

ZARZĄDZANIE EMOCJAMI W ROLI AGENTA NIERUCHOMOŚCI





Dawid Marecki

Trener merytoryczny i narzędziowy, konsultant m.in. w zakresach: rekrutacji, szkoleń wewnętrznych, budowania zespołów sprzedażowych, tworzenia kultury organizacyjnej, systemów motywacyjnych oraz procesów obsługi klientów. Autor szkoleń z zakresu negocjacji, sprzedaży i zarządzania. Stosuje autorską metodę łączącą m.in. obszary analizy transakcyjnej, nowoczesnej sprzedaży, psychologii oraz technik budowania zawodowych ról. Członek *think tanku* Biznes 4.0 Izby Gospodarczej Europy Środkowej. Twórca projektu IMDM – efektywne praktyki szkoleniowe.

Przychodzi agent nieruchomości do psychiatry:

- Co Panu jest?
- Chyba mam nerwicę natręctw związaną z liczeniem.
- Hm... a konkretnie?
- Godzinami czytam prywatne ogłoszenia o sprzedaży, a potem nie potrafię zadzwonić do właściciela.
- Nie rozumiem. Dlaczego po prostu Pan nie zadzwoni?
- Ciągle liczę te wykrzykniki w zdaniu: „Nie współpracuję z cholernymi biurami!!!!!!!!!!!!!!”.

Chyba każdy z nas trafił na ogłoszeniowe perłki, w których właściciel mieszkania na sprzedaż w dość emocjonalny sposób wyraża swój stosunek do agentów czy biur nieruchomości. Niektóre z tych ogłoszeń bywają nawet zabawne, w przeciwieństwie do powyższej historii, bo doskonale zdajemy sobie sprawę, że nasz kolega wcale nie ma problemu z liczeniem... Na potrzeby artykułu nazwijmy go Zenkiem.

PROLOG – HISTORIA ZENKA

Zenek trafił do branży, bo „zawsze interesowały go nieruchomości”. To wystarczyło, aby menedżer

„dał mu szansę”. Menedżer zmagął się z „problemem rotacji”, więc roztoczył przed Zenkiem świetlaną przyszłość, rysując na kartce słoneczko, apartament za 6 mln, uśmiechniętych klientów i przyszły formularz PIT Zenka, z którego wynikało, że wkrótce będzie w 2 progu podatkowym. Jednocześnie zapomniał wspomnieć, że będzie to wymagało wysiłku, determinacji i czasu. Żeby nie było, że menedżer taki zły, to nadmienimy, że nie zapomniał zapytać Zenka: „Gdzie się Pan widzi za 5 lat?”. Zenek odpowiedział: „Eee... chciałbym w tej firmie”. No to drodzy Państwo, umówmy się: musiał chłopaka przyjąć...



AKT I – WSZYSCY SIĘ CIESZĄ

Szkolenie było świetne. Zenek nie wszystko zrozumiał, ale wiadomo: wyjdzie w praniu. Wiedział jedno: będzie dla klientów najlepszym agentem nieruchomości pod słońcem. Poważnie. Zenek był pogodnym, uczciwym i zaangażowanym facetem i szczerze chciał wnieść „jakość na rynek”, bo przecież: „Twoje dochody Zenek rosną wprost proporcjonalnie do jakości, jaką wnosisz dla klientów” – tak mówił menedżer na szkoleniu, a poza tym tak pisał jakiś Brian Tracy czy coś... Zenek nie mógł się już doczekać, aby działać, opowiadał o tym z przejęciem swojej żonie, która bardzo w niego wierzyła i kibicowała mu.

AKT II – REALITY BITES

Zenek najpierw zauważył, że zamiast słoneczka zwykle leje, a apartament za 6 mln to najczęściej 2 pokoje do remontu w wielkiej płycie. Potem dotarło do niego, że w kraju nad Wisłą mało kto chce, aby jego dzieci były agentami nieruchomości. Dziwne, ale klienci zamiast się uśmiechać, byli w stosunku do niego nieufni, okłamywali go i traktowali z wyższością oraz roszczeniowo. Pociuszające było natomiast to, że – jak zauważył Zenek – wszyscy oni byli przekonani, że Zenek nie robi i zarabia krocie – zatem z tym PIT-em to może jednak będzie prawda...

AKT III – MASZERUJ ALBO GIŃ

„Przecież napisałem, że nie współpracuję z biurami! Nie podpisuję umów! Umowa przy kliencie! Ile??? Taka wysoka prowizja?! Nie płacę prowizji! Dolicz sobie do ceny!” – Zenek miał wrażenie, że klienci nie mówią nic innego. Czasami nawet słyszał ich głosy swojej głowie, zanim wykonał telefon lub przed spotkaniem. Ale wytrwałość i determinacja Zenka przyniosły efekt. Doprowadził do pierwszej transakcji. Tuż przed wyjściem do notariusza odebrał telefon: „Albo zejście z prowizji, albo ja nie sprzedaję!” – usłyszał. Kiedy 2 godziny później wychodził z kancelarii, widział uśmiechniętego sprzedającego, uśmiechniętego kupującego, uśmiechniętego reagenta... Cóż, Zenek też się uśmiechnął. Przecież nie wypadło inaczej. Zastanawiał się tylko, jak wyjaśnić, że zarobi jednak 1000 zł mniej...

EPILOG – CZEKAJĄC NA FART

Zenek jakoś przeżył i póki co wciąż jest agentem. Wielu innych odeszło, ale on nie. Czuje, że stać go na więcej niż pierwszy próg podatkowy. Często ma wrażenie, że ludzie po prostu nie zasługują na jego uczciwość i zaangażowanie. Bywa, że z zazdrością patrzy na kolegę, który ma wiele transakcji i jakiś dziwny taki, wyluzowany. Pewnie ma szczęście. On ma zaś pecha i przyciąga prawie samych „kosmitów”. Musi namawiać, prosić się lub okłamywać klientów i czuje się z tym źle. Przynosi pracę do domu. Zamiast bawić się z dzieckiem i spędzać czas z żoną i przyjaciółmi, do późna siedzi w „systemie”, albo szuka ogłoszeń. Bywa, że w sobotę jest szczególnie podminowany, bo... jeszcze zaledwie niedziela i znowu ci straszni klienci. Czuje się wyłączony z życia i boli go głowa. Czasami kłóci się o pieniądze z żoną, która mówi, żeby znalazł sobie lepszą pracę. Mało spraw cieszy Zenka. Czeka na „transakcję życia”. Wtedy niespodziewanie dzwoni jego ulubiony klient z polecenia, dla którego Zenek szuka apartamentu. Klient mówi mu, że trafił na świetne ogłoszenie. Bardzo prosi Zenka, żeby przyjął dla niego to mieszkanie, bo: „Nie chcę kupować samodzielnie, tylko z Panem,

panie Zenku kochany”. Rozpromieniony Zenek klika w podestany link, licząc w myślach, ile zarobi, a tam w ogłoszeniu napisane **boldem „POŚREDNICY, NIE DZWONIĆ”** i dłuuuugi ciąg wykrzykników, które Zenek zaczyna w osłupieniu liczyć...

EJ, TO NIE O MNIE!

Z pewnością masz rację. Przecież Zenek jest tylko wymyśloną historią, aby zniechęcić ludzi do bycia agentami nieruchomości :). A tak na poważnie, historia Zenka to zaledwie ułamek kilkuset innych historii, które usłyszałem od agentów nieruchomości. Dodam, że wielu z nich to obecnie najlepiej zarabiający agenci w Polsce, choć początki były mocno „zenkowe”. Chcę też uczciwie powiedzieć, że jako agent przeżywałem podobne do Zenka rozterki. „Zenkizm” dotyka również menedżerów i szefów. Różnica jest tylko taka, że ich klientami są... agenci. Znakomitą większość tych ludzi łączy kilka wspólnych cech:

- Są ambitni, ale z czasem pod wpływem trudności wybierają bezpieczną przeciętność.
- Są uczciwi, ale rozczarowani postawą klientów zaczynają kłamać.
- Są pracowici, ale mają skłonność do poświęcania się.
- Są zdeterminowani i wytrwali, ale z czasem wpadają w pętlę kryzysów odpowiedzialności.
- Bywają perfekcjonistami i trudno znoszą porażki.
- Są odważni i otwarci, ale po jakimś czasie boją się reakcji klientów.
- Są gotowi uczyć się i rozwijać, boją się jednak oceny.
- Lubią i akceptują siebie, ale z czasem uwierzyli klientom, że wcale nie są „fajni”.
- Lubią i akceptują klientów, ale z czasem uwierzyli, że klienci nie są „fajni”.

Być może teraz, jeżeli asertywnie podszedłeś do tematu, odnalazłeś kawałek siebie.

NIEOPŁACALNE EMOCJE CIĘ KOSZTUJĄ

Kosztują Cię pieniądze. Możesz znać świetne techniki sprzedażowe i negocjacyjne, możesz je nawet potrafić zastosować w praktyce, bo je wytrenowałeś. Ale jeśli pozwolisz sobie na nieasertywne emocje podczas spotkania, to równie dobrze możesz rzucić monetą, czy techniką, którą stosujesz, zadziała. Jak zareaguje ciało Zenka, gdy usłyszysz od klienta (załóżmy, że to dwumetrowy, groźny misio) takie słowa: „Inni agenci zaczynali od tak wysokich prowizji, że z miejsca zrzucałem ich ze schodów! Więc lepiej mnie Pan nie prowokuj!”. Powiem Ci, co zrobi Zenek. Zenek się przestraszy, a w najlepszym wypadku poczuje się niekomfortowo. Ponieważ Zenek to zgodny, kulturalny facet, który nie operuje na co dzień takimi narzędziami jak groźba. Inna kultura. Zenek zacznie się więc tłumaczyć, uspokajać klienta i być może od razu powie: „1 procent”, aby mieć trudne spotkanie za sobą. A po spotkaniu, jak opadną emocje, pomyśli: „Kurczę, mogłem przecież powiedzieć... dlaczego zawsze po czasie wiem, co powiedzieć?”.

Tak na marginesie, jak myślisz, jaka jest szansa, że następnym razem Zenek się nie zestresuje i będzie wiedział, „co” i przede wszystkim „jak” powiedzieć?

NO DOBRA, TO CO MAM POWIEDZIEĆ?

Zaczekaj. Ty? Ty nic. To Twój agent, którego zatrudniasz, aby zarabiał Ci pieniądze, ma coś powiedzieć. Cokolwiek mówi klient, nie mówi do Ciebie. Mówi do agenta. Spotykasz się z odmową, niesprawiedliwą oceną? Pomimo że jesteś uczciwym profesjonalistą, znasz się na pośrednictwie, klienci wrzucają Cię do worka razem z amatorami i kłamczuchami, którzy nie powinni nawet koprem handlować? Nie bierz tego do siebie jako do człowieka.

COKOLWIEK MÓWI KLIENT — NIE BIERZ TEGO DO SIEBIE. TO TYLKO HANDLOWE GRY.

Zrozum, to tylko handlowe gry. Ty jesteś w roli agenta, a on w roli klienta. Gra się toczy. Zenek nie ma świadomości swojej roli, więc nieasertywnie ulega emocjom. Boi się, stresuje, przejmuję, cieszy, lubi, nie lubi itd. Co innego Zen...

ZEN — CZYLI AGENT ZENKA

Zenek stworzył Zena, aby ten osiągał dla niego cele w roli agenta. Zenek nie chce udawać kogoś, kim nie jest, zbudował więc zawodową rolę na solidnych fundamentach, czyli swoich wartościach jako człowieka – dlatego Zenek nikogo nie udaje, ani nie gra. Wyposażył za to swojego agenta w te elementy swojej tożsamości, które pomogą zarabiać, m.in. w odwagę i poczucie humoru. Zenek jako człowiek paru rzeczy się boi, w tym: kulturystów, wysokich schodów i wykrzykników. Nie wyposażył zatem Zena w strach. Gdy klient mówi, że wszyscy agenci to złodzieje, to Zenek czuje się oceniony i zaczyna się tłumaczyć. Być może chodzi struty cały dzień i przynosi ten smutek po pracy do domu. Ale Zen już nie. Zen nie przejmuję się ocenami, opiniami, odmowami – analizuje je na chłodno i z dystansem. Dzięki temu Zenek ponosi znacznie mniejsze koszty emocjonalne w pracy, jest skuteczniejszy i rzadziej ma kryzysy odpowiedzialności (to wtedy, jak czujesz się wypalony i chcesz się wyprowadzić w Bieszczady). Przede wszystkim zaś Zen zarabia dla Zenka stabilnie i znacznie więcej niż 80% agentów w jego mieście.

ORGANIZM (PRAWIE ZAWSZE) UPOMNI SIĘ O SVOJE

Zen nie okłamuje klientów. Zauważ, że wykrywacze kłamstw mierzą w organizmie człowieka

anomalie, czyli **nienaturalne stany**. W grze handlowej, np. podczas negocjacji, strony nawzajem ukrywają przed sobą pewne fakty. To naturalne. Co innego jednak blef („Przykro mi, ale nie zajmę się sprzedażą Pana mieszkania za mniej niż...”), a co innego kłamstwo („Gwarantuję, że mój klient to kupi, tylko proszę podpisać umowę pośrednictwa”). Zdrowy psychicznie człowiek nie wytrzyma długo nadmiarowego kłamstwa. Organizm upomni się o swoje. Efekty zwykle podobne: zmiana profesji lub środowiska, wcześniej potężny kryzys odpowiedzialności. Poza tym migreny, wzdęcia, zaparcia i cellulitis. Bywa też, że zanim zareaguje organizm, zareagują klienci, a niekiedy nawet sąd. Tak czy owak nie kłam, bo Zenek będzie smutny.

BYŁBYM ZAPOMNIAŁ...

Zrelaksowany Zen uśmiechnął się pogodnie, spojrział pewnie w oczy klienta i powiedział spokojnie: „Nie szkoda Panu schodów?”. Klient parsknął śmie-

chem i spytał rozbawiony: „To ile Pan chce?”. Zen spokojnie odparł: „W sumie to tylko kilka stopni, chyba pięć – zatem zacznijmy od pięciu procent” – historia autentyczna, trening narzędziowy w Krakowie. Umowa na wyłączność, 4% netto.

ODTRUWAJ SIĘ LUB ZGIŃ

Nie zawsze jest tak pięknie. Potrzebujemy odtruwać się z odmów, ocen oraz emocji z nimi związanych. Nawet jeśli działasz w roli, to od czasu do czasu coś się „przyklei”. Na początku wyjaśnijmy, czym nie jest odtruwanie – zdecydowanie nie są to weekendowe aktywności typu „twardy reset”. To nazywamy zabawą.

Jednym z najprostszyc sposobów na odtrucie jest odwołanie się do wzmacniających faktów. Czasami faktycznie klient „da w kość” i Zen ma ochotę sobie ponarzekać. Nie opłaca się. Znajdź mocne strony swojego agenta. Chcesz faktów,

fot. pixabay.com

**RACJONALNE PODEJŚCIE
I OKREŚLENIE SWOICH MOCNYCH
STRON POMAGA PORADZIĆ SOBIE
Z TRUDNOŚCIAMI.**



a nie „czuję, że...”, spójrz więc na swoje historyczne wyniki. W czym już jesteś niezły, a może nawet dobry, w czym masz wynik? Twój średni procent na umowach podaźowych wzrasta? Liczba podpisanych umów? Gdy (co jest szczególnie bolesne dla agenta) „spadły” pod rząd np. trzy zaplanowane transakcje, sprawdź, ile takich sytuacji miało miejsce w ubiegłym roku i ile transakcji jednak zrealizowałeś. Takie racjonalne podejście pomaga spojrzeć spokojniej w przyszłość i nie przejmować się tak bardzo chwilowymi i najczęściej przejściowymi trudnościami.

JESTEŚ PERFEKJONISTĄ? WYLECZ SIĘ Z TEGO

Naprawdę każde spotkanie musisz kończyć sukcesem, aby czuć się wartościowym człowiekiem? Każdy telefon musi być zakończony umówieniem spotkania? Każdy Twój klient musi sprzedać lub kupić z Tobą?

„Bo ja, jak coś robię, to musi być zrobione porządnie i jak należy”. Aha... ale już wiesz, że to nie Ty. To agent, w roli którego aktualnie jesteś. On potrzebuje popełniać błędy, bo wtedy może się czegoś nauczyć. „Ale ja tak nie lubię przegrywać... to znaczy nie lubię, jak mój agent przegrywa”. Rozumiem. Kiedyś usłyszałem od kogoś taką anegdotę:

- Jestem bardzo głody, proszę mi coś polecić – prosi klient kelnera w restauracji.
- Polecam jaja a`la corrida – odpowiada kelner. – Właśnie serwujemy to danie na stoliku obok. Klient patrzy, a tam na wielkim półmisku dwa gigantyczne jajka w bogatym miksie sałat i warzyw:
- OK. Zamawiam.
- Po chwili łąduje przed nim malutki talerzyk z dwoma mikrojajkami i skromną marchewką.
- Co to ma być?! – pyta oburzony klient. – Przecież to nie jest to samo danie!
- Szanowny Panie – odparł grzecznie kelner – po prostu czasem ginie byk, a czasami torreador.

Po prostu zaakceptuj fakt, że czasem byk będzie górą i szukaj kolejnej transakcji.

CZY TO SIĘ OPŁACA?

Znalazłeś ciekawe mieszkanie. Chcesz umówić przyjęcie i dzwonisz pod numer z ogłoszenia. Co by było, gdyby **to klient** proponował Ci spotkanie? Czy to w ogóle możliwe? Najczęściej nie zapyta o prowidzję i nie padnie słynne: „Ale ja nie współpracuję biurami, napisałem przecież w ogłoszeniu”.

Fakty: W samych treningach narzędziowych, które prowadzę, tylko w ciągu ostatnich 2 lat wzięło udział niemal trzystu agentów. W większości wypalonych emocjonalnie, bojących się odmów, zatrutych. To ich potwierdzone wyniki z przykładowego tematu „Umawiania przyjęć”: 93% rozmów telefonicznych zakończonych umówieniem spotkania, 5% rozmów – odmowa współpracy, 2% – kontakt w przyszłości. 7 na 10 klientów proponowało spotkanie, zanim wspomniał o tym agent. **Bez kłamania, ściemniania, namawiania czy proszenia się. I najważniejsze: bez kosztów emocjonalnych.** Asertywnie. Umówienie przyjęcia to pierwszy krok na drodze do transakcji – dalej jest jeszcze ciekawiej...



WARTOŚCIOWY ARTYKUŁ?
Nie zatrzymuj go dla siebie.