

Для эффективной реализации (сдачи в аренду) помещения из вашей личной базы, вам необходимо иметь полную информацию о данном объекте. И эта полная информация подразумевает личный предварительный просмотр помещения.

Поэтому, после уточнения всех данных по телефону у собственника вы спрашиваете когда можно будет подъехать посмотреть объект и договариваетесь о просмотре. Если собственник(арендодатель) платит комиссию, скажите что подвезете договор на оказание риелторских услуг, и нужно будет его подписать с целью ускорения реализации помещения.

Затем в назначенное время вы подъезжаете, осматриваете помещение, уточняете характеристики и визуально оцениваете качество объекта. Важный момент - сфотографировать помещение. (Нужно сделать несколько фото, снаружи и изнутри,) Фотографии понадобятся вам чтобы размещать качественные рекламные объявления недвижимости (т.е. рекламировать помещение для привлечения соискателей(арендаторов)

Постарайтесь выйти "на контакт" с собственником, расскажите что у вас есть хорошие и надежные клиенты, которых вы вскоре к нему приведете.

Важный момент - не забудьте дать договор на подписание(2 экземпляра), собственник(арендодатель) или его представитель (а чаще ген. директор юридического лица), должен поставить свою подпись и печать.

Встреча с собственником.

Когда приедете, чувствуйте себя уверенно, ведь приехали оказать собственнику большую услугу – повысить его прибыль и наладить арендный финансовый поток. За вами стоит организация, обладающая большими возможностями и огромным опытом в сдаче помещений в аренду.

Сперва провести минимальное знакомство , осмотреть объект, отфотографировать его и по ходу осмотра профессионально задать вопросы о характеристиках помещения (из документа «характеристики помещений»)

Делайте как можно больше фотографий(не менее 20-ти), этого требует специфика рекламы коммерческой недвижимости. Чем больше вы сделаете фотографий, тем больше выдет рекламных объявлений и тем больше будет привлечено клиентов. Делайте фотографии снаружи, со всех ракурсов изнутри, старайтесь брать "выгодные" ракурсы, не фотографировать загрязненные и захламленные участки помещения.

Затем можно рассказать о нашей организации, описать наши рекламные возможности, объем клиентской базы и преимущества работы для собственника.

Рекламные возможности «Коммерц бюро» и преимущества работы для собственников:

1. Презентация объекта нашей объемной клиентской базе, накопленной за годы работы.
2. Размещение объекта на нашем сайте «Real-1.ru», находящемся в топе Яндекса и Гугла
3. Рекламная кампания в интернете, в том числе платная (За наш счет!)
4. Размещение на здании собственника рекламных растяжек (баннеров) за наш счет
5. Имейл и смс рассылка
6. Сортировка клиентов (потенциальных арендаторов) и предоставление только серьезных арендаторов с действующим бизнесом предпочтительно славянской внешности.
7. Самостоятельные показы объекта и презентация помещения в «лучшем свете», учитывая все характеристики и преимущества помещения.

Откат. Если вы общаетесь с управленцем, а не собственником (представителем управляющей компании, которую нанял собственник, нередко случаи, когда такому управленцу по большому счету нет дела, когда будет сдано помещение, завтра или через полгода. Поэтому здесь вступает в силу седьмое преимущество, называемое "Бонус управленцу" или в простонародии "откат". Вы говорите следующую фразу: "А еще в нашем агентстве существует бонусная система вознаграждений управленцев, и если мы сдадим помещение, то вы получите свой процент" Управленческий бонус не раз помогал ускорять процесс сделки, позволял брать объект "на эксклюзив" т.е. чтобы объектом занималась именно наша организация, были случаи когда мы за счет таких условий даже опережали арендаторов, пришедших самостоятельно, без какого-либо агентства. Естественно, прежде чем предлагать бонус, вам нужно точно знать с кем вы

общаетесь, т.к. предлагать его собственнику будет как минимум неуместно

Если вы подключили управляющего к бонусной программе, оповестите об этом вашего менеджера и обсудите процент управленца.

Теперь вам требуется посмотреть и взять в работу не менее 20-ти объектов, а затем сосредоточить усилия на наиболее ликвидных из них.