

Вопросы для квалификации клиента

РАСПЕЧАТАЙТЕ ДОКУМЕНТ, ПОЛОЖИТЕ ПЕРЕД СОБОЙ И ОТМЕЧАЙТЕ ГАЛОЧКАМИ ТЕ ВОПРОСЫ КОТОРЫЕ ВЫ
 ЗАДАЛИ ПРИ ТЕЛЕФОННОМ ЗВОНКЕ

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА	
КОММЕНТАРИИ	
☐ Какую квартиру ищите? Какой этаж/ метраж/ количество комнат интересует? ☐ Что для вас важно при выборе квартиры? ☐ Почему вы выбрали этот район? ☐ Нужно ли вам парковочное место? ☐ Важен ли детский сад/школа в пешей доступности?	Самые распространенные типы вопросов, ответы на которые клиент точно знает и ожидает этих вопросов от менеджера. Позволяют понять как клиент видит решение своей задачи. Однако дополнены вопросами про приоритеты” которые позволяют мягко выяснить важные для клиента аргументы.
ЗНАНИЕ О ПРОЕКТЕ	
☐ Что уже знаете о нас? ☐ Были у нас на сайте? ☐ Были ли на стройке? ☐ Насколько хорошо знаете район?	Позволяют получить информацию об отношении клиента к компании и сэкономить время на презентации избыточной информации. В части случаев провоцируют клиента на возражения и раскрытие сомнений в объекте или в застройщике, что позволяет подготовить аргументы для отработки негатива и возражений.
ПРИЧИНЫ ПОКУПКИ + СХЕМА ПРИОБРЕТЕНИЯ	
☐ Для себя покупаете? ☐ Покупаете с целью проживания или инвестиции денежных средств? ☐ Будете сдавать в аренду или перепродавать? ☐ Вы хотите улучшить свои жилищные условия? Что не устраивает в прежнем?	Разные мотивы покупки = разные презентации с упором на разные УТП 1. Для проживания - упор на потребительские характеристики 2. Для инвестиции краткосрочной (перепродажа) - упор на рост цены и ликвидность

☐ Кто будет проживать в этой квартире? ☐ Как вы собираетесь оформлять собственность? (совместная, долевая, единоличная) ☐ Есть ли кто-то, с кем будете советоваться?	3. Для инвестиции долгосрочной - упор на стоимость аренды, легкость сдачи Вопрос позволят направить размышления клиента на новые аспекты, вывести зону внимания на юридические тонкости и добавить экспертности и ценности работы менеджера, закидывает "крючок" Позволяет обнаружить осознанную некомпетентность. + выяснить сколько людей будут принимать участие в принятии решения о покупке. Зачастую информацию выясняет один человек
ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ/ПРИТЯЗАНИЯ	
☐ В какую сумму хотите уложиться? ☐ Как планировали финансировать покупку?Рассматриваете ли кредитный продукт? ☐ Планируете ли пользоваться мат. капиталом? ☐ Сколько комфортно платить в месяц?	Ориентируемся в финансовых решениях, которые есть в голове у клиента. Сформированы ли они или придется формировать их с нуля. Насколько сформированные убеждения соответствуют объективной реальности.
ПРОБЛЕМАТИКА	
☐ Расскажите что у вас сейчас за ситуация. Почему решили купить/обменять недвижимость	Направлен на получение истинного мотива покупки, позволяет менеджеру соотнести реальную задачу с тем способом решения который выбрал для себя клиент. Истинный мотив позволяет увидеть задачу клиента "сверху" и лучше сориентироваться, подобрать верные аргументы для презентации.

ОПЫТ	
☐ Когда-либо уже покупали недвижимость? Как давно? Плюсы и минусы? ☐ Какие квартиры уже видели (если покупатель)? Общались ли уже с какими-нибудь риэлторами? (если продавец) ☐ Что нравится, что не нравится?	Позволяет избежать конфликта с партнерским каналом и сразу выяснить с каким объектом будем конкурировать, с какими возражениями и “трудными” вопросами” столкнемся в процессе беседы. Дает понимание температуры клиента. Чем скорее ему надо совершить покупку, тем “горячее” клиент и тем легче и быстрее состоится сделка
СРОКИ	
☐ Вы торопитесь с приобретением жилья? ☐ В связи с чем это связано? ☐ Как быстро вы хотите купить? ☐ Как давно занимаетесь поиском продаж квартиры? ☐ Что будет, если не уложитесь в срок?	Понимание мотивов= понимание температуры клиента.

Схема приобретения:

☐ Ипотека (сумма 1 взноса, срок, приемлемый ипотечный платеж)_____
☐ Рассрочка (первоначальный взнос, платежи, срок)_____
☐ Наличка_____
☐ Какие организации участвую в сделке (банки?)_____
☐ Юридические особенности сделки (супруги, дети и т.д.)_____
☐ Важные сроки_____
☐ Важные документы_____
☐ Налогообложение_____
☐ Другие важные для клиента нюансы _____

