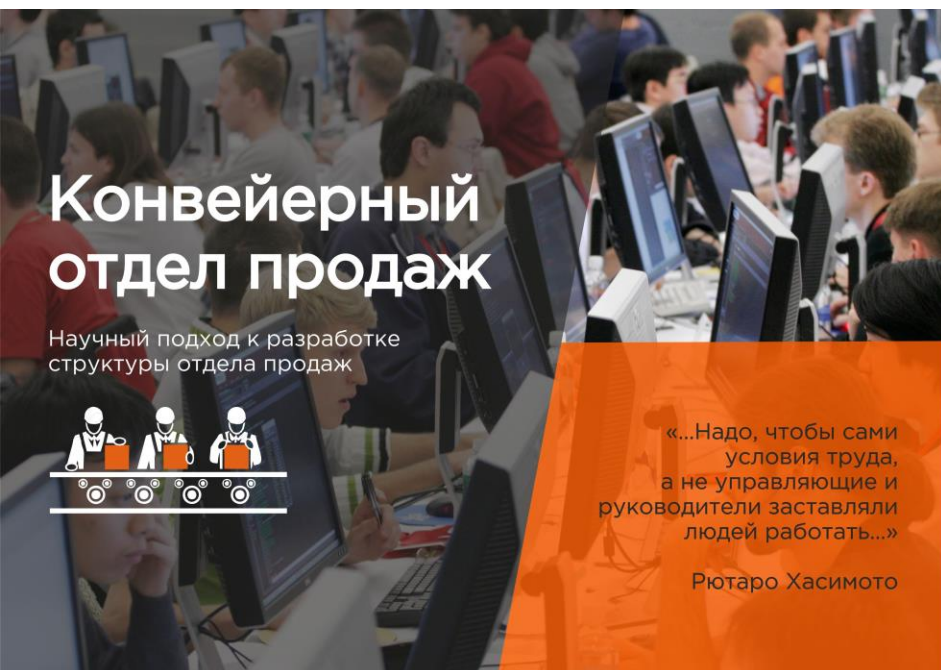


Как стать прибыльным агентством недвижимости, разделяя функции?

01 февраля 2017



Конвейерный отдел продаж

Научный подход к разработке
структуры отдела продаж



«...Надо, чтобы сами
условия труда,
а не управляющие и
руководители заставляли
людей работать...»

Рютаро Хасимото



Конвейерный отдел продаж

Научный подход к разработке
структуры отдела продаж



«...Надо, чтобы сами условия труда, а не управляющие и
руководители заставляли людей работать...»
Рютаро Хасимото

Немного о себе

-Владелец и собственник консалтинговой
компании "МВА-консалтинг"

Управляющий партнер Международной
группы компаний REG (Прибыльные
технологии в недвижимости)

Председатель ассоциации бизнес-
консультантов и тренеров «Витамины для
Бизнеса»

-Разработчик исключительно практической
модели коучинга «Система продаж за 6
шагов» -**скоро стартует 12 поток!**

109 успешно завершенных проектов в
недвижимости(застройщики, АН, СК)

-Автор публикаций в деловой прессе

(Коммерческий директор, Комсомольская
правда, электронный деловой портал
клубфранчайзи.рф)





ТРЕНДЫ В НЕДВИЖИМОСТИ. ИТОГИ 2017. ВИДЕНИЕ 2018.

- Снижение цен продолжается
- Снижение ключевой ипотечной ставки(до 6%)
- Проект об отмене долевого строительства
- Падение «классического» инвестиционного спроса на недвижимость
- Переориентир с однушек и студий на многокомнатные квартиры
- Возможность оформить сделку напрямую через банк без участия риэлторов





ТРЕНДЫ В УПРАВЛЕНИИ АН 2018

- Организовать людей-
- предоставить сервисы
- Ставить четкие конкретные измеримые и реалистичные планы по на отдел продаж
- Стать «лицом обложки» для сотрудников-мотивировать личным примером и создавать корпоративные ценности
- Контролировать и делегировать . Не бояться растить «ЛУЧШИХ»-
- Создавать партнерства!





Елена
Мельниченко



Vitamins
for bussines

ПРОБЛЕМЫ С ПРОДАЖАМИ НЕДВИЖИМОСТИ? НЕ! НЕ ТАМ....



Разруха не в клозетах..
...а в головах!



ПРОБЛЕМЫ С ПРОДАЖАМИ НЕДВИЖИМОСТИ. ПОЧЕМУ?

- 1) Продается то, что продают!
- 2) Продажи-не черный ящик, продажам нужны планирование и контроль
- 3) Продавать должны продавцы, управлять должны управленцы!



**А Если честно-
проблем с продажами
нет! Есть проблемы с
управлением!**

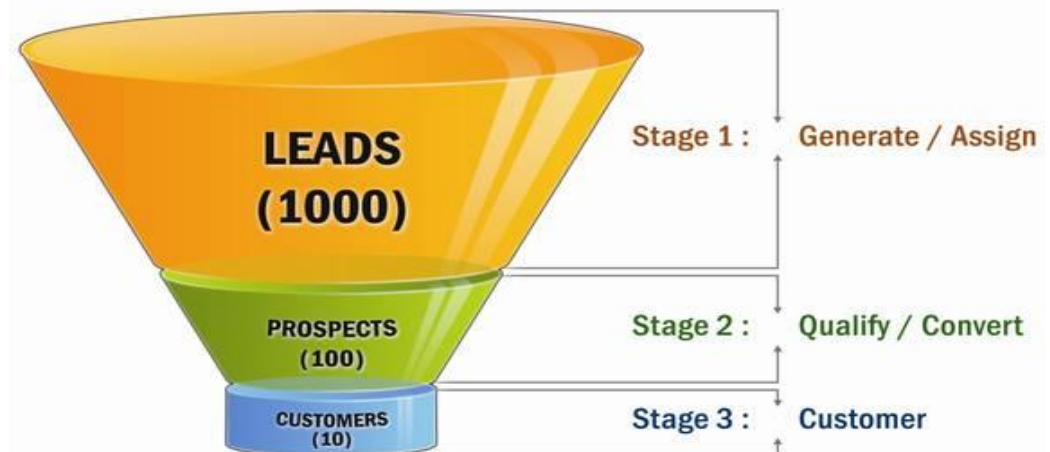
КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РУКОВОДИТЕЛЯ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ

Основная задача-Создание, контроль, обеспечение работы действующей системы продаж-от привлечения клиентов до конвертации их в «клиентов на всю жизнь»

ОСНОВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ УПРАВЛЕНЦА:

- 1)Организация(Люди-Бизнес-процессы-Технологии)
- 2)Планирование(анализ, планирование по целям)
- 3)Мотивация (создание модели бизнеса, где сотрудники будут работать за «идею» и нести пользу обществу)
- 4)Контроль(регулярная цепочка касаний с сотрудниками , создание управляемой иерархической структуры с уровнями подчинения)

Система продаж в агентстве недвижимости. Как она должна измениться новых реалиях?



Классический отдел продаж агентства недвижимости



Собственник
(директор)

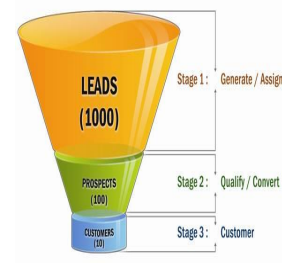
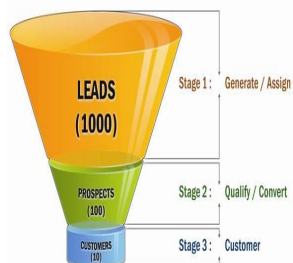
РОП



Агент 1

Агент 2

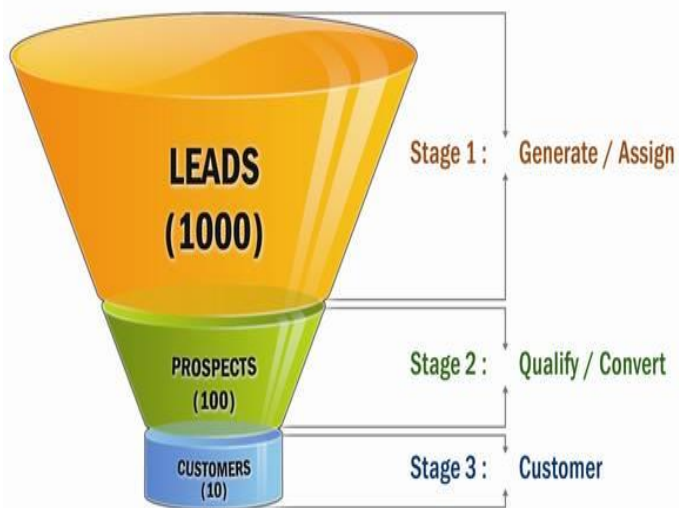
Агент 3



Минусы классического отдела продаж

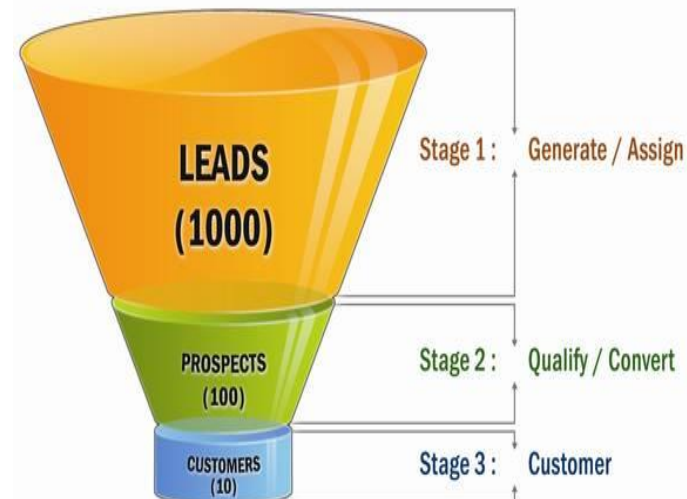
- Трудности с поиском, подбором и обучением «профессиональных МП»
- Риск увода клиентской базы при уходе менеджера
- «Звездная болезнь менеджеров», которая не лечится
- Новых клиентов не ищут
- Старых клиентов не развивают

Трёхступенчатый отдел продаж



Собственник
(директор)

РОП



Отдел
привлечения

Отдел
активных
продаж

Клиентский
отдел

Плюсы при конвейерном отделе продаж

- Найти и обучить узкопрофильного специалиста дешевле, проще
- Риск увода клиентской базы при уходе менеджера минимизируется
- «Звездная болезнь менеджеров», возникает с малой вероятностью
- Активно ведется поиск новых клиентов
- Активно ведется «дожим» существующих и спящих
- Развитие постоянных клиентов с целью увеличения их жизненного цикла в компании

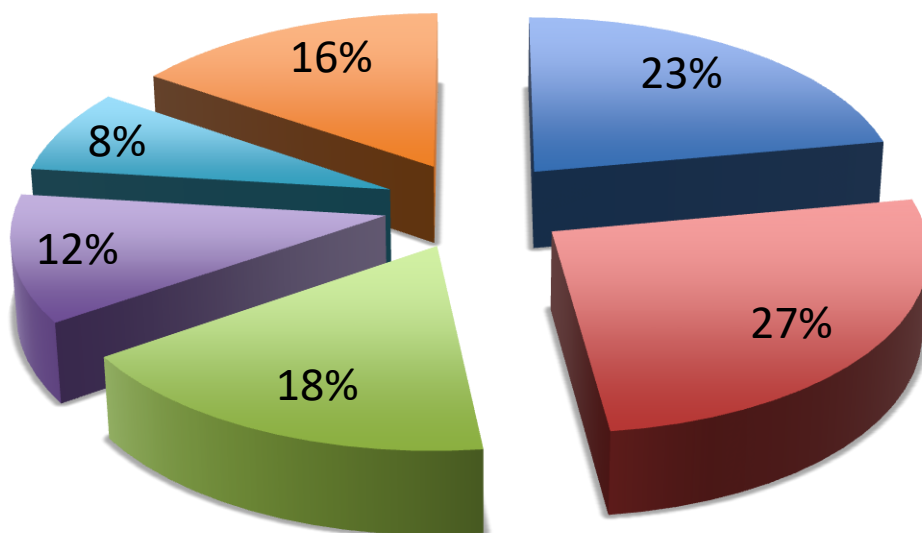


Когда отдел продаж агентства—машина по генерации прибыли?





Охват территорий июнь 2016- январь 2018)-109 АН:



- Крым
- Волга/Урал
- Москва
- Питер
- Краснодар
- Другие

Симферополь, Крым



Практический кейс



Было: - На рынке 10 лет; штат -10 человек:
Организационная структура ОП- 1 управленец + 9 риэлторов

Проблемы: - собственник сам продает;
-риелторы работают только на входящем потоке
-при высокой загруженности риэлторов - малое количество продаж (на 1 риэлтора 2-3 договора в месяц);
- Риелтор и швец, и жнец....некогда продавать
-Новых клиентов не ищут
-Старых клиентов не развивают
-Высокая текучка (уход через 2-3 года в «свободное плавание»)

Что сделано? Все по порядку



- -Изданы приказы
- -Проведено 2 конкурсных найма-люди
- Прописаны прозрачные БП(мотивация)
- Система контроля(планерки, совещания)
- Система отчетности(IP- телефония,CRM)
- Персональный тайм-менеджмент для агентов
- Система обучения и наставничества
- Написана книга продаж-интеллектуальный актив компании, увеличивший стоимость бизнеса
- Разработана уникальность компании, которая стала заявляться в социуме

Стало:



- Вместо 10 сотрудников-6
- Вместо 9 договоров-20 договоров в неделю
- Вместо 12 показов-32 показа в неделю
- Вместо 3 сделок-9-10 сделок в месяц
- Вместо 150 000 руб.-1,5 миллиона в месяц
- От застройщиков предложений не было--1 крупный застройщик – 128 домов –более 10 000 квартир
- Рейтинг-лучшее агентство года в Симферополе 2016
- -Победитель тендера на 35 миллионов

Оренбург, Урал



Практический кейс

Было: На рынке 9 лет; штат -3 человека: ОП- 1 управленец + 2 меняющихся помощника

Проблемы:- все сделки компании завязаны на «владельца»;

- риелторы -секретари, а не продавцы;
- при высокой загруженности руководителя - малое количество продаж (2-3 договора в месяц на компанию);
- Руководитель и швец, и жнец....некогда управлять, некому делегировать;
- Невозможно наращивать объемы продаж;
- Невозможность развития при тех же условиях

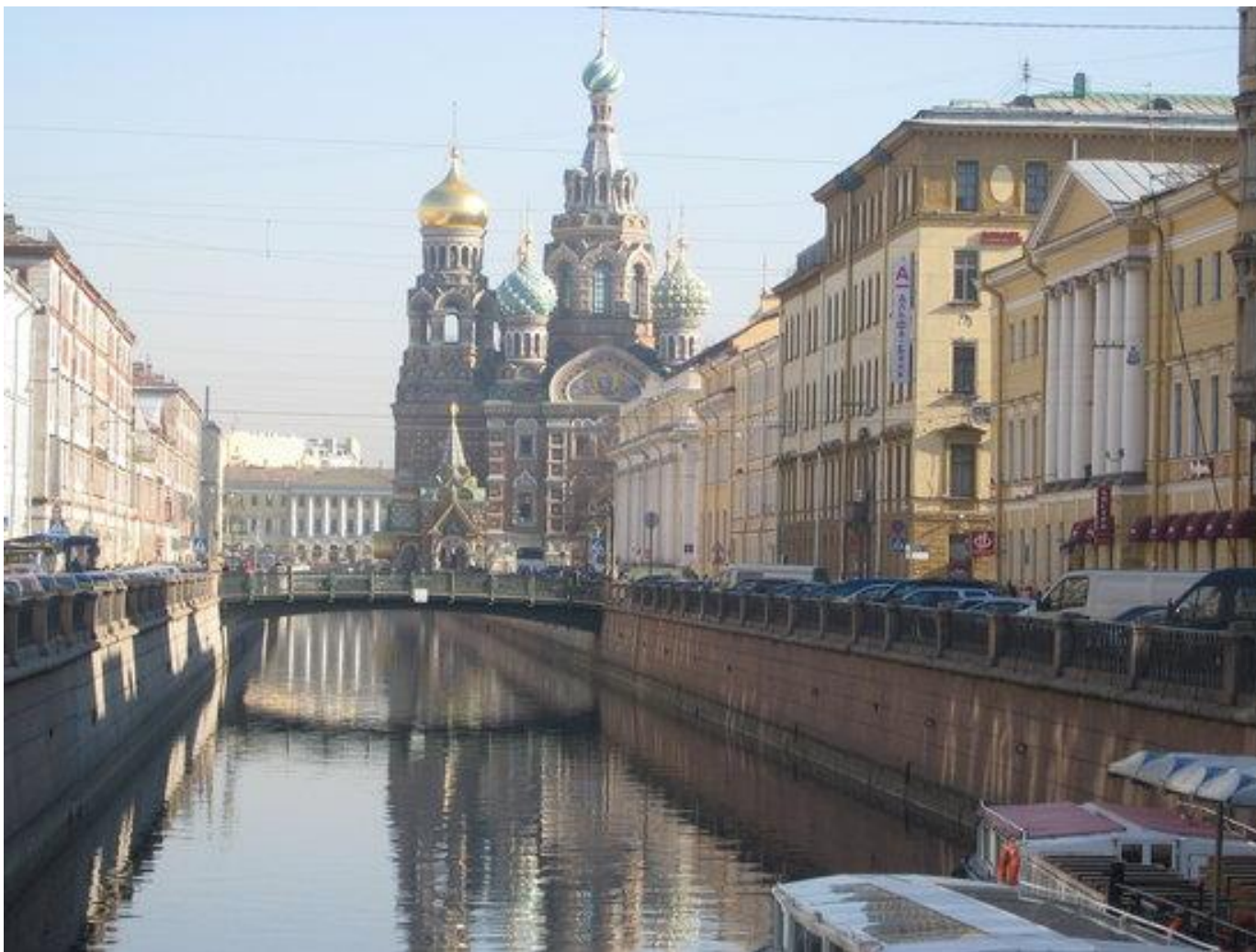
Что сделано? Все по порядку

- -Прописано 55 бизнес-процессов для отдела продаж в агентстве недвижимости;
- Отдел продаж разделен на 3 части-Call-центр, ОАП и КС;
- Четко разделены функции и подобраны люди;
- -Проведено 8 конкурсных наймов за год-Уволен практически весь «первый состав агентства» ,подавлен саботаж;
- -Нанят рекрутер для проведения регулярного конкурсного найма в АН;
- -Увеличили в 3 раза количество обращающихся лидов за счет Call-центра и лендинга (кризис перепроизводства)
- -Стали лучше отрабатывать клиентов после (формирование рекомендаций и повторные покупки)
- -Значительно улучшили качество предоставляемых услуг

Стало:

- Вместо 3 сотрудников в штате ОП -9
- Вместо 3 сделок-6-7 /в месяц на ОП
- Из 10 человек-3-4 на «эксклюзив», раньше «о»
- Вместо классического ОП «швец, жнец, на дуде игрец, управленец и продажник»-3-х ступенчатый ОП
- Высвобождение личного времени руководителя с продаж и текучки на развитие компании;
- В целях и задачах-масштабирование бизнеса;
- Высокая узнаваемость бренда «Легато» в Оренбурге, стали копировать конкуренты
- Высокий процент повторных обращений, формирование рекомендаций(за счет КАЧЕСТВА предоставляемых услуг и работы клиентского сервиса)

Санкт-Петербург



Практический кейс

Было: - молодая компания, разделенная на 2 офиса

- 1 «хороший»-приносящий деньги(Г)-7 человек
- 2- «проблемный», приносящий негатив(К)-12 человек

Проблемы: -руководитель сам продает,

- нет делегирования,
- «убыточный офис», ни развить, ни закрыть
- при большом количестве агентов-низкая маржинальность, офис «Г» кормит офис «К»
- -агенты занимаются ВСЕМ
- низкое входящее количество обращений-низкая конверсия в договора и сделки

Что сделано? Все по порядку

- **1 этап внедрения- «неудачный»**
- -На убыточном офисе «К»-введено разделение процессов (CaLL-центр, агент на показах, агент на рекламе)
- -Проведено 3 конкурсных найма-наняты новые менеджеры
- -Прописаны бизнес-процессы
- -Перестроена мотивация

Не увидев результативности по сравнению с офисом «Г» проект свернулся через 5 месяцев

Что сделано? Все по порядку

- **2 этап внедрения- «удачный»**
- -Изменения стали проводиться не на одном офисе а в компании в целом
- -Нанят РОП(делегирование операционной текучки)
- -Выстроен процесс регулярного «фонового найма»
- -От Call центра отказались
- -Разделение на отдел 1)LG (маркетолог в штате, расклейщики объявлений на аутсорсе) 2) ОАП 3)КО(агент по дружбе с клиентами и формированию рекомендаций)
- -Нанят офис-менеджер (администратор ОП)
- -Выстроена система наставничества
- -Внедрена мотивационная доска
- -Пересмотрена нематериальная мотивация (система грейдов)

Стало:

- Вместо 19 сотрудников-32 сотрудника
- Вместо 0 сделок-9-10 среднемесячных(по офису «К»)
- Прирост за 9 месяцев внедрений(средний)- в 8 раз в договорах и на 50 % в деньгах
- -Управление и функция контроля полностью делегирована на РОП(свободное время руководителя на развитие бизнеса-ребрендинг в АН «Квадраты»)
- -Офис «К» перестал быть убыточным, и по темпам прироста в мае обогнал офис «Г»
- -За 3 недели -рекордное количество-10 сделок!!!!
- Осенью-открыт еще один новый офис с численностью сотрудников-15!

Чебоксары. Чувашия



Практический кейс застройщика

Было: Штат отдела продаж- 4 человека(3 МП -1 РОП)

Проблемы:

- Проседание рынка недвижимости в целом
- Снижение объемов продаж компании (на 40% ниже докризисного уровня)
- Снижение прибыльности (маржинальности) компании
- Демпинг цен конкурентов
- Отсутствие управляемой, контролируемой и автоматизированной системы продаж
- Отсутствие программ взаимодействия с партнерами АН и банками



Задачи, на период вступления в консалтинговый проект

- Увеличить долю рынка на 30%(до этого-40%)
- Перевести хаотичные продажи в систему «на автопилоте»
- Создать сильный конкурентоспособный отдел продаж
- Привлекать для инвестирования в недвижимость соседние регионы
- Отстройка от конкурентов по цене- создание ценности
- Выстроить программы лояльности с АН и банками

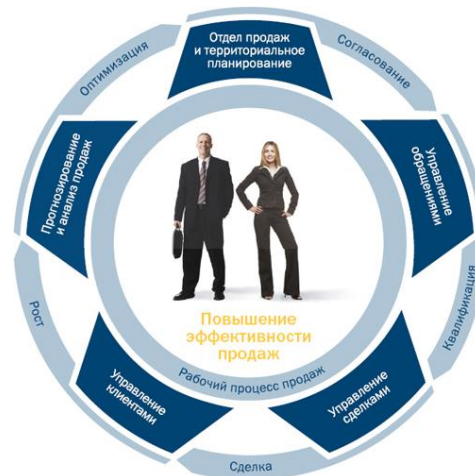
Результат:

Стало: - Двухступенчатый отдел продаж-ОАП и КО -6 сотрудников(из них-3 новых)

- Спад продаж меньше чем в отрасли(на 40%) – 2015
- Увеличение продаж и их стабильность (+ 30%)-2016 -2017
- Увеличение клиентской базы + 40%
- Увеличение входящих обращений (регулярные 20-30 контактов в день)
- Отработка каждого контакта «до упора»(CRM-система, IP-телефония)
- Выстраивание лояльности с постоянными клиентами
- Партнерские программы с банками и АН
- Продажи дополнительных услуг компании повторным клиентам через «Торговый дом»
- Современный интернет-маркетинг

Хотите ли вы повысить эффективность работы менеджеров и увеличить маржинальность?

Разделенный по функциям отдел продаж- ваш самый сильный бизнес-процесс! Но и это не главное... Главное-НАКОНЕЦ-ТО ПОСТРОИТЬ СИСТЕМУ и начать управлять ей!



Коучинговый курс «Система продаж за 6 шагов»

Практический онлайн-тренинг по созданию, управлению, развитию и автоматизации отдела продаж.

08 февраля – в 9:30

Далее каждый четверг 5 недель подряд 09:30-12.30

Доступ к первому занятию курса БЕСПЛАТНО для всех участников конференции





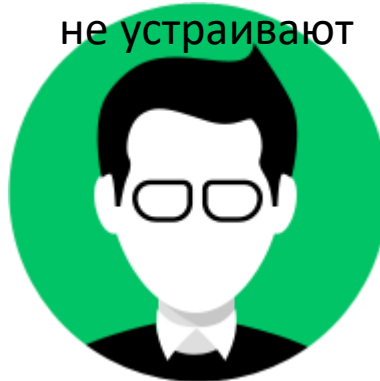
ДЛЯ КОГО ЭТО КУРС?

Руководитель
небольшой
компании или
индивидуальный
предприниматель



ПРЕЖДЕ ВСЕГО —
ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ БИЗНЕСА
НО ТАКЖЕ, ЕСЛИ ВЫ...

Руководитель
крупной
компании,
продажи
которой вас
не устраивают



Руководитель
отдела
продаж
компании и
маркетолог



Бонусы за бронирование программы сегодня

БОНУС №1-Всем участникам программы 6-ти
часовой видеотренинг по мотивации
сотрудников **на сумму 14900!**

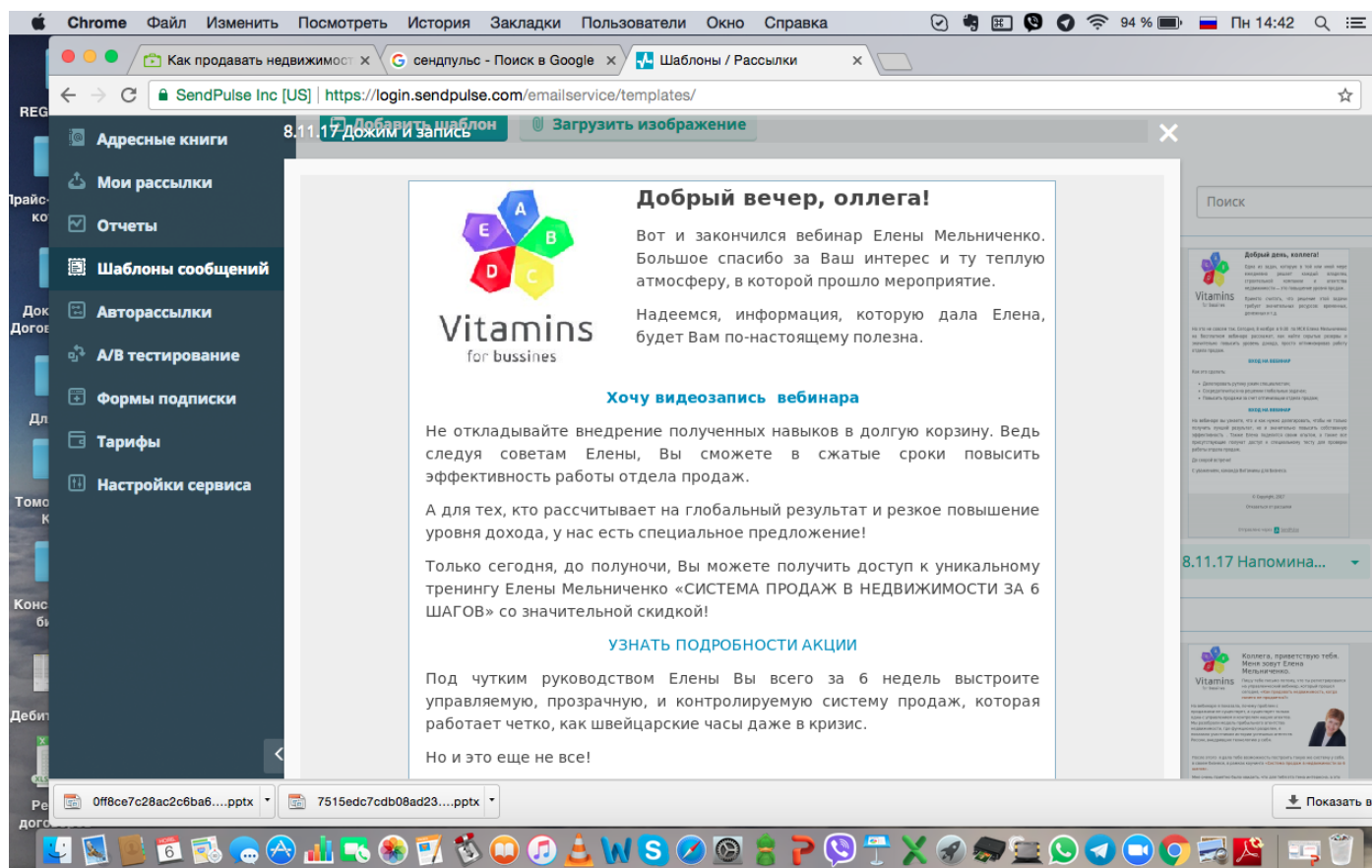


Бонусы за бронирование программы сегодня

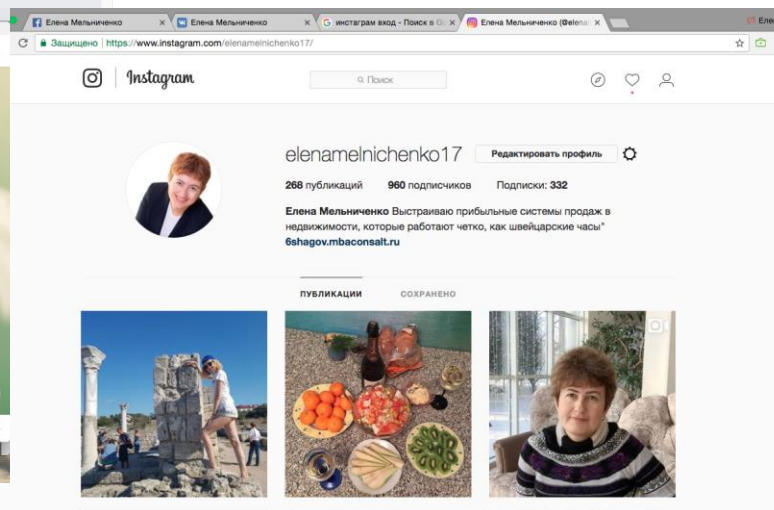
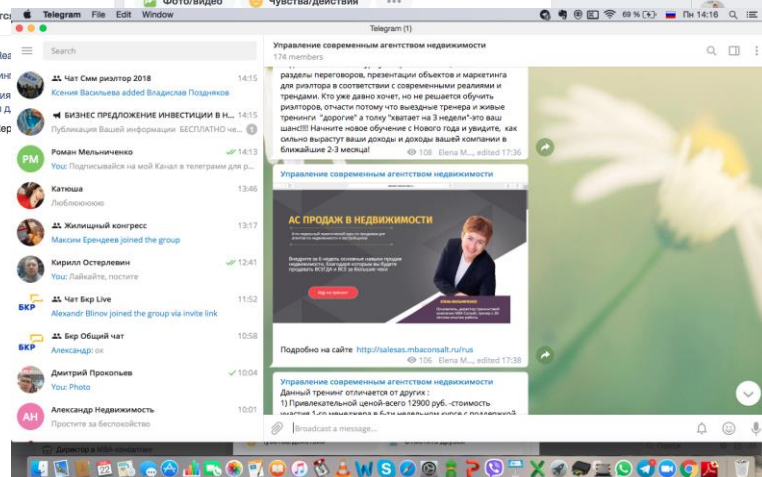
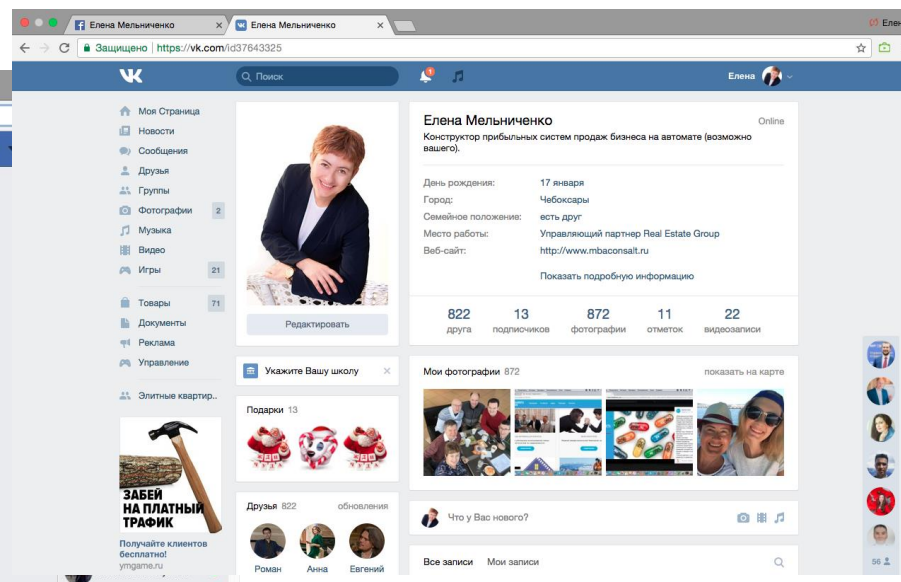
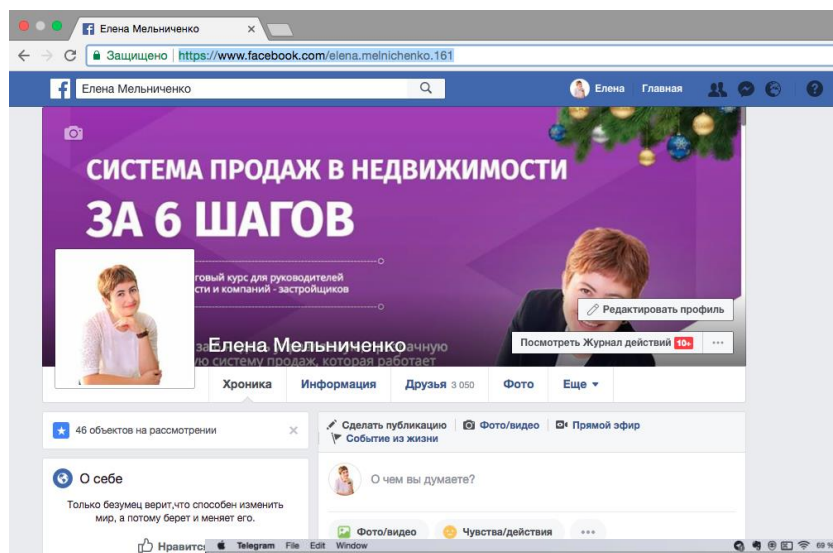
БОНУС №2- 2 вебинара на сумму 9900 руб.



Если вы хотите получить тест для оценки вашего отдела продаж-пришлите свой е-майл на номер телефона 8-919-660-06-79 и мы пришлем вам его



Подпишитесь на страницы Елены Мельниченко и читайте новости



<http://6shagov.mbaconsalt.ru>

Ответы на вопросы





Пакет «Light»	Пакет «Стандарт»	Пакет «GOLD»	Пакет «VIP»(проект)
Видеозаписи всех занятий Курса «Система продаж за 6 шагов» (18 часов контента)	- Онлайн участие в мастер группе «Система продаж за 6 шагов » 3 часа в неделю 1,5 месяца	-- Онлайн участие в мастер группе «Система продаж за 6 шагов » 3 часа в неделю 1,5 месяца	- Онлайн участие в мастер группе «Система продаж за 6 шагов » 3 часа в неделю 1,5 месяца
***** **	Доступ к групповому Telegram-чату	Доступ к групповому Telegram-чату	Доступ к групповому Telegram-чату
***** **	55 документов, шаблонов, чек-листов для недвижимости	55 документов, шаблонов, чек-листов для недвижимости	55 документов, шаблонов, чек-листов для недвижимости
	*****	Обратная связь по выполнению дом. Заданий	Обратная связь по выполнению дом. Заданий
		*****	-Обучение риэлторов в онлайн-курсе «Ас продаж в недвижимости» -6 недель
СПЕЦЦЕНА ПОСЛЕ БРОНИ СЕГОДНЯ 9900	19 900рублей	34 900 рублей	89 900 рублей
ОБЫЧНАЯ ЦЕНА 14900 рублей	24 900рублей	44 900 000 рублей	109 900 рублей