

التسويق العقاري



مقدمة

- التقييم.
- التدريب.
- الرخصة.
- المتابعة.
- التسويق العقاري وبدايته (أعمال السمسرة).
- التسويق العقاري في مصر وخارجها (REALTORS).
- مفهوم التسويق العقاري.

المحاضرة الأولى

منظومة التسويق العقاري

- Agent (Broker).
- Sales.
- Mortgage agent.
- Buyer & Seller.

أنواع العقارات

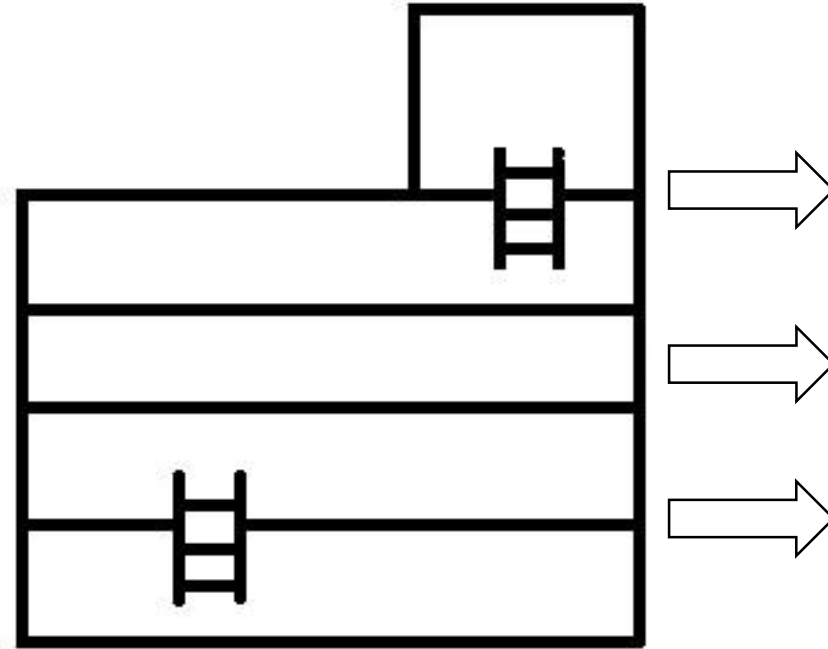
- السكنية.
- تجارية.
- إدارية.
- الصناعية.

مراحل عملية البيع



العقارات السكنية

- أرض.
- عمارة.
- شقة.
- دوبلكس.
- Pent house.



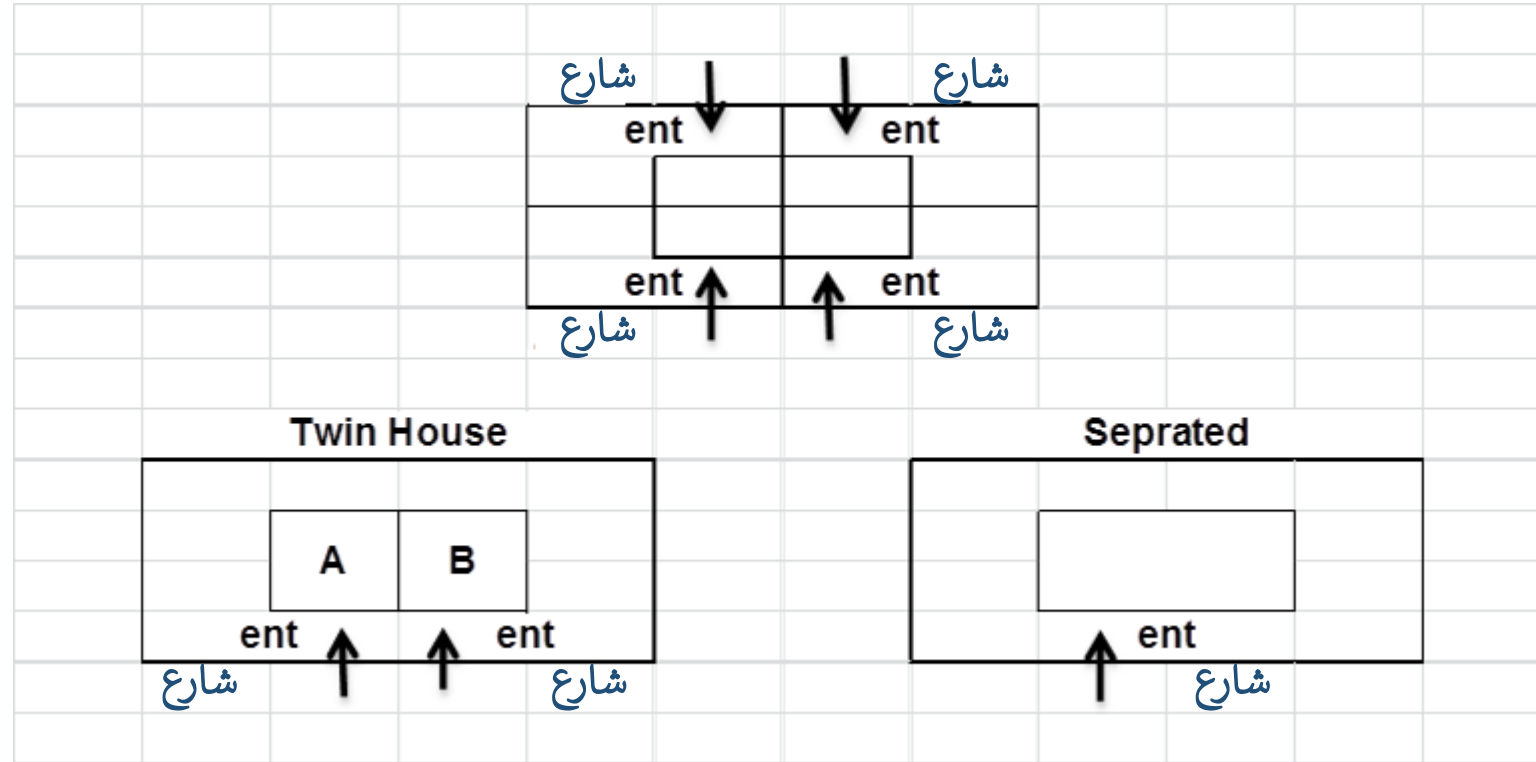
Pent house

Flat apartment

Duplex

العقارات السكنية

- فيلا.
- مستقلة (Separated).
- توين (Twin).
- تاون (Town).





Town House Garden

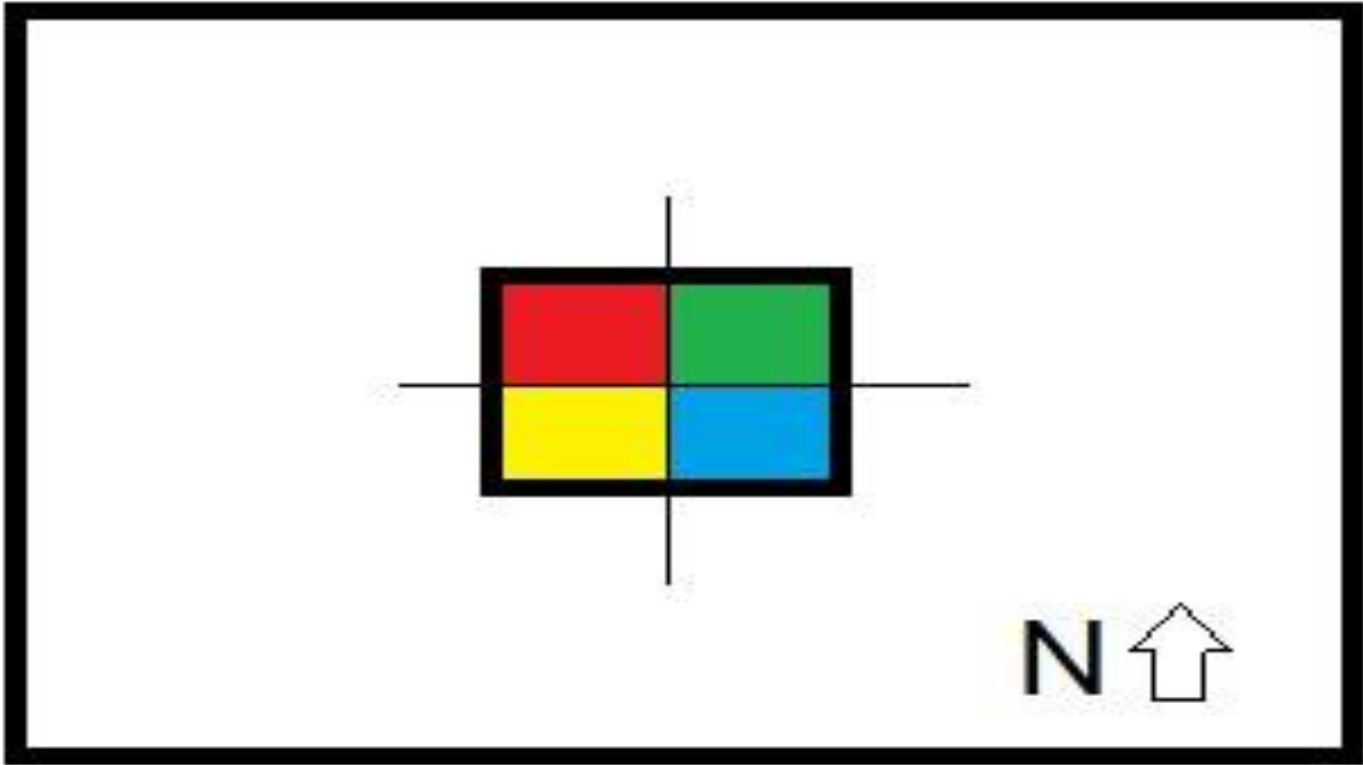
				B,C → middle				
A	B	C	D	A,D → Corner				
شارع								



المحاضرة الثانية

الاتجاهات

- اتجاهات الهواء: تأثيرها على تقييم العقارات وعلى قرارات الشراء والصعوبات التي تواجه رجل المبيعات أثناء الاتجاهات.
- Plans والتشطيبات.



أنواع التشطيبات الداخلية

م	الوصف	الحوائط	الأرضيات	الحمامات	المطابخ
1	بدون تشطيب	طوب أحمر	بدون	طوب أحمر	طوب أحمر
2	نصف تشطيب	على المحارة + مواسير وكهرباء بدون أسلاك	بدون	طوب أحمر	طوب أحمر
3	تشطيب كامل (سوبر لوكس)	دهانات	سيراميك	سيراميك	سيراميك
4	تشطيب كامل (سوبر لوكس)	دهانات	رخام – خشب	سيراميك	سيراميك

أنواع العقود

- عقد الاتفاق (عقد مع مالك – مُشتري).
- إيصال استلام عربون.
- عقد البيع الابتدائي.
- عقد بيع (حكم صحة توقيع).
- عقد بيع (حكم صحة ونفاذ).
- عقد بيع مسجل.
- عقد الإيجار (قانون جديد).

عقد الإيجار (القانون الجديد)

- محددات العقد
- ملاحظات عند كتابة العقد

العمولات

- .NO Agreement... No Showing
- البيع للمالك أو للمُشتري.
- الإيجار للمالك وللمستأجر.
- الإيجار المفروش للمالك وللمُستأجر.

التقييم العقاري

1. البُيوع المثليلة.
2. طريقة الرأسمالية.
3. حساب التكلفة.

البُيوع المثيلة

مقارنة أسعار الشقق المثيلة بنفس المنطقة، والواقع بها العقار المُراد تقسيمه.

طريقة الرأس مالية

يتم تقييم العقار عن طريق معرفة مقدار الدخل الناتج من هذا العقار وتختلف قيمة (نسبة الدخل) على حساب العقار (تجاري – سكني).

طريقة حساب التكلفة

- تقييم الأرض – توفير الناتج.
- القيمة في حالة عدم الهدم.
- القيمة في حالة الهدم.

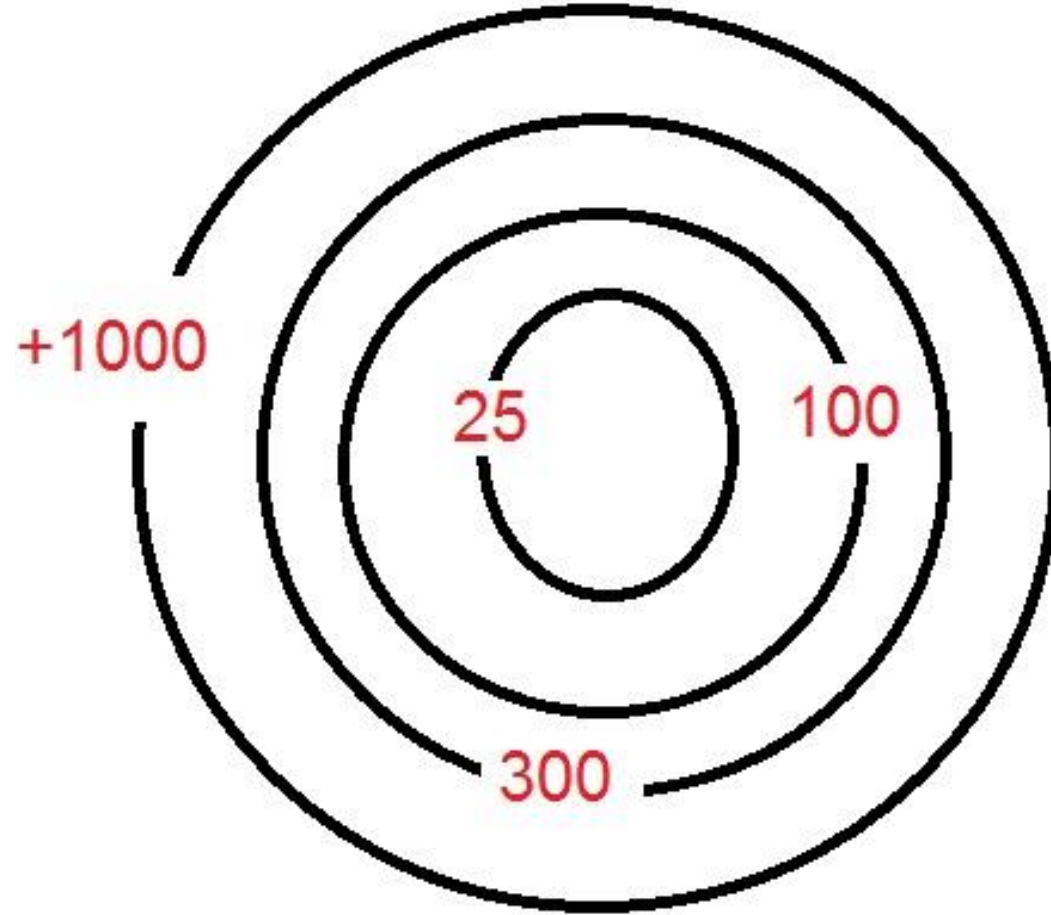
المحاضرة الثالثة

Database

- تُعتبر قائمة العملاء كمحرك السيارة التي تتجه بها إلى أي هدف تريده.
- هل مُحرك سيارتك دائماً لا يحتاج منك إلى الصيانة الدورية أو الوقود المناسب للحفاظ عليه أو الوصول إلى الهدف؟
- نعم تحتاج الداتا إلى الصيانة الدورية وهي الحصول على Lead أي الاتصال الدائم بالعملاء.
- نعم الوقود هو العملاء الجيدون التي تزود بهم مُحرك عملك.

تصنيف الداتا

- حسب الغرض من الشراء.
- حسب القوة الشرائية.
- أنواع الـ DATA.
- كلما زاد عملاء A+ في قائمة الداتا زادت قوة محركك لتصل إلى هدفك.
- تذكر دائما السؤال على Referral.





- إجراء مكالمات (عملاء) – (جُدد – قُدامى) – (Lead Generation).
- إجراء مواعيد (مُلاك – مُشترين).
- تسويق شخصي.
- التواصل مع الوسطاء العقاريين.
- تنمية وتطوير نفسي.
- متابعة ال Social Media وال E-Mails.

الجدول اليومي

Add 10	New people	Per day
Call 10	Prospective people	Per day
Follow-up with 10	Clients	Per day
Preview 10	Properties	Per week



- اسأل عملائك من Referral فقط بعد وجود علاقة بينكم.
- نحن نرحب Referral.
- معظم عملائنا تأتي لنا بنسبة 50% من Referral.
- وذلك يدل على قوة سُمعتك.

تحليل الأداء اليومي

المكالمات	
المواعيد	
المنازل	
التحويلات (referral) من العملاء	

تذكر دائما الاعتزاز بنفسك وبشغلك وبشركتك
You are a great sales person



المحاضرة الرابعة

مراحل العملية البيعية

- مرحلة التعارف.
- التعريف بالشركة.
- الخدمات التي تقدمها شركتك.
- مناطق العمل.
- نوع العميل واحتياجاته.
- SELLER.
- BUYER.

Sellers Leads

- العقار أهم أم المشتري؟
- ما الذي يبحث عنه المالك؟
- ماذا يريد البائع من الوسيط العقاري.
- I HAVE هي الوسيلة الوحيدة التي يمكنك من وجود مشتريين أقوى.
- المعرفة الكاملة بمنطقة البيع.

كيف تحصل على العقار؟

- Data base.
- SMS – Emails.
- Business to business.
- Signs.
- Farming.
- FSBO.
- Social Media.

العقارات المميزة

- ما هي العقارات المميزة؟
- الشروط الواجب توافرها في العقار المُميز.

Buyers Leads

- دوافع الشراء.
- ما هي احتياجات المشتري؟
- عرض المشروعات المتاحة للعميل.
- إنهاء الصفقة.
- تذكر العميل دائماً أن 50% من مبيعاتك تحصل عليها من Referral.
- أنت لا تمتلك بضاعتك ولكن تمتلك معلومات عنها.
- معلوماتك عن السوق ستجعلك خيراً، والمُشتري يريد معرفة معلومات كثيرة عن السوق، ولذا دائماً يشتري من الخبراء.

تذكر أن

- Time = Money.
- Price Trends.
- Market Friends.
- List Price, market price.
- Set Appointment.



المحاضرة الخامسة

Scripts

- شخصية ال Broker.
- First Call.
- وضع أهداف المكالمات.
- الخروج بأفضل النتائج.
- المتابعة.
- حسن التعامل في المواقف الصعبة.
- توقع عدم إعجاب العميل بالعقار.
- طريقة الاستفسار.

مهارات التحدث مع العملاء

- الصبر.
- الإصغاء.
- الثقافة العامة ومعرفة أخبار السوق.
- التحدث بإيجابية.
- زد من عدد الوحدات المباعة لنفس العميل.
- ابق نفسك مشغولاً.
- لا تلقِ باللوم على أحد.
- انس المبيعات الفاشلة.

أنواع العملاء

- العميل الصامت.
- العميل الثثار.
- المُجادل والمُشكِّك.
- العصبي.
- كبير السن.



10 نقاط تجعلك تملك العميل

Business Plan

- Ambition (الطموح).
- .How can you build it and reach it
- تجنب أن تعمل بدون Target.



Seller	Buyer
Seller listing calls	Buyer listing calls
convention rate	convention rate
Seller listing appointments	Buyer listing appointments
convention rate	convention rate
Premium location units	Interested clients
convention rate	convention rate
Sold Properties	Sold Properties
Commission	Commission



المحاضرة السادسة (الأخيرة)

نصائح العمل

- Smart brokers ask smart questions.
- You must know when to stop.
- Educate your client and make him wonder.
- People buy for their own reasons not for the right reasons.
- How to raise their needs.



انصح العميل أن يشتري العقار الأكثر تميزاً وليس الأرخص.
قم بواجبك واترك البيت يبيع نفسه

معلومات حول السوق المصري

- تأثير الظروف الاقتصادية على السوق العقاري.
- العشوائية.
- التعاملات بين زملاء المهنة.
- دورة رأس المال والاستثمار.

الإعلانات

- عناصر الإعلان وطريقة صياغتها.
- خطط البيع والتسويق الجديدة ذات الطابع المبتكر.

كيف تصبح مسوق عقاري متميز

- Reputation (السُّمعة).
- Exclusivity (التفرد).
- Open Houses

شكراً لكم