

José Miguel Segovia traspasó 25 inmuebles de al menos 430 millones este año

La fórmula del corredor de propiedades que vende cuatro veces más rápido que sus colegas

Es el vendedor más efectivo de su empresa en Chile y top 100 en el mundo en la firma RE/MAX. Relata que en una ocasión cerró un negocio en "30 minutos".



WILHEM KRAUSE

No es común encontrarse con un corredor inmobiliario que venga del mundo corporativo y tenga un MBA. Pero José Miguel Segovia, que acumuló más de 20 años de experiencia en el retail, dirigiendo gerencias y fundando negocios, quería hacer un cambio. "Las cosas no estaban funcionando entre esfuerzo y retribución". Se sentía desgastado.

Así, ingresó hace año y medio a RE/MAX Energy, el mercado de las propiedades de alto valor, y ha tenido un éxito fulminante: en lo que va del año ha vendido 25 propiedades de más de 11.500 UF, unos 430 millones de pesos, conocidos como ticket alto. ¿El promedio en Chile? Un corredor vende una casa cada dos meses más o menos, es decir unas 6 anuales. O 4 veces más lento que Segovia.

De hecho, en RE/MAX, por volumen de ventas, Segovia ha sido el número uno desde enero en Chile, entre otros 750 agentes. También figura en el top 100, del ranking mundial de esta empresa, en el que hay más de 130.000 agentes en total.

Por ello será premiado en Las Vegas con el título de Titán de ventas. "Yo vengo de no saber nada de esto. Acá hay que entender que eres un negocio. Tener disciplina, hacer las cosas que otras personas han hecho y han tenido éxito, hacer las llamadas, seguimientos. Todo eso".

¿Cuál es su enfoque principal cuando trata con un cliente?

"Mira, ahí es clave conversar con ellos, pero enfocarse en entender más sus necesidades para definir una estrategia. No todos tienen las mismas necesidades. Ahí es donde importa saber por qué está comprando o vendiendo el cliente, para así defi-

Segovia suele invitar a sus clientes a un café.

nir las prioridades y determinar si debo presionar ahora o esperar un rato. Saber si está listo para comprar o no. Ahí está la clave".

Hay que fijarse en todo, entonces.

"No lo veo como una fórmula estandarizada porque varía según el tipo de cliente. Por ejemplo, el cliente que está súper apurado puede ser porque su hijo empieza el colegio el mes que viene, o en tres meses, o porque tiene que entregar el arriendo donde vive a fin de año. Ahí uno entiende que debe moverse rápido. También hay clientes que están más calmados, que no tienen urgencia pero quieren comprar. Con ellos, debemos tratar el proceso con más lentitud para que no se sientan presionados. Siempre, obviamente, con profesionalismo, educación, y el seguimiento que ellos requieran, además de mucha comunicación".

¿Qué pasa con los clientes que dicen no?

"En este negocio, de 10 llamadas puedes tener 3 sí, pero hay 7 no. Al que dice que sí, seguimos adelante

con el contrato, la negociación. Pero al que dijo que no, lo evitamos, no lo hacemos seguimiento. Eso es un error. Esos clientes que ahora son fríos pueden volverse tibios en el futuro. Yo programo volver a llamarlos en tres meses, invitarles a un café".

¿Podría compartir un ejemplo concreto de una venta rápida gracias a su sistema de seguimiento?

"He vendido propiedades en un día, sin ni siquiera tomarle foto bien. Tenía una compradora con la que ya me había reunido. Anoté muy bien lo que estaba buscando. Entonces, vimos un par de propiedades y me dijo que no. Busqué en los portales hasta que encontré una propiedad que coincidía con lo que ella quería y me dijo que sí le gustaba. Llamé al vendedor, me reuní con él, nos tomamos un café y él aceptó el precio que nosotros le sugerimos. Llevamos a la cliente a la visita y listo, la propiedad se vendió en 30 minutos, por así decirlo".

¿Le cuesta obtener respuestas concretas de los clientes sobre lo

que no les gusta de una propiedad?

"Sí, cuesta mucho, sobre todo cuando se trata de aspectos negativos. No suelen dar respuestas claras. Por ejemplo, te dicen no me gustaron las propiedades, y ahí me encargo de repreguntar hasta llegar al fondo del problema. Así voy afinando sus gustos, en lugar de simplemente aceptar la respuesta y mandarles otra propiedad al azar. Me detengo a entender sus preferencias para que cada nueva opción que les envío sea más acertada y haya menos propiedades que no les gusten".

¿Es difícil escudriñar en las respuestas de los clientes con propiedades de ticket alto?

"Sí, cuesta mucho. Incluso hay casos en los que ni siquiera te responden y caemos en un mar de incertidumbre. Entonces, ¿qué hago? Les vuelvo a escribir, pero no quiero ser spam, así que paso a la llamada y los invito a un café. Seguimos con nuevas visitas, y es ahí donde logro obtener una respuesta clara, cuando nos vemos en persona".

ELISA VERDEJO