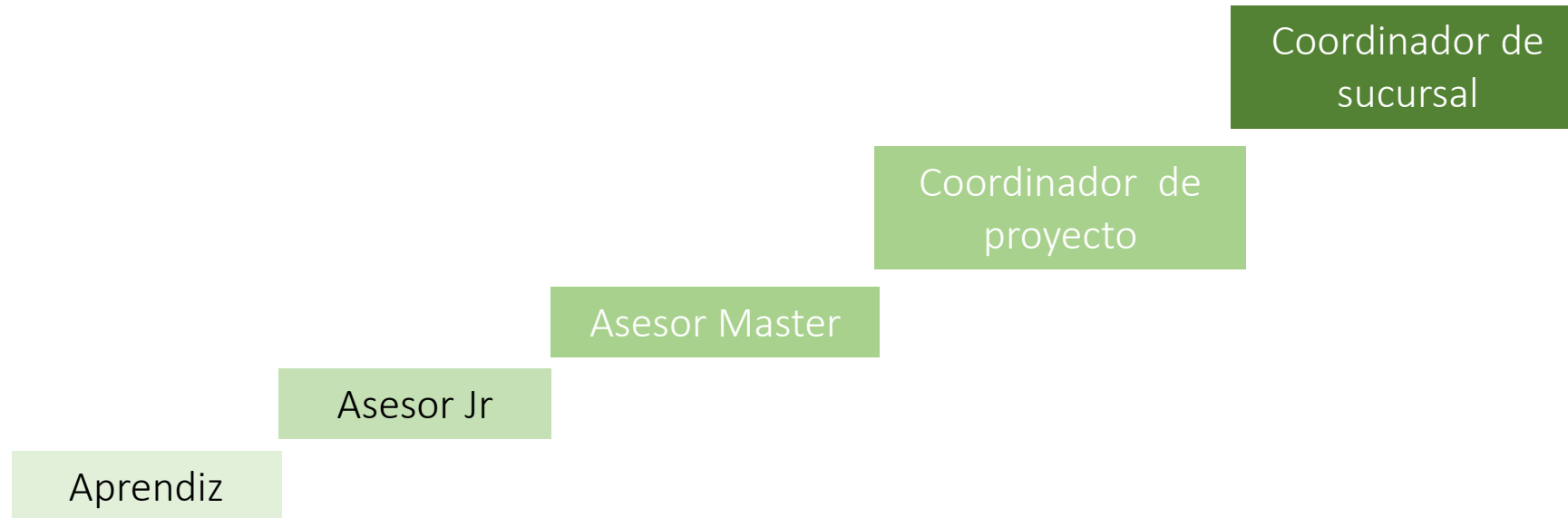
# CÓMO **RETENER** A LOS **ASESORES** QUE SI **VENDEN**

---

# FACTORES RETENCIÓN

- Orgullo por la marca
- Desarrollo profesional
- Desarrollo personal
- Reconocimiento (Sueldo moral)
- Ingresos económicos

# PROGRAMA DE CARRERA / PLAN DE DESORROLLO





# COMO TRABAJAR CON FAMILIARES DENTRO DE LA EMPRESA

El lograr llevar una relación laboral sana tiene mucho que ver (Entre otras cosas) con asumir y respetar los roles dentro del negocio, para esto antes de contratar a un familiar hazte las siguientes preguntas:

## ¿REALMENTE QUIERE TRABAJAR DENTRO DE LA EMPRESA?

---

*Si no quiere, no lo obligues, no lo manipules, no lo condiciones.*

## ¿CUMPLE CON EL PERFIL DE PUESTO?

---

*Sus habilidades se deben adaptar a la empresa y no adaptar la empresa a lo que el familiar sabe hacer.*

## ¿RESPETA A LA EMPRESA Y SU CULTURA?

---

*Sin privilegios, el hecho de que rompan las reglas afecta drásticamente en la cultura organizacional.*

## ¿CUMPLE CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS?

---

*Debe de responder con metas e indicadores en tiempo y forma.*

# RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJE

¿Qué patrón de pensamiento, miedo o creencia identificaste que no te permite avanzar en tu negocio?

¿Qué cambios has hecho en tu proceso de promoción?

¿Tienes separadas las finanzas personales de las de tu empresa?

¿Cuál es tu presupuesto mensual para promoción?

¿Cuál es tu presupuesto personal mensual?

¿A qué cantidad ascienden los gastos mensuales de tu empresa?

¿A que quien es más conveniente contratar, a la persona que te cae bien o a la persona que cumple con el perfil que necesita la empresa?

# RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJE

¿Menciona las 5 etapas del proceso de capacitación?

¿Qué cambiarías para llegar al 10?

¿Qué tipo de líder eres?

¿En una escala del 1 al 10 que tan buen director te consideras?

¿Menciona 3 elementos para la retención de personal que estas aplicando o que vas a aplicar en tu empresa?

¿Qué cambiarías para llegar al 10?

¿En una escala del 1 al 10 que tan buen asesor te consideras?

¿Cuál es el objetivo comercial de tu empresa para este año?

# RECUPERACIÓN DE APRENDIZAJE

¿Cuál es el objetivo financiero para tu empresa este año?

¿Describe cómo te gustaría que fuera tu negocio Inmobiliario?

Oficina | Equipo | Clientes | Ingresos | Tu rol dentro de la empresa

¿Qué acciones vas a realizar esta semana para implementar, organizar y/o definir las preguntas que no respondiste?

# CÓMO GENERAR UNA CULTURA ORGANIZACIONAL DE ALTO NIVEL

---



# CULTURA ORGANIZACIONAL

Es la personalidad de la organización, corresponde a todas aquellas características que le dan una identidad a la empresa.

5 elementos clave que intervienen en la cultura organizacional de tu empresa:

- Tipo de liderazgo
- Misión, visión y valores
- Practicas
- Las percepciones del conjunto de integrantes
- Comunicación



***PERSONAS CORRECTAS***

***ENTORNO INCORRECTAS***

Desanimado, poca credibilidad en la empresa. Resultados mediocres.

Equipo estable, de alto rendimiento que logra los resultados.

***ENTORNO CORRECTO***

Rotación, cero resultados.

Mala Cultura y falta de resultados.

***PERSONAS INCORRECTAS***

# DISEÑO E INTERPRETACIÓN DE INDICADORES

---





# KPI'S

Key Performance Indicators /  
indicadores clave de rendimiento

son métricas que sirven para medir el éxito o el fracaso de determinadas acciones con relación a objetivos planteados por la empresa y pueden ser aplicables a cualquier área del negocio.



# LOS PRINCIPALES KPI'S DE TU AGENCIA INMOBILIARIA

## PROMOCIÓN

- Costo por dato
- Cantidad de datos
- Calidad de datos

## ASESORES

- Datos Asignados
- Datos contactados
- Citas agendadas
- Citas atendidas
- Apartados

## TRAMITOLOGÍA

- Días entre el apartado y firma en notaria

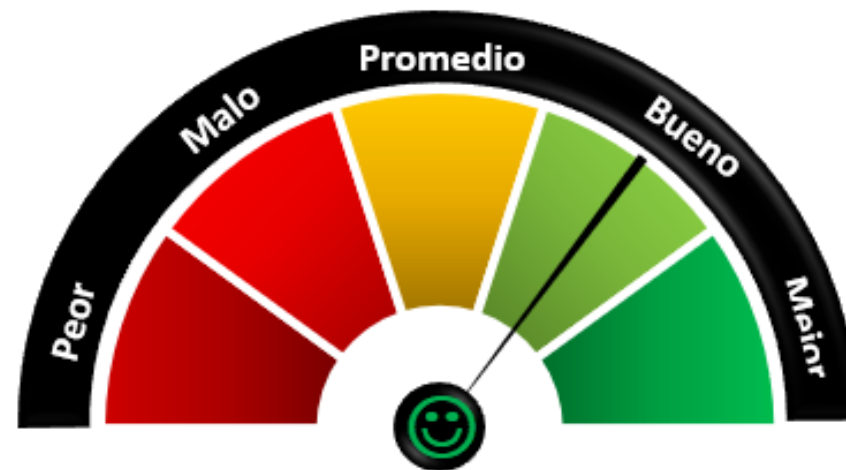
## FINANZAS

- Ingreso mensual
- Egreso Mensual
- Utilidad

## ASESORES

- Cuanto recibe de comisiones por mes
- Días transcurridos entre comisiones
- Tiempo de duración en la empresa
- Tiempo que tardan en cobrar su primera comisión

PROMOCIÓN			VENTAS				EXP/TRAMITES Y FIRMAS	
Inversión	Costo x dato	Datos	Efectividad	Citas	Efectividad	Apartados	Efectividad	Cierres
\$ 6,000	\$ 50	120	30%	36	50%	18	90%	16
							Meta Mensual	20
							Probabilidad	81%

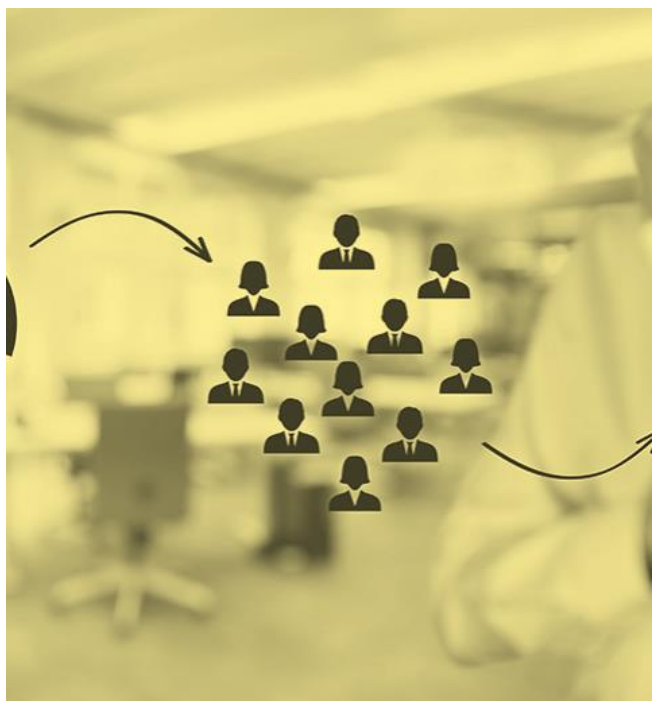


# **LOS PRINCIPALES KPI'S DE TU AGENCIA INMOBILIARIA**



# DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROCESOS

---





## PROCESOS

Es una serie de pasos, actividades y/o tareas que se realizan para obtener el resultado deseado.

## BENEFICIOS:

- Ayuda a incrementar el rendimiento del equipo
- Reduce los plazos de ejecución y resultados
- Se minimizan los errores
- Asegura la calidad en el servicio
- Reduce la curva de aprendizaje

# ¿CÓMO SE DESARROLLA UN PROCESO?

- Identificar el objetivo del proceso
- Definir el Inicio del proceso
- Definir los pasos del proceso
- Identificar los recursos necesarios
- Asignar responsabilidades
- Establecer plazos
- Monitorear y ajustar
- Evaluar el proceso

# ¿CÓMO SE GESTIONA UN PROCESO?

**DOCUMENTAR**

**DELEGAR Y  
CAPACITAR**

**MEDICIÓN Y  
EVALUACIÓN**





**¿CUALES SON LOS PRINCIPALES PROCESOS  
DE TU EMPRESA?**

# EL MODELO FINANCIERO PARA TU AGENCIA

---





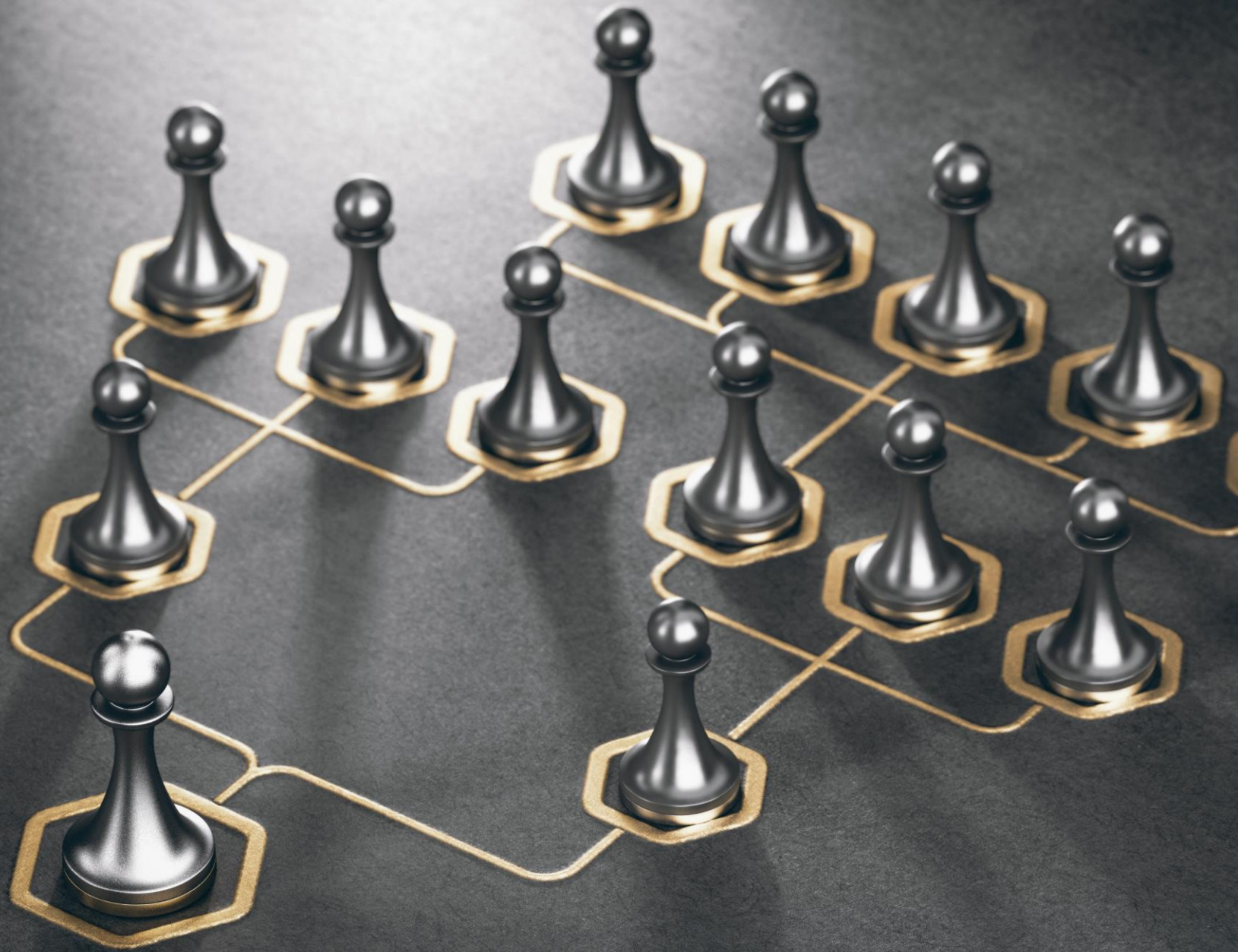
## 5 FUNDAMENTOS PARA LLEVAR LAS FINANZAS DE TU EMPRESA:

- Separar las finanzas personales de las finanzas de la empresa.
- El dinero de la empresa no es tuyo, es de la empresa.
- La mejor inversión es en ti, después en tu negocio, después en otras opciones que solo requieran de tu inversión y no de tu participación.
- Tener una reserva prudencial.
- El dinero es una energía que va a trabajar con la intención que tú le des.



# ORGANIGRAMA

Es la  
representación  
Gráfica de las  
jerarquías y líneas  
de comunicación  
dentro de la  
empresa





# PERFIL DE PUESTO

- Nombre del puesto
- Actividades
- Indicadores
- Forma de pago
- Lugar de trabajo y horarios

**LAS 4 LIBERTADES QUE  
PUEDES CREAR CON TU  
AGENCIA INMOBILIARIA**

---



**LIBERTAD ECONÓMICA**

**LIBERTAD DE TIEMPO**

**LIBERTAD EMOCIONAL**

**LIBERTAD GEOGRÁFICA**



Felicidades por haber terminado este acompañamiento, lejos de ser un final que este sea el inicio de tu mejor versión como director de la empresa, recuerda que es una extensión de ti, recuerda que nuestros negocios son un reflejo de nosotros, como es adentro es afuera y como es tu negocio eres tú.

Gracias por permitirme acompañarte en este ciclo recuerda que siempre estoy a tus ordenes, en verdad es un privilegio aportar a tu negocio y seguir creciendo juntos.

Moisés Arguiano

---