



Adherido al sistema

CENTURY 21®

Bragarnik

C.U.C.I.C.B.A. 7863

PERFILES DE CLIENTES

Los cuatro tipos de clientes más comunes

LIDER GLOBAL
EN BIENES RAICES

50 AÑOS
DE TRAYECTORIA

2022
CENTURY21 BRAGARNIK



Adherido al sistema

CENTURY 21®

Bragarnik

C.U.C.I.C.B.A. 7863

PERFILES MÁS COMUNES

- Controlador
- Emotivo
- Analítico
- Amable



Adherido al sistema

CENTURY 21®

Bragarnik

C.U.C.I.C.B.A. 7863



- **CONTROLADOR**

PODER Y CONTROL

Controlador: **Características**

1. Le gusta CONTROLAR a estos y a otros.
2. Serio y con mirada intensa; contacto directo
3. DE PASO ACELERADO, directo, al punto y usualmente breve
4. Desea la independencia y la eficiencia.
5. Quiere respuestas y resultados rápidos.
6. Persona de resultados.
7. Desea rápidamente establecer su propio nivel de COMPETENCIA.

Controlador: **Características**

- 8. Necesitan que las personas establezcan su propia competitividad rápidamente.
- 9. Pragmático, maestro de tarea.
- 10. Muy trabajador y auto-motivado.
- 11. Desea usar el tiempo sabiamente y lograr resultados.
- 12. A menudo INTERRUMPE y vela el reloj; espera que usted se calle.
- 13. Puede que se presente sin su pareja/o.

Controlador: **Características**

- 14. De perspectiva amplia- progresivo- con miras hacia el futuro.
- 15. Tomador de decisiones, inicia decisiones.
- 16. Se relaciona con la gente sólo después de que la tarea se ha completado.
- 17. Arriesgados, por resultado, éxito o beneficio.
- 18. Compartirán sus opiniones no sus sentimientos.
- 19. Desafiante: y lo probará lo corregirá

Controlador: **Cómo venderle**

1. Deje que el tome las decisiones que usted le brinda, déjelo “ganar” en una negociación.
2. Amaine su control, pero mantenga el control (básicamente a su paso).
3. El tiempo es importante y es necesario un modo serio.
4. No se desvíe de los hechos y los números; dejarse de rodeos; ser breve, específico y claro.
5. Movimientos rápidos y directo.
6. Usted tiene que ser competente para ser merecedor de su tiempo. Establezca su capacidad rápidamente.

Controlador: **Cómo venderle**

7. Presente los hechos lógicamente; planifique su presentación eficientemente (estructura).
8. Provea hechos y números sobre las probabilidades del éxito o la efectividad de sus opciones.
9. Motive y persuada refiriéndose a los objetivos y resultados deseados del prospecto.
10. La reputación del producto es más importante que el precio o el vendedor, basado en resultados finales.
11. Demuestre que su producto provee poder.
12. Presente opiniones para que pueda identificar las opciones preferidos por ellos mismos.

Controlador: **Cómo venderle**

- 13. Haga preguntas para que pueda fomentar la expresión de opiniones.**
- 14. Escuche más-- descubra las necesidades para que pueda intentar llegar a la necesidad correcta.**
- 15. Preste atención bien a las alusiones y haga preguntas sobrepuestas.**
- 16. Sea conciso en su declaración de retroalimentación sobre las necesidades tan pronto las haya entendido antes de tratar de girar hacia otras soluciones.**

Controlador: **Cómo venderle**

- 17. Si usted no está de acuerdo, domine el asunto, no a la persona, con hechos y espere que ellos se defiendan. Ellos probarán su capacidad y sus convicciones.**
- 18. Si usted está de acuerdo, respalde los resultados, no la persona.**
- 19. Provéale con alternativas y opciones para que puedan tomar sus propias decisiones.**
- 20. Los prospectos disfrutarán cuando el negocio se haya completado.**

Controlador: **NO HAGA**

1. No compita el quiere ganar y lo hara negándose a comprar.
2. No prosiga como loro y no pierda el tiempo
3. No trate de desarrollar una relación personal
4. No se olvide ni pierda nada; no sea desorganizado ni desordenado; no los confunda ni los desvíe del asunto de negocio.
5. No dé paso a escapatorias--cubra todas sus bases-- ni deje asuntos nebulosos o los perderá.

Controlador: **NO HAGA**

- 6. No haga preguntas inútiles ni retóricas.
- 7. No sea inconsistente. No especule a locas u ofrezca garantías o seguridades que usted no pueda respaldar.
- 8. No trate de convencer por medios personales.
- 9. No haga un epílogo después de terminar el negocio.



Adherido al sistema

CENTURY 21®

Bragarnik

C.U.C.I.C.B.A. 7863

2. EMOTIVO



**RECONOCIMIENTO
Y APLAUSO**

Emotivo: Características

- 1. Sociable, le agrada la gente y la vida en sí.**
- 2. Domina las conversaciones; interrumpirá y hablará sobre usted.**
- 3. Usualmente utiliza una gran cantidad de gestos manuales y movimientos corporales.**
- 4. Persuasivo y descriptivo.**
- 5. Desea PASARLA BIEN.**
- 6. Espontáneo.**
- 7. De movimientos rápidos.**

Emotivo: Características

- 8. Dispuestos a libremente compartir sus gustos y aversiones.
- 9. Le quiere conocer y puede tocarlo en el proceso.
- 10. Creativo e imaginativo y único.
- 11. Inicia las relaciones; divertido, amoroso; fácilmente se siente herido.
- 12. Es entusiasta y enérgico; motiva a los demás.
- 13. Ocupa el tiempo SOLO si se está divirtiendo.
- 14. Toma riesgos: por diversión, por entusiasmo o por ser el primero.

Emotivo: Cómo venderle

- 1. Utilice su tiempo estimulando, moviéndose con rapidez, y entreteniendo.**
- 2. Establezca una relación rápidamente y aparezca relajado.**
- 3. Explíquelo al prospecto cómo su producto le dará más reconocimiento antes sus ojos, y antes los ojos de sus amigos y familiares.**
- 4. Planifique una interacción que sustente sus sueños y sus intenciones.**
- 5. Le agradan las personas amistosas, relajadas e informadas.**

Emotivo: **Cómo venderle**

6. Enfatice el aspecto de diversión cuando esté discutiendo la propiedad vacacional (la gente, la familia, y las nuevas experiencias).
7. Uso fuerte de las anécdotas de terceras personas.
 - Hable sobre otros propietarios y sus metas, sobre opiniones que encontrarán estimulantes
 - Provea testimonios de gente que ellos consideren importantes y prominentes.
8. Pida opiniones, estimúlelos a hablar sobre sí mismos y juegue con sus egos.

Emotivo: **Cómo venderle**

9. Colóquelos en el marco de acción y pínteles ilustraciones.

10. Provea una buena Declaración de Intención.

11. Hable más rápidamente y sea descriptivo (representación verbal).

12. No trate con los detalles; póngalos por escrito; “atrápelos para que los coloque en estado de acción”.

13. Proporcióneles mucha información y guíelos hacia la decisión obvia sin ser insistente. No dé alternativas, haga recomendaciones. Provea ideas para implementar la acción.

Emotivo: **Cómo venderle**

- 14. Luchará, no huirá.
- 15. Probablemente no leerán el contrato.
- 16. Ofrezca incentivos adicionales especiales e inmediatos por su buena voluntad a tomar riesgos.
- 17. No se sentarán por mucho rato, a menos que estén pasándola bien.
- 18. No necesitan de muchas “tuercas y pernos”.
- 19. Usted tiene que agradarles y actuarán a base de la confianza que tienen en usted.
- 20. Saque tiempo para relacionarse y socializar.

Emotivo: **NO HAGA**

1. No establezca las leyes o sea insistentes.
2. No sea brusco en su expresión, frío, o cerrado.
3. No se deje llevar por hechos y números, alternativas o lo abstracto.
4. No deje las cosas en el aire, o el prospecto se extraviara.
5. No sueñe con ellos o los perderá.
6. No bromee demasiado, pero no se deje llevar rígidamente por la agenda tampoco.
7. Sea entretenido y competente.
8. No dé información errónea o inexacta.



Adherido al sistema

CENTURY 21®

Bragarnik

C.U.C.I.C.B.A. 7863



3. ANALITICO

**Tener la Razón basado en la
Lógica y Que le Respeten**

Analítico: Características

- 1. Necesidad arraigada de tener LA RAZON.**
- 2. No son NORMALMENTE orientados hacia la gente.**
- 3. Lógico y realista.**
- 4. Minucioso y orientado a los procesos.**
- 5. No tolera los errores.**
- 6. Toma su tiempo para ser preciso, un trabajador de amplitud.**
- 7. Prudente, serio y puntual.**

Analítico: Características

- 8. Hace muchas preguntas con poca emoción.
- 9. Mantiene altos estándares.
- 10. Habla usando un dialogo suave y apropiado.
- 11. Pocos gestos, reservado, calmado. Cara de “póquer”.
- 12. Define, clarifica, y recoge información para procesarla.
- 13. Critica y tantea, pero no con ánimo de mala intención.
- 14. Abogado del diablo.
- 15. Adverso al riesgo.

Analítico: **Cómo venderle**

- 1. Dé la presentación a paso moderado y en una forma profesional. Déle al prospecto tiempo para verificar la confiabilidad de sus acciones, sea preciso y realista.**
- 2. Sea puntual, pulcro, y profesional.**
- 3. Tómese el tiempo para ser preciso, minucioso y tener material de apoyo (validar). Renta vs. Propiedad y todos los artículos y gráficos que lo respalden.**
- 4. Usted debe ser competente (experto).**
- 5. Una presentación estructurada (metódico).**
- 6. Cite el peor de los casos.**

Analítico: Cómo venderle

7. Sus declaraciones de Intención y de Capacidad deben ser fuertes.

8. Déjese llevar por los hechos.

9. Se enfocará en el “no riesgo” como razón lógica para comprar.

- Una situación “ganar/ganar” es necesaria.**
- Indique garantías por un período largo de tiempo, pero provea opciones.**
- Provea evidencia sólida, tangible y práctica.**

10. Mantenga buen contacto visual.

Analítico: Cómo venderle

- 11. Demuestre paciencia (que a usted le importa).**
- 12. Balancee su presentación con los “pros y contras” en orden lógica.**
- 13. Provéales más tiempo para contestar sus preguntas.**
- 14. Si se toman más tiempo en procesar su pregunta, es porque ellos procesan y se preguntan sobre la información más que cualquier otro estilo social. No es que algo anda mal.**
- 15. Haga que se sientan bien y respalde sus principios.**

Analítico: Cómo venderle

16. Si usted no está de acuerdo en algo, haga una presentación organizada sobre su posición.

17. Presénteles una solución organizada a sus problemas y necesidades.

18. Sea persistente y extremadamente consciente de generar retroalimentación.

19. Sobreponga las preguntas para obtener exactitud en su retroalimentación, positiva o negativa.

20. “No sé esa respuesta, pero lo voy a anotar y le consigo la respuesta. Esa es una pregunta muy buena”.

Analítico: **NO HAGA**

1. No lleve su presentación muy rápidamente.
2. No los aburra con conversación vacía mientras trata de establecer una relación más cercana.
3. Asegúrese de que no hayan sorpresas.
4. No los apresura durante el proceso de tomar la decisión.
5. No sea desorganizado o desordenado.
6. No deje las cosas a la casualidad o a la suerte.

Analítico: **NO HAGA**

7. No utilice los testimonios de otros o de fuentes inexpertas, no confiables.
8. No utilice la opinión de otro como evidencia.
9. Limite el uso de los superlativos.
10. No exagere ni sea impreciso.
11. No le escriba correspondencia ni notitas a puño y letra porque lo interpretarán como poco profesional y chapucero. Le reitero, no es persona de relaciones.



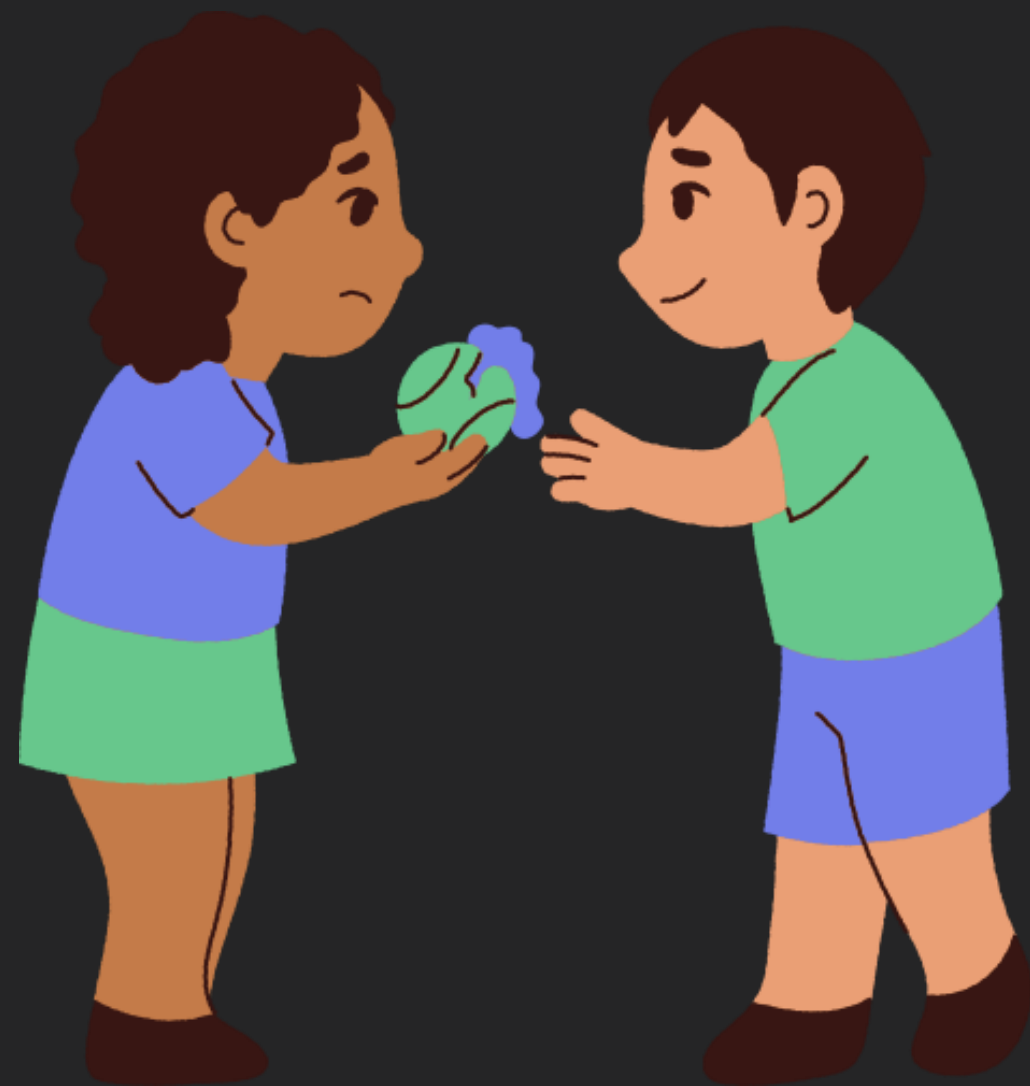
Adherido al sistema

CENTURY 21®

Bragarnik

C.U.C.I.C.B.A. 7863

4. AMABLE



**Necesitan aprobación
y Respaldo**

Amable: Características

1. Agradables, cálidos y corteses.
2. Deseo de hacerlo correctamente y no cometer errores; orientado a la seguridad.
3. Hace lo que decida el grupo; armonioso, especialmente en la familia.
4. Excelente oyente.
5. No interrumpe y deja que el ejecutivo de ventas hable.
6. Está de acuerdo con todo y es bastante cooperador.
7. No agresivo y muy calmado; no toma riesgos.
8. Le gusta el respaldo y la gente que coopera.

Amable: Características

- 9. Pobre contacto visual.
- 10. No hace muchas preguntas.
- 11. Le es muy importante el “Quién más lo ha hecho”.
- 12. Diplomático.
- 13. Leal y sustentador.
- 14. No le agrada que lo presionen.
- 15. Trabaja para y sigue a un líder.
- 16. Debe confiar en usted inequívocamente.
- 17. Gente cariñosa, que se preocupa por los demás.

Amable: **Cómo venderle**

1. Haga su presentación a paso lento y esté mentalmente preparado para una presentación larga.
2. No le gusta que lo presionen; sea amistoso, relajado, y siempre profesional.
3. Desarrolle la relación lentamente-- la amistad es muy importante.
4. Desarrolle un relato lógico, respaldado con hechos; remueva toda duda.
5. Establezca la confianza y utilice todas las herramientas de validación para fortalecerla.

Amable: **Cómo venderle**

6. Desarrolle una sensación de “una sociedad” durante la transacción-- sincero, paciente.
7. Haga recomendaciones y provea alternativas.
8. Utilice más cierres de prueba para obtener más retroalimentación sobre sus gustos, aversiones y preocupaciones.
9. “Esto es lo que hacen todos, y todos lo están haciendo”.
10. Huyen, no pelean. Ellos concordarán en todo.

Amable: Cómo venderle

- 11. Más probabilidad de que cancelen (es necesario una absoluta reconfirmación).**
- 12. Muéstrole y valide su decisión como la mejor.**
- 13. Usted necesita obtener su retroalimentación y luego un compromiso de parte de ellos para que puedan sentir el “momento del sí”.**
- 14. El obtener referidos de éstos, requiere una constante comunicación,**
- 15. Demuestre un interés genuino en su prospecto como personas; busque áreas de involucrimiento común; sea espontáneo y honesto.**

Amable: Cómo venderle

- 16. Sonsaque las metas personales pacientemente y ayúdelos a conseguir sus metas; escuche y sea sensible.**
- 17. Presente su caso suavemente, en una forma no amenazante.**
- 18. Si tienden a concordar fácilmente, busque posibles áreas de desacuerdo o insatisfacción temprana.**
- 19. Si usted no está de acuerdo con ellos, esté pendiente de sentimientos heridos o razones personales.**
- 20. Proceda casualmente, informalmente.**

Amable: **Cómo venderle**

- 21. Provéale una garantía de que su decisión minimizará los riesgos; provea seguridades y beneficios.**
- 22. Provéale soluciones claras y específicas con garantías máxima cuando sea posible.**
- 23. Asegúrese de preguntar si hay algo que cambiarían si pudiesen, o si hay algo que les preocupa. No le proveerán esta información voluntariamente y es absolutamente necesario que usted sepa sus preocupaciones y/o objeciones cuando le vende a un amable.**

Amable: **NO HAGA**

1. No entre precipitadamente a hacer negocios o a seguir su agenda.
2. No se atasque fría y ásperamente en los negocios; por otro lado no pierda vista de sus metas siendo muy personal.
3. No obligue al prospecto a responder rápidamente sobre sus objetivos de vendedor; no diga “así es como yo lo veo”. Pregúntele cómo lo ven ellos.

Amable: **NO HAGA**

4. No los manipule ni intimide tratando de lograr que concuerden con usted; probablemente no se defenderán.

5. No sea ambiguo; no ofrezca opciones y probabilidades.



Adherido al sistema

CENTURY 21®

Bragarnik

C.U.C.I.C.B.A. 7863

¡GRACIAS!

LIDER GLOBAL
EN BIENES RAICES

50 AÑOS
DE TRAYECTORIA

2022
CENTURY21 BRAGARNIK