



# GENERACIÓN DE PROSPECTOS Y CAPTACIONES

# Información Preliminar

## TEMAS A TRATAR EN ESTE CURSO, COMO:

- Especializarse como Agente de Bienes Raíces
- Especialización Geográfica
- Fidelizar con contactos de tu área geográfica
- Mantener una Presencia continua



# Información Preliminar

## OBJETIVO

El objetivo de esta clase es comprender cómo expandirnos o especializarnos según la demanda y las oportunidades del mercado.





# Estrategias

¿Alguna vez ha notado que a pesar de la gran cantidad de Agentes de Bienes Raíces en su área, solo unos pocos están haciendo una fortuna vendiendo bienes raíces? ¿Cuál es el secreto de su éxito?

***En primer lugar, es su enfoque para comercializarse a sí mismos y a sus clientes.***

Entonces, ¿qué técnicas utilizan para atraer clientes?

Bueno, mientras que el resto de nosotros estamos colocando publicidades en las puertas y enviando mensajes por correo electrónico, estos súper vendedores han perfeccionado las técnicas de marketing que atraen a compradores y vendedores motivados, y los llevan a actuar.

Ejemplos de las estrategias que usa el best-seller en mi ciudad son los siguientes:

# Información Preliminar

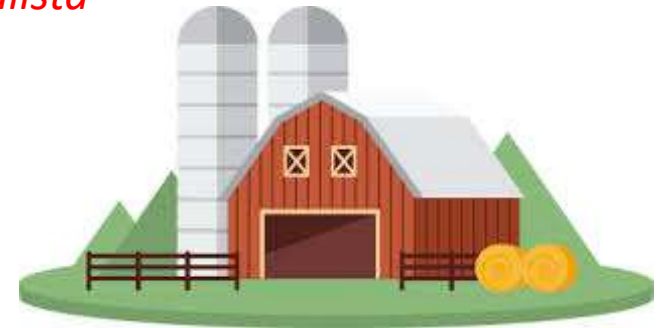
*¿Qué técnicas se utilizan para atraer clientes?*



*1. Convertirse en un Especialista*



*2. Especialización Geográfica*



*3. Cultivar y Cosechar*

# Estrategias

## *1) Ser un Especialista:*

A pesar de la política de nunca rechazar un listado o candidato calificado, concéntrese en especializarse en el tipo de propiedad que mejor se adapte a sus objetivos de rendimiento. Para la persona en mi área, las viviendas unifamiliares adjuntas brindan el mayor retorno de la inversión y se entregan más rápido. Aquí es donde realmente está haciendo su dinero.



# Información Preliminar

*¿Qué técnicas se utilizan para atraer clientes?*

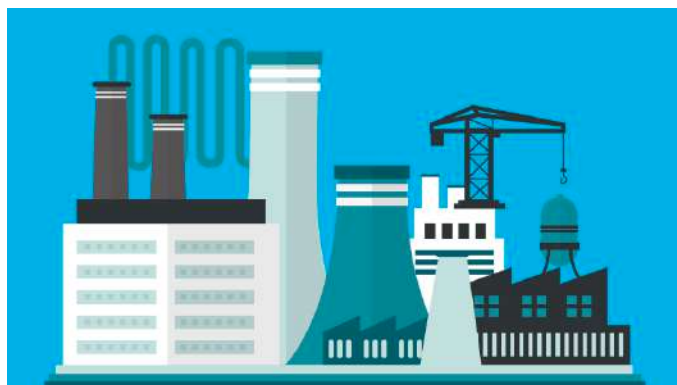
La regla Número 1 es que te detengas a pensar:

**EN QUE ÁREA DESEAS SER UN ESPECIALISTA**



# Información Preliminar

## EN QUE ÁREA DESEAS SER UN ESPECIALISTA



# Información Preliminar

**EN QUE ÁREA DESEAS SER UN ESPECIALISTA**



TODAS





# Estrategias

## *2) Especialización Geográfica:*

Cuando una persona decide vender su casa, encontrará un agente de bienes raíces, ya sea por recomendación, reconocimiento de un representante local, o por medio de las páginas amarillas / blancas, o internet.



# Estrategias

## *2) Especialización Geográfica:*

Cuando una persona decide vender su casa, encontrará un agente de bienes raíces, ya sea por recomendación, reconocimiento de un representante local, o por medio de las páginas amarillas / blancas, o internet.

Al centrar sus esfuerzos de promoción en una geografía específica, puede aumentar su presencia en el mercado para que sea la primera llamada telefónica si un cliente decide vender su propiedad, así como el primero en la lista si le pide una referencia a un vecino. Además, si se especializa en un área específica, las personas reconocerán su nombre y estarán más inclinados a confiarle su listado y a negociar su trato.



## La Esfera de Influencias

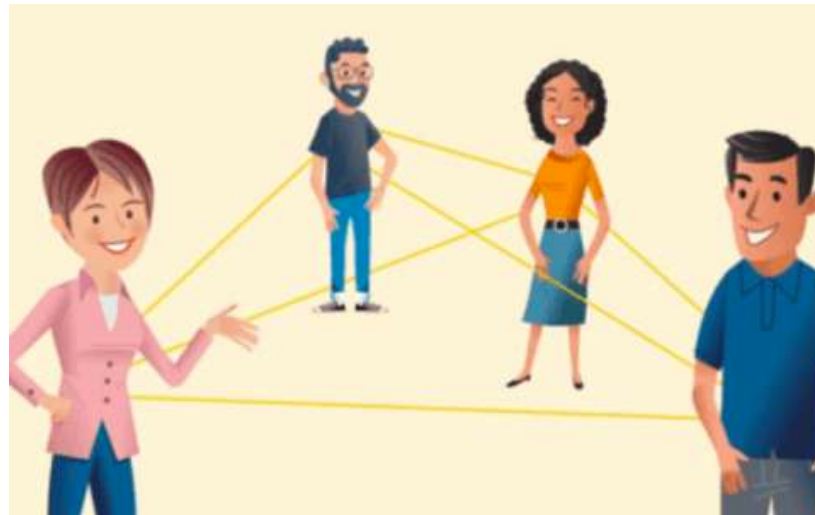
### ¿Cómo comenzar nuestro negocio?

Las estadísticas muestran que el 66% de todos los negocios generados por el 95% de los profesionales exitosos proviene de solo cuatro fuentes:

- ✓ Familiares
- ✓ Amigos
- ✓ Conocidos cercanos
- ✓ Referencias generadas por los primeros tres grupos.

# La Esfera de Influencias

- Si tiene problemas para pensar en todas las personas en su esfera. **Cree una lista** con personas que conozca de un solo lugar, por ejemplo un edificio, un club al cual usted es miembro, el grupo de sus amigos del colegio o de la universidad, etc.





# La Esfera de Influencias

## Ejemplo de Listas

| RJ_Contacts_73519 (2).csv - Excel                                                       |                     |                   |                             |                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista ¿Qué desea hacer? |                     |                   |                             |                                   |
| Obtener datos externos                                                                  | Nueva consulta      | Mostrar consultas | Desde una tabla             | Fuentes recientes                 |
| Actualizar todo                                                                         | Conexiones          | Propiedades       | Editar vínculos             | Conexiones                        |
| Ordenar                                                                                 | Filtro              | Borrar            | Volver a aplicar            | Avanzadas                         |
| Relleno rápido                                                                          | Consolidar          | Relaciones        | Administrar modelo de datos | Herramientas de datos             |
| Quitar duplicados                                                                       | Validación de datos | Previsión         | Esquema                     |                                   |
| D4324 stephane@maytexbusiness.com                                                       |                     |                   |                             |                                   |
| A                                                                                       | B                   | C                 | D                           |                                   |
| 1                                                                                       | Title               | First Name        | Middle Name                 | Last Name                         |
| 2                                                                                       |                     | ALEXANDRA         | GIL                         | a.gil@24asset.com                 |
| 3                                                                                       |                     | ANABEL            | MIRANDA                     | a.miranda3@comcast.net            |
| 4                                                                                       |                     | ARMANDO           | BORDEN                      | abordenrealtor@gmail.com          |
| 5                                                                                       |                     | ARLENY            | BORGES                      | aborges@tctitleinsurance.com      |
| 6                                                                                       |                     | ANNE              | DEMPSEY                     | adempsey@kbhome.com               |
| 7                                                                                       |                     | Adriana           | angel                       | adrianaangelr@gmail.com           |
| 8                                                                                       |                     | Andre             | FLOWERS                     | aflowers@primeassetfund.com       |
| 9                                                                                       |                     | ANGELA            | GOLIGHTY                    | agolightly@resurgent.com          |
| 10                                                                                      |                     | Alberto           | Salomoni                    | albertosalomoni@hotmail.com       |
| 11                                                                                      |                     | ALDA              | ROSA                        | alda.rosa@hotmail.com             |
| 12                                                                                      |                     | ALEX              | GOMEZ                       | alex@livenaples.com               |
| 13                                                                                      |                     | ALEXA             | KINNEY                      | alexakinney@rogers.com            |
| 14                                                                                      |                     | Alfonso           | Panqueva                    | al_panqueva@yahoo.com             |
| 15                                                                                      |                     | NORMA             | RIBERA                      | ambayeke@hotmail.com              |
| 16                                                                                      |                     | ANDREA            | CRITES                      | andrea@swflrealtors.com           |
| 17                                                                                      |                     | Angela            | Johnson                     | angela_johnson@earthlink.net      |
| 18                                                                                      |                     | Curkovic          | Angie                       | angie@naplesguru.com              |
| 19                                                                                      |                     | Annisa            | KARIM                       | annisa_k@hotmail.com              |
| 20                                                                                      |                     | ANTHONY           | DOWNING                     | anthony.downing@bankofamerica.com |
| 21                                                                                      |                     | ANTHONY           | BERNOSKY                    | anthonybernosky@comcast.net       |

# La Esfera de Influencias

- Si tiene problemas para pensar en todas las personas en su esfera. **Cree una lista** con personas que conozca de un solo lugar, por ejemplo un edificio, un club al cual usted es miembro, el grupo de sus amigos del colegio o de la universidad, etc.
- Una vez que ya ha **creado una lista**, Comprométase con la lista y contáctelos, trate de hacerlo por teléfono o enviándoles un correo directo. Si no tiene éxito, agréguelos a sus redes sociales, y cree una campaña para que reciban mensajes automáticos.





# Ejemplo de Listas

RJ\_Contacts\_73519 (2).csv - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista ¿Qué desea hacer?

Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas

F1

|    | A      | B        | C         | D     | E            | F          | G           | H                        | I         | J           | K            | L         | M        |
|----|--------|----------|-----------|-------|--------------|------------|-------------|--------------------------|-----------|-------------|--------------|-----------|----------|
| 1  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 2  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 3  | Nombre | Telefono | Direccion | Email | Buyer/Seller | Cumpleaños | Aniversario | Aniversario de la compra | Valentine | 4th of July | Thanksgiving | Christmas | New Year |
| 4  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 5  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 6  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 7  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 8  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 9  |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 10 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 11 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 12 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 13 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 14 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 15 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 16 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 17 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 18 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 19 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 20 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |
| 21 |        |          |           |       |              |            |             |                          |           |             |              |           |          |

Hoja1 Hoja2 RJ\_Contacts\_73519 (2)

Modificar



# La Esfera de Influencias

- Si tiene problemas para pensar en todas las personas en su esfera. **Cree una lista** con personas que conozca de un solo lugar, por ejemplo un edificio, un club al cual usted es miembro, el grupo de sus amigos del colegio o de la universidad, etc.
- Una vez que ya ha **creado una lista**, Comprométase con la lista y contáctelos, trate de hacerlo por teléfono o enviándoles un correo directo. Si no tiene éxito, agréguelos a sus redes sociales, y cree una campaña para que reciban mensajes automáticos.
- **Establezca una comunicación frecuente**, como mínimo, hable con ellos al menos tres veces al año.



# Ejemplo de Listas

Lista de Columnas que debe tener en su lista:

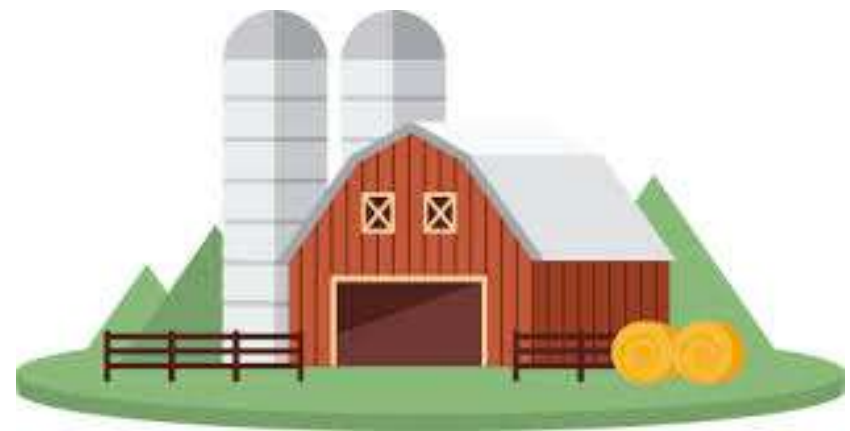
- Nombre
- Teléfono
- Dirección
- Email
- Es un comprador o un vendedor
- Fecha de su cumpleaños
- Fecha de su aniversario
- Fecha de la última venta o compra que hizo con usted
- Fechas de días Feriados

# Estrategias

## *3) Cultivar y cosechar su área de especialización geográfica:*

Enfoque su mensaje de marketing en el área de especialización geográfica que haya elegido. Si su área tiene una alta tasa de rotación de propiedades, le irá muy bien. El agente inmobiliario más exitoso de mi área cierra mi puerta con su foto todos los lunes por la tarde. Además, incluye una lista de propiedades en mi vecindario que están listadas o en venta.

Mirar el precio de venta de otras propiedades es un buen motivador para que enumere mi propia casa y aproveche las ganancias de capital.

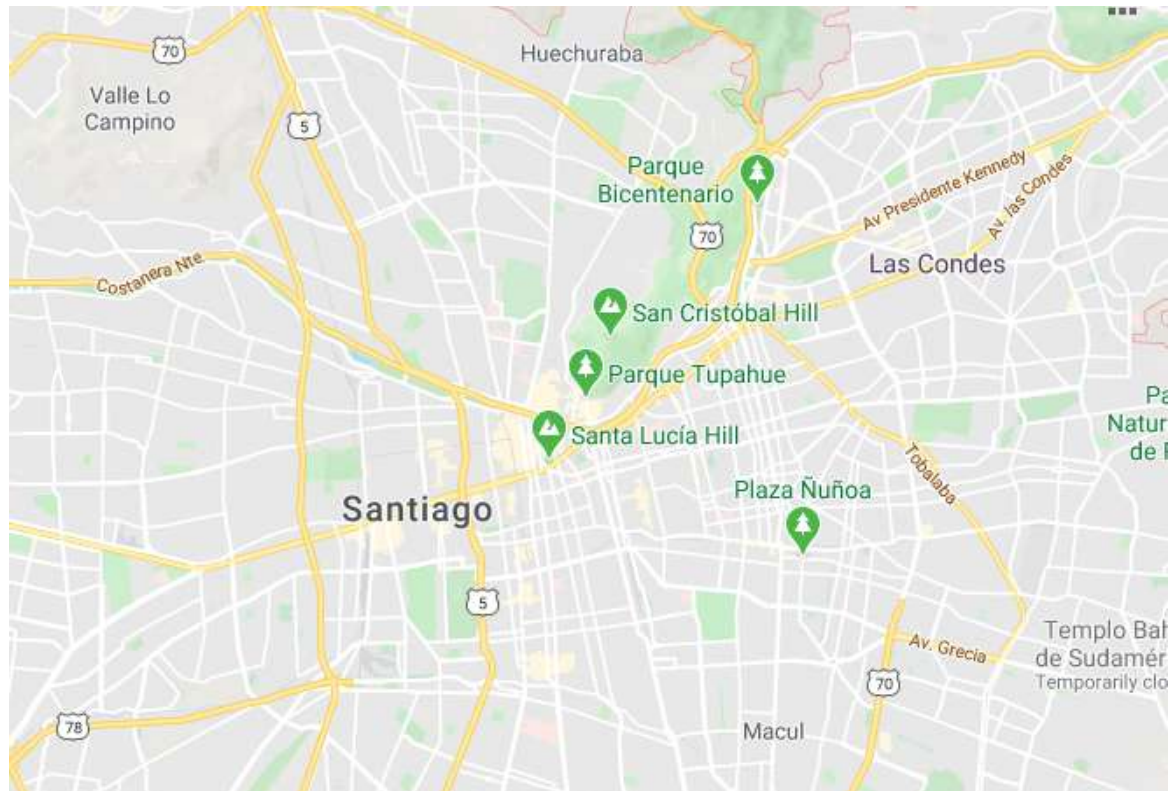


# Información Preliminar

*¿Qué técnicas se utilizan para atraer clientes?*



Seleccionar un área de granja es una de las cosas más importantes que puede hacer al planificar su campaña. Piénselo: va a comercializar en esta área, de manera regular, durante los próximos meses (en realidad, años).



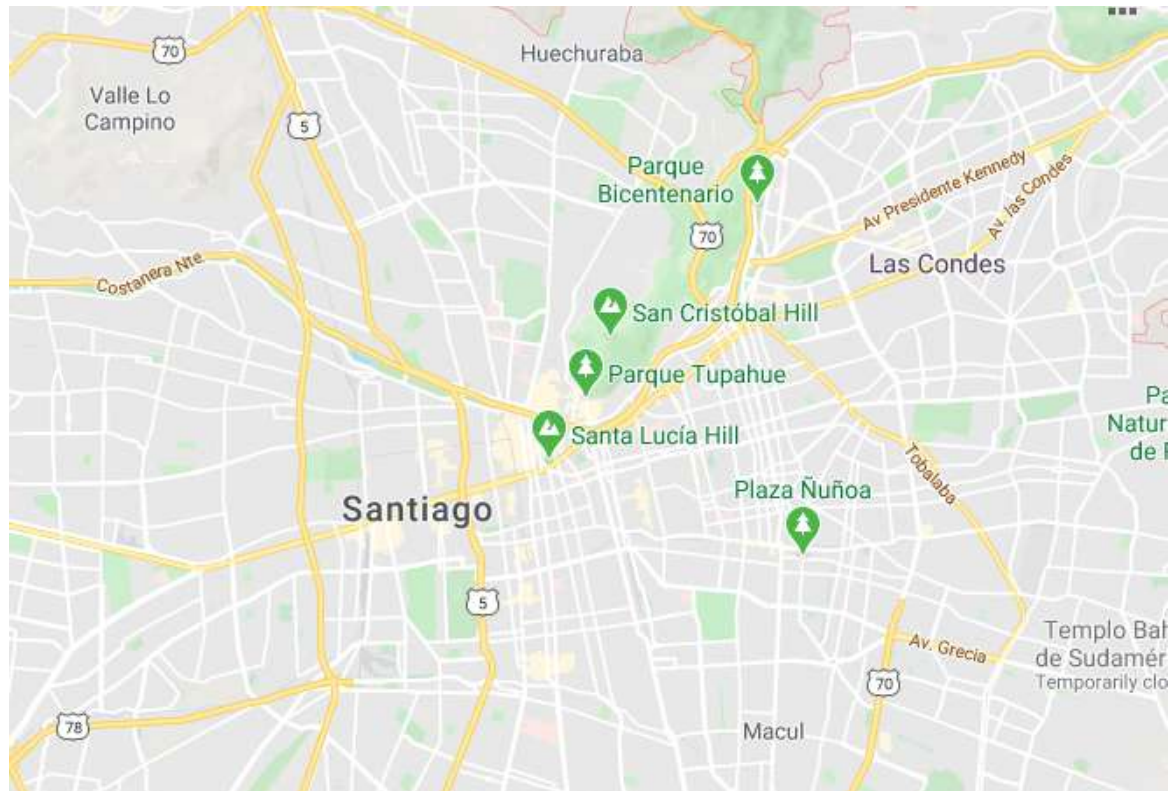
# Información Preliminar



*¿Qué técnicas se utilizan para atraer clientes?*



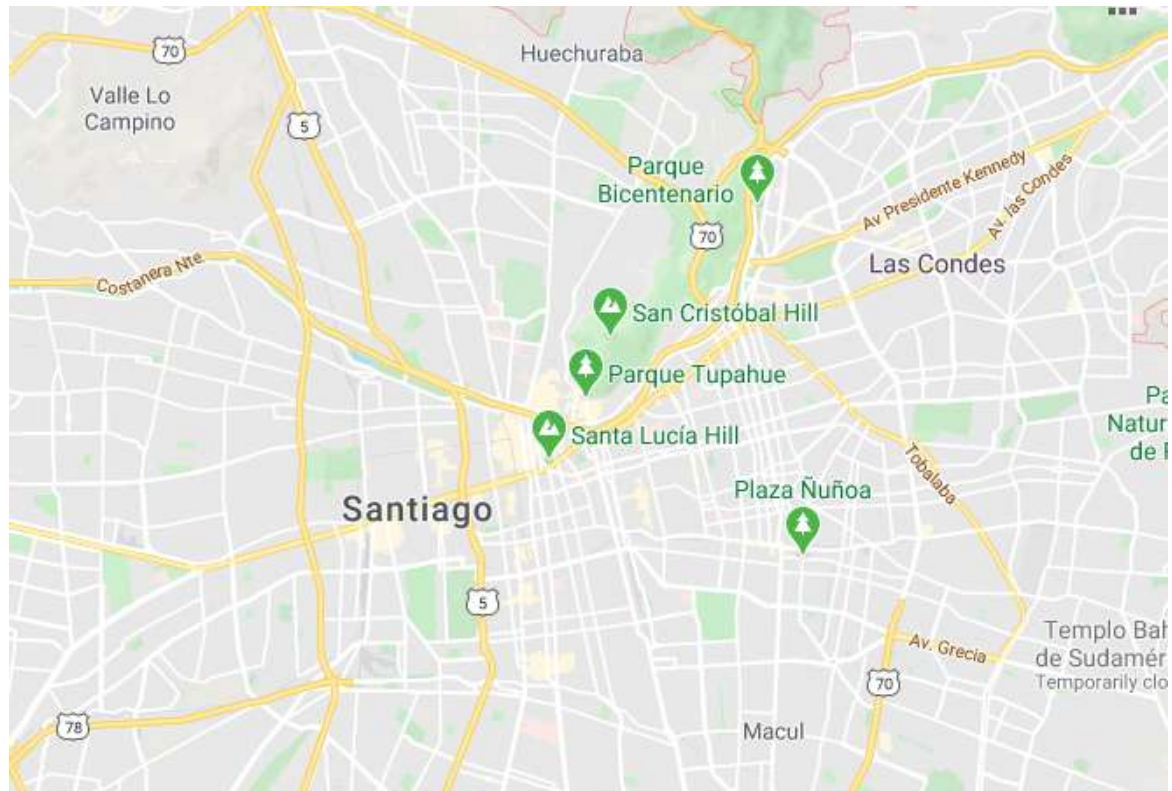
Usted gastará cientos, y probablemente miles de dólares en este esfuerzo, a lo largo de su carrera. Con esas dos cosas en mente, ¿por qué tomarías esta decisión a la ligera?



# Información Preliminar

## *¿Qué técnicas se utilizan para atraer clientes?*

- Haga su tarea y no tenga miedo a la competencia: Ejecute comparables en el área. Ejecútelos durante el último año o dos.
- Asegúrese de que haya actividad en el área: hay ciertas áreas que encontramos que apenas tienen rotación.



# Información Preliminar

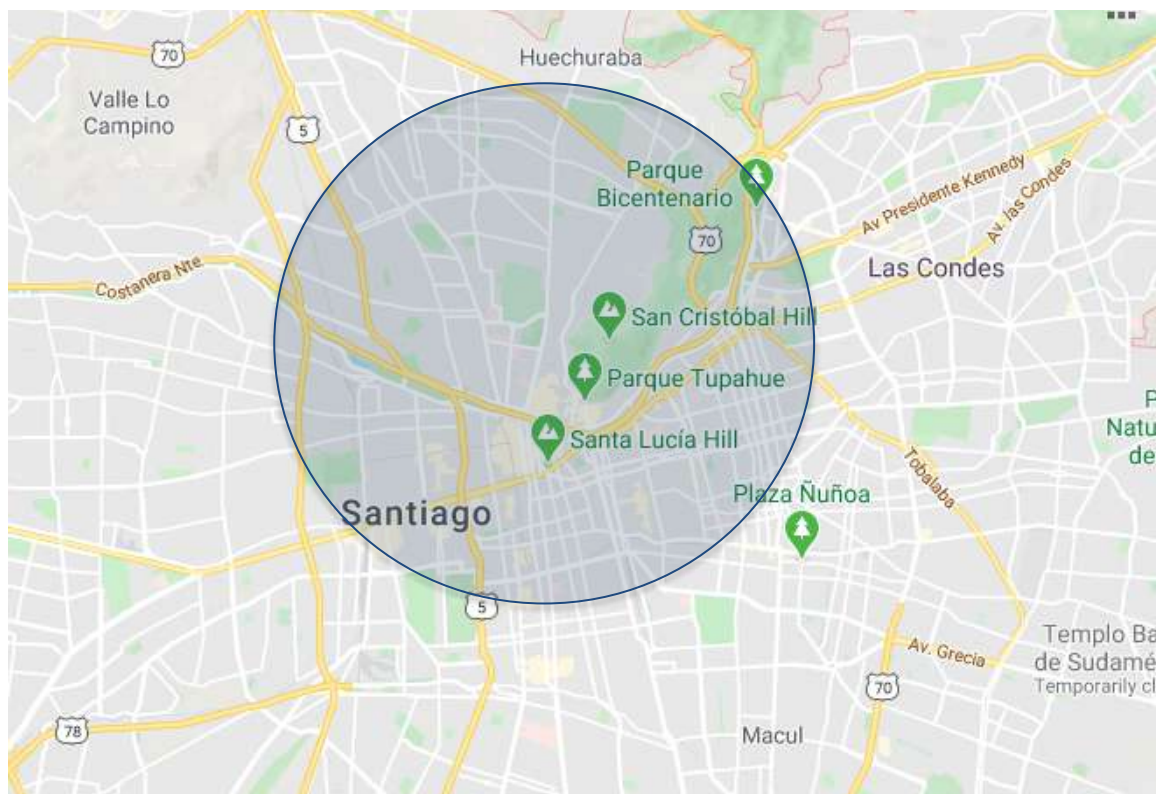


*¿Qué técnicas se utilizan para atraer clientes?*



No cambie su área de granja.

Sólo agregue nuevas áreas  
DESPUÉS de que haya tenido  
cierto éxito en la primera y  
tenga más efectivo \$\$\$ para  
poner en su presupuesto de  
marketing.



# Estrategias

## **Presencia continua:**

Una vez que haya elegido el tipo de propiedad en la que se especializará y los vecindarios para cultivar listados, comience a promocionar.

Ud. deberá enviar información de propiedades en postales u otro medio, a sus clientes objetivo en forma semanal.





# Estrategias

## Presencia continua:

En general, tomará alrededor de quince promociones antes de que un cliente recuerde su nombre, pero cuando decida vender su casa, Ud. recibirá la primera llamada telefónica.





# Estrategias

## Presencia continua:

El objetivo general es atraer la mayor cantidad posible de listados viables. Independientemente de quién finalmente compre la propiedad, como agente de listado, puede aprovechar la comisión.

Al centrar su tiempo en promocionarse con sus objetivos más prometedores, ahorrará tiempo y aumentará sustancialmente sus listados.

| Empresa                          | Email                                                                                | Contacto                         |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| ACHIGAR DE IGLESIAS, SUSANA E.   | <a href="mailto:alesaspilar@gmail.com">alesaspilar@gmail.com</a>                     | PILAR IGLESIAS                   |
| BRITO FRANCO, EDUARDO            | <a href="mailto:ebrito franco@adinet.com.uy">ebrito franco@adinet.com.uy</a>         | EDUARDO BRITO                    |
| COOP DAYQUE                      | <a href="mailto:arboffano@hotmail.com">arboffano@hotmail.com</a>                     | GUSTAVO BOFFANO                  |
| DE BRUM DE BOZZO, JANET          | <a href="mailto:cdelsauce@gmail.com">cdelsauce@gmail.com</a>                         | ALBERTO BOZZO                    |
| DE BRUM, DANIEL                  | <a href="mailto:dfedebrium@adinet.com.uy">dfedebrium@adinet.com.uy</a>               | ING. DANIEL DE BRUM              |
| DIAZ DE IFRAN, MAGDALENA         | <a href="mailto:malena944@adinet.com.uy">malena944@adinet.com.uy</a>                 | Magdalena Diaz de Ifran          |
| CABANA LA BUENA ESTRELLA S.A.    | <a href="mailto:spcinado@adinet.com.uy">spcinado@adinet.com.uy</a>                   | Raul Dolan                       |
| DUTRA DA SILVEIRA, MARIO F.      | <a href="mailto:fardu03@adinet.com.uy">fardu03@adinet.com.uy</a>                     | Fernando Dutra                   |
| DUTRA DA SILVEIRA, ROBERTO       | <a href="mailto:quequay2003@hotmail.com">quequay2003@hotmail.com</a>                 | ROBERTO DUTRA                    |
| ESTANCIA MATAJOJO S.C.           | <a href="mailto:apacheco@agregnegocios.com.uy">apacheco@agregnegocios.com.uy</a>     | NELSON PACHECO                   |
| FILLIOL Y BARREIRO               | <a href="mailto:efilliol@hotmail.com">efilliol@hotmail.com</a>                       | EDUARDO FILLIOL                  |
| FROS, ALVARO DANIEL              | <a href="mailto:alvarofrosi@adinet.com.uy">alvarofrosi@adinet.com.uy</a>             | ING. AGR. ALVARO FROS            |
| FROS, OSCAR ALFREDO              | <a href="mailto:afrosjub@adinet.com.uy">afrosjub@adinet.com.uy</a>                   | OSCAR ALFREDO FROS               |
| GRASSO VIDART, JUAN MANUEL       | <a href="mailto:boqueron@adinet.com.uy">boqueron@adinet.com.uy</a>                   | JUAN MANUEL GRASSO               |
| ASION SARL                       | <a href="mailto:iddgg@adinet.com.uy">iddgg@adinet.com.uy</a>                         | DIANA GUIGNET DE GUGGERI         |
| CROSSA, JUAN ESTEBAN             | <a href="mailto:hiriart@adinet.com.uy">hiriart@adinet.com.uy</a>                     | JORGE HIRIART hijo               |
| HIRIART E HS., JORGE HUGO        | <a href="mailto:hiriart@adinet.com.uy">hiriart@adinet.com.uy</a>                     | JORGE HIRIART                    |
| NERBILAN S.R.L                   | <a href="mailto:sarazambuja@gmail.com">sarazambuja@gmail.com</a>                     | Sara Azambuja                    |
| NOTALVE S.R.L                    | <a href="mailto:eperezzi@adinet.com.uy">eperezzi@adinet.com.uy</a>                   | Juan Perez Jones                 |
| FLETCHER PANIZZA, HNOS           | <a href="mailto:dfiet@adinet.com.uy">dfiet@adinet.com.uy</a>                         | DIEGO FLETCHER                   |
| LAS ROSAS ESTANCIA SC            | <a href="mailto:rserventi@gmail.com">rserventi@gmail.com</a>                         | Roberto Serventi                 |
| LLANOVERDE S.A. (GABRIEL FILLAT) | <a href="mailto:efillat@gmail.com">efillat@gmail.com</a>                             | Gabriel Fillat                   |
| LLANOVERDE S.A. (JAVIER FILLAT)  | <a href="mailto:camposfillat@gmail.com">camposfillat@gmail.com</a>                   | Javier Fillat                    |
| LOS PAMPAS                       | <a href="mailto:ferfillat@hotmail.com">ferfillat@hotmail.com</a>                     | Fernando Fillat                  |
| LOS TORDOS S EN C                | <a href="mailto:otegui@ganaderas.com.uy">otegui@ganaderas.com.uy</a>                 | Diego Otegui                     |
| MANABI S.A.                      | <a href="mailto:manabi@adinet.com.uy">manabi@adinet.com.uy</a>                       | Ing. Mauricio Borges             |
| PEREIRA HENDERSON, ANA MARIA     | <a href="mailto:chipeco@adinet.com.uy">chipeco@adinet.com.uy</a>                     | Mana del Carmen Bell             |
| PEREIRA MACHADO, MONICA          | <a href="mailto:monica.pereiramachado@gmail.com">monica.pereiramachado@gmail.com</a> | ESC. MONICA PEREIRA              |
| Suc. Martín Tafemaberry          | <a href="mailto:uantafa@adinet.com.uy">uantafa@adinet.com.uy</a>                     | Med. Vet Juan Carlos Tafemaberry |
| GARCIA RISSO, ISABEL Y JULIO     | <a href="mailto:elretro@adinet.com.uy">elretro@adinet.com.uy</a>                     | Julio Garcia                     |
| SALAVERRY OLASCOAGA, JULIO SUCS. |                                                                                      | Nibia Sierra de Salaverry        |
| SAN RAMON S.O.                   | <a href="mailto:almengo@adinet.com.uy">almengo@adinet.com.uy</a>                     | Alvaro Mendez                    |
| SARANDI S.G                      | <a href="mailto:emiller@adinet.com.uy">emiller@adinet.com.uy</a>                     | ING. AGR. EDUARDO MILLER         |
| SILVA Y ROSAS, Elsa Maria        | <a href="mailto:silvae@adinet.com.uy">silvae@adinet.com.uy</a>                       | Ing. Carrasco                    |
| ZABALA, ELEONOR                  | <a href="mailto:elgarizabala@gmail.com">elgarizabala@gmail.com</a>                   | Elgari Zabala                    |
| ARIZAGA, ANDRES                  | <a href="mailto:elgarizabala@gmail.com">elgarizabala@gmail.com</a>                   | Elgari Zabala                    |
| ZABALA, ELGARI                   | <a href="mailto:elgarizabala@gmail.com">elgarizabala@gmail.com</a>                   | Elgari Zabala                    |
| GRAN PEDRO SA.                   | <a href="mailto:corlero@goilero.com.uy">corlero@goilero.com.uy</a>                   | Ramiro Izaquai                   |
| BAZZANO, JUAN JOSE               | <a href="mailto:bazzano@adinet.com.uy">bazzano@adinet.com.uy</a>                     | Juan Bazzano                     |
| NOTEJANE SCARRONE HNOS           | <a href="mailto:notejane.fernando@gmail.com">notejane.fernando@gmail.com</a>         | Fernando Notejane                |
| ZABALA, ALMA                     | <a href="mailto:mhenia@adinet.com.uy">mhenia@adinet.com.uy</a>                       | Martin Benia                     |
| JOSE LUIS GALIMBERTI             | <a href="mailto:lgalimb@adinet.com.uy">lgalimb@adinet.com.uy</a>                     | Jose Luis Galimberti             |



# Estrategias

Vamos a cultivar juntos

Apuntar a vecindarios específicos y convertirse en el agente de elección para cada comunidad nos hará diferentes a nuestros competidores.

Los especialistas exitosos en agricultura de bienes raíces geográficos se comercializan así mismos en forma sistemática y continuamente para crear una marca de vecindario como expertos en bienes raíces del área.



# Estrategias

Vamos a cultivar juntos

Lo hacen mediante la diversificación de los tipos de métodos de marketing utilizados para contactar a los vecinos para mostrar sus muchas técnicas de marketing y evitar destinatarios molestos con cualquier método con demasiada frecuencia.

Los materiales de mercadeo deben enfocarse en evidenciar el éxito del agente y al mismo tiempo mostrarle al vecindario que ningún otro agente trabaja más duro para vender casas.



# Estrategias

Vamos a cultivar juntos



# Estrategias

Después de enviar información ¿Qué encontramos?

Por ejemplo, descubrimos que en algunas áreas (principalmente áreas que están predominantemente habitadas por ciudadanos mayores), el consenso general es:

"¡El día que vendo mi casa es el día en que me sacan de aquí, con los pies en alto!"

No estoy sugiriendo que NUNCA trabajes en un área como esta (especialmente si es un área de la que estás enamorado). Pero, sugiero que puede ser un área de granja que agregue DESPUÉS de que haya comenzado otra área y haya tenido cierto éxito y tenga más efectivo para poner en su presupuesto de marketing.



# Estrategias

- Conoce a tu competencia!, Mira quién está haciendo los tratos.

A diferencia de lo que piensan muchos agentes, la mejor estrategia para elegir un área de granja es buscar una que NO tenga a nadie en particular vendiendo todas las casas:

ESTIMADO CLIENTE FAVOR COMUNICARSE A ESTOS NUMEROS  
PARA INFORMACION DE TODAS LAS OPCIONES EN ESTA PAGINA WEB  
YA QUE LOS OTROS NUMEROS QUE APARECEN EN ANUNCIO NO EXISTEN

ACTUALIZACION DE DATOS 2019  
VENTA, RENTA, COMPRA Y  
ADMINISTRACION DE:  
\*CASAS  
\*APARTAMENTOS  
\*LOCALES COMERCIALES  
\*TERRENOS  
\*FINCAS  
\*EDIFICIOS COMERCIALES



**CEL:3167-5358**

**TEL OFICINA 2553-8967 \*25538593**



# Estrategias

- Conoce a tu competencia!, Mira quién está haciendo los tratos.

Por ejemplo, hay 10-15 agentes que venden los listados, ninguno de ellos con ese mercado específico, o áreas que tienen un Agente que tiene el mercado bloqueado.

ESTIMADO CLIENTE FAVOR COMUNICARSE A ESTOS NUMEROS  
PARA INFORMACION DE TODAS LAS OPCIONES EN ESTA PAGINA WEB  
YA QUE LOS OTROS NUMEROS QUE APARECEN EN ANUNCIO NO EXISTEN

ACTUALIZACION DE DATOS 2019  
VENTA, RENTA, COMPRA Y  
ADMINISTRACION DE:  
\*CASAS  
\*APARTAMENTOS  
\*LOCALES COMERCIALES  
\*TERRENOS  
\*FINCAS  
\*EDIFICIOS COMERCIALES

A circular inset image shows a smiling male real estate agent in a white shirt and blue tie, holding a small model of a house in his hands.A green circular icon with a white telephone handset inside a speech bubble, representing the WhatsApp messaging app.

**CEL:3167-5358**

**TEL OFICINA 2553-8967 \*25538593**

The background of the advertisement is a photograph of a large, modern, two-story house with a light-colored facade and large windows. The house is illuminated at night, and a swimming pool is visible in the foreground.

# Estrategias

¿Por qué buscar mercados abiertos?

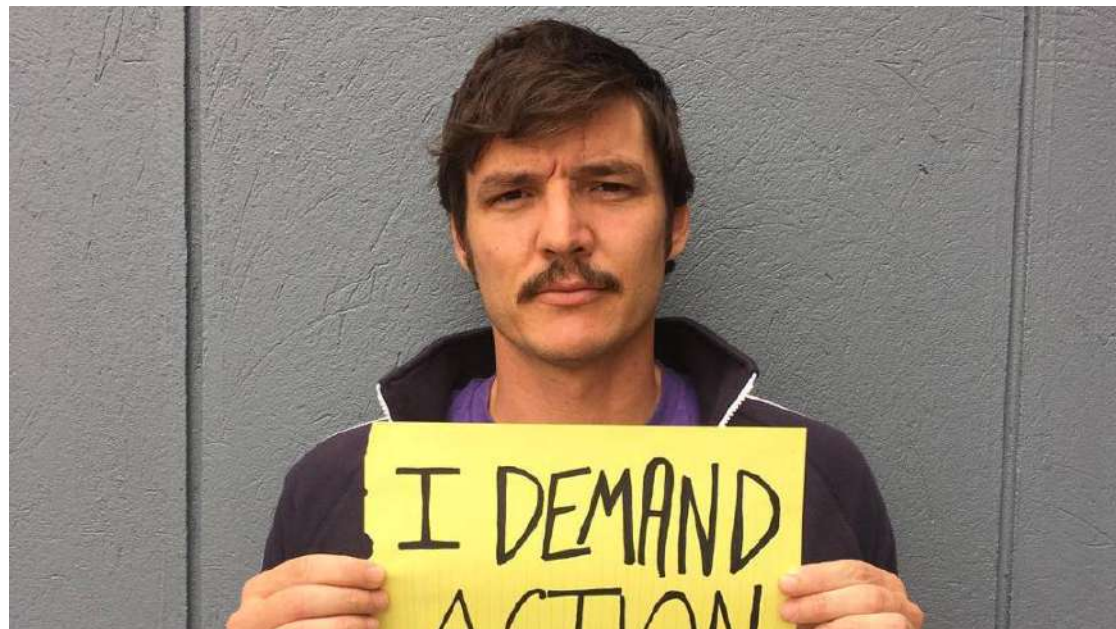
Bueno, para las áreas que no tienen un sólo agente u oficina, usted tiene una GRAN oportunidad de hacerse visible, rápida y regularmente, para llamar la atención de los propietarios de viviendas en el zona, ya que se dedicará a esta granja y la comercializará regularmente,



# Estrategias

Pero, ¿qué pasa con las áreas que tienen un solo agente que tiene todo bloqueado?

Esas son oportunidades FANTÁSTICAS también, ya que siempre habrán propietarios en esa área de la granja que francamente no les gusta ese agente.





## Estrategias

En resumen,

Puedes comenzar a comercializar religiosamente en el área que escojas, y después de un tiempo, van a estar muy familiarizados con quién eres y qué haces por ellos, y te van a elegir entre "ese otro tipo que realmente no les gusta".

# GRACIAS!