

Blog inmobiliario

Importancia de crecer tu círculo de influencia

- ¿Has pensado alguna vez en la cantidad de gente que conoces?
- ¿Te has llegado a plantear la cantidad de negocio que hay detrás de ese grupo de personas?
- ¿Qué sucedería si les llamaras?
- ¿De qué forma podría esto afectar a tu futuro inmediato?

EL NEGOCIO ESTÁ MUCHO MÁS CERCA DE LO QUE CREES.

Tómate unos minutos para reflexionar sobre este tema, como Asesores Inmobiliarios debemos de contar con un círculo de influencia lo suficientemente grande para tener más y mayores oportunidades de negocio.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE TENER UNA ESFERA DE INFLUENCIA MUY GRANDE?

Según estadísticas de expertos en el tema, solo el 10% de tus contactos son los que sin duda te van a recomendar, por lo tanto siempre debes de crecer tu círculo de influencia.

¿CÓMO CRECER MI CÍRCULO DE INFLUENCIA?

PASO 1

Es muy sencillo debes de responder a las siguientes preguntas que te ayudarán a encontrar a tus posibles clientes o bien a quienes te puedan referir a clientes:

- ¿Cómo se llaman los miembros de tu familia?
- ¿Cómo se llaman los miembros de la familia de tu esposo/a?
- ¿Cómo se llaman los miembros de la familia de tus amistades más cercanas?
- ¿Cómo se llama tu mejor amigo/amiga?
- ¿Cómo se llama la esposa/marido de tu mejor amigo/amiga?
- ¿Cómo se llaman tus amigos más cercanos?
- ¿Cómo se llaman sus cónyuges?
- ¿Cómo se llaman los padres de los amigos de tus hijos?
- ¿Cómo se llaman los profesores de tus hijos?

- ¿Cómo se llaman los entrenadores deportivos de tus hijos?
- ¿Cómo se llama el director del colegio de tus hijos?
- ¿Cómo se llama el dentista de tus hijos?
- ¿Cómo se llaman los médicos a los que acudes?
- ¿Cómo se llaman los médicos de tus hijos?
- ¿Cómo se llama tu peluquero/a? ¿y el de tus hijos?
- ¿Quién te hace la manicura, pedicura, etc?
- ¿Quién te atiende en el taller mecánico?
- ¿Quién te vendió el coche que ahora tienes? ¿y los otros coches? ¿y los coches de tu familia?
- ¿Quién es tu abogado?
- ¿A que veterinario acudes con tu mascota?
- ¿Quién cuida de tu mascota cuando te vas de viaje?
- ¿Quién te consiguió la mascota?
- ¿Con quién hablas habitualmente cuando paseas tu mascota?
- ¿Quién es el dueño de tu restaurante favorito?
- ¿Cómo se llama quien te atiende en tu restaurante favorito?
- ¿Quién te atiende en la cafetería a la que asistes?
- ¿Quién te atiende en el gimnasio?
- ¿Cómo se llama el dueño/dueña del gimnasio?
- ¿Y el/la profesor/a de actividades en el gimnasio?
- ¿Cómo se llama tu jardinero?
- ¿Quién te aseguro el coche y la casa?
- ¿Quién te hizo el seguro de vida?
- ¿A quién le compras cosméticos?
- ¿Quién te envió felicitaciones de navidad el pasado año? ¿Y tú a quién enviaste?
- ¿A quién le compras artículos de papelería?
- ¿A quién le compras plantas?
- ¿A quién conoces en política?
- ¿Con quién has hecho negocios con anterioridad?
- ¿A quién conoces en organizaciones sociales?
- ¿Quienes fueron tus compañeros de colegio? ¿a quienes sigues viendo?
- ¿Quienes fueron tus compañeros de universidad? ¿a quienes sigues viendo?
- ¿Sigues viendo a tus antiguos entrenadores?
- ¿Sigues viendo a tus antiguos profesores?
- ¿Sigues viendo a los directores de tus antiguos colegios?
- ¿A quién invitaste a tu boda?
- ¿Quiénes son tus vecinos?

- ¿A quien conoces en tu comunidad de vecinos?
- ¿Cómo se llaman los compañeros de tus antiguos trabajos?
- ¿A quién conoces en la guardería?
- ¿Cómo se llaman los mejores amigos de tus padres?
- ¿Y los de tus suegros?
- ¿Cómo se llaman los compañeros/as de trabajo de tu cónyuge?
- ¿Quienes son tus proveedores? ¿Quién visita tu lugar de trabajo?

PASO 2

Una vez que hayas terminado de responder a las preguntas, deberás de clasificar a tus contactos, en la siguiente tabla te damos un ejemplo de cómo puedes hacerlo:

TIPO DE CLIENTE	DESCRIPCIÓN
A 10%	Es tu "Esfera de Poder". La gente que seguramente te va a recomendar. Los clientes tipo "A" serán tus defensores, tus seguidores. También considera aquellos con los que has hecho negocio anteriormente.
B 20%	Es la gente que te recomendará una vez que te conozcan más. Desearán conocer cómo trabajas.
C 50% o 60%	Gente que acabas de conocer. Quizás hayas trabajado con ellos pero no sabes si si te recomendarán o si saben algo de ti.
D 10% o 20%	Jamás podrás trabajar con ellos. Son los "No Gracias"

Lo más recomendable es que mantengas a la mayoría de tus contactos en A y B, deberás de enfocarte mucho en los del grupo «C» para que a medida que los vayas conociendo puedas cambiarlos de clasificación.

Esperamos que este documento sea de mucha utilidad para tu labor como Asesor Inmobiliario.