

## Глава 3

# Правильный выбор агентства для сотрудничества

*В этой главе...*

- Оценка агентства
- Сужение круга претендентов
- Поступление в новый коллектив

**П**режде чем начинать сотрудничество с тем или иным агентством по недвижимости, необходимо заглянуть за его “кулисы” и, руководствуясь не только первым впечатлением, попытаться определить, подходит ли оно вам.

Большинство агентов, как начинающих, так и опытных, перед подписанием контракта о сотрудничестве не тратят много времени на оценку и анализ компаний, их владельцев и руководящего звена. Эта глава поможет вам разобраться с этой подготовительной работой, сравнить возможности, сделать выбор и установить взаимовыгодное сотрудничество.

## Оценка агентства

Выбор агентом компании, с которой он собирается сотрудничать, в корне отличается от процедуры выбора агента клиентом. Все варианты выглядят привлекательно (зачастую они практически ничем друг от друга не отличаются), и все они предлагают массу возможностей. Как же сделать правильный выбор?



**СОВЕТ** Выбирайте путем сравнения преимуществ. Какие возможности предлагает компания в плане обучения, стажировки, приема звонков по рекламным объявлениям, доли комиссионных и т.п.? На предварительном собеседовании весьма полезно будет поинтересоваться, в чем заключается ваша выгода от сотрудничества с данным агентством?

При оценке выгоды работы в разных агентствах воспользуйтесь приведенным ниже советом для того, чтобы определить, соответствуют ли вашим интересам и приоритетам правила работы в данном офисе и размеры самой компании.

## Энтузиазм, кофе и перекуры. Хорошо ли поставлена работа в этой компании?

Посещая агентства недвижимости, можете определять их категорию по таким признакам.

- ✓ **Энергия и энтузиазм.** Чтобы преуспеть в том или ином аспекте деятельности агента по недвижимости, например в поиске потенциальных клиентов, необходимо относиться к этому процессу с большим энтузиазмом. Если у окру-



жающих вас сотрудников компании отсутствует энергия и энтузиазм ведения дел, это повлияет и на вашу продуктивность.

Пытаясь определить, присуща ли данной компании энергия и энтузиазм, попробуйте выяснить, с удовольствием ли агенты ходят на работу. Кроме того, поинтересуйтесь, принято ли в данной компании знакомить сотрудников с результатами продаж каждого из них. Если в офисе есть информационная афиша, на которой публикуются результаты сделок, совершаемых агентами, посмотрите, сколько на ней указано имен и все ли агенты на ней представлены.

- ✓ **Репутация.** Нельзя рассчитывать на то, что благодаря только лишь положительной репутации компании сделки потекут к вам в руки одна за другой. Просто компания должна обладать такой репутацией, которая помогала бы вам завоевывать клиентов, “открывать двери” и совершать сделки.
- ✓ **Опытный руководитель.** Для начинающего агента очень важно, чтобы его непосредственный руководитель был опытным специалистом, знал все подводные камни данного бизнеса и помогал агентам повысить уровень своей продуктивности. Выясните, какой послужной список по повышению продуктивности агентов имеет руководитель и сколько времени требуется руководителю для поднятия уровня продуктивности агента. Ответы на эти вопросы помогут вам в принятии решения о сотрудничестве с данным агентством.



Необходимо, чтобы руководитель обладал солидным послужным списком агентов, которых он привел к успеху, начиная с самой ранней стадии их работы. Продуктивный руководитель имеет очень малый процент неудач при работе с агентами, и поэтому под его руководством добиваются успеха более 40 % начинающих агентов. Эта доля может, на первый взгляд, показаться малой, но согласно данным Национальной ассоциации риэлтеров менее 20 % агентов продолжают работать более двух лет. Человек, который сможет представить статистическую информацию об успехах своих агентов, является серьезным кандидатом на роль вашего руководителя. На практике большинство руководителей такой статистики предоставить не могут.

- ✓ **Реестр объектов недвижимости.** Может ли компания предоставить вам возможность на первых этапах своей работы воспользоваться имеющимся каталогом объектов (до тех пор, пока вы не создадите собственный)? Наличие реестра объектов недвижимости даст вам возможность работать с покупателями и получать доход. Советы по расширению реестра объектов недвижимости приведены в главе 5, “Проложите путь к успешным продажам”.
- ✓ **Ориентация на обучение.** Выясните, уделяет ли внимание данная компания первоначальному обучению агентов (позволяющему им получать доход) и повышению их квалификации (способствующему расширению бизнеса).



Создается ощущение, что при выборе агентства недвижимости большинство новичков обращают недостаточно внимания на наличие программ обучения, поскольку они сконцентрированы, в первую очередь, на том, какова будет их доля комиссионных. Если посредством обучения вы сможете довести свои навыки и умения до уровня, позволяющего превосходить других агентов, то и ваши доходы станут гораздо большими. Если же этого не сделать, то у вас нет никаких шансов добиться успеха.

Каждая компания заявляет, что она предоставляет возможность обучения. Ваша задача выяснить правдивость этих заявлений. Для этого выясните такие аспекты.

**Какова величина потерь новых агентов?** *Величина потерь* — это количество агентов, потерпевших неудачу после прохождения обучения. Данная величина свидетельствует об эффективности программы обучения новых агентов в данной компании.

**Каково разделение агентов на группы по размерам доходов?** Ответ на этот вопрос даст понять, позволяют ли курсы повышения квалификации данной компании расширять возможности всех агентов или только некоторых из них. В качестве примера ознакомьтесь с табл. 3.1, в которой показано распределение 200 агентов, работающих в одном из агентств, по уровню их доходов.

**Таблица 3.1. Разделение агентов на группы по размерам доходов**

Уровень доходов	Количество агентов
500 000 и выше	1
250 000 и выше	2
200 000 и выше	2
100 000 и выше	5
50 000 и выше	10
25 000 и выше	100
менее 25 000	80



Если агентство по недвижимости имеет такую таблицу сегментации, как можно быстрее унесите оттуда ноги. Постарайтесь найти компанию, в которой большинство агентов имеют доход, соответствующий вашим пожеланиям. Если восемьдесят процентов агентов имеет доход менее 50 000 долларов в год, то данная компания плохо подходит для агента, ориентированного на достижение успеха.

## Правила, по которым придется играть

Агенты по недвижимости соблюдают два основных свода правил.

- ✓ **Орган, регулирующий работу в сфере недвижимости вашего региона, как правило, устанавливает определенный свод правил.** Эти нормы определяют процедуры выплаты покупателями авансовых платежей, предельные сроки оформления документации по каждой сделке, кто является держателем оригиналов документации и другие юридические нюансы сделок с недвижимостью. Ряд принимаемых нормативов направлен на защиту потребителей.
- ✓ **Второй свод правил, которым руководствуется большинство агентов по недвижимости, представляет собой кодекс этики, принятый Российской гильдией риэлтеров.** Кодекс этики определяет нормы ведения дел агентствами, являющимися членами Российской гильдии риэлтеров, правила их взаимоотношений с потенциальными и реальными клиентами и другими агентствами. Копию кодекса этики можно получить в агентствах по недвижимости или загрузить с Web-узла [www.rgr.ru](http://www.rgr.ru).

Свои правила разрабатывают и многие отдельные агентства по недвижимости. Ознакомиться с некоторыми из них помогут следующие подразделы данной главы.

## Правила работы агентства по недвижимости

Правила работы большинства агентств по недвижимости основаны на нормах национального и регионального законодательства в этой области, а также на кодексе этики, принятом Российской гильдией риэлторов. Однако ряд правил в разных компаниях может отличаться друг от друга.



В целях подстраховки некоторые компании сокращают сроки оформления документации и заставляют агентов проделывать “бумажную работу” быстрее, чтобы оставалось время для различных непредвиденных ситуаций. В любой момент в агентство по недвижимости может нагрянуть проверка, и если документация не будет соответствовать принятым нормативам, то агентству грозят штрафы и другие неприятности.



При прохождении собеседования попросите предоставить кодекс правил работы компании или памятку для начинающих агентов (если таковая имеется), из которой можно узнать, чего ожидает компания от вашей работы. Если ни кодекса, ни памятки вам предоставить не могут, сделайте соответствующие выводы об уровне организации работы в данной компании.

## Правила распределения комиссионных

Из средств массовой информации хорошо известно, что доля агентских комиссионных при совершении сделки с недвижимостью оговаривается в каждом конкретном случае. Агент самостоятельно определяет свой гонорар. Некоторые агенты зарабатывают больше остальных, потому что они того стоят.



Все начинающие агенты стремятся найти универсальную формулу деления комиссионных, но ее в природе не существует. Каждый брокер устанавливает свою формулу, и на ранних этапах комиссионные делятся между агентом и брокером в соотношении 50/50. При этом доля агента увеличивается по мере приобретения им опыта и увеличения количества успешных сделок.

Ниже представлен перечень наиболее распространенных вариантов распределения комиссионных в сфере недвижимости.

- ✓ **Прогрессивное распределение.** Это — наиболее распространенный компенсационный пакет. Первоначально комиссионные распределяются в соотношении 50/50, а впоследствии доля агента увеличивается до 60 процентов и продолжает расти по мере роста его продуктивности.
- ✓ **Прогрессивное распределение с верхним пределом.** Некоторые компании устанавливают ежегодное предельное верхнее значение дохода, которое они могут получить в результате разделения комиссионных между собой и агентом. После того как доля компании достигает этой суммы, все остальное уже не распределяется, а полностью является вашим.
- ✓ **Прогрессивное распределение с откатом.** При этой, приобретающей все большее распространение схеме распределения, работающей, преимущественно, в пользу компании, реализуется принцип прогрессивного распределения комиссионных, но в конце каждого года происходит “откат”, т.е. возвращение к первоначально установленному соотношению, например, 50/50. При такой схеме компания имеет шанс ненавязчиво увеличивать свои доходы. Зачастую прибыль компании обеспечивается за счет небольшого количества агентов. Устанавливая принцип отката, компания гарантирует покрытие своих расходов за



счет дохода от комиссионных, получаемых в начале года. Кроме того, данная методика побуждает агентов в течение года увеличивать объемы продаж для того, чтобы нарастить свои доходы за счет сделок, совершаемых в конце года.

- ✓ **100-процентная комиссия.** Фактически, при такой схеме агенты ежемесячно выплачивают компании некую сумму за аренду офисной площади и ряд услуг, предоставляемых компанией. Свои расходы агенты оплачивают самостоятельно и забирают все комиссионные, выплачиваемые в результате совершения сделки. Чтобы хорошо работать по такой системе, агент должен иметь достаточный опыт и чувствовать себя уверенно во всех отношениях. Именно по этой причине я не рекомендую ее для начинающих агентов, поскольку у них недостаточно опыта для ведения сделок и возможностей получения дохода. Поэтому уровень риска для них очень высокий.

### **Брокерские гонорары. Не плюй в колодец**

После установления соотношения распределения комиссионных многие агентства по недвижимости устанавливают дополнительные гонорары на покрытие своих расходов. Наиболее распространенными из них являются операционные сборы, оплата страхования от ошибок и оплата франшизы.



- ✓ **Операционные сборы.** Многие агентства взимают с агентов определенную сумму за каждую сделку (от 75 до 400 долларов), предназначенную для покрытия расходов на работу с документацией по данной сделке.
- ✓ **Оплата страхования агентов от ошибок и упущений.** Многие агентства взимают с агентов определенную сумму на страхование их действий от ошибок и упущений (от 75 до 150 долларов). Таким образом, деятельность агента застраховывается на случай совершения им ошибок в процессе обслуживания сделки или представления недвижимости. Страховая компания покрывает адвокатский гонорар и расчетные затраты.
- ✓ **Оплата франшизы.** Если вы подписываете договор франшизы в сфере недвижимости, то при совершении каждой сделки приготовьтесь выплачивать ориентировочно 6 процентов совокупного дохода. Эта величина оговаривается в договоре франшизы и остается постоянной вне зависимости от эффективности вашей работы.

### **Имеет ли значение размер компании**

Лично я считаю, что размер может компенсировать некоторые недостатки, присущие той или иной компании. Причины этого такие.

- ✓ **Компании с большим количеством агентов обладают большим каталогом объектов недвижимости.** Новичок легче уговорит других агентов “поделиться” с ним своими объектами (например, проводить дни открытых дверей от их имени), если у них в распоряжении будет, к примеру, 15 объектов, а не всего 2.
- ✓ **Крупные компании выигрывают за счет экономии от масштаба, что позволяет им оказывать услуги лучшего качества при меньшем уровне затрат на каждого агента.** В результате компания может вкладывать больше средств в программы обучения, рекламу, выставочную деятельность и т.п.



### Как получить дополнительный доход

Еще в 1993 году я начал взимать со своих клиентов операционный сбор в сумме 150 долларов. Я был первопроходцем в этой области, и тогда меня поддержало лишь несколько агентов с высокими уровнями заработка. За прошедшие годы я поднял эту сумму до 495 долларов. Сегодня операционный сбор взимают с клиентов агентства по недвижимости. Однако, обладая достаточной тактичностью при продаже и при условии заблаговременного планирования, операционный сбор с клиентов может взимать непосредственно агент по продаже.

В первую очередь, необходимо верить, что вы стоите того, чтобы получить дополнительные деньги. В противном случае вам просто не удастся отстоять свою точку зрения перед клиентом. Все говорят о том, что комиссионные являются предметом переговоров. Если это так, то почему бы не получить больше? Если качество оказываемых вами услуг лучше, чем у других агентов, и ваши клиенты получают результат, подвергаясь меньшему риску, то вы стоите дополнительных денег.

Чтобы доказать свою ценность, я рассказываю клиентам, что когда я начинал работать в сфере недвижимости, агенты составляли договор на трех страницах, а теперь подобные договора насчитывают до восьми страниц. Кроме того, я отмечаю, что в настоящее время агенты проходят тройную проверку, тогда как раньше проверка проводилась только одна. При совершении сделки теперь приходится работать с большим количеством информации, чем это было раньше.

- ✓ **Крупным компаниям удается получать лучшие расценки на размещение рекламных объявлений, поддержку Web-узлов, показ баннеров и уменьшить свои проценты по закладным.** При этом крупные компании проводят разную политику относительно того, как распорядиться сэкономленными средствами. Одни решают увеличить маржу прибыли, а другие (именно с этими компаниями лучше всего сотрудничать) предпочитают увеличить выплаты своим агентам и предоставлять дополнительные услуги клиентам.
- ✓ **Крупные компании обладают большим удельным весом в обороте рынка недвижимости.** В результате они имеют лучшую репутацию и большее влияние в своем регионе.



Тем не менее, делая выбор в пользу той или иной компании, необходимо руководствоваться, в первую очередь, ее качественными характеристиками, а не размерами. Однако при прочих равных условиях лучше выбрать более крупную компанию.

## Определение приоритетов своих ценностей и ожиданий

Прежде чем решить, подходит ли вам та или иная компания, необходимо четко определить собственные ценности и ожидания и посмотреть, разделяет ли компания ваши взгляды и окажет ли она вам поддержку.

### Определите свои ценности

Установите основные ценности, которые важны для вас при работе в сфере недвижимости. Какими принципами вы руководствуетесь в жизни? Сохраните ли вы приверженность своим идеалам, даже если окажется, что на рынке недвижимости они не пользуются успехом? Какие аспекты вашей работы останутся неизменными в случае изменения рыночной ситуации и деловой конъюнктуры?



Приведу небольшой пример. В моей компании, *Real Estate Champions*, главной ценностью является “исключительная приверженность основным принципам ведения коммерческой деятельности”. Я верю в такой подход и сам видел те поразительные результаты, которые происходят, когда люди постоянно придерживаются базовых принципов продаж и ведения коммерческой деятельности, не поддаваясь на увлекательные приманки и чудесные маркетинговые системы. Одним из основных принципов нашей компании является привлечение меньшего количества сотрудников. Агента очень легко увлечь магической формулой, согласно которой можно не работать, не затрачивать энергию, не придерживаться дисциплины или строгих правил. Но несмотря на кажущуюся непривлекательность такого подхода, наша компания считает, что фундаментальные принципы меняться не должны. Это — основная ценность и истина, в которую мы верим.



При выборе агентства проверьте, что для вас принципиально, что вы читаете и во что верите. После того как вы изучите себя, можете исследовать ценности компании и понять, совпадают ли ваши взгляды на жизнь и работу.

### Установите свои ожидания

Чего вы ожидаете от себя через 6 или 12 месяцев работы? Чего вы ожидаете от компании по истечении этого же промежутка времени? Чего ожидает от вас данная компания? Каков, по их мнению, должен быть минимальный результат производительности агента по недвижимости? Какой, по мнению компании, должна быть средняя и хорошая продуктивность работы? Каков максимальный результат, которого удавалось добиться сотруднику данной компании?

Прежде чем выбрать компанию, сопоставьте свои ожидания с ожиданиями компании. Для этого сделайте следующее.

- ✓ **Установите свои задачи и ожидания на ближайший год.** Установите целевую величину общего дохода, количество транзакций, число рассматриваемых и проданных объектов и количество продаж, которые должны совершить покупатели.
- ✓ **Выясните обычный уровень продуктивности работы агентов в компании, в которую хотите поступить.** Если вы ставите перед собой высокие цели, постарайтесь поступить в компанию, поддержка которой сможет стать хорошей стартовой площадкой вашего успеха. Если ваши цели ниже, убедитесь в том, что они соответствуют ожиданиям компании относительно работы нового агента.



После определения своих целей, все время держите их в голове. Не выбрасывайте их отсюда. Поместите их на экранную заставку своего компьютера. Запишите их на листиках бумаги и прикрепите на зеркало в ванной комнате, на противосолнечный козырек в автомобиле, на телевизор и в другие места, которые постоянно будут у вас перед глазами.

## Сужение круга претендентов

Ознакомившись с рядом агентств по недвижимости, следует сузить их список до двух-трех компаний, в которых вы действительно хотели бы работать. Им и следует уделить более пристальное внимание. Материал, представленный в данном подразделе, поможет сузить круг поиска до нескольких претендентов.

## Выполните домашнее задание

При более пристальном знакомстве с каждой из наиболее вероятных для сотрудничества компаний, сделайте следующее.

- 1. Расположите компании по рангу с точки зрения потребителя.** Прежде чем пополнить свои впечатления фактами или рыночной статистикой, задайте себе вопрос о том, какой репутацией обладает каждая из компаний. На основе информации, доступной “широким массам общественности”, установите, какое впечатление производит компания. После того как вы поступите туда на работу, эта репутация автоматически станет распространяться и на вас.
- 2. Оцените удельный вес каждой компании на рынке.** Определите, каковая доля каждой компании на рынке своего региона. После этого выясните, какова ее процентная доля в том сегменте рынка, в котором вы хотите работать. (См. врезку “Определение удельного веса компании”.)



Как и многие другие агенты по недвижимости, я понимал, что не смогу охватить своей деятельностью весь город, поскольку для этого он слишком велик. Я знал, что для того, чтобы клиенты могли получать высококачественные услуги, мне необходимо специализироваться на спальных районах или пригородах. Выбирая фирму для сотрудничества, я сначала оценил ее долю на рынке города Портленд, а затем выяснил ее активность на рынке спальных пригородов.

### Определение удельного веса компании

Прежде чем выбрать агентство по недвижимости для дальнейшей работы, выясните, насколько оно конкурентоспособно в своем сегменте рынка. Для этого определите удельный вес этой компании на рынке недвижимости. (Если понравившаяся вам компания имеет несколько офисов, выясните номера телефонов офиса, в котором вы бы хотели работать.)

Для оценки удельного веса компании на рынке недвижимости получите ответы на такие вопросы.

- ✓ Сколько объектов интересующая вас компания получила в свое распоряжение в прошлом году? Сколько объектов она продала? Сколько объектов не удалось продать?
- ✓ Сколько было осуществлено продаж при обращении покупателей в данную компанию?
- ✓ Сколько агентов работает в данной компании?

После этого посмотрите статистику других компаний, работающих в данном регионе. Разделив величину производительности компании на общую производительность на рынке, вы получите удельный вес компании. Например, если на рынке представлено 1000 объектов, 400 из которых принадлежат одной компании, то удельный вес этой компании составляет 40 процентов ( $400:1000 = 0,40$ ).

Чтобы получить эту информацию, попросите каждую компанию предоставить вам свою статистику. Ни одна конкурентоспособная компания не будет скрывать эту информацию. Многие компании предоставляют даже сравнительные характеристики своей деятельности и деятельности конкурентов.

Обратившись в гильдию риэлтеров, можно получить самую разную информацию, в том числе об общем количестве агентов, работающих на рынке, и количестве агентов, работающих в каждой компании.

Имея доступ к мультилистинговой системе, можно получить информацию о продажах, объектах недвижимости, приостановленных транзакциях и непроданных объектах. Эти данные можно отсортировать по всему рынку, по определенному региону или по конкретной компании.

Полезную информацию можно почерпнуть в местных аналитических журналах, посвященных недвижимости. Там публикуются рейтинги компаний и представлено множество полезной информации о каждой из них.

- 3. Оцените распределение продуктивности в рамках компании.** Выясните, способствуют ли успеху данной компании все ее агенты или же только некоторые из них.



Я проводил обучение агента, который приносил 27 процентов дохода своей компании и работал с 42 процентами имеющихся в компании объектов недвижимости. Увольнение такого сотрудника могло бы стать просто катастрофой для компании и сотрудников, часть дохода которых зависит от работы данного специалиста. Я рекомендую начинающим агентам стараться избегать подобных ситуаций.

- 4. Оцените деятельность компании в районе вашей предполагаемой работы.** Посчитайте, сколько раз вы встретили наружную рекламу рассматриваемых агентств. Оцените качество и количество объектов, предлагаемых каждой компанией. Может оказаться, что компания широко рекламирует свою деятельность, но все ее объекты сосредоточены в малом географическом пространстве или в узком ценовом диапазоне. Избегайте сотрудничества с такими фирмами, потому что они ограничивают ваши возможности. Например, если деятельность компании сосредоточена в низших эшелонах рынка (для небогатых потребителей), то заключение сделок по объектам верхнего ценового диапазона может оказаться затруднительным.
- 5. Оцените рекламу каждой из рассматриваемых компаний.** В течение месяца просматривайте прессу для того, чтобы иметь возможность оценить масштабы и сущность публикуемых объявлений. Просматривая прессу, делайте следующее.

Внимательно изучите объявления, занимающие большую площадь. Иногда на них указываются имена агентов. Разве вы не хотите, чтобы среди них когда-нибудь оказалось и ваше имя?

Приобретите несколько журналов по недвижимости. Представлены ли в них интересные вас компании? Как выглядят их объявления?



Если вы увидите много объявлений агентов выбранной компании, в которых представлены разные объекты, можете быть уверены в том, что ваши будущие коллеги желают вкладывать средства в развитие собственного бизнеса.

Если в рамках одного объявления будет представлено несколько объектов разных агентов, работающих в одной компании, это означает, что агенты, у которых не хватает объектов для того, чтобы заполнить ими всю рекламную площадь (как у вас на ранних этапах карьеры), могут рекламировать свою деятельность, покупая рекламную площадь в складчину.

- 6. Зайдите на Web-узел компании.** В настоящее время две трети потребителей осуществляют поиск объектов недвижимости через Интернет. Легко ли пользоваться Web-узлом выбранной вами компании? Легко ли находить объекты? Есть ли информация об агентах на отдельных страницах узла?



Оценивайте работу Web-узла компании с точки зрения потребителя. Зайдите на основные поисковые машины, такие как Goggle или Yandex, и выполните поиск недвижимости в своем регионе. Насколько высоко окажется Web-узел выбранной вами компании в результате поиска? Это тоже будет влиять на количество и качество совершаемых вами сделок.

## 12 вопросов к брокеру

Собеседование с брокером компании является основным моментом. Брокер будет оценивать, насколько вы подходите для его компании. Во время собеседования задавайте вопросы и пытайтесь получить информацию, которая поможет вам понять и оценить уникальные аспекты работы данного агентства. Задайте брокеру такие вопросы.

- 1. Какова программа обучения новых агентов в компании?** Подход типа “Вот ваше рабочее место и телефон. Приступайте!” не является основой для успеха. Вам необходима разумная, хорошо зарекомендовавшая себя учебная программа, рассчитанная на несколько недель, рамки которой выходят за пределы составления контрактов. Необходимо, чтобы вас обучили искать потенциальных клиентов, демонстрировать объект, сопровождать сделку и закрывать ее.
- 2. Когда в последний раз модернизировали учебную программу?** Помимо этого, задайте дополнительный вопрос, что было изменено в их программе. Развивающиеся компании регулярно модернизируют свои программы и методики обучения. Если компания до сих пор проводит обучение по методике десятилетней давности и применяет ее к сегодняшним, изменившимся реалиям, то об этом необходимо узнать в первую очередь.
- 3. Сколько начинающих агентов вы обучаете ежегодно?**



Компании, которые регулярно набирают и обучают новых агентов, обычно имеют лучшие программы обучения.

Выясните, насколько успешно работают агенты, которые прошли программу обучения. Спросите, сколько обученных агентов продолжили сотрудничество с компанией в течение, как минимум, одного года. Сколько из них успешно проработали два года? На основе этой информации вы сможете оценить уровень обучения, предлагаемый в данной компании.

- 4. Можно ли поговорить с кем-то из ваших агентов?**



Постарайтесь пообщаться с четырьмя-пятью агентами, в том числе и с новичками, которые борются за повышение своей продуктивности. Не забывайте и об опытных специалистах, агентах с высочайшим уровнем продуктивности. Поговорив с разными агентами, вы сможете оценить уровень обучения в компании, ее поддержку своих сотрудников и то, обеспечивает ли она путь к успеху или неудачам.

- 5. Как вы можете помочь мне в создании бизнеса?**

Задайте этот вопрос и сделайте паузу. Дайте брокеру время подумать и ожидайте услышать ответы, которые все расставят на свои места. Одни компании говорят о политике открытых дверей и времени, проводимом в операционном зале. Другие упоминают о периодичности и масштабе маркетинговых мероприятий. Третьи предлагают оплатить изготовление визитных карточек. Четвертые упоминают о связи агента с компанией среди потенциальных клиентов.

С помощью ответов на поставленный вопрос можно оценить следующее:

- будет ли компания способствовать вашему успеху;
- построила ли компания систему, способствующую успешной работе новых агентов.

- 6. К кому мне обращаться при наличии вопросов или проблем?**



По мере того как вы будете взбираться по крутым ступеням процесса обучения, у вас неизбежно будут возникать различного рода проблемы. Необходимо знать, кто поможет вам их решать, и быть уверенным в том, что этот человек в нужный момент будет в вашем распоряжении. Спросите, находится ли данный сотрудник в офисе в рабочее время.

#### 7. Какой компьютер и программное обеспечение будет мне предоставлено?

Некоторые компании предоставляют в распоряжение агентов персональные компьютеры. Другие могут предоставить только *терминал ввода-вывода*, предназначенный лишь для доступа к системе MLS. Этот терминал не поддерживает никаких других функций. Некоторые компании предоставляют своим агентам программы для управления базой данных компании, доступ к внутренней сети компании и Интернет, а также визитные карточки. Есть компании, агенты которых все средства для своей работы приобретают самостоятельно.

#### 8. Регулярно ли проводятся собрания в офисе?

Во многих компаниях еженедельно проводятся собрания с отчетами о продажах. По оценке агентов, такие совещания не являются эффективными. Если же руководство готовит и проводит обучение персонала, то уровень эффективности подобных собраний повышается. Поэтому поинтересуйтесь, имеют ли проводимые собрания обучающий или только информационный характер.

#### 9. Есть ли в компании программа по инструктажу агентов?



Самый быстрый и эффективный способ повышения производительности работы заключается в инструктаже персонала. С его помощью можно провести оценку систематизации, подотчетности и производительности работы, провести обучение и дать советы эксперта. Выясните, рассматривает ли интересующая вас компания инструктаж как средство повышения производительности работы.

#### 10. Во что обойдется мне сотрудничество с вашей компанией?

Большинство начинающих агентов по недвижимости имеют ограниченные средства на развитие своего бизнеса. Тем не менее им необходимо оплачивать свои визитные карточки, страховку от ошибок и упущений, работу в системе MLS, лицензию. В результате может набежать достаточно крупная сумма. Некоторые оплаты необходимо делать предварительно, а другие могут быть вычтены из первых комиссионных.

#### 11. Какова будет моя доля комиссионных?



Приберегите этот вопрос на конец собеседования. Вполне естественно, что он вас волнует, ведь от него зависит ваш доход в ближайшее время. Однако я считаю, что слишком многие агенты при принятии решения о том, какую компанию выбрать для сотрудничества, делают акцент исключительно на своей доле комиссионных.

Доля комиссионных (какой бы она ни была) не имеет практически никакого значения в первый год работы. В плане достижения успеха гораздо важнее обратить внимание на то, желает ли данная компания вкладывать средства в ваше обучение, поддержку и расширение возможностей. Компания заслуживает того, чтобы возместить вложенные затраты и понесенный ею риск.

#### 12. Почему лучше выбрать именно эту компанию?

По сути, это вопрос о том, почему следует отдать предпочтение какой-то конкретной компании, выбрав ее среди других вариантов. Что делает эту компанию лучше, успешнее и отличает ее от остальных?



Насторожьтесь, если с ответом на этот вопрос брокер медлит или колеблется. Если брокер не может убедительно изложить преимущества работы в данной компании, то в дальнейшем вы испытаете такие же затруднения, отвечая на аналогичный вопрос, заданный клиентом.

## Сравнение агентств недвижимости

По завершении собеседования с брокером изложите свою оценку компании на бумаге. На одном листе составьте список компаний-кандидатов и проставьте им оценки от 1 до 10 по следующим критериям.

- ✓ Первоначальное обучение
- ✓ Повышение квалификации
- ✓ Репутация на рынке
- ✓ Удельный вес на рынке
- ✓ Обстановка в офисе
- ✓ Реклама
- ✓ Присутствие в Интернете
- ✓ Генерация преимуществ
- ✓ Другие агенты компании
- ✓ Компетенция брокера или руководителя



При сравнении компаний посмотрите, каким аспектам работы они уделяют большее внимание. На ранних этапах карьеры стоит обратить особое внимание на предложения компаний в сфере обучения и повышения квалификации. Затем оцените, насколько хорошо компания может способствовать генерации преимуществ (на основе силы ее присутствия в Интернете, рекламы и удельного веса на рынке).

## Кто же победил

По мере проставления оценок компаниям-претендентам добавьте бонусные баллы тем из них, которые уделяют повышенное внимание обучению и генерации преимуществ.

После этого сравните окончательные результаты со своими первыми впечатлениями от каждой компании. Отдавали ли вы приоритет компании, которая в результате получила самые высокие оценки?

Если оценки двух компаний приблизительно одинаковые, можно повторно переговорить с ее брокером или другим руководителем высшего звена. Объясните, что вы делаете выбор между двумя компаниями. Можно даже сказать, какая компания является основным конкурентом. Это поможет руководству компании излагать преимущества относительно известного конкурента.



После того как вы сделали окончательный выбор, выразите остальным компаниям слова благодарности за оказанное вам внимание. Поблагодарите их за потраченное время и оказанную помощь. Только этот поступок поставит вас гораздо выше остальных агентов, с которыми им приходилось встречаться. Кроме того, их двери всегда будут открыты для вас на тот случай, если в будущем придется искать новую работу.

## Поступление в новый коллектив



Входя в новый коллектив, необходимо ставить себе задачу прижиться в нем. Всякого нового агента коллеги сначала изучают. По отношению к вам некоторые из них займут выжидательную позицию. Происходит это по одной простой причине. Дело в том, что, наверняка, лишь один из пяти агентов имеет успешный опыт работы в течение длительного времени, тогда как у остальных продажи идут не очень успешно. Поэтому агенты и ожидают увидеть, в какую категорию попадете вы.

### Установление взаимоотношений с руководством

Я редко встречал брокера или руководителя агентства по недвижимости с высокими ожиданиями от работы нового агента. Как правило, руководство компании делает акцент на потенциале нового сотрудника. Они полагают, что новичок со временем может превратиться в высококлассного сотрудника, но оценку они редко выносят до того, как увидят качество действий агента. Ключ к успеху заключается в том, чтобы быстро перейти из категории “подающих надежды” в группу “продуктивных” агентов.

Несмотря на осторожность в оценках, руководитель, как правило, находится на стороне агента, подталкивая его и направляя к реализации поставленных задач и раскрытию своего потенциала.

Самый лучший способ установления взаимоотношений с руководителем заключается в том, чтобы достичь результата, выполняя на своем пути такие действия.

#### 1. Привлеките руководителя к установлению своих целей.

При установлении конкретных, достижимых и восхитительных целей попросите руководителя подсказать, что необходимо делать ежедневно, еженедельно и ежемесячно для того, чтобы достичь желаемого результата.

#### 2. При составлении плана действий спросите совета у руководителя.

Пусть он посоветует, каким путем следует идти для достижения успеха и какие действия необходимо ежедневно предпринимать для того, чтобы приближаться к своей цели.

#### 3. Попросите руководителя помочь контролировать ваши действия.



Попросив руководителя контролировать вашу производительность, вы выделите себя из массы остальных агентов. Практически все агенты по недвижимости хотят улучшить свою работу, но лишь немногие из них отваживаются что-то в ней изменить.

#### 4. Договоритесь о еженедельных встречах с руководителем.

Договоритесь с руководителем о том, что в какой-то из дней недели в какое-то определенное время вы будете с ним встречаться и обсуждать вашу работу. В течение нескольких недель эти встречи могут длиться около 15 минут. За это время руководитель сможет оценить вашу продуктивность на основе созданных контактов, назначенных встреч с клиентами, прошедших встреч и проданных либо заявленных объектов. Затем некоторые встречи можно посвятить определенным аспектам, которым вас будет обучать руководитель.

## Роль руководителя в вашем успехе

Естественно, вы надеетесь встретить позитивного руководителя, который с большим энтузиазмом будет поддерживать вас, но даже негативный начальник может сыграть позитивную роль в успехе. Даже когда мрачный руководитель говорит подчиненному, что тот не может достичь поставленных целей, у последнего возникает желание доказать начальнику, что он ошибается.



Несколько лет назад я инструктировал агента, который в текущем году горел желанием совершить продажу объектов общей стоимостью 24 миллиона долларов. Такая цель была поставлена на основе результатов работы за предыдущий год, когда этот агент продал объектов на сумму 10 миллионов долларов. На тот момент поставленная цель превышала самые дерзкие задачи других агентов этого города.

Вместе с агентом мы составили бизнес-план по реализации поставленной задачи в 24 миллиона. Восхищенный агент отнес его руководителю своей компании. Тот снисходительно улыбнулся и сказал, что еще никто в этом городе и близко не приближался к отметке в 24 миллиона. После этого он спросил у агента: “Кем вы себя считаете?”

Когда я узнал о комментариях этого руководителя, понял, что мой агент получил дополнительный раздражитель. Так и произошло. В результате сумма продаж моего агента достигла не 24, а 27 миллионов долларов за год, что на 17 миллионов превысило его прошлогоднюю продуктивность.



Вне зависимости от того, какими будут комментарии руководителя (пусть даже негативными), пусть они станут дополнительным топливом в вашем двигателе.

## Как заслужить уважение руководителя

Чтобы заслужить уважение любого человека, в том числе и своего руководителя, руководствуйтесь простой формулой.

- ✓ **Делайте то, о чем говорили.** Приходите на работу пораньше и будьте активны в поиске потенциальных клиентов и завоевании инициативы. Подавляющее большинство агентов ожидают, что клиент придет к ним сам, а потом удивляются, почему этого не происходит. Вместо этого предпринимайте упреждающие действия.
- ✓ **Совершенствуйте свои знания и образование.** Подавляющее большинство агентов посещают курсы обучения, чтобы заслужить хорошую репутацию, а не для того, чтобы совершенствовать свои навыки и умения. Я всегда спрашиваю своих учеников, пришли ли они просто “отбыть номер” или действительно хотят узнать, как заработать больше денег.



Чтобы заслужить уважение руководителя, ответственно относитесь к посещению курсов и действительно учитесь больше зарабатывать. Приобретенные знания, вне всякого сомнения, понадобятся вам на практике.

## Построение партнерских взаимоотношений

Работая в сфере недвижимости, вам придется выстраивать взаимоотношения со многими людьми. Некоторые из них ограничатся одной сделкой, а другие будут длиться многие годы. В этом разделе мы поговорим о ваших партнерах в сфере продаж объектов недвижимости.

## Как стать равным среди равных

Сфера продаж, а особенно продаж недвижимости, магнитом притягивает к себе личностей с большим самомнением. Чтобы завоевать уважение других агентов по недвижимости, необходимо работать и преуспевать. Свое отношение к вам коллеги будут выстраивать на основе оценки ваших успехов в следующих областях.



- ✓ **Рост продуктивности.** Если в процессе работы вы добиваетесь результатов, вас начинают замечать. Фактически, ваш успех будет отмечен коллегами еще до того, как вы получите комиссионные.

Сначала другие агенты могут посчитать ваш успех удачным стечением обстоятельств, так называемой “белой полосой” в жизни, но по мере увеличения объемов продаж их уважение будет пропорционально возрастать.

Лишь некоторым агентам удастся постоянно собирать богатый урожай. К большинству остальных удача стучится в дверь периодами: раз в месяц, в квартал или в год. Очень немногие агенты имеют действительно высокий уровень доходов. Если удастся попасть в эту группу “избранных”, то коллеги вас наверняка заметят и будут относиться с чрезвычайным уважением.

- ✓ **Деловая этика.** Поскольку размер комиссионных может быть очень большим, многие агенты забывают о порядочности и этике. Для многих людей деньги или даже возможность их заработать перевешивают все остальные факторы.

Будьте исключением! Не изменяйте своим принципам даже в самых конкурентных ситуациях. Это поможет вам сохранить чувство собственного достоинства и добиться уважения коллег.

- ✓ **Упорядоченность жизни.** Агенты уважают тех своих коллег, которые ведут упорядоченный образ жизни, у которых четко установлены жизненные приоритеты и которые организовали свою жизнь таким образом, что работа над ними не довлеет. У таких людей всегда есть время, которое они проводят в кругу семьи. Лишь немногие агенты построили свою жизнь таким образом, что, зарабатывая высокие доходы, они имеют в своем распоряжении достаточно времени на личную жизнь. Если вы сумеете наладить такой жизненный баланс, то будете одним из самых лучших и уважаемых агентов в своем регионе. (В главе 16, “Оптимизация рабочего времени”, приведены подробные советы по планированию собственного времени.)

## Сотрудничество с агентами своей компании

Практически все агенты по недвижимости являются независимыми исполнителями, они не получают базовой зарплаты, а полагаются исключительно на собственные способности и действия, которые позволят упрочить собственное благосостояние. Они выдерживают конкуренцию в своей сфере деятельности и даже в пределах своей компании. Хитрость заключается в том, чтобы совмещать конкуренцию с сотрудничеством.



Соблюдать такое равновесие не всегда легко. Вам неизбежно придется бороться со своими коллегами за завоевание клиентов и заработок. Зачастую агенты, работающие в одной фирме, обнаруживают, что в одно и то же время несколько человек ведут одну сделку. Как правило, такую ситуацию порождает потенциальный клиент, предпочитающий иметь дело одновременно с несколькими агентами и не отдающий предпочтения ни одному из них. Можете представить, какие дискуссии начинаются в офисе, когда одному из агентов удастся быстрее других

выйти на подписание контракта. При возникновении такой ситуации очень большое значение имеет поведение брокера. Хороший брокер сумеет сгладить разногласия между агентами и убедить их, что самое важное — это предоставить клиенту высококачественные услуги.

Чтобы преуспеть в конкурентной борьбе с коллегами из своего агентства, прислушайтесь к таким советам.



✓ **Используйте других агентов в качестве наставников.** Практически каждому порядочному человеку свойственно чувствовать себя обязанным кому-то из коллег, кто однажды помог ему на тернистом пути к успеху. Поэтому он переносит это чувство благодарности на других людей и не откажет в помощи начинающему агенту, в роли которого когда-то выступал сам. Найдите такого наставника. Уважайте его время, следуйте его советам и рекомендациям, сообщите ему о достигнутом успехе и не забывайте постоянно благодарить.

✓ **Помогайте другим агентам повышать качество предоставляемых услуг.** Как правило, агенты говорят о своих намерениях: о продаваемых ими объектах и объектах, которые они ищут для своих клиентов. По возможности, постарайтесь им помочь.

Мне удалось заработать достаточно много денег, помогая другим агентам найти желаемые объекты. Например, если какой-то агент говорил о том, что ищет для своего клиента дом с тремя спальнями и тремя санузлами в пригороде N, то я делился с ним двумя объектами из своего каталога и спрашивал, показывали ли эти дома клиенту. Кроме того, я говорил о том, что видел подходящий объект в каталоге другого агентства недвижимости.

✓ **Проводите дни открытых дверей вместо других агентов.** Дни открытых дверей являются тяжким бременем для агентов, имеющих плотный график работы. Предложите подменить их на этом мероприятии, не забывая, естественно, о собственных возможностях поиска потенциальных клиентов и расширения бизнеса.

✓ **Попросите других агентов поработать над вашими объектами.** Если вам недостает навыков и опыта работы в определенном ценовом диапазоне или географическом районе, то ваш объект может перехватить другой агент. Попробуйте предупредить ситуацию. Попросите более опытного агента фирмы совместно поработать с данным объектом. Благодаря этому кратковременному партнерству вы одновременно получите возможность расширения бизнеса и приобретения знаний и опыта.

### **Сотрудничество с другими агентами на рынке**

Более 90 процентов сделок с недвижимостью осуществляется посредством системы MLS, которая доступна агентам, работающим на рынке. В результате вам придется постоянно сотрудничать с агентами других компаний. Чтобы это сотрудничество было успешным, прислушайтесь к следующим простым советам.

✓ **Сотрудничество с другими агентами должно быть открытым и честным.** Предоставьте им необходимую информацию о своем клиенте или объекте, не раскрывая слишком много подробностей. Всегда помните о том, что вы являетесь доверенным лицом своего клиента и обязуетесь обеспечивать его конфиденциальность.



- ✓ **При необходимости привлекайте брокеров.** При возникновении конфликта между вами и другим агентом воспользуйтесь помощью брокера. Если вам кажется, что оформление документов происходит слишком медленно или от вас скрывают какие-то факты, привлечите к работе своего брокера или брокера второго агента. Сделать это следует как можно быстрее, особенно если вы чувствуете, что сотрудничество с другим агентом плохо влияет на безопасность клиента и совершение сделки.

### **Развитие стратегического партнерства**

Кредитные учреждения, предоставляющие ипотечные ссуды, или сотрудники кредитных отделов составляют список стратегических партнеров, которые помогают совершать сделки в сфере недвижимости. Эти люди играют важную роль в предоставлении обеспечения по ссуде. Они помогут вам расширить свой бизнес в нескольких направлениях.

- ✓ **Они могут помочь обслуживать клиентов с низкой кредитной способностью.** Опытные сотрудники кредитных отделов, имеющие широкую линейку кредитных продуктов, принимают заявки на получение займа от лиц, принадлежащих к разным социальным слоям, что увеличивает ваши возможности поиска потенциальных клиентов.
- ✓ **Некоторые кредитные организации вкладывают средства в совместные маркетинговые мероприятия.** Они могут заключаться в рассылке информации прошлым и потенциальным клиентам вашего географического района, покупке адресов электронной почты и рассылке маркетинговых сообщений, покупке рекламных площадей на Web-узлах, размещении баннеров или объявлений в печатных средствах массовой информации. В зависимости от конкретной ситуации, кредитная организация может оплачивать эти расходы как частично, так и полностью.
- ✓ **Кредитные организации могут помочь превратить потенциальных клиентов в реальных.** Большинство агентов допускают ошибку, слишком поздно привлекая к сделке кредитную организацию. Как правило, они выводят на сцену партнера по предоставлению займа уже после предоставления клиентом обеспечения по ссуде, тогда как лучше всего это сделать раньше. Стратегическая методика партнерства с кредитной организацией лучше всего срабатывает на этапе преобразования потенциального клиента в реального.



- Шансы превратить потенциального клиента в реального существенно возрастают, если оба стратегических партнера работают с одним и тем же доверенным лицом. При личной встрече выиграют обе стороны, поскольку они дополняют услуги друг друга.
- ✓ **Кредитная организация может выполнять функцию консультанта потенциального клиента.** Большинство потенциальных клиентов считают агента продающей стороной, тогда как их восприятие кредитной организации несколько иное. В кредитных организациях они стремятся видеть консультантов, а не продавцов, в роли которых они на самом деле выступают. Сформировав стратегическое партнерство с кредитной организацией, вы можете заставить эту психологию работать на себя и быстрее приобретать реальных клиентов. Я знаком с агентами, которые на 25 процентов увеличили количество закрытых сделок в результате формирования такого простого стратегического партнерства.



Сформируйте стратегическое партнерство с организацией, проверяющей полноценность права собственности на недвижимость. Ее представители могут помочь в проведении исследований и составлении списков рассылки по интересующим вас районам. Кроме того, они могут предоставить статистическую информацию, которая поможет установить, какие объекты недвижимости и по каким ценам были проданы за последние несколько лет, а также в каких районах было зафиксировано наибольшее число продаж.

Существуют определенные нормы предоставления подобной информации. Поинтересуйтесь у своего брокера или у представителя компании, проверяющей полноценность права собственности на недвижимость, какая информация может быть предоставлена в ваше распоряжение.