



# **El Plan de Formación para Agentes Inmobiliarios (1ª Fase)**

**por Miguel A. Herrera**

A large, abstract graphic composed of overlapping, semi-transparent blue and grey geometric shapes, resembling a stylized architectural structure or a modern logo element.

**2014**



*La formación es una de las funciones que debe asumir todo broker inmobiliario, ya que proporciona los conocimientos necesarios a los nuevos agentes y los motiva para su trabajo diario.*

*La formación de agentes inmobiliarios es la aplicación de un conjunto de medidas y actividades cuya finalidad es proporcionarles los conocimientos y capacidades necesarias para llevar a cabo sus labores profesionales, así como una adecuación del comportamiento de los agentes a los objetivos de la agencia. A partir de ahí, aparecen dos categorías de formación:*

- 1. Formación de nuevos agentes.*
- 2. Formación de agentes con experiencia.*

## ¿Es necesaria la formación?

La venta en el mercado inmobiliario actual es una actividad que exige una gran profesionalidad. La época de agentes agresivos y con “muchísima labia” está quedando atrás. Actualmente el principal obstáculo está en poder atraer y convencer a los posibles clientes a través de una buena comunicación, a la vez que se le presta un servicio.

A mi entender la venta de servicios inmobiliarios es la venta más compleja y profesional que existe. Está totalmente alejada de la imagen de un agente inmobiliario agresivo y simpático.

El nuevo agente inmobiliario debe ser capaz de convencer a sus clientes de las ventajas diferenciales de sus servicios utilizando hábilmente la argumentación para ello. Además debe estar preparado para solucionar cualquier problema que

surja de una relación tan especial como lo es la compra-venta de una propiedad. Para finalizar debe lograr que el cliente relacione de manera positiva la imagen del agente con las cualidades del servicio que ofrece y el grado de utilidad de este.

Por lo tanto es vital que nuestros agentes estén en condiciones de identificar e interpretar la información y necesidades transmitidas por los clientes, para poder ofrecer la solución más favorable o un conjunto de soluciones alternativas.

La actividad inmobiliaria requiere que quien la lleve a cabo una aptitud para “dominar y dirigir la situación” que se crea con el contacto directo con clientes vendedores y/o compradores. Todo esto obliga a poseer conocimientos de técnicas de ventas inmobiliarias, sistemas de comercialización, política comercial de la agencia, conocimientos de marketing inmobiliario, situación del mercado y de la competencia, etc.

La importancia de los conocimientos profesionales que exige el mercado inmobiliario actual es consecuencia de su evolución y de la coyuntura económica actual producida por la crisis y por la competitividad creada por los nuevos actores que han entrado en escena. De ahí que la profesión de agente inmobiliario exija una formación específica. Si observamos a los buenos agentes inmobiliarios del momento podríamos afirmar que la mayoría de ellos son fruto de una buena formación combinada con su gran experiencia.



## Formación de nuevos agentes



Defino como nuevo agente –a efectos de su formación inicial en técnicas de ventas inmobiliarias- a la persona que inicia la actividad profesional de agente y se encuentra en uno de las dos situaciones siguientes:

1. Se incorpora por primera vez a la agencia a través de las acciones de reclutamiento y selección.
2. Procede de otro departamento de la agencia y se incorpora al equipo de ventas.

En los dos casos necesitan una formación inicial, como también la necesita alguien que proceda de otra empresa en la que ha actuado como agente y también haya recibido formación. Este último necesita que se le introduzca en el “cómo hacer” de nuestra agencia.

El broker tiene la misión de establecer el nivel de conocimientos y habilidades que el nuevo agente necesite adquirir y de determinar cómo se llevara a cabo el plan formativo. Para formar a estos nuevos agentes recomiendo un plan en dos fases:

1ª Fase: conocimientos teóricos (Formación Inicial)

2ª Fase: conocimientos prácticos (Formación de Campo)

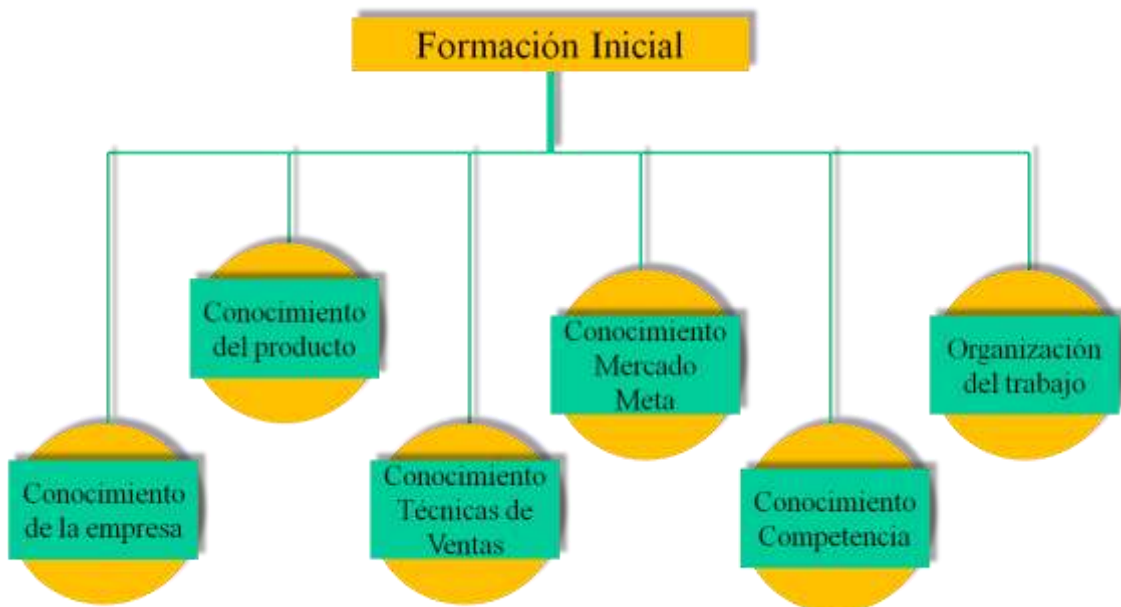
El tiempo que se dedica a la formación de nuevos agentes varía de una agencia a otra pero por lo general la urgencia domina el proceso formativo y muchas veces este es insuficiente. No olvidemos que el tiempo que el broker dedique a la formación se verá reflejado en la cuenta de resultados de la agencia. Lo recomendable es dedicar de dos a cuatro semanas a la formación inicial..

## Programa de Formación Inicial



No es posible ejercer con eficacia la actividad de agente inmobiliario sin poseer una serie de conocimientos que apoyen su actividad diaria. Antes de que el nuevo agente entre en contacto con el mercado es necesario que reciba estos conocimientos.

Las principales áreas de conocimientos que debe cubrir la formación inicial son las siguientes:



- Conocimiento de la empresa. En este apartado se estudiarán los siguientes temas:
  - Historia de la empresa: este tema tiene el fin de que el nuevo agente analice cual es la evolución de la agencia en el mercado inmobiliario y como ha vendido sus servicios.
  - Organigrama jerárquico: el agente debe tener claro quién es quién dentro de la agencia, las responsabilidades de cada persona y de quien depende él como agente.
  - Labores, misión exacta y objetivos del agente.
  - Objetivos globales de la agencia: los objetivos particulares del agente deben encuadrarse dentro de los objetivos generales de la agencia con el fin de que este perciba la importancia de su labor.



- Política comercial de la agencia: el agente debe conocer a qué tipo de clientes y zonas se dirige la empresa, política de honorarios, etc.
- Acciones de marketing. Como suponen una ayuda a la labor del agente, es muy interesante que este conozca con que herramientas de marketing cuenta para ello.
- Conocimiento del servicio y/o producto.
- Conocimiento de las técnicas de ventas. Aquí se estudiarán diferentes sistemas para desarrollar la acción de ventas en las siguientes fases:
  - La comunicación. La venta consiste básicamente en una aplicación de la venta persuasiva. El agente debe dominar como superar las dificultades que puedan surgir en cualquier relación interpersonal y poder aplicar técnicas para poder salvar los problemas. También debe ser diestro en otras formas de comunicación, tales como redacción de informes y las conversaciones telefónicas.
  - Prospección. Una agencia inmobiliaria depende en gran medida de la captación de nuevos clientes y esta es una de las partes más complicadas del proceso de ventas. Es por ello que hay que proporcionarle al agente de un sistema de búsqueda y gestión de prospectos.
  - Iniciación de la venta. Para obtener entrevistas con clientes y causar una primera impresión positiva se necesita una gran habilidad. La improvisación llevará al fracaso al nuevo agente.
  - La presentación. Formaremos al nuevo agente en cómo realizar las presentaciones de forma que resulten eficaces. Para ello le facilitaremos el aprendizaje de medios audiovisuales y la presentación del paquete de servicios.
  - Tratamiento de objeciones. En todo proceso de ventas aparecerán objeciones del tipo precio, tiempo, etc. En la formación el agente aprenderá a estar preparado para recibirlas y responder a ellas con las respuestas adecuadas.
  - Cierre de la venta. Enseñaremos al nuevo agente a solicitar del cliente un compromiso que haga que la venta llegue a buen fin.
- Conocimiento del mercado objetivo. Comprende el estudio del tipo de cliente con el vamos a trabajar: características, necesidad y motivación de venta y/o compra, etc. Cuanto más y mejor conozca el nuevo agente su mercado más posibilidades de éxito tendrá.
- Conocimiento de la competencia. Consiste en el estudio de los competidores y sus servicios y productos, métodos de venta, acciones de marketing, etc.
- Organización del trabajo. Una de las principales causas de fracaso de los nuevos agentes es no saber gestionar su tiempo. Para ello le mostraremos como planificar las acciones, jornada de trabajo, métodos de evaluación de la actividad, recogida y análisis de información de clientes, etc.



## Métodos más utilizados en la formación inicial

A la hora de impartir un Plan de Formación Inicial debemos asegurarnos que la participación del nuevo agente sea total. Por este motivo debemos tener en cuenta que existen métodos de enseñanza que no consiguen la total implicación de los asistentes y otros que sí. Las charlas son un ejemplo de enseñanza no muy válido.

Para conseguir la máxima atención y aprendizaje debemos utilizar ayudas que faciliten la participación de los nuevos agentes. Las más usadas son las siguientes:

- Papelográficos.
- Vídeos y presentaciones digitales.
- Estudios de casos típicos.
- Debate en grupos.
- Rol Play.

El Rol Play, también conocido por “Teatro de Ventas”, es uno de los métodos más innovadores en la formación de ventas. Consiste en la interacción de dos personas que representan una situación de venta previamente pactada. Pese a su efectividad es una aplicación que debe ser manejada por profesionales de la formación ya que su inadecuada utilización puede producir demasiada tensión entre los participantes y convertir la situación en demasiado irreal

---

Gracias por leer y tener en cuenta este documento.  
Ha sido creado con el fin de ayudarte en tu crecimiento profesional y personal.



MAHSTEAM system es una Consultora de Formación independiente,  
no ligada a ninguna marca comercial u organización empresarial.