

به نام خدایی که به او اعتماد داریم

تجارب، راهبردها و افق‌های نوین در بازاریابی املاک

تکنیک‌های برتر معاملات ملکی

(دستیابی به موفقیت برای مشاوران املاک)

نویسنده: دیرک زلر

SIDLER
انتشارات سیدلر

<ul style="list-style-type: none"> • سرشناسه، زلر، درک؛ Zeller, Dirk • عنوان و نام پدیدآور: تکنیک‌های برتر معاملات ملکی؛ دستیابی به موفقیت برای مشاوران املاک / دیرک زلر؛ گروه مترجمین تیدلر. 	<ul style="list-style-type: none"> • مشخصات نشر: تهران؛ تیدلر، ۱۴۰۰. • مشخصات ظاهری: ۵۶۰ ص. • شابک: 978-622-98583-4-9 • وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
<ul style="list-style-type: none"> • یادداشت: • عنوان اصلی: Success As A Real Estate Agent For Dummies, 2nd ed, 2014. • عنوان دیگر: دستیابی به موفقیت برای مشاوران املاک. • موضوع: نگاه‌های معاملات املاک • موضوع: Real Estate Business • موضوع: کار گزاران معاملات املاک • موضوع: Real Estate Agents • موضوع: نگاه‌های معاملات املاک -- ایالات متحده • موضوع: Real Estate Business – United States • موضوع: کار گزاران معاملات املاک -- ایالات متحده • موضوع: Real Estate Agents – United States 	<ul style="list-style-type: none"> • شناسه افزوده: انتشارات تیدلر. مترجم • رده‌بندی کنگره: HD1382 • رده‌بندی دیویی: ۳۳۳/۳۳۲۲ • شماره کتابشناسی ملی: ۸۵۱۴۹۵۳ • وضعیت رکورد: فیبا

SIDLER انتشارات تیدلر

تجارب، راهبردها و افق‌های نوین در بازاریابی املاک

تکنیک‌های برتر معاملات ملکی

دستیابی به موفقیت برای مشاوران املاک

تیدلر	+	ناشر
یوسف تیدلر	+	مدیر کل برنامه‌ریزی و تدوین
دیرک زلر	+	نویسنده
گروه مترجمین تیدلر	+	مترجم
اول / ۱۴۰۰	+	نوبت و سال انتشار
۱۰۰۰ نسخه	+	شمارگان
وزیری / ۵۶۰ صفحه	+	مشخصات
۶۵۰ هزار تومان	+	قیمت کتاب
۹-۴-۹۸۵۸۳-۹۸۲۲-۶۷۸	+	شماره شابک

تهران، خیابان ولیعصر مابین میدان ونک و میرداماد، برج نگار، طبقه ۵، واحد ۱

☎ ۰۲۱ ۴۷۷۵۹ ۰۲۱ ۸۸۲۰۲۵۴۷

وبسایت < www.sidlerbook.com >

پست الکترونیک < info@sidlerbook.com >

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به ناشر می‌باشد و هرگونه نسخه‌برداری و کپی‌برداری کلاً و جزئاً پیگرد قانونی دارد.

فهرست

۲۱	مقدمه.....
۲۲	درباره این کتاب.....
۲۴	فرضیات.....
۲۵	نمادهایی که در این کتاب استفاده شده‌اند.....
۲۶	از کجا شروع کنیم.....

بخش اول: به دست آوردن کلیدهای موفقیت در املاک و مستغلات

۲۷	شروع کار همراه با موفقیت برای مشاور املاک و مستغلات.....
----	--

فصل ۱

۲۹	کشف مهارت‌های یک مشاور املاک موفق.....
۳۲	داشتن اهداف مالی.....
۳۳	مانند یک مشاور املاک مؤثر رفتار کنید.....
۳۴	انجام وظیفه به عنوان یک نماینده امانتدار.....
۳۷	هدایت تصمیمات مالی.....
۳۷	فاصله گرفتن از نقش سنتی «درب بازکن».....
۳۹	ربودن مشتری و کارفرما.....
۴۰	درک اهمیت جذب مشتریان راغب برای کسب‌وکار.....
۴۲	توسعه توانایی معامله‌گری برای به دست آوردن مشتری.....
۴۴	بدانید که بازار موفقیت را تعیین نمی‌کند.....
۴۵	تبدیل شدن به یک مشاور لیست‌کننده.....
۴۷	انتخاب یک راه موفقیت.....

فصل ۲

۵۱	انتخاب شرکت (آژانس) مناسب.....
۵۲	اشاره به تکامل دفاتر املاک و مستغلات.....
۵۳	در نظر گرفتن تمام گزینه‌ها.....
۵۴	انتخاب بخش مسکونی یا تجاری.....
۵۴	املاک مسکونی.....
۵۵	املاک تجاری.....
۵۵	اشتیاق، قهوه و دونات: پی بردن به این که چه چیزی یک دفتر خوب را تشکیل می‌دهد.....
۵۹	توجه به قوانینی که باید طبق آن ایفای نقش کنید.....
۶۰	قوانین و مقررات.....
۶۱	به قرون برای تو، به قرون برای من: توافقات در خصوص تقسیم کمیسیون.....

- ۶۳ هزینه‌های کارگزاری: دستی که به شما غذا می‌دهد را گاز نگیرید.
- ۶۴ مهم‌ترین‌ها: نگاهی به اندازه شرکت، حضور آنلاین و سهم بازار.
- ۶۶ اولویت‌بندی ارزش‌ها و انتظارات خود.
- ۶۶ ارزش‌های خود را بشناسید.
- ۶۷ انتظارات خود را مشخص کنید.
- ۶۸ محدود کردن لیست شرکت‌ها.
- ۶۸ تحقیقات خود را انجام دهید.
- ۷۲ ۱۲ سؤال کلیدی را پرسید.
- ۷۶ تحقیق خود را ارزیابی کنید.
- ۷۷ شرکت برتر را انتخاب کنید.
- ۷۸ آغاز یک شروع خوب.
- ۷۸ ارتباط گرفتن با مدیر.
- ۸۰ درک نقش مدیر در موفقیت خود.
- ۸۰ کسب احترام از مدیر خود.
- ۸۲ ایجاد شراکت.
- ۸۲ کسب احترام همکاران.
- ۸۳ کار با مشاوران املاک در داخل دفتر.
- ۸۵ همکاری با مشاوران در بازار.
- ۸۵ توسعه مشارکت‌های استراتژیک.

فصل ۳

- ۸۹ کارشناس بازار شدن.
- ۹۰ دانستن سه واقعیت حاکم بر هر بازار املاک و مستغلات.
- ۹۲ کسب دانش در خصوص شرایط بازار.
- ۹۳ جمع‌آوری اطلاعات بازار.
- ۹۳ انجمن محلی مشاوران املاک.
- ۹۴ سرویس فایل‌های چندگانه (MLS) محلی شما.
- ۹۵ عضویت در انجمن ملی مشاوران املاک.
- ۹۶ سایر منابع اطلاعاتی بازار.
- ۹۷ تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارقام.
- ۹۷ مشخص کردن تأثیر سایر بازارهای منطقه‌ای.
- ۹۸ مطالعه الگوهای مهاجرت جمعیت.
- ۹۹ شناسایی و بهره‌گیری از روند بازار.
- ۱۰۰ تدوین یک تحلیل بازاری.
- ۱۰۱ بازار خود را بر اساس منطقه تقسیم‌بندی کنید.

۲. میزان موجودی ملک‌های فروشی را مشخص کنید..... ۱۰۱
۳. تعداد معاملات ۳۰ روز گذشته را محاسبه کنید..... ۱۰۲
۴. "ترخ جذب" (یا مدت زمانی که طول می‌کشد تا ملک‌های فروشی فعلی خریداری شوند) را حساب کنید..... ۱۰۳
- پیش بینی روند در آینده نزدیک..... ۱۰۴
- از یافته‌های خود در کارتان استفاده کنید..... ۱۰۵

بخش دوم:

- ایجاد خریداران و فروشندگان راغب ۱۰۹

فصل ۴

- شیوه مشتری‌یابی و فروش خود را پیدا کنید..... ۱۱۱
- بدانید که چرا باید مشتری‌یابی کنید..... ۱۱۲
- جذب فروشندگان ملک..... ۱۱۳
- جذب خریداران ملک..... ۱۱۴
- آشنایی با چهار رکن مشتری‌یابی..... ۱۱۶
۱. برای مشتری‌یابی روزانه یک زمان و مکان مشخص کنید..... ۱۱۶
۲. با حواس‌پرت‌کن‌ها مبارزه کنید..... ۱۱۷
۳. از یک برنامه پیروی کنید..... ۱۱۹
۴. به خود وفادار باشید و کاری که شروع کرده‌اید را به پایان برسانید..... ۱۲۰
- به کارگیری مشتری‌یابی..... ۱۲۰
- هدف قرار دادن مشتری‌یان بالقوه..... ۱۲۱
- تعیین و دستیابی به اهداف مشتری‌یابی..... ۱۲۲
- تعداد تماس‌های گرفته‌شده..... ۱۲۳
- تعداد مشتری‌های راغب جذب‌شده..... ۱۲۳
- تعداد قرارهای تعیین شده..... ۱۲۳
- از فن‌آوری برای موفقیت خود استفاده کنید..... ۱۲۶
- فن‌آوری سرویس داده‌ها..... ۱۲۶
- شماره‌گیرهای خودکار..... ۱۲۷
- دفن باورهای غلط..... ۱۲۷
- این قرص سحرآمیز را امتحان کنید (باور غلط)..... ۱۲۸
- در اینجا رویکردی وجود دارد که درست بودن آن جای شک دارد..... ۱۲۸
- مشاوران املاک برتر مشتری‌یابی نمی‌کنند (باور غلط)..... ۱۳۰
- مشتریان و دوستان من دوست ندارند کسی مزاحم آن‌ها شود (باور غلط)..... ۱۳۱
- امنیت و موفقیت را در اعداد پیدا کنید..... ۱۳۱
- قانون انباشت..... ۱۳۲

- ۱۳۳..... تأثیر آهسته و پیوسته رفتن
- ۱۳۳..... چرخه بی پایان مشتری یابی
- ۱۳۴..... اهمیت پیگیری نتایج
- ۱۳۵..... چالش مدیریت تماس ها
- ۱۳۶..... در دسترس باشید

فصل ۵

- ۱۳۹..... استفاده از فیس بوک و وبلاگ ها برای حضور آنلاین
- ۱۴۰..... شخصی یا تجاری؟ استفاده موثر از فیس بوک
- ۱۴۱..... استفاده از صفحه شخصی خود به منظور جذب مشتری
- ۱۴۲..... خط مشی درستی را در صفحه شخصی تان دنبال کنید
- ۱۴۳..... به تغییرات زندگی نگاه کنید
- ۱۴۳..... لیست دیده بان (یا واچ لیست) تشکیل دهید
- ۱۴۵..... برای لذت (تجارت) پست بگذارید
- ۱۴۶..... ایجاد صفحه تجاری
- ۱۴۸..... پی ببرید که چه چیزی را در صفحه تجاری خود پست کنید
- ۱۴۹..... تداوم داشته باشید
- ۱۴۹..... ترکیب مناسبی در پست های خود اتخاذ کنید
- ۱۵۰..... واداشتن افراد به باز نشر پست های شما، چه شغلی چه شخصی
- ۱۵۱..... درک اصول وبلاگ نویسی برای املاک و مستغلات
- ۱۵۱..... ظاهر و احساس یک وبلاگر حرفه ای را داشته باشید
- ۱۵۲..... برای پست گذاشتن و نوشتن خود برنامه ریزی کنید
- ۱۵۳..... تثبیت موقعیت خود به عنوان متخصص بازار

فصل ۶

- ۱۵۵..... الفبای سیستم تبادل اطلاعات
- ۱۵۶..... بهترین نحوه بهره گیری از IDX
- ۱۵۸..... ترکیب IDX با سایر استراتژی ها
- ۱۵۸..... بازاریابی کلیدی یا پرداخت به ازای کلیک
- ۱۶۱..... استفاده از سایت Craigslist برای جذب افراد راغب
- ۱۶۳..... استفاده از سیستم های پیشرفته جذب افراد راغب
- ۱۶۴..... ایجاد سایت های مخفی
- ۱۶۵..... رفتارشناسی افراد راغبی که با IDX جذب می شوند
- ۱۶۶..... اولین نفر در صف باشید
- ۱۶۷..... آن را بعد از تنظیم رها نکنید
- ۱۶۸..... نشان بدهید و بگویید

از آن‌ها بخواهید درگیر معامله شوند..... ۱۶۹

فصل ۷

ایجاد مشتریان ارجاعی..... ۱۷۱

آگاهی از حقایق و پیامدهای مشتری ارجاعی..... ۱۷۲

ایجاد پایگاه مشتری مبتنی بر ارجاع..... ۱۷۳

تعریف مشتری ارجاعی..... ۱۷۴

پیدا کردن مُعَرَف‌ها..... ۱۷۴

مشتریان فعلی..... ۱۷۵

مشتریان گذشته..... ۱۷۶

ارتباطات شبکه‌ای..... ۱۷۷

روابط تجاری و اجتماعی..... ۱۷۹

ساخت پایگاه ارجاع مشتری..... ۱۸۰

پیروی از سه قانون طلایی برای ایجاد مشتریان ارجاعی..... ۱۸۰

۱. قابل معرفی باشید..... ۱۸۰

۲. مخاطبین خود را کاوش کنید..... ۱۸۴

۳. از روابط خود نهایت استفاده را ببرید..... ۱۸۷

استراتژی ارجاع مشتری خود را گسترش دهید..... ۱۸۸

تعریف نوع معرف‌های مورد نظر شما..... ۱۸۹

تعیین هدف..... ۱۹۰

نزدیک شدن به معرف‌هایتان..... ۱۹۱

پرسیدن سوالات مناسب در زمان مناسب..... ۱۹۵

رسیدگی به مشتریان ارجاعی دریافتی..... ۱۹۷

توسعه روابط با مشتری ارجاعی..... ۱۹۹

برقراری اولین تماس..... ۱۹۹

دو هدف اصلی اولین تماس یا دیدار خود را بدانید..... ۱۹۹

در شروع گفتگو از نام معرف خود استفاده کنید..... ۲۰۰

تبدیل مشتریان ارجاعی به مشتری واقعی یا معرف..... ۲۰۱

دیدار و تماس شخصی..... ۲۰۱

یادداشت‌های کتبی، نامه‌های پستی و ایمیل..... ۲۰۱

فصل ۸

مشتریان راغب مرسوم که کارساز هستند: فایل‌های منقضی شده و FSBO..... ۲۰۳

سه دلیل کار با فایل‌های منقضی شده (Expired) و فایل‌های FSBO..... ۲۰۴

الفبای فایل‌های منقضی شده (Expired)..... ۲۰۷

فایل‌های منقضی شده را به عنوان مشتری‌های بالقوه با قطعیت بالا در نظر بگیرید..... ۲۰۸

- ۲۰۹.....درگیر شدن با یک فایل منقضی شده (Expired).....
- ۲۱۵.....کیفیت سنجی فایل های منقضی شده.....
- ۲۱۶.....تماس با فروشنده مالک: چه چیزی بگویید و چگونه بگویید.....
- ۲۱۹.....مهارت های معامله گری.....
- ۲۱۹.....متن گفتگوهای نمونه.....
- ۲۲۲.....استفاده از فن آوری کم کردن زحمت منقضی شده ها.....
- ۲۲۲.....دنیای ملک های FSBO.....**
- ۲۲۳.....درک این که چرا باید ملک های FSBO را دنبال کنید.....
- ۲۲۵.....استفاده از فن آوری برای یافتن فایل های FSBO.....
- ۲۲۷.....تبدیل فایل های FSBO: رویکرد یک مشاور املاک موفق.....
- ۲۲۷.....رویکرد خود را سازماندهی کنید.....
- ۲۲۸.....هدف قرار دادن مشتریان بالقوه.....
- ۲۲۹.....برقراری تماس اولیه.....
- ۲۳۰.....بهره گیری از سرویس پستی.....
- ۲۳۲.....تماس تلفنی.....
- ۲۳۲.....غلبه بر پاسخ منفی و انعطاف پذیر بودن.....
- ۲۳۳.....پیگیری مالکان راغب.....
- ۲۳۳.....ملاقات حضوری.....
- ۲۳۶.....ایجاد روابط.....

فصل ۹

- ۲۳۹.....برگزاری بازدید عمومی از خانه ها به عنوان یک ابزار مشتری یابی.....**
- ۲۴۰.....علت برگزاری بازدید عمومی.....**
- ۲۴۲.....فرصتی برای ملاقات رو در رو با مشتریان بالقوه.....
- ۲۴۲.....راهی برای خدمت کردن به نیاز خریداران بی واسطه.....
- ۲۴۳.....ارتباط خیلی نزدیک با مشتریان در دنیایی با فن آوری پیشرفته.....
- ۲۴۴.....اهداف مشتری یابی خود را تعیین کنید.....
- ۲۴۶.....برنامه ریزی بازدید عمومی با هدف جذب بیشترین بازدیدکننده.....**
- ۲۴۷.....نشان دادن خانه ای با جذابیت بالا.....
- ۲۴۸.....ظاهر خوب: استفاده از قدرت جذابیت ظاهری ملک.....
- ۲۴۹.....محوطه سازی برای سرگرمی و سود.....
- ۲۵۰.....دعوت از همسایگان.....
- ۲۵۱.....نشان دادن راه: هدایت مشتریان بالقوه به بازدید عمومی.....
- ۲۵۳.....میزبانی با بیشترین شرکت کننده: اداره موثر بازدید عمومی.....
- ۲۵۵.....انجام وظایف قبل از رسیدن مشتری ها.....

۲۵۵	آماده‌سازی خانه مورد نظر.....
۲۵۶	بحث درباره سایر ملک‌های موجود.....
۲۵۷	بیرون کردن مالک از خانه.....
۲۵۸	تعیین حال و هوا با تغییرات دقیقه آخر.....
۲۵۹	فرد خجالتی یا اجتماعی: آشنا شدن و صحبت کردن در طی بازدید عمومی.....
۲۶۲	بستن معامله با پیگیری پس از بازدید عمومی.....

بخش سوم:

۳۶۵	ایجاد یک استراتژی معاملاتی موفقیت آمیز.....
-----	---

فصل ۱۰

۳۶۷	اجرای یک نطق فروش با کیفیت.....
۳۶۹	کیفیت‌سنجی مشتریان بالقوه.....
۳۶۹	سؤال پرسیدن به قصد جمع‌آوری اطلاعات.....
۳۷۰	چرا و چگونه باید از کارفرمای بالقوه سؤال کرد.....
۳۷۴	تصمیم‌گیری در مورد نطق فروش یک گام یا دو گام.....
۳۷۴	نطق فروش یک گام.....
۳۷۵	نطق فروش دو گام (یا دو مرحله‌ای).....
۳۷۷	بررسی "DNA" مشتریان بالقوه!.....
۳۷۷	میم مثل میل درونی.....
۳۷۸	نون مثل نیاز.....
۳۷۹	آت مثل اختیار و توانایی.....
۳۸۰	پرزنت کردن مشتریان بالقوه واجد شرایط.....
۳۸۱	آگاه بودن از هدف نطق فروش.....
۳۸۳	ارایه یک نطق فروش با کیفیت.....
۳۸۳	آغاز یک شروع خوب.....
۳۸۴	خود را از دیگر مشاوران املاک متمایز کنید.....
۳۸۵	فروش مزایا، نه ویژگی‌ها.....
۳۸۶	مزیت رقابتی خود را اثبات کنید.....
۳۸۷	بهره بردن از بهترین آمار و ارقام.....
۳۹۰	تایید گرفتن.....
۳۹۰	ارایه قیمت‌ها.....
۳۹۲	بروید برای بستن.....
۳۹۳	نطق فروش خود را مفید و جذاب کنید.....
۳۹۴	نطق فروش مختصر و مفید.....
۳۹۶	رعایت ۴ نکته برای یک نطق فروش عالی.....

- ۲۹۷..... باور.....
- ۲۹۷..... اشتیاق.....
- ۲۹۷..... اعتماد به نفس.....
- ۲۹۸..... قاطعیت.....
- ۳۰۰..... کنترل داشتن.....
- ۳۰۰..... مشخص کردن دستور کار از ابتدا.....
- ۳۰۱..... طبق روال پیش رفتن.....
- ۳۰۲..... رسیدگی به معاملات با وجود مخالفها و اعتراضات.....
- ۳۰۲..... به تأخیر انداختن مخالفتها.....
- ۳۰۳..... رسیدگی به مخالفتها در چهار مرحله آسان.....
- ۳۰۳..... نامل کردن.....
- ۳۰۳..... صحنه گذاشتن بر دغدغهها.....
- ۳۰۴..... مجزا کردن نگرانیها و دغدغهها.....
- ۳۰۵..... پاسخ دادن با اعتماد بنفس.....
- ۳۰۶..... درخواست سفارش.....
- ۳۰۶..... رساندن نطق فروش به یک نتیجه طبیعی.....

فصل ۱۱

- ۳۰۹..... آماده کردن خانه برای نمایش.....
- ۳۱۰..... اول آماده کردن خانه برای تورهای مجازی.....
- ۳۱۰..... به نمایش گذاشتن تصویر آنلاین درستی از خانه.....
- ۳۱۱..... آن‌ها نمی‌خواهند وقت شان تلف شود.....
- ۳۱۱..... ملک‌ها به ماشین‌ها پارس می‌کنند.....
- ۳۱۱..... مشاور املاک مهارت ندارد.....
- ۳۱۲..... رمزگشایی از چگونگی گرفتن عکس‌های عالی از ملک.....
- ۳۱۲..... قوانین نورپردازی.....
- ۳۱۳..... زوایای درست.....
- ۳۱۴..... مشاوره دادن به فروشنده مالک در خصوص بهسازی خانه.....
- ۳۱۵..... بهسازی‌هایی که در قیمت فروش خانه نقش دارند.....
- ۳۱۵..... بازگرداندن خانه به شرایط استاندارد.....
- ۳۱۶..... اصلاح نقص‌ها.....
- ۳۱۷..... بهبود تأثیر اولیه خانه.....
- ۳۱۸..... اصلاحاتی که می‌توان از آن‌ها صرف نظر کرد.....
- ۳۲۰..... قبولی از تست زیبایی ظاهری.....
- ۳۲۱..... محوطه‌سازی.....

۳۲۲	رنگ و وضعیت نقاشی نمای بیرونی خانه
۳۲۴	آماده‌سازی فضای داخلی خانه
۳۲۵	صحنه‌پردازی خانه
۳۲۶	پاکسازی به هم ریختگی‌ها
۳۲۷	دانستن این که چه چیزی را نگه داریم و چه چیز را دور بریزیم
۳۲۹	کم کردن شلوغی خانه
۳۳۰	محیط را خنثی‌تر کنید
۳۳۱	'تهیه یک چک لیست پاکسازی
۳۳۳	ایجاد یک تأثیر اولیه خوب: مراحل نهایی
۳۳۴	بهتر کردن تأثیر یا برداشت اولیه
۳۳۵	'کمک به خریدار برای اسباب‌کشی

فصل ۱۲

۳۳۷	بازاریابی خود و املاک
۳۳۸	تغییر از چایی به آنلاین
۳۳۹	راه‌اندازی سیستم نظارت
۳۴۰	تمرکز کردن بودجه بر روی بازاریابی آنلاین
۳۴۳	اتخاذ استراتژی‌های اینترنتی کارآمد
۳۴۳	وبسایت شرکت
۳۴۴	وبسایت‌های اطلاعات املاک
۳۴۵	وبسایت‌های جذب افراد راغب
۳۴۶	هنر متقاعد کردن: فایده‌های مشتری بالقوه برای باور کردن حرف شما
۳۴۷	مشتری را وادار به تعامل کنید
۳۴۸	دسترسی خود را در فضای مجازی گسترش دهید
۳۵۰	از تکنولوژی برای بازاریابی خود و ملک‌های خود استفاده کنید
۳۵۱	ضبط تماس ... هنوز هم مؤثر است
۳۵۱	تکنولوژی که کار کند
۳۵۲	استفاده استراتژی‌های IVR
۳۵۴	استراتژی‌های پاسخگویی پیامکی
۳۵۵	هدف‌گذاری پیامک بازاریابی
۳۵۷	تعیین مخاطبان هدف‌گذاری شده
۳۵۹	تثبیت جایگاه خدمات خود
۳۶۰	تثبیت جایگاه ملکی که در حال فروش آن هستید
۳۶۲	تعیین جایگاه خود
۳۶۴	ایجاد و گذاشتن تبلیغات مؤثر

- ۳۶۴..... تأکید بر مزایا به جای ویژگی‌ها.....
- ۳۶۵..... قانونی ماندن.....
- ۳۶۶..... انتخاب کانال‌های رسانه‌ای مناسب.....
- ۳۶۸..... تبدیل علاقه‌مندی به عمل.....
- ۳۶۸..... تبلیغ املاک با استفاده از تراکت.....
- ۳۶۹..... تراکت‌های بیرون از خانه.....
- ۳۷۱..... ایجاد تراکت‌های داخل خانه.....
- ۳۷۱..... استفاده از نرم‌افزار برای ساده‌سازی فرایند.....
- ۳۷۲..... افزایش دیده‌شدن از طریق تورهای مجازی.....
- ۳۷۳..... تولید یک تور مجازی.....
- ۳۷۴..... سؤال‌های مهمی که باید پرسیده شود.....
- ۳۷۵..... اشتباهاتی که باید از آن‌ها اجتناب کنید.....
- ۳۷۵..... جمع‌آوری منابع.....
- ۳۷۶..... کشاندن مشتری‌های بالقوه به تور مجازی.....
- ۳۷۷..... استفاده از تصاویر به نفع ملک.....
- ۳۷۷..... انتخاب دوربین.....
- ۳۷۸..... گرفتن تصاویر دیجیتال.....
- ۳۷۸..... گرفتن بهترین تصاویر.....
- ۳۷۹..... انتخاب بهترین عکس‌ها.....
- ۳۷۹..... ایجاد و سازماندهی فایل عکس‌ها.....

فصل ۱۳

- ۳۸۱..... مذاکره قرارداد و بستن معامله.....
- ۳۸۳..... آماده‌شدن برای تکلیف پیش رو.....
- ۳۸۴..... لحن مناسب.....
- ۳۸۵..... نکات کلیدی برای نمایندگی یک فروشنده مالک.....
- ۳۸۶..... آماده باشید.....
- ۳۸۶..... حمایت از فروشندگان در تمام زمان‌ها.....
- ۳۸۸..... اسرار نمایندگی خریدار.....
- ۳۹۱..... توصیه‌هایی برای شراکت با دیگر مشاور املاک.....
- ۳۹۳..... دادن یا پذیرش یک پیشنهاد.....
- ۳۹۴..... تسلیم یک پیشنهاد خرید پایین.....
- ۳۹۷..... دریافت پیشنهاد خرید پایین.....
- ۳۹۸..... حذف توهین از یک پیشنهاد توهین‌آمیز.....
- ۳۹۹..... فراتر از احساسات.....

- ۴۰۰..... تبدیل امتیاز دادن به پیروزی
- ۴۰۲..... طرز برخورد با کارفرمایی که ذهنیت برد و باخت دارد
- ۴۰۳..... بستن معامله
- ۴۰۳..... تشکیل تیم معامله و کار با دست اندرکاران
- ۴۰۴..... مأمور وام
- ۴۰۴..... بازرس فنی خانه
- ۴۰۵..... ارزیاب
- ۴۰۵..... مأمور بستن حساب امانی
- ۴۰۶..... جلوگیری از واژگون شدن

بخش چهارم:

- اداره کردن یک کسب و کار موفق املاک و مستغلات ۴۱۱

فصل ۱۴

- ۴۱۳..... تثبیت موقعیت رقابتی خود
- ۴۱۴..... تعریف موقعیت رقابتی
- ۴۱۷..... محاسبه و تحلیل سه آمار بزرگ مشاوران املاک
- ۴۱۷..... میانگین "قیمت درخواستی یا قیمت لیست شده" (Pa) در مقایسه با میانگین "قیمت فروش" (Ps)
- ۴۱۷..... انجام محاسبات
- ۴۱۸..... استفاده از نسبت
- ۴۲۰..... بالا بردن نسبت
- ۴۲۱..... میانگین تعداد روزهای عرضه در بازار قبل فروش رفتن خانه
- ۴۲۲..... انجام محاسبات
- ۴۲۳..... کار کردن با اعداد و ارقام
- ۴۲۴..... میانگین فایل های گرفته شده در مقابل فایل های فروخته شده
- ۴۲۵..... انجام محاسبات نرخ فایل به فروش
- ۴۲۶..... مزایای یک میانگین خیلی بالا
- ۴۲۸..... تفسیر یافته ها
- ۴۲۹..... پیدا کردن نقطه قوت
- ۴۲۹..... تعیین جایگاه خود در مقابل دیگر مشاوران املاک
- ۴۳۱..... معامله گری و مقایسه حجم معاملات
- ۴۳۲..... محاسبه بهره‌وری به ازای مشاور املاک
- ۴۳۳..... استفاده از اطلاعات آماری بازار برای انتخاب هدف
- ۴۳۴..... افزایش سهم خود از بازار
- ۴۳۴..... چگونه سهم بازار را تعریف کنیم
- ۴۳۴..... چگونه سهم بازار را محاسبه کنیم

- ۴۳۵..... چگونه نفوذ خود در بازار را افزایش دهیم.....
- ۴۳۵..... تمرکز بر روی بازار تخصصی.....
- ۴۳۵..... راه‌های نفوذ در بازار تخصصی.....
- ۴۳۷..... چطور بر بازار غالب شویم.....
- ۴۳۸..... بیان مزیت رقابتی خود در نطق فروش.....

فصل ۱۵

- ۴۴۱..... حفظ مشتریان همیشگی.....
- ۴۴۳..... رسیدن به بهترین کیفیت در رابطه.....
- ۴۴۶..... تعریف استانداردهای خدمات خود.....
- ۴۴۸..... وعده دادن و سپس تحویل بی‌عیب و نقص.....
- ۴۴۹..... نگاه کردن به بستن معامله به عنوان نقطه آغاز و نه نقطه پایان.....
- ۴۵۳..... ارایه خدمات پس از فروش.....
- ۴۵۳..... زمینه‌سازی در حین معامله.....
- ۴۵۵..... تنظیم دستورالعمل خدمات برای ۳۰ تا ۴۵ روز بعد از بسته شدن معامله.....
- ۴۶۰..... ایجاد یک استراتژی ارتباطی دائمی.....
- ۴۶۱..... از پست مستقیم استفاده کنید.....
- ۴۶۴..... از طریق ایمیل با هم در تماس باشید.....
- ۴۶۶..... پاسخ دادن به تماس‌ها.....
- ۴۶۷..... قدردانی کنید.....
- ۴۶۸..... نوشتن نامه تشکر.....
- ۴۶۹..... فراتر از انتظارات عمل کردن.....
- ۴۷۰..... شخصی‌سازی پیام متناسب با مشتری.....
- ۴۷۱..... تفاوت بین ارتباطات منحصر به فرد و عام را بدانید.....
- ۴۷۲..... رفتار با مشتریان موقت یا تک‌معامله‌ای.....
- ۴۷۳..... رفتار با مشتریان همیشگی یا ارتباطی.....
- ۴۷۴..... ارایه خدمات جذاب.....
- ۴۷۷..... ایجاد یک برنامه خدماتی.....
- ۴۷۷..... کارهای اضافی که حکم طلا دارند.....

فصل ۱۶

- ۴۸۳..... به حداکثر رساندن وقت.....
- ۴۸۴..... صرف زمان کمتر و کارایی بیشتر.....
- ۴۸۶..... استفاده از اصل پارتو: قانون ۲۰: ۸۰.....
- ۴۸۸..... وقت گذاشتن روی کارهایی که روی موفقیت شما تأثیر دارند.....
- ۴۹۱..... زمان گذاشتن برای آنچه اهمیت دارد.....

- ۴۹۳..... تحت کنترل نگه داشتن زمان "پسا".....
- ۴۹۳..... استفاده عاقلانه از زمان.....
- ۴۹۴..... درخواست ارجاع مشتری برای تبدیل پسا به دیبا.....
- ۴۹۵..... روز خود را مدیریت کنید.....
- ۴۹۶..... آگاهی از قدرت قانون یازده صبح.....
- ۴۹۶..... زمان خود را مدیریت کنید.....
- ۴۹۷..... مقابله با شعله‌های وقت‌گیر.....
- ۴۹۹..... برنامه‌ریزی زمانی برای موفقیت.....
- ۵۰۰..... برنامه‌ریزی به صورت جدول بندی زمانی.....
- ۵۰۶..... اجتناب از اشتباهات در جدول بندی زمانی.....
- ۵۰۹..... از بین بردن بزرگترین وقت‌گشی: تعلل کردن.....
- ۵۱۰..... با دیدی روشن به سمت جلو حرکت کنید.....
- ۵۱۱..... شناخت اهداف.....
- ۵۱۲..... تعیین اولویت‌ها.....
- ۵۱۵..... برای خود مهلت و پاداش تعیین کنید.....
- ۵۱۶..... روز خود را غنیمت بشمارید.....
- ۵۱۷..... وقت تلف کردن را متوقف کنید.....
- ۵۱۸..... اجازه ندهید دیگران وقت شما را هدر دهند.....
- ۵۱۸..... حواس‌پرت‌کن‌ها را کنترل کنید.....
- ۵۱۹..... مدیریت مشتری‌های سرزده.....
- ۵۲۰..... تماس‌های تلفنی را کوتاه کنید.....
- ۵۲۲..... از اتومبیل خود برای به دست آوردن کارایی و پیشرفت شغلی استفاده کنید.....

بخش پنجم:

- ۵۲۳..... نقش قوانین دهگانه.....

فصل ۱۷

- ۵۲۵..... ده ابزار ضروری برای هر مشاور املاک موفق.....
- ۵۲۵..... سیستم مدیریت ارتباط (CMS) خوب.....
- ۵۲۷..... کامپیوتر تبلت.....
- ۵۲۷..... نرم‌افزار DocuSign یا Dotloop.....
- ۵۲۸..... صفحه کسب‌وکار فیس‌بوک.....
- ۵۲۸..... وب سایت شخصی.....
- ۵۲۹..... نرم‌افزار BombBomb.....
- ۵۳۰..... نوشت افزار حرفه‌ای.....
- ۵۳۱..... هدست.....

۵۳۲	برنامه تجاری مبتنی بر اعداد
۵۳۲	متن گفتگوهای معامله‌گری

فصل ۱۸

۵۳۳	ده نکته اثبات‌شده در مورد نطق فروش
۵۳۴	جذب فروشنده مالک با نطق فروش
۵۳۴	شناخت بازار رقابت
۵۳۵	شناخت استراتژی و عدم انحراف از آن
۵۳۶	“مراجعه مجدد” را فراموش کنید
۵۳۶	استفاده از تکنولوژی برای تأثیرگذاری بر مشتری بالقوه
۵۳۷	درک مزیت‌های خود و صحبت کردن شفاف در خصوص آن‌ها
۵۳۸	“بستن آزمایشی” به عنوان یک استراتژی
۵۳۸	صحبت کردن در مورد ارزش به جای بها
۵۳۹	تترسید که جلسه را ترک کنید
۵۴۰	مشخص کردن خدمات و گام‌های بعدی

فصل ۱۹

۵۴۱	ده نکته در خصوص فروش‌های ناقص
۵۴۲	حصول اطمینان از همکاری و تعهد فروشنده
۵۴۳	فهمیدن این که آیا فروشنده عسر و حرج قانونی دارد یا خیر
۵۴۴	انتخاب خریدار درست
۵۴۴	اطمینان حاصل کنید که خریدار تأییدیه وام‌دهنده را در اختیار دارد
۵۴۵	قیمت‌گذاری صحیح ملک
۵۴۶	انجام یک کار چشمگیر
۵۴۷	پیدا کردن دقیق نیازهای وام‌دهنده
۵۴۷	پیگیری مصرانه
۵۴۸	آگاه بودن از بدهی فروشنده بعد از فروش ناقص
۵۴۸	حفظ ارتباط پس از به پایان رسیدن فروش ناقص
۵۵۱	در باره نویسنده