

# 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
<b>A 10%</b>	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>B 20%</b>	Es la gente que te recomendará una vez que te conozcan más. Desearán conocer cómo trabajas.
<b>C 50% o 60%</b>	Gente que acabas de conocer. Quizás hayas trabajado con ellos pero no sabes si si te recomendarán o si saben algo de ti.
<b>D 10% o 20%</b>	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.