

Reclutamiento Agentes Inmobiliarios



Miguel A. Herrera
Consultor Formación y Reclutamiento
Director de Expansión de RUSTICA Internacional

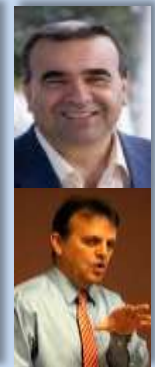
Modelo U.S.A.

“...No podemos sin embargo ver al agente como un subordinado del broker sino que se trata de una especialización en la que el broker tiene un papel administrativo, técnico y legal, y el agente asume las tareas de perfil comercial...”

“... El papel de los agentes y sus labores comerciales están adquiriendo una importancia progresiva , frente al más técnico de los brokers...”



Fuente: Pag. 25 de SOLD. La profesión inmobiliaria en USA
Autores: Dionisio Escarabajal Asensio y Fernando García Erviti



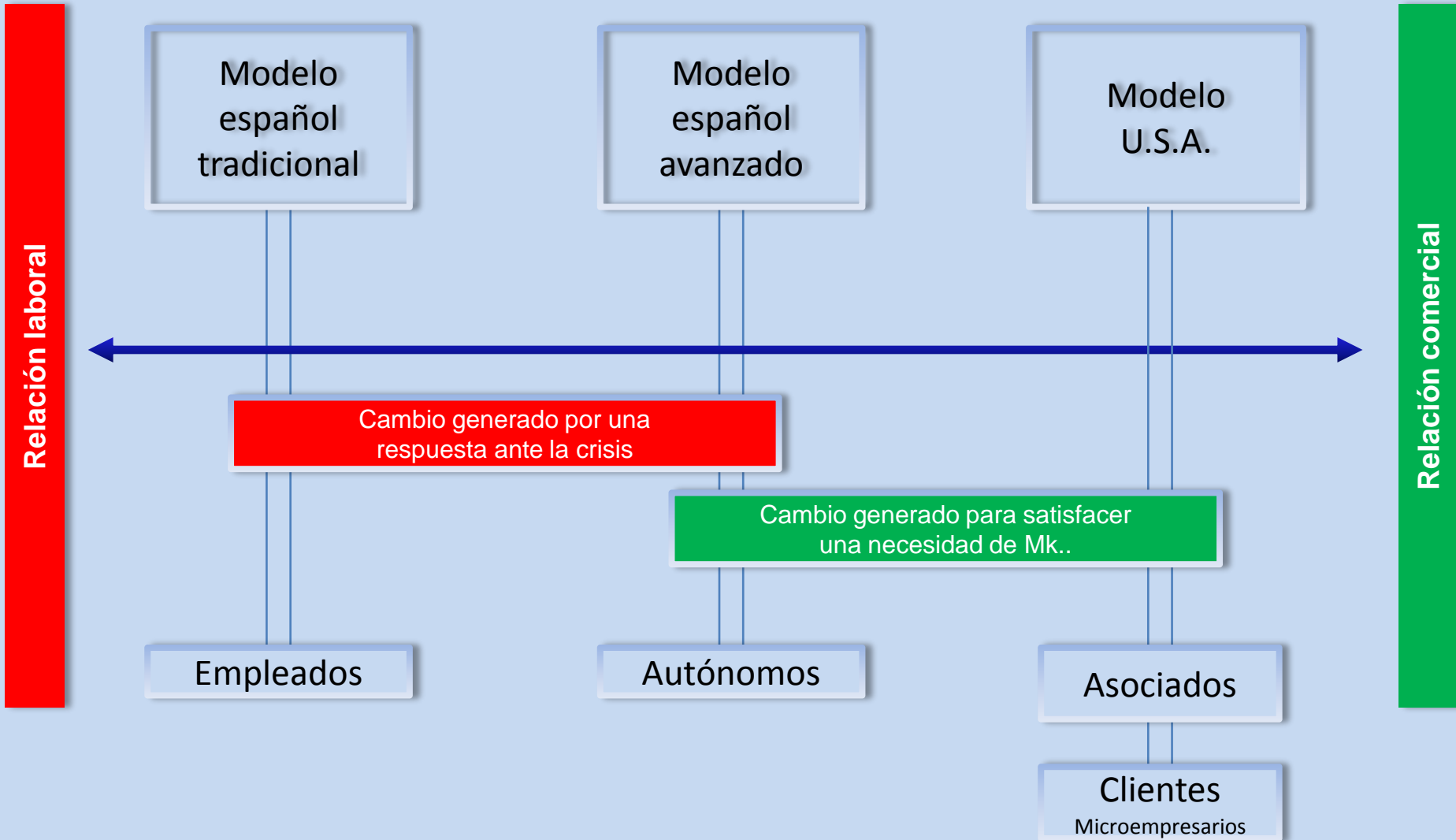
Modelo español

“...por lo general el agente asume parte de las tareas comerciales pero suele ser el broker o director de la agencia el que finaliza la operación, disminuyendo así el protagonismo y la responsabilidad del agente en la operación inmobiliaria...”

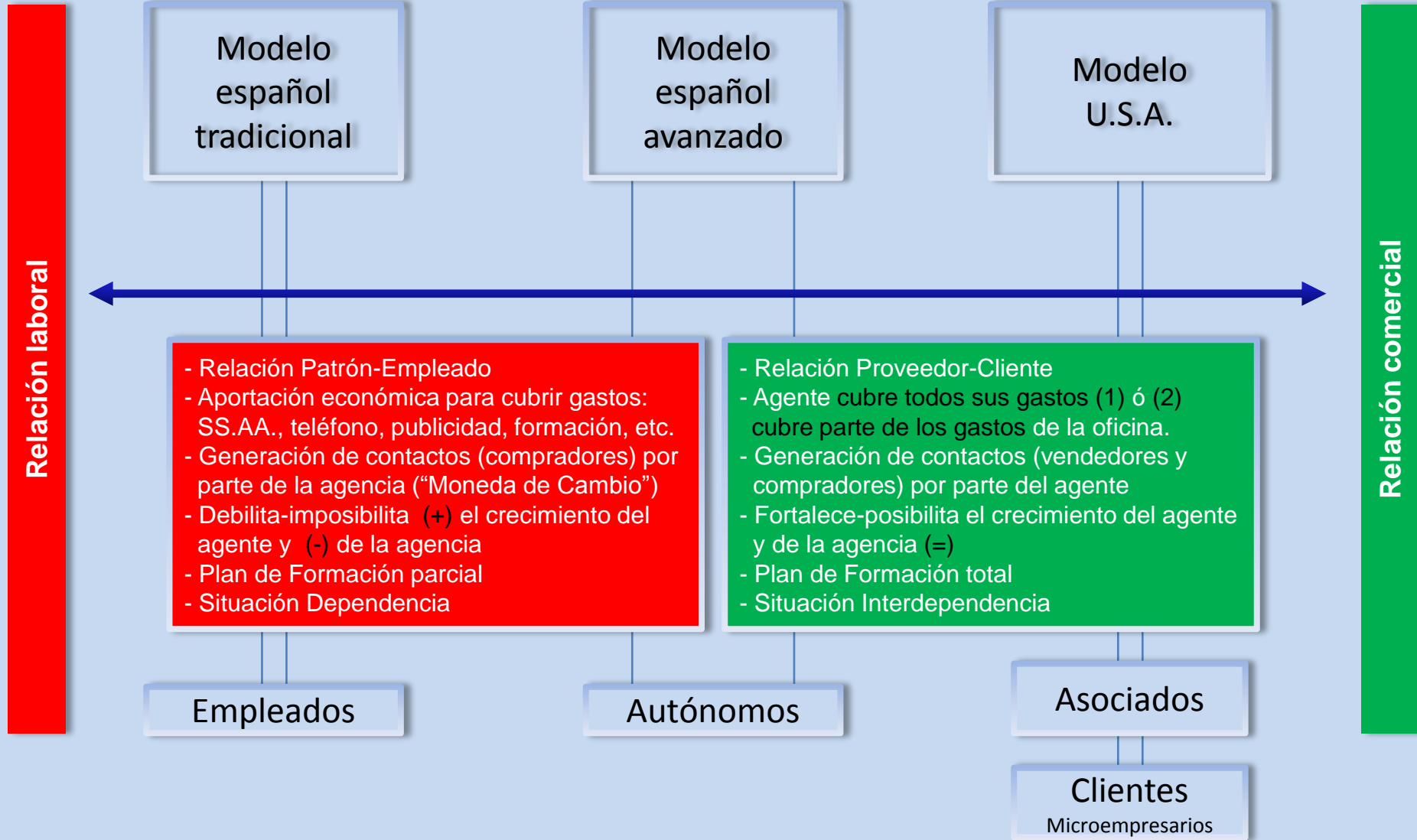


Miguel A. Herrera

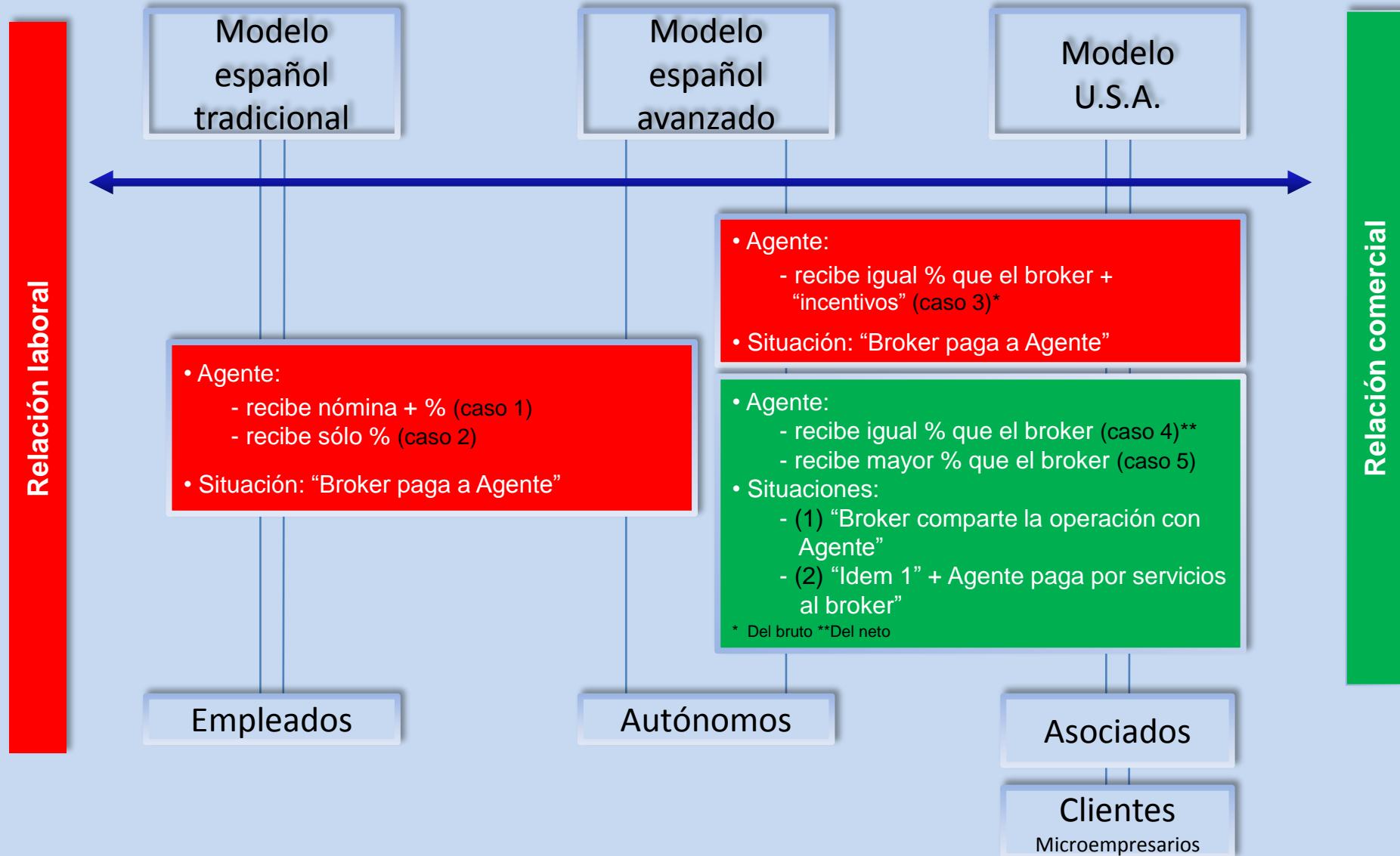
Modelo español VS. modelo U.S.A.



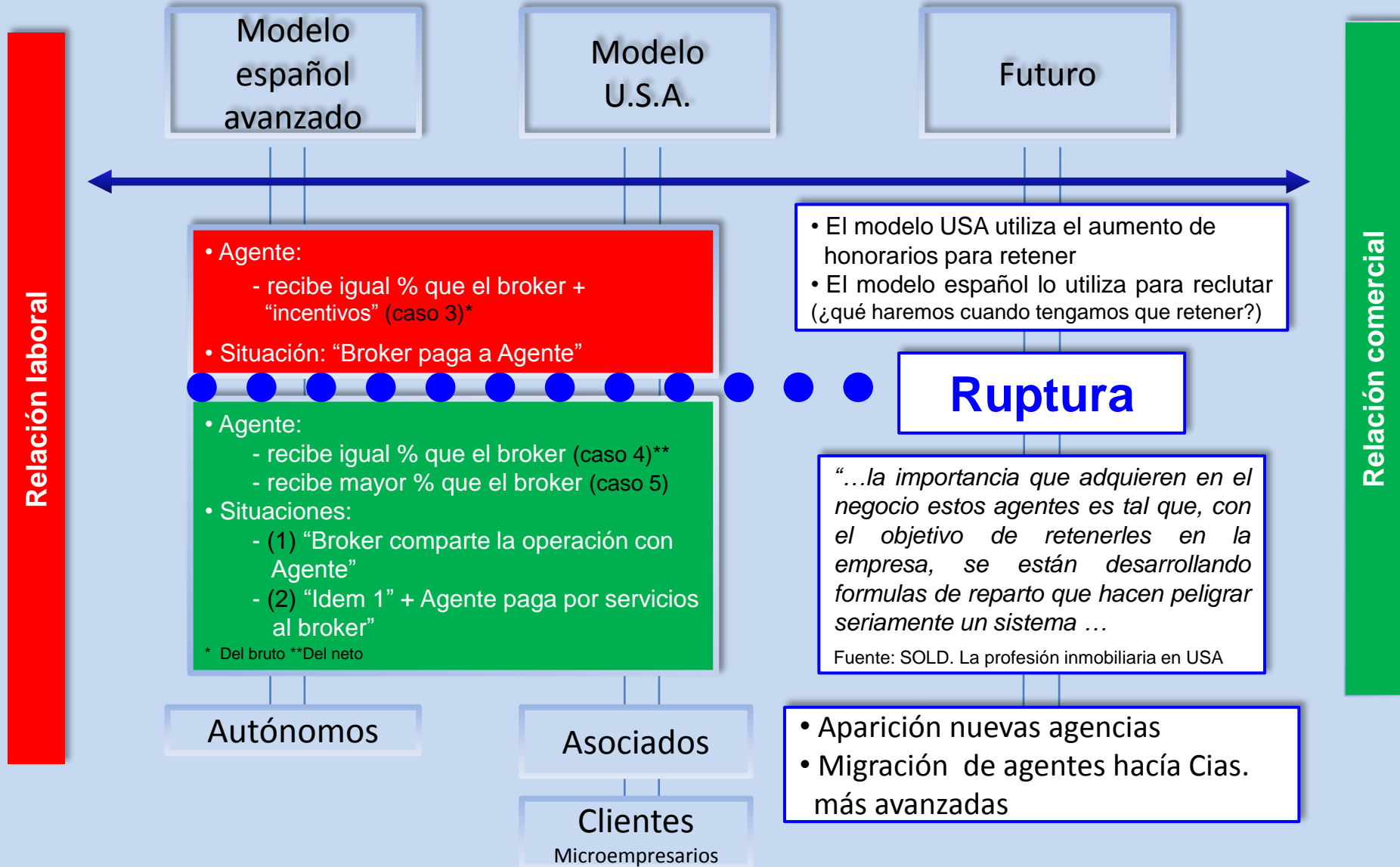
Modelos de Retención



Modelos de Retribución



Modelos de Retribución



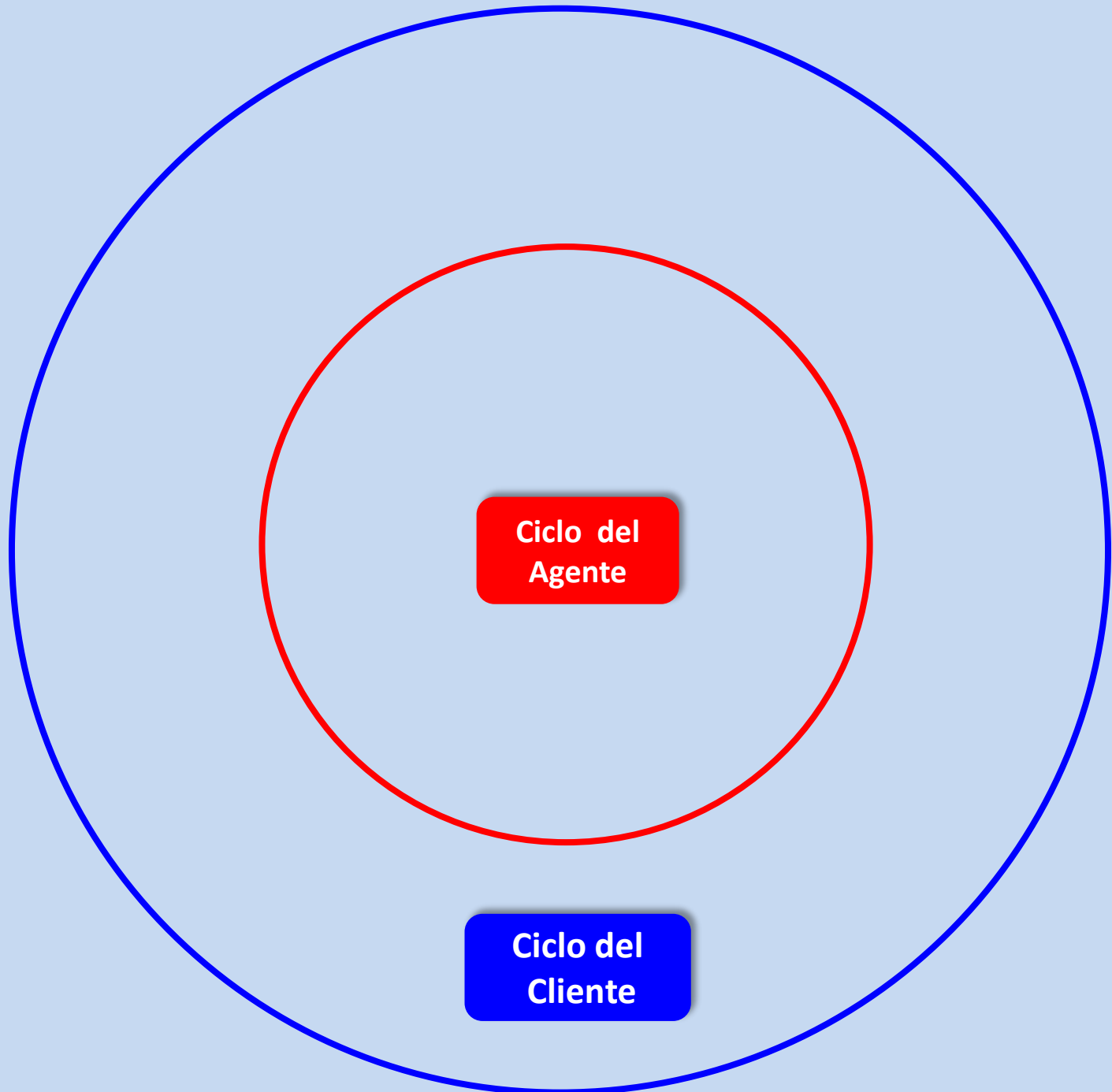


Fracasando en el reclutamiento de Agentes Inmobiliarios en esta nueva situación de mercado



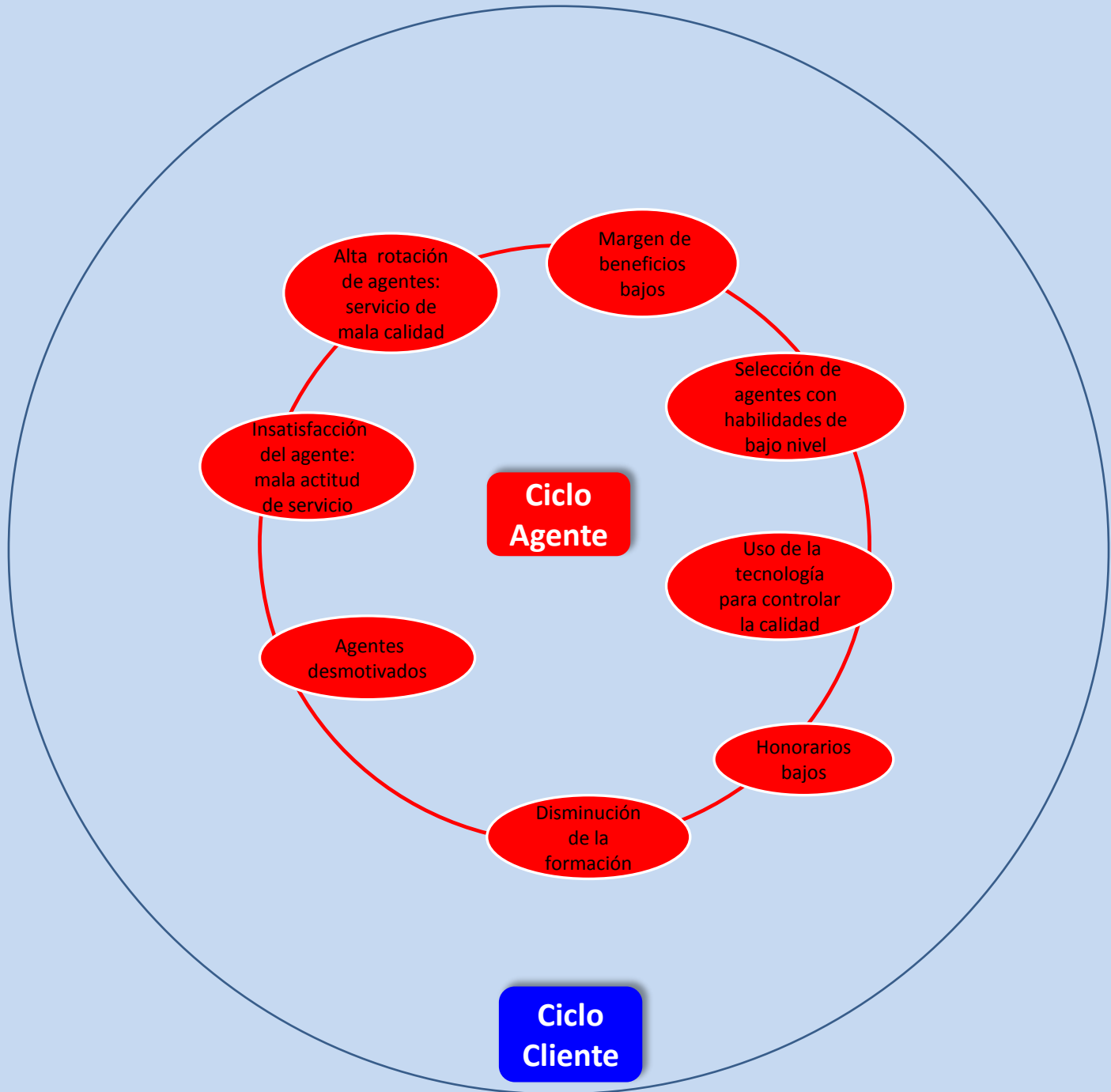
Escenario y protagonistas

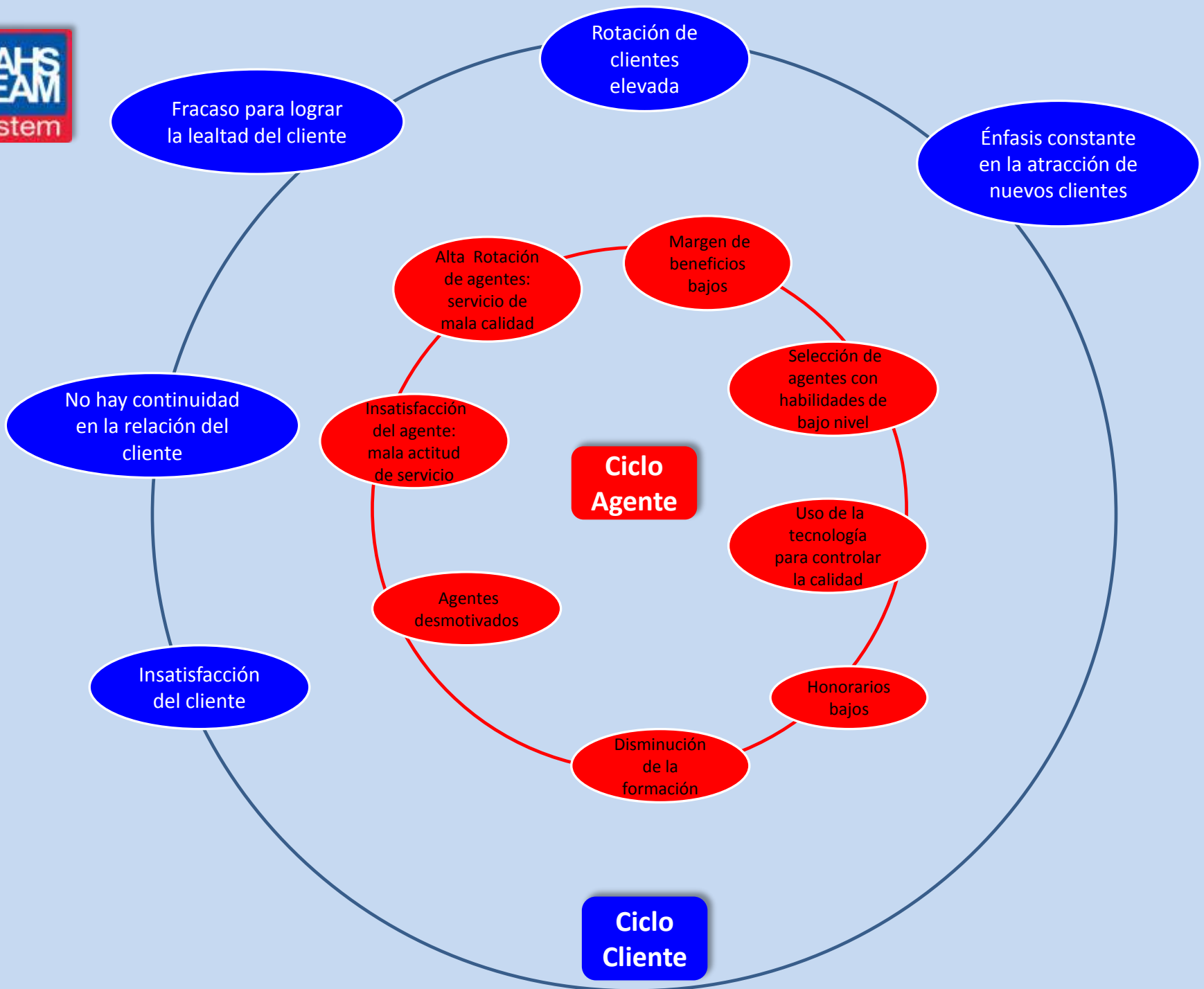
- Entorno: el mercado actual
- Escenario: la agencia inmobiliaria
- Protagonistas: Cliente, Agente y Broker.
- Dos situaciones paralelas: la del Cliente y la del Agente
- Tres víctimas: el Cliente, el Agente y el Broker
- Un culpable: el Broker



**Ciclo del
Agente**

**Ciclo del
Cliente**







Conclusiones

Comenzamos fracasando con ideas como:

- *“Hoy en día no se consiguen personas serias.”*
- *“Es difícil conseguir buenos agentes”*
- *“La gente no quiere trabajar”*
- *“Es muy costoso económicamente tener buenos agentes, ya que tendría que subir los honorarios y ganar menos”*
- *“No vale la pena formarlos ya que dejan la agencia muy rápidamente”*
- *“Los altos niveles de rotación son inevitables en nuestro negocio. Tenemos que vivir con eso”.*

Conclusiones

Fracasaremos en el reclutamiento cuando:

- Diseñemos un perfil de agente demasiado bajo (“*admitamos de todo*”) para incluir niveles de poca habilidad.
- Hagamos más énfasis en las reglas que en los servicios.
- Usemos principalmente la tecnología para mayormente controlar a los agentes y menos para mantener-mejorar la calidad del servicio.



Conclusiones

- Confundamos el termino “autónomo” con “bajo coste salarial” porque:
 1. Realizaremos un esfuerzo mínimo en la selección y formación de los agentes.
 2. Obtendremos agentes insatisfechos y desmotivados sin la habilidad ni capacidad para responder a los problemas del cliente y con una mala actitud de servicio.
 3. Pondremos a nuestros clientes en manos de agentes hostiles hacia ellos y hasta desleales a la agencia.

Conclusiones

- No tengamos en cuenta variables sobre el costo como:
 - El costo de hacer selección, reclutamiento y formación continua (que representa tanto un costo de tiempo como un costo económico).
 - La baja productividad de los nuevos agentes sin experiencia.
 - Los costes en los que se incurren a tener que atraer constantemente nuevos clientes (lo cual exige mucha publicidad)
 - La interrupción en el servicio.
 - Perdida de agentes expertos en el negocio



Conclusiones

- No tengamos en cuenta variables sobre los ingresos como:
 - Los ingresos futuros que se podrían obtener durante los próximos años, pero que se pierden cuando los clientes insatisfechos se “llevan” sus negocios a otra agencia.
 - La posible perdida de ingresos debido a los clientes potenciales que desertan por comunicaciones “*boca a oreja*” negativas.
 - Valor de nuevas ideas de servicios aportadas con agentes comprometidos con el éxito de la agencia.



Conclusiones

Con este tipo de agentes ocurrirá que:

- La rotación-insatisfacción-deslealtad de nuestros clientes será directamente proporcional a la rotación-desmotivación de los agentes.
- Por lo general tan sólo quedaran satisfechos aquellos clientes que hayan conseguido vender o comprar, los restantes...
- La cantidad y el nivel de exclusivas es pobre.



Conclusiones

Antes de reclutar plantéate estas preguntas:

- ¿Por qué quiero reclutar agentes autónomos? ¿Qué cantidad y en qué plazo de tiempo? ¿Qué funciones quiero que desempeñen?
- ¿Cómo es el perfil del agente que deseo para mi agencia?
- ¿Cómo lograr agentes que los agentes sean más proactivos y productivos?
- ¿Cómo lograr que los agentes fidelicen a los clientes de la agencia?
- ¿Cómo adaptar un modelo cercano al norteamericano de agentes en mi agencia?
- ¿Cómo y dónde conseguir agentes para implantar un sistema avanzado?
- ¿Qué tipo de formación deben recibir y quien debe impartirla?
- ¿Por qué cuesta tanto reclutar, retener y consolidar este nuevo tipo de agentes?
- ¿Cuál es el mejor sistema de retribución para ellos?
- ¿Cómo me ayudará el reclutamiento a solucionar mis problemas en la captación de Multiexclusivas y bajada de honorarios? ¿Y cómo a reducir mi inversión publicitaria y a incrementar mi margen de beneficio?
- ¿Cómo dirigir a un equipo de agentes de este tipo?



Que hacer

Para empezar:

- Identificar el n^o de agentes que puedes dirigir.
- Establecer un “nivel mínimo” de perfil profesional.
- Diseñar una “Propuesta de Valor” acorde a la Visión y Misión de tu empresa.
- Identificar las fuentes de candidatos.
- Prepararte para vender tu proyecto: tiempo, valores, formación, herramientas y objetivos.
- Se proactivo. Sal a buscar a las personas interesantes para tu proyecto.
- Por último prepárate a aprender a base de fracasos. Cuanto antes y más veces los sufras e identifiques el por qué, antes llegarás al éxito.

*La afirmación de “las personas son su bien más importante” es errónea.
Las personas correctas son su bien más importante.*



Jim Collins
Gurú norteamericano de RR.HH

Gracias por la atención Espero haber sido de ayuda

Más sobre reclutamiento a
mahsteam@gmail.com

Estaré encantado de atender vuestras dudas y comentarios

Más info sobre mi en
www.mahsteamsystem.info