

..... THE

VALENZUELA TOP PRODUCER LEAD GENERATION

Manual



Change your career/Cambia tu carrera

Estimado amigo Realtor, en este eBook te queremos introducir a nuestro efectivo sistema que utilizamos en The Valenzuela Real Estate Group. Este sistema te va a proveer pautas probadas que son exitosas para tu carrera como agente de bienes raíces.

Nosotros no trabajamos las formas tradicionales de "Farming" (nutrir un área para que te conozcan) Por ejemplo, no trabajamos post cards, promociones en las bancas, cold calls, o tocar puertas. Eso todo tiene su lugar y son parte de otros sistemas.

Este sistema en particular es para agentes de bienes raíces que desean enfocar sus esfuerzos en un área o vecindario específico y para aquellos que tienen tiempo y motivación para hacer TODAS las cosas que vamos a enumerar abajo. (Si trabajas real estate medio tiempo, puedes eliminar algunos de estas acciones.) Al principio te llevará tiempo, pero una vez que el sistema comience a funcionar, se necesita menos tiempo y no tienes que hacerlo todo a la vez. Además, algunas cosas pueden no ser posibles si tienes un presupuesto ajustado, pero la publicidad en las redes sociales es imprescindible como parte de este sistema y es posible con solo gastar solo \$ 2.00 dólares por día. Luego comienzas a invertir más una vez que tengas el presupuesto para ello. (*Tenemos un video donde hablamos sobre este Sistema... iRealtor+, clic "Formación" después clic "Valenzuela Tutoriales" después clic "Farming.")

LOS BENEFICIOS DE UN SISTEMA:

1. Crea una rutina para saber exactamente qué hacer todos los días. (*Hay herramientas para crear un plan semanal al final.)
2. Ayuda a usar el tiempo de manera efectiva y no perder el tiempo haciendo lo que no funciona.
3. Deja tiempo libre para hacer otras cosas.
4. Crea leads reales que conducen al éxito matemático.

ELEGIR UN ÁREA PARA CAPTAR LEADS:

Recuerda que el área elegida debe ser un vecindario al que estés dispuesto a viajar diariamente. Mira el área en el MLS / RPR para ver la actividad de ventas y compras. Tenemos la suerte que la mayor parte de Miami tiene actividad, pero algunas áreas pueden ser mejores que otras. Puedes hablarnos acerca de tu elección para ayudarlo. También puedes ampliar tu área para incluir más de un vecindario.

CONVIÉRTETE EN EL EXPERTO DE LA ZONA:

Ingresa al MLS / RPR y observa las casas del área, los precios, los pies cuadrados, los tipos de propiedades, las diferentes comunidades con lagos, las casas club, las comunidades de alquiler, las nuevas construcciones, los lotes grandes v. lotes 0, las escuelas públicas y privadas, etc. Pregunta a las personas del área qué es lo que piensan sobre el vecindario y cuáles son las cosas nuevas que están

pasando. Si tienes el tiempo, puedes asistir a reuniones del gobierno (planning/zoning meetings, town hall meetings, chamber of commerce meetings). List Reports te da un reporte del vecindario si pones la dirección de un listing actual en el área (mira el video de cómo usar List Reports bajo “Formación” y después “Valenzuela Tutoriales”). Es importante que te conviertas en una persona con mucho conocimiento sobre el vecindario porque así te sentirás más seguro al hablar con la gente y serás un agente de mucho valor para tu cliente.

CREAR POSTS PAGADOS EN LAS REDES SOCIALES:

1. Un video en el que dices, por ejemplo: "¡Hola, Doral! ¿Qué vas a hacer hoy? Pasa por nuestro Open House en _____ (dirección) el ____ (día y hora). Todos están invitados a ver esta increíble casa en su vecindario y tener algunos refrigerios. ¡Nos vemos allí!" En la descripción estás invitado a un GRAN OPEN HOUSE, lugar, hora, fecha, tu información.
2. Un video en un lugar icónico del vecindario, por ejemplo: "¡Hola Doral! Estoy aquí en City Place hoy, en tu vecindario. ¿Sabías que City Place _____ (hecho divertido / interesante sobre el lugar)? En los comentarios a continuación, dame una cara feliz y un “like” si has visitado Joe's Coffee Shop aquí en City Place "(esto es algo interactivo para ser más interesante el video) En la descripción, di “Hoy estoy en City Place en Doral, mira este video”
3. Un video en una propiedad / proyecto en el vecindario: "¡Hola Doral! ¿Conoces los precios de estos apartamentos en 5350 Park? Bueno, déjame mostrarte esta. Este apartamento es una excelente propiedad de inversión porque te permite alquilarlo a través del modelo tipo Airbnb. Este apartamento es de 1,800 pies cuadrados, tres dormitorios, tres baños, un balcón en el piso 19, las comodidades incluyen una lujosa piscina, gimnasio, sala de vapor y 2 espacios de estacionamiento. Solo está en \$_____.
4. Documenta tu día con clientes del área. “Aquí mostrándoles esta casa en el Doral a mis clientes que están buscando una propiedad más grande. Esta casa tiene...” (Pregunte primero a su cliente si quiere salir en el video/foto. Si el cliente prefiere mantenerse en privado entonces solo saldrás tú en el video/fotos).
5. Si no deseas hacer videos, puedes hacer versiones de esto a través de imágenes. Lo importante es ejecutar y exponer tus servicios a la mayor cantidad de gente.

*Te das cuenta de que los videos empiezan con la palabra Doral y con una pregunta – eso es para captar la atención de tu audiencia y hacerles sentir que estás hablando directamente con ellos.

Mira el video sobre anuncios pagados en las redes sociales para aprender cómo anunciarse en un cierto vecindario (iRealtor+, clic en “Formación” luego clic en “The Valenzuela School” y clic la clase “Redes Sociales Clase #3). Hay cosas que hay que tener en cuenta al crear una audiencia por los anuncios pagados: 1) puedes elegir un código postal o un área 2) los jóvenes de 20 años también buscan comprar

y alquilar 3) dirígete a personas con ciertos ingresos 4) busca personas interesadas en Zillow, Trulia, Realtor.com, etc. porque ya han demostrado que están interesados en bienes raíces.

Trabaja en tus redes sociales con frecuencia (ponle “like” a tus amigos y comentarios) y publica sobre listados del vecindario, Open Houses, eventos, análisis del mercado, programas de préstamos, intereses, etc. Cuando conoces a alguien nuevo, invítalo a ser tu amigo en tus plataformas de redes sociales diciendo que das mucha información sobre real estate en el vecindario. Esto es extremadamente fundamental para que este sistema de “Farming” funcione porque es la mejor manera de mantenerse en la mente de las personas. ASEGURATE: ¡que tus cuentas esten abiertas y no privadas para que la gente pueda ver tu contenido! Además, incluye tu número de teléfono y el nombre de tu compañía en tu bio. EN FACEBOOK te sale cuales amigos tuyos tienen un cumpleaños. Ponles “Happy Birthday, _____” (el nombre de la persona) y unos emojis. Es una manera divertida para conectar y sobre salir.

OPEN HOUSE:

Esta es una excelente manera de obtener leads REALES. Debes hacer Open Houses con la mayor frecuencia posible. Al menos uno a la semana. Eventualmente debes llegar a hacer más, por ejemplo; uno por la mañana y otro por la tarde, sábado y domingo. Así consigues la cantidad de LEADS que necesitas para generar closings. Con un Open House a la semana, te va a tomar más tiempo llegar a ser Top Producer. La clave de los Open Houses es saber qué hacer antes, durante y después. Sigue el Sistema de Open House (iRealtor, clic “Lead Systems” y clic el de “Open House.”)

Antes del Open House:

La forma más efectiva de atraer a las personas a la propiedad es mediante el uso efectivo de letreros o SIGNS. Ten varios signs con globos en LAS 4 ESQUINAS de las intersecciones más cercanas, y luego signs a lo largo del camino. Tienes que poner hasta 15-20 letreros con globos.

Durante el Open House:

Puedes trabajar el Open House con otro agente inmobiliario o un agente hipotecario para estar más seguro y trabajar con varios visitantes a la vez. Se pueden compartir el costo de cualquier refrigerio que puedan brindar. Si es posible, mantengan la puerta principal abierta en todo momento. Registra a los visitantes con su nombre completo, número de teléfono celular y correo electrónico. Si alguien duda en registrarse, explica de manera amable y profesional que es obligatorio para ver la casa.

Después del Open House:

Llama a tus clientes potenciales ese mismo día y coordina citas para showings de más propiedades. Recuerda que las probabilidades de que el visitante del Open House se enamore y quiera comprar esa propiedad específicamente son escasas, por lo que tu mentalidad debe ser que no solo estás tratando de vender esa casa, sino todos los demás listados en el área. ¡Esto es clave! Envía a tus clientes potenciales una propiedad que sea LA MEJOR en función de lo que están buscando y diles que

encontraste el hogar perfecto para ellos y su familia y, si es cierto, diles que crees que no durará mucho. Mándale fotos y diles que puedes mostrar la propiedad al día siguiente. Crea la urgencia para el cliente. ¡NO PIENSES QUE MANDANDOLES UN CORREO ELECTRÓNICO DESPUES DE UN OPEN HOUSE BASTA! ¡¡¡LLÁMA A CADA UNO QUE ENTRO SIN REALTOR!! Si no contestan los clientes potenciales el teléfono, deja un mensaje en el teléfono y también por texto que diga que tienes la casa perfecta para ellos e inmediatamente envíales un mensaje de texto con ese mensaje y con las fotos. Si no hay respuesta, llámales al día siguiente nuevamente, y al día siguiente después, luego una semana más tarde, siempre con un texto después de cada llamada, creando la urgencia de que se van a perder algo magnífico y que tú estás allí para asegurarte de guiarlos, asesorarlos, y siempre cuidar de sus intereses. No te frustres ni te entristezcas porque no responden porque esto se notará en tu voz y mensajes de texto. Mantente optimista pase lo que pase. A veces, las personas están muy ocupadas y necesitan de tu llamada para actuar, o aún no están listas, pero reciben el mensaje que quieres ayudarlos. Si aún no hay respuesta, colócalos en tu base de datos donde tienes a los clientes que contactas con frecuencia.

Además, es IMPORTANTISIMO responder rápidamente a los clientes y llevarlos a los showings lo más pronto posible. Debes tener la mentalidad de que los compradores están trabajando con otros agentes inmobiliarios, no solo contigo, por lo que debes avanzar rápidamente y ser el mejor. Piensa que estás compitiendo contra otros agentes de bienes raíces y debes tener “hambre” (ganas y convicción para hacer el trabajo). Cree que tú eres más profesional, y que estás más dispuesto a ayudar al cliente que cualquier otro agente. Tú ¡tienes el mejor equipo detrás de ti y tienes el mejor interés del cliente en el corazón! ¡Así es como ganas tu camino para ser un Top Producer!

Es importante leer el Lead System del Open House para saber exactamente qué hacer antes, durante y después. También mira el video de Showings (iRealtor+, clic “Formación” después clic “The Valenzuela School” y clic la clase que se llama “Showings”) para que estés listo para hacerlos de la manera correcta. Esto incluye el uso más efectivo de tu tiempo ya que los compradores pueden tomar mucho de tu tiempo si no sabes el proceso. Mantente animado a continuar haciendo Open Houses cada semana porque así mejorarás en ello, y serás cada vez más efectivo. Aprenderás dónde colocar mejor los letreros, cómo hablar mejor a los clientes potenciales, qué propiedades reciben más tráfico, cómo hacer un seguimiento más rápido y mejor, etc. ¡No hay sustituto para la experiencia, así que no te rindas! Definitivamente los Open Houses funcionan para generar leads REALES.

HAGASE MIEMBRO DE UN GRUPO LOCAL:

Hazte miembro de un grupo en tu área/vecindario, busca en Google diferentes actividades en tu área que genuinamente te gustaría participar (un ministerio en la iglesia, un club de corredores, club de baile, un grupo que hace caridades, el Chamber of Commerce, etc.) Si vives en el área y tienes hijos/nietos/sobrinos, puedes participar en sus actividades, como el PTSA, el fútbol, las porristas, etc. Los padres siempre se reúnen y tú puedes conocerlos. En todos estos grupos, recuerda la reputación que deseas tener, conoce genuinamente al grupo antes de decirle a todos que eres un agente de bienes raíces, se muy amable y amigable con todos de una manera genuina, síguelos en las redes sociales,

publica fotos con ellos y hazles “tag,” se voluntario en los eventos del grupo, y se extremadamente servicial y generoso. Si tienes un presupuesto para ello, se un patrocinador para sus eventos. De vez en cuando, usa una camisa en las reuniones del grupo que te identifique como agente inmobiliario. Es importante ir a las reuniones con mucha frecuencia y hablar con todo el mundo, pero evita hablar mucho de que eres Realtor al comienzo. Tiene que ser una amistad genuina si quieres tener una reputación positiva.

Puedes patrocinar un evento de vino y queso o algún tipo de evento de networking para tu grupo en tu casa, el local que usa el grupo, o en nuestras oficinas si no está lejos para ellos. Recuerda, la persona que organiza la fiesta se vuelve popular muy rápidamente. Se generoso con los refrigerios porque si tomas la ruta muy barata, obtendrás una reputación negativa, que es exactamente lo contrario de lo que estás tratando de hacer con este evento. No tienen que ser costosos, pero tampoco súper barato. Los refrescos muy pobres se ven como si realmente no te importara hacer sentir especiales a tus invitados. Además, recuerda tener tarjetas de presentación y dar un discurso cuando todos hayan llegado diciendo que estás contento de que hayan asistido a este evento, que estás contento de ser parte del grupo y del impacto que el grupo tiene en la comunidad. Menciona al final de tu discurso que estás organizando este evento para todos como el agente inmobiliario experto en ese vecindario, y puedes enseñarles tu pancarta o tu volante y decir que, si conocen a alguien que quiera comprar, vender o alquilar, te encantaría ayudarlos. No insistas, solo déjelo allí. Recuerda que ésta es una amistad a largo plazo. La idea es que las personas comiencen a quererte como persona y te asocien como el experto en bienes raíces que recordaran cuando ellos o sus amigos necesiten un agente inmobiliario. La idea no es que hagas una venta en este evento. Ten en cuenta que hay otros Realtors en este círculo, y allí tiene que salir la esencia de The Valenzuela Group: “Yo marco la diferencia.” Mentalmente, es importante entender que en The Valenzuela Group te damos todo para ser excelente, con un equipo fuerte detrás de ti y, por eso, tú marcas la diferencia y vas a ser un mejor trabajo que cualquier otro Realtor. Cree esto con todo tu ser, y vas a transmitirlo cuando hables con la gente.

TABLING:

Si hay eventos durante el año, como un festival de la cosecha o un Expo o una exposición de arte de invierno en el vecindario (Baptist Hospital por ejemplo también tiene oportunidades) piensa en pagar para tener una mesa allí. Lleva tarjetas de negocio, chocolates/lolipops, mantel, un “sign-in sheet,” lapiceros, y flyers. Puedes tener una rifa donde los que firman pueden ganar una tarjeta de regalo de Starbucks de \$10, por ejemplo. Esto es para agentes inmobiliarios muy amigables que tienen la energía positiva todo el día. Si te dejan, párate frente de la mesa en cambio de sentarte detrás de la mesa. Piensa en asociarte con otro agente inmobiliario o agente hipotecario para obtener ayuda en hablar con la gente ese día.

HAZTE PATROCINADOR AUN FUERA DE TU GRUPO:

Busca oportunidades para patrocinar una pancarta deportiva o un evento deportivo local, un evento escolar, etc. Esto incluiría tu foto y tu información de contacto y algo como “Agente de bienes raíces especializado en Kendall.”

PUBLICIDAD PAGADA:

Busca oportunidades para anunciarte en el boletín de la iglesia local, menús de restaurantes locales, pequeños periódicos locales, etc. Esto es un poco caro, entonces puedes ver si tienes un presupuesto para esto, si no, está bien, sería para más adelante.

INFLUYENTES:

Pídele a una persona local que tenga muchos seguidores o que sea un influyente en su círculo una entrevista sobre un punto interesante del vecindario o un evento al que asistirán, etc. Pídele que también lo publique en sus redes sociales. Puede ser un político local, director de una buena escuela en el área, o incluso una madre que es bien conocida. Es importante actuar de manera profesional y amigable con el “influencer” y darle tu tarjeta de presentación cuando lo entrevistes. Diles que estás allí para ellos si necesitan un patrocinador para un evento o un voluntario. Pregunta si conocen a alguien que esté buscando comprar, alquilar o vender porque te encantaría ayudar a sus amigos. Además, pregúntele quién sería una persona de interés local que tú puedas entrevistar a continuación. Para la entrevista, ten 3 preguntas, se breve, optimista y feliz. Asegúrate de tener la información del entrevistado escrita correctamente para cuando la uses en la introducción del video. Es una buena inversión comprar un micrófono para tu teléfono porque el sonido es muy importante (hay pequeños de \$15 en Amazon). Recuerda tomarte una foto con ellos también en caso de que el video no sale bien, ya que siempre puedes publicar una foto y escribir en la descripción algunos aspectos destacados de la entrevista.

GARAGE SALE:

Haz un garage sale si vives en el vecindario, con el permiso del condado y tu asociación. Ten tus volantes para repartir y tus tarjetas de presentación. Pon muchos letreros de Garage Sale en las cuatro esquinas de las intersecciones concurridas para que los automóviles sepan llegar a tu casa. Esta es la clave para que la gente de la zona acuda a ti. Se muy social y amigable con todos los visitantes y hazles saber que eres el agente inmobiliario experto en el área y pregunta si conocen a alguien que esté buscando comprar, vender o alquilar porque te encantaría ayudarlos. Dale a cada familia un flyer de una manera amable, no agresiva. Ten a la mano tus tarjetas de presentación.

TARJETAS DE NEGOCIOS:

Ordena muchas tarjetas de negocios de bajo costo para que puedes darlas a TODOS los que te encuentres en el vecindario, como el cashier en una tienda, la persona en un elevador contigo, el camarero, etc. Con permiso, deja tus tarjetas de negocios en los mostradores o tableros de anuncios en tiendas locales como la tintorería, barbería, minimercado, cafetería, restaurante, supermercado, etc.

NEXT DOOR:

Mira el video tutorial de Next Door (iRealtor+, clic "Formación" después clic "Valenzuela Tutoriales" y clic la clase "Next Door"). Esta aplicación/página web llamada "Next Door" es muy efectiva, pero necesitarías vivir en ese vecindario para publicar sin ningún costo. Aquí puedes publicar cosas interesantes que están pasando en el vecindario y también tus Open Houses en el área de Next Door que se llama "Events." Otra alternativa: puedes pagar alrededor de \$ 100 - \$200 / mensuales para ser un agente inmobiliario patrocinado en otro vecindario. De esta manera, sale tu información con varios listings en el área.

FLYERS:

Crea volantes (por tu cuenta a través de Canva.com, o List Reports, o con nuestro prestamista preferido Alex Otero quien puede crear un volante personalizado para ti). Entrega volantes a los vecinos alrededor de tu Open House. Publica el volante en tus cuentas de redes sociales. Imprime los volantes para tus Open Houses, eventos de tabling, cuélgalos en las perillas de las puertas (si hay una asociación, solicita permiso primero), mándalas por correo una vez por semana o cada 2 semanas, etc. Asegúrate de no ponerlos en buzones de correo porque eso es ilegal. Estos folletos deben tener un título llamativo como "Horizon West Complex, 3% down payment para comprar tu nuevo hogar." O "Doral Gardens, ¡no espere para vender su casa!" Siempre incluya tu foto e información de contacto en el volante. (*Mira el video tutorial sobre List Reports y de Canva.com para más detalles... iRealtor+, clic "Formación" después clic "Valenzuela Tutoriales.")

FACEBOOK MARKETPLACE:

(Mira el video tutorial de Facebook Marketplace. iRealtor, clic "formación" después clic "Valenzuela Tutoriales" y después la clase "Facebook Marketplace.") Asegúrate de obtener un permiso por escrito para promocionar la propiedad de otra persona en tu área/vecindario y publícala y actualízala una vez por semana. Hay Listing agents que ya dieron permiso por el MLS ... (iRealtor, clic "Formación" después clic "Valenzuela Tutoriales" después clic la clase "OK to advertise.") Asegúrate de que la descripción sea llamativa "GRAN OFERTA" y revisa tus mensajes durante todo el día para responder rápidamente.

TU ESFERA DE INFLUENCIA:

(Para un vecindario, esto es especialmente útil si muchos de tus amigos / familiares son de tu área, pero si no, sigue siendo un buen sistema para trabajar tu esfera de influencia). Llama a todos en tu lista de contactos y conversa con ellos un poco. Luego diles que ahora estás con The Valenzuela Real Estate Group y que estás feliz como agente de bienes raíces y con ganas de lo que vendrá. Pregúntales si tienen amigos o familiares interesados en comprar, alquilar o vender una propiedad. Luego, pídeles ser amigos en las redes sociales y publica información muy buena y valiosa sobre el vecindario que puedan disfrutar. Luego diles que les enviarás un mensaje de texto inmediatamente después de la llamada con tu información. (Envíales tu foto profesional con tu información de contacto y diles que te encantan los referidos).

PARTY TIME:

Reúnete con tus amigos en tu casa. (Estas reuniones pueden ocurrir en cualquier momento como para celebrar un feriado, un evento deportivo o para una caridad como un toy drive.) Dile a cada amigo que invite a otro amigo. Puede ser solo para adultos como un evento más elegante de vino y queso un sábado por la noche, o un evento familiar como una barbacoa, pero recuerda tener actividades para niños. Asegúrate de mezclarte con todos siendo agradable y amigable. Recuerda preocuparte genuinamente por las personas y preguntarles sobre ellos mismos y escuchar mientras hablan. Menciona que eres un agente inmobiliario experto en ese vecindario y que te encantaría ayudar a cualquiera de sus amigos o familiares que necesiten comprar, alquilar o vender. Luego, cuenta una historia memorable como agente de bienes raíces, por ejemplo, el día en que tu cliente lloró en el cierre porque era su sueño tener una casa en Orlando y pensó que nunca se haría realidad. Ese cliente te mandó una foto el otro día de ella en Disney y súper feliz.... Asegúrate de que sea una historia REAL, no inventes nada. No insistas, solo menciónalo y pase al siguiente tema. Pregunta si puedes ser amigo en las redes sociales y síguelos en ese mismo momento. Después del evento, envíales un mensaje a través de las redes sociales diciendo simplemente, gracias por pasar por mi casa y que fue un placer conocerlos. No mencionar bienes raíces. Esta es una amistad a largo plazo; no estás cerrando un trato con este mensaje. Recibirán información tuya en el futuro. Si no vives en el área, puedes organizar este evento en la casa de un amigo que viva en el área/vecindario.

Interactúa periódicamente con tu esfera de influencia:

Ponle "like" y comentarios a las publicaciones de tus seguidores en las redes sociales. Envíales mensajes a través de las redes sociales o un mensaje de texto cada mes para informarles de algo interesante en el mercado, como tasas de interés bajas o prestamos de 3% down payment, invítalos a tus eventos o infórmalos sobre algo interesante que suceda en el vecindario, como un nuevo hospital o restaurante que abrirá en 2 semanas. Siempre dando información, no vendiendo como un comercial.

SISTEMA DE BASE DE DATOS:

Para el sistema de base de datos, te recomendamos que elijas una de las siguientes opciones, no todas, ya que eso tomaría demasiado tiempo. Envía información entre una o dos veces al mes. Necesitas un lugar para guardar todos estos contactos que tienes y que vas a tener. Puedes comenzar con una hoja de Excel donde pongas el nombre de todos, el número de teléfono, la dirección de correo electrónico y de dónde los conoces. Si deseas tener un sistema más profundo, puedes pagar un CRM donde organizas todos tus contactos.

CRMs:

Los CRM realizarán un seguimiento de qué correo electrónico se envió a quién, te indicarán cuándo es el momento de enviar otro correo electrónico, puedes crear una campaña de goteo que envíe correos electrónicos automáticos periódicamente a un determinado grupo, etc. Los correos electrónicos que envías deben dar a tu audiencia información interesante, como una casa en el mercado en su vecindario que sería una gran oferta, el estado del mercado, por qué comprar ahora, por qué vender ahora, por qué alquilar ahora, un gran evento en el vecindario, etc. Ten en cuenta que las tasas de apertura del correo electrónico son del 18-30%, lo que hace que los correos masivos sean cada vez menos efectivos, pero al menos alguno de tu lista te recordará. Hay muchas ideas en el Manual de Seguimiento (iRealtor+, clic "Tools" después clic "CRM/Manejo de Clientes" después clic "Manual de Seguimiento").

Homes Connect es el que usamos nosotros y es gratis para nuestros agentes (iRealtor+, clic "Tools" y clic "CRM/Manejo de Clientes"). Algunos otros CRMs son: 10 Minutes Website (Milton Davila), Top Producer, Follow Up Boss, Lion Desk, Property Base, Realty Juggler, Mail Chimp, Hubspot y muchos más.

(Los sistemas que mencionamos son solo algunos que hemos usado o que hemos escuchado que funcionan bien, pero hay muchos otros que puedes buscar en Google para encontrar el adecuado para ti. No recomendamos ni uno ni otro.)

TEXTO:

Envía mensajes de texto masivos a quienes te hayan otorgado un permiso por escrito para hacerlo mediante el pago de un sistema que lo haga, como "simpletexting.com". Existen muchas restricciones legales con los mensajes de texto masivos, así que necesitas conseguir permiso por escrito. Si solo tienes algunas personas en tu lista, puedes enviarles mensajes de texto uno por uno sin ningún problema legal. Los mensajes de texto tienen una tasa de apertura del 95%, por lo que es mucho más efectivo que los correos electrónicos, solo las restricciones legales lo limitan un poco. Los textos deben sonar mucho más personales que un correo electrónico, como una invitación a tu evento o un evento del vecindario, un consejo muy breve sobre lo que está sucediendo en el mercado, por ejemplo: "Solo quería hacerle saber que se espera que los precios de las propiedades del Doral aumenten tan pronto como terminen de construir Doral Elementary en 3 meses. ¡Es una

gran noticia para cualquiera que quiera vender pronto, y para cualquiera que quiera comprar, deben hacerlo muy pronto! “También puedes enviar un video tuyo diciendo estas cosas y mandarlo como un texto. WhatsApp también se puede usar de esta manera si tu audiencia lo prefiere a los mensajes de texto.

LLAMADAS:

Llame a tu base de datos: Puedes llamar los que puedas para recordarles de una invitación o informarles que estás disponible si conocen a alguien que quiera comprar, vender, o alquilar. Usa el Manual de Seguimiento de The Valenzuela Group para el contenido de tus llamadas ‘scripts” y también para ver con qué frecuencia vas a llamar. (iRealtor+, clic “Tools” después clic “CRM/Manejo de Clientes” después clic “Manual de Seguimiento”).

LO QUE PUEDE NO SER TAN EFECTIVO CUANDO “FARMING”:

Las tarjetas postales son una opción, pero consideramos que son muy caras para la cantidad de personas que realmente las leerán. Valen la pena para otros escenarios, pero no para este sistema en particular. Lo mismo ocurre con los bancos de autobuses. Golpear puertas es otra opción, pero requiere mucho tiempo para llegar a una pequeña cantidad de personas. Dicho esto, puede funcionar en un determinado vecindario o complejo donde las personas confían más y abrirán sus puertas y conversarán contigo. Definitivamente quieres golpear puertas cuando haces un Open House porque solo vas a las casas de alrededor y no estás tratando de golpear 100 puertas. Los anuncios dirigidos en las redes sociales muchas veces son mucho más efectivos y asequibles.

MENTALIDAD NECESARIA

No solo imite lo que hacen los Top Producers, sino agregue y complemente con la parte de preparase mentalmente como un Top Producer. Para tener éxito con este sistema, debes tener la mentalidad correcta, positiva y estar listo a que no será fácil porque si no en uno o dos meses pensaras que este sistema no funciona y te sentirás desanimado. Les diré la mentalidad que tuvieron los mejores Top Producers cuando comenzaron en el sector inmobiliario y eso hay que imitar también...

1. No tenían un plan B. Mientras tengas un plan de respaldo, no tendrás el “hambre” necesaria para trabajar a este nivel.
2. No tuvieron excusas de por qué algo no funcionó. En cambio, se miraron al espejo e hicieron ajustes para cambiar algo que produjo mejores resultados. Todo tiene una solución, solo

encuétrala y haz las modificaciones necesarias. Las excusas te impiden ejecutar, y eso es muy peligroso cuando trabajas a este nivel.

3. No perdieron tiempo precioso diciendo "Ojalá esto o aquello fuera diferente." Aceptaron cómo son las cosas o las personas y actuaron en función de esa realidad. No te quedes, sigue adelante.

4. No creían que fueran tan únicos que debían tener un sistema especial de generación de leads diferente a todos los demás. Si, eres único y puedes hacer pequeños ajustes. Pero cuando comienzas a ajustar este sistema tanto que esencialmente creas un nuevo sistema que no ha sido probado, te llevará más tiempo alcanzar tus objetivos porque tienes que pasar por tu propio "trial and error."

9. Entendieron completamente que habrá negocios que se caerán, por lo que cuando sucede, solo es parte del camino al éxito. Si solo tienes uno o dos prospectos, entonces te afecta más. Si tienes 10 prospectos, perder uno no es gran cosa.

5. Cuando sintieron pena por ellos mismos, pudieron recuperarse muy rápidamente. Cuanto más tiempo te desanimas, más difícil será obtener la energía para impulsarte nuevamente. Actuar cuando aún no tengas motivación ese día, es la clave del éxito.

6. Dicho eso, tenían una rutina por la mañana que incluye algún tipo de motivación externa que luego se vuelve interna y que los impulsa a lo largo del día.

7. Tenían un plan claro y escrito. Y pudieron tener una rutina que siguieron con disciplina. Si tienes dificultades con esto, trabajar con otra persona te ayudará enormemente. No necesariamente un miembro de tu equipo, sino un amigo/familiar que te rinde cuentas.

8. Entendieron completamente que el éxito de bienes raíces es una fórmula matemática. En ese sentido, tu éxito con este sistema no se basa en la suerte o la magia. Es matemático, lo que significa que, si lo haces, funcionará. Más gente que conoces, más éxito vas a tener porque real estate se trata de RELACIONES.

10. No se sienten desanimados cuando las personas son groseras, jén realidad lo ven como algo positivo! ¿Estás confundido? Permíteme explicarte algunas formas de ver esto y puedes elegir lo mejor para ti: "Estoy muy feliz de que algunas personas sean groseras porque si todos fueran agradables y amables, habría miles de Top Producers más para competir. En otras palabras, si fuera fácil, todos lo harían. Así que gracias a Dios por las personas groseras". O "por cada 25 personas con las que hablo, hay una persona grosera, entonces, cuando consigo una persona grosera, estoy feliz porque eso significa que las próximas 24 personas que conoceré serán agradables. En otras palabras, el grosero ya me toco y ahora voy a ser bendecido con un montón de gente agradable". O "siento pena por esa pobre persona que vive una vida tan terrible que puede ser cruel con un extraño. Su vida debe ser tan dura y aislada, espero que algún día se transforme". O "Cuantas más personas groseras me encuentre, más fuerte me vuelvo porque después de un año de esto, ya no seré tan sensible a la rudeza en mi vida en general y eso me llevará a sentirme libre de ser auténticamente fuerte y no me importa tanto lo que la gente piense de mí. Me duele ahora, pero a la larga valdrá la pena".

11. Se rodearon de personas positivas que los animan. Manténgate alejado de las personas que se cejan con frecuencia.

12. Crean que son suficientemente valiosos en este momento para ayudar a cualquier persona con su transacción de bienes raíces. Piensa igual porque tienes un equipo increíble detrás de ti y herramientas y recursos. Además, ¡pondrás sus intereses por encima de los tuyos! ¡Cuando crees todo esto en tu alma, hablarás con confianza sabiendo que eres el mejor para ellos!

13. Se sienten “cómodos” en lo “incomodo”.... Sal de tu zona de confort (zona de confort = estancamiento.)

CONSEJOS BREVES EN CONCLUSION

¡Usa tu calendario digital para TODO! Acostúmbrate a poner cada llamada de seguimiento, reunión, tarea, etc. en tu calendario digital. También use alarmas. Use estas dos herramientas todos los días, todo el día. Míralos como tus propios mini asistentes. Perder una cita o llegar tarde o no hacer algo que prometiste parecerá que no puedes manejar algo tan grande como una transacción y pierdes la confianza de tu cliente. Cuando hables con un cliente, se apasionado, generoso, amigable, y ten la disposición de estar siempre disponible para él y explique qué te encargarás de todas las partes para que el proceso sea fácil y sin estrés. No tengas desesperación, sino habla con profesionalismo y creyendo en tu corazón que ellos te necesitan y que tienes un equipo de profesionales de élite detrás de ti que se asegurarán de que tus clientes están bien cuidados durante el proceso. Además, ¡vístete para el éxito! Si pareces como alguien que se cuida a sí mismo, las personas estarán más inclinadas a confiar en que tú puedes hacerte cargo de la compra o venta más grande que harán en sus vidas. Si necesitas ayuda con tu aspecto, hay mucha ayuda en YouTube. Busca: cómo vestirse moderno y profesionalmente, cómo tener un aspecto impecable, como hacerte el maquillaje/pelo, etc. Esto no es nada de lo que avergonzarse, es un nuevo capítulo en tu vida y puedes hacerlo, incluso con un presupuesto limitado. Confía en mí.

***** RECUERDA:** Tu reputación es todo cuando captas leads en un vecindario. Si trabajas con este sistema, muchas personas en los mismos círculos te conocerán, te seguirán en las redes sociales, hablarán con sus amigos sobre ti, etc. La forma en que te perciben es muy importante porque las personas quieren hacer negocios con las personas que les gustan. Algunos consejos: sea profesional en todo momento, sea amable y amigable, sea muy rápido para responder cualquier llamada o mensaje, tenga una disposición muy generosa y servicial, y vista apropiadamente en todo momento porque podrías ser reconocido mientras estás en el mercado, por ejemplo. También es importante tener confianza cuando hablas para que la gente confíe que tú eres el mejor agente para ellos. Para eso, acuérdate que The Valenzuela Group te da las herramientas, apoyo y equipo para ser excelente, ¡no bueno!

******IMPORTANTE:** Estamos aquí para hacer one-on-ones contigo, para crear un plan específico que se ajuste a tus necesidades, así que contáctenos para concertar una cita para analizar cuáles son tus

objetivos y planes y con nuestra mentoría, ¡tendrás el éxito que deseas! ¡Somos The Valenzuela Group y estamos aquí para alcanzar la excelencia juntos!

EJEMPLO DE UNA RUTINA PARA IMPLEMENTAR ESTE SISTEMA

Use la sección a continuación con el planificador semanal al final de este manual para crear tus rutinas diarias. Planear y seguir ese plan diariamente es esencial para trabajar a este nivel...

INICIALMENTE CUANDO COMIENZE ESTE SISTEMA:

Escoge el área o áreas donde quieres trabajar e investiga todo lo que puedas sobre estas áreas como mencionamos al principio del manual.

Haz una lista de “influyentes” en el área para después entrevistarlos.

Encuentra grupos locales para unirse y únete a uno o dos dependiendo del tiempo que tengas disponible. (Google o preguntarles a tus amistades).

Manda hacer más tarjetas de negocio, signs de Open House, brochures, flyers, etc.

Entra a List Reports para ver cómo funciona y escoge un prestamista donde dice “Lender” al lado izquierdo (tú y tu prestamista salen en los flyers). Si no tienes un prestamista que te deje usar List Reports, puedes elegir Alex Otero, nuestro preferred lender.

Lee la parte que habla de la mentalidad necesaria para ser Top Producer varias veces, marcando como puedes cambiar. ¡Tu puedes hacer los cambios necesarios!

Crea una cuenta en Next Door para empezar a ver cómo funciona – empieza a postear algo del vecindario, no como Realtor, pero como vecino.

Practica hacer videos mil veces para perder el miedo. Acuérdate de no criticarte mucho; lo importante es la información valiosa del vecindario/propiedad. Piensa en tu audiencia que necesita esa información, no en ti mismo.

Haz investigaciones sobre diferentes CRMs a ver si quieres usar uno. Si no, puedes empezar con Excel y pagar por usar un CRM más adelante.

Haz un post simple de una foto (usando las ideas mencionadas al principio del manual) y promócialo, solo por \$2. ¡Ejecutar es lo más importante! Sal de tu zona de confort. ¡Tú puedes!

Averigua si puedes hacer un Garage Sale. Si es posible, empieza a poner cosas en cajas para que cuando está listo, ya tienes todo en un solo sitio. Crea los flyers que vas a repartir ese día (por ejemplo: Yo soy el experto en tu vecindario de bienes raíces)

Averigua dónde puedes hacer tabling durante todo el año buscando en Google qué eventos ocurren localmente.

Averigua dónde deseas pagar para que aparezca tu anuncio en el boletín de la iglesia / menús de restaurantes / periódico local del vecindario / banner de deportes para niños, etc. Pasa por las tiendas del vecindario y ve dónde puedes colocar tus tarjetas de visita.

DIARIO:

Escucha material motivacional / afirmaciones positivas. Esto es fundamentalmente necesario para que este sistema funcione. Necesitas una mentalidad positiva para ejercer a este nivel. Muy importante incluir esto en tu planificador.

Pública en tus Redes Sociales al menos una vez al día. Usa el Calendario de Contenido de Redes Sociales (iRealtor+, clic "Marketing/Social Media" bajo Social Media clic "Contenido" y también aquí clic las clases #1, #2 y #3)

Entrega tu tarjeta de presentación al menos a 5 personas todos los días.

Llame al menos a 10 personas en tu esfera de influencia con una actitud positiva. Sigue los scripts en el Manual de Seguimiento. (iRealtor+, clic "Tools" después clic "CRM/Manejo de Clientes" después clic "Manual de Seguimiento.")

Agrega un promedio de 5-10 personas a tu base de datos diariamente – gente que conoces en persona y en las redes sociales, en tu grupo local, etc. Pide tarjetas de negocios de otra gente y agrega dueños de negocios locales también.

Envía al menos 10 mensajes a través de Instagram / Facebook para que las personas sepan que estás allí para ellos y su círculo.

Dale me gusta al menos a 20 personas en tus redes sociales y comenta en las publicaciones de al menos 10 personas. Sigue a por lo menos 80 personas diariamente en las redes sociales que siguen un icono local.

Llama hasta 15 Realtors para hacer Open Houses en sus listados. (De tu compañía o de otras compañías.)

UNA VEZ POR SEMANA:

Haz un anuncio pagado en Instagram / Facebook. (iRealtor+, clic "Marketing/Social Media" bajo Social Media clic "Clase #3).

Repón tus tarjetas en las tiendas del vecindario.

Publica en Next Door algo que sea relevante para la comunidad (mira la sección en este sistema que se llama Next Door).

Publica el listado de otra persona en Facebook Marketplace (mire la sección en este sistema que se llama Facebook Marketplace).

Haz más que un Open House por semana para el listado de otra persona o la tuya (Mira la sección en este sistema que se llama Open House).

Llama a las personas que pasaron por el Open House el mismo día que tuviste el Open House para ofrecerles una búsqueda de excelentes propiedades con las características que ellos buscan.

Sal y haz showings durante toda la semana.

Asiste a las reuniones de tu grupo local.

UNA VEZ AL MES:

Entrevista a un influencer local y publica el video en tus redes sociales y etiqueta/"tag" a esa persona inmediatamente después de publicar el video, sigue a los seguidores de esa persona.

Crea un nuevo flyer con un título interesante.

Distribuya al menos 100 de tus flyers por mes en eventos / a puertas / por correo, etc. Y publica ese volante en tus redes sociales.

Envía un correo electrónico /mensaje por las redes/ texto a tu base de datos "amigos," brindándoles información valiosa sobre el vecindario. (Mira la sección en este sistema que se llama CRM.)

Pida testimonios a personas que haya ayudado. Use esos testimonios en los listing presentations y publícalos en tus redes sociales, etc.

A LO LARGO DEL AÑO:

Tabling en eventos locales.

Organice una fiesta / evento para su esfera de influencia y sus amigos al menos dos veces al año.

Tener un Garage Sale 1 o 3 veces al año, si es posible, en tu casa o la de tus familiares.

Weekly Planner

HOUR	SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY

www.TheValenzuelaGroup.com

Weekly Planner

HOUR	SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY

www.TheValenzuelaGroup.com