

MÔI GIỚI BẤT ĐỘNG SẢN 2017: THÁCH THỨC & CON ĐƯỜNG NÀO TỚI THÀNH CÔNG?

Chuyên gia Phạm Thanh Hưng

Hà Nội, ngày 29/3/2017

PHẦN I

THẤU HIỂU THỊ TRƯỜNG, KHÁCH HÀNG & NGHỀ NGHIỆP



THỊ TRƯỜNG BĐS VIỆT NAM NĂM 2017: MỘT VÀI NHẬN ĐỊNH

- Một vài nhận định về thị trường BĐS Việt Nam năm 2017
- Thị trường BĐS Hà Nội 2017 diễn biến như thế nào?
- Thách thức nào dành cho các nhà môi giới BĐS trong năm nay?
 - Nguồn cung dư thừa và sự cạnh tranh quyết liệt
 - Số lượng các công ty môi giới, các sàn giao dịch tăng nhanh và miếng bánh thị phần bị bẻ nhỏ
 - Cạnh tranh mạnh về nguồn nhân lực môi giới bất động sản

MÔI GIỚI BĐS – CON ĐƯỜNG NÀO DẪN TỚI THÀNH CÔNG?

Tổng quan về con đường nghề nghiệp, các kỹ năng và kiến thức chuyên sâu: con đường nghề nghiệp, tạo lập quan hệ khách hàng, quản lý các rủi ro hay dự báo các thất bại, các kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp

- Nhà môi giới: Bạn là ai?
- Ai là khách hàng của bạn?
- Khách hàng cần gì ở bạn?

LỰA CHỌN SẢN PHẨM & ĐỊNH VỊ KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

- Lựa chọn sản phẩm
- Định vị khách hàng mục tiêu



KHÁCH HÀNG & KỸ NĂNG TIẾP CẬN HIỆU QUẢ

- ❑ **Xây dựng, duy trì và phát triển tệp khách hàng**
- ❑ **Kỹ năng tiếp cận khách hàng hiệu quả:**
 - Kỹ năng giao tiếp và kết nối khách hàng
 - Phát triển khách hàng từ các mối quan hệ
 - Các kiến thức nền cần phải có: hiểu biết xã hội và các kiến thức chuyên ngành bổ trợ (kiến trúc, phong thủy, tài chính, pháp lý...)
 - Một cuộc sống lành mạnh & trạng thái tinh thần lạc quan, hứng khởi

talk

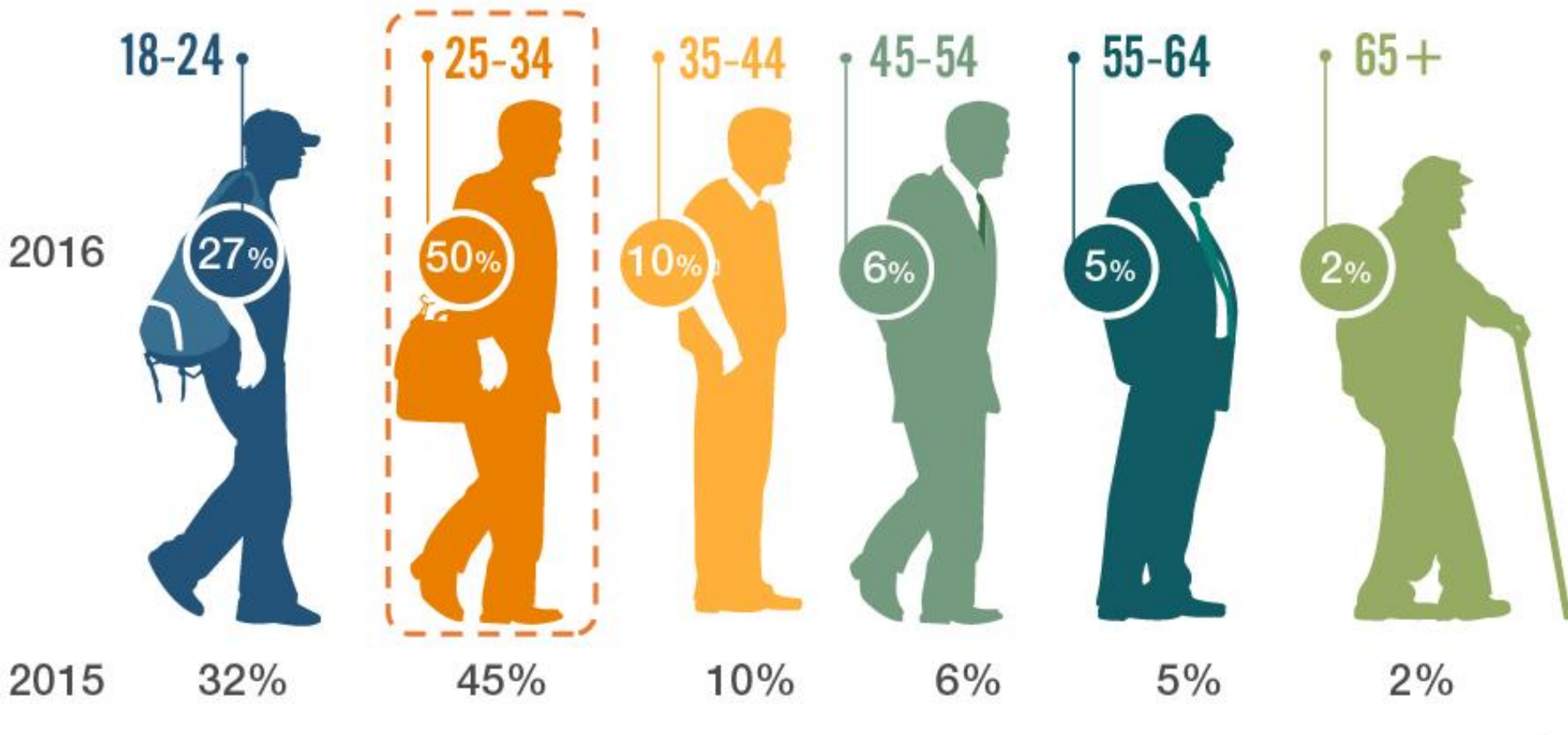
CÁC GIẢI PHÁP TIẾP CẬN KHÁCH HÀNG

- Hãy bắt đầu từ những khách hàng sẵn có và những người xung quanh bạn
- Mở rộng kết nối và quan hệ: tham gia các hội, nhóm, club, nhờ người giới thiệu... (bạn tìm khách hàng)
- Khách hàng tự tìm bạn: xây dựng thương hiệu cá nhân và tối ưu các điểm tiếp cận khách hàng
- Tìm hiểu những xu hướng, hành vi tìm kiếm thông tin dự án của khách hàng (thống kê của Batdongsan.com.vn)

KHÁCH HÀNG VÀ THÓI QUEN TÌM KIẾM THÔNG TIN BĐS QUA BÁO CÁO CỦA BATDONGSAN.COM.VN



Nhóm tuổi tìm kiếm BĐS nhiều nhất



25-34

là nhóm tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất trong số những người truy cập tìm kiếm thông tin bất động sản online.

127%

là tỷ lệ tăng trưởng số lượt truy cập cao nhất của 1 nhóm tuổi (25-34).

Tỉ lệ nam/nữ tìm kiếm BĐS



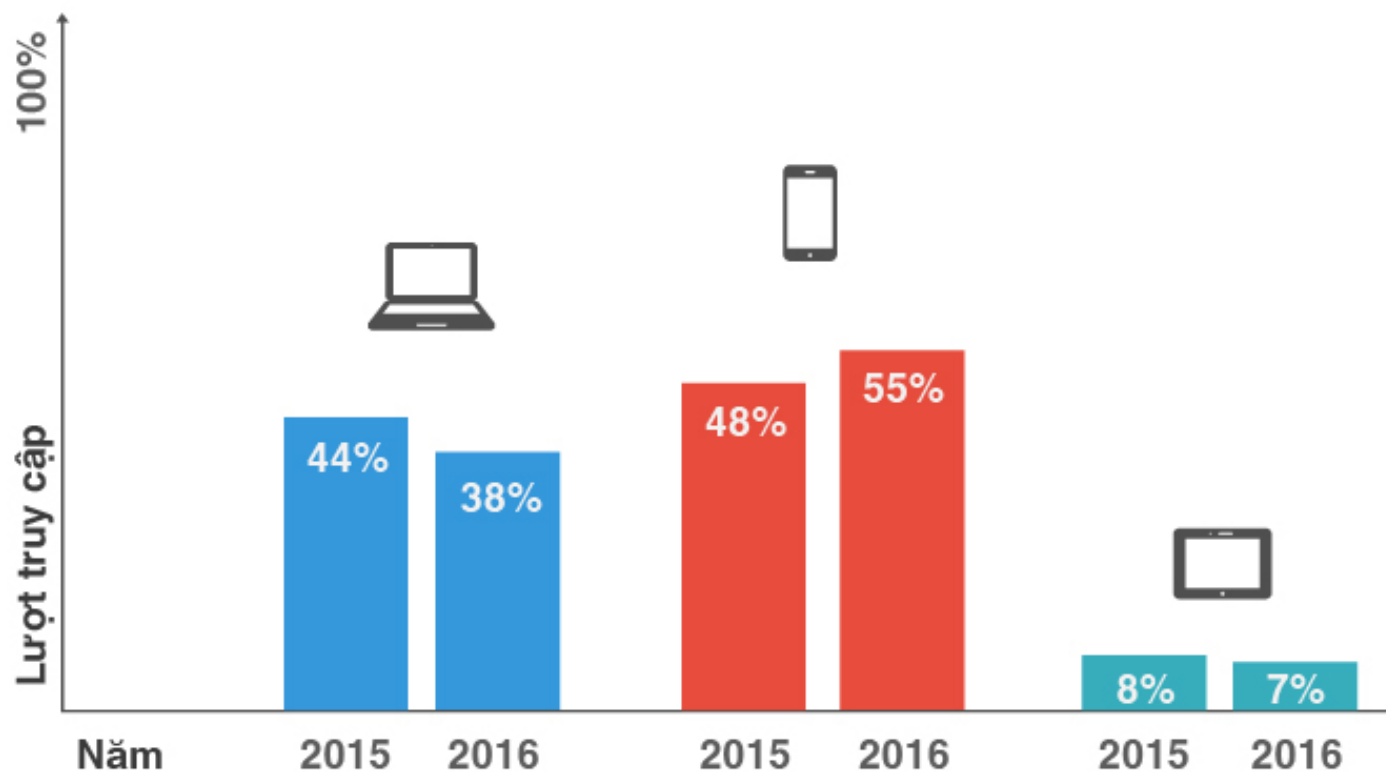
55%



45%

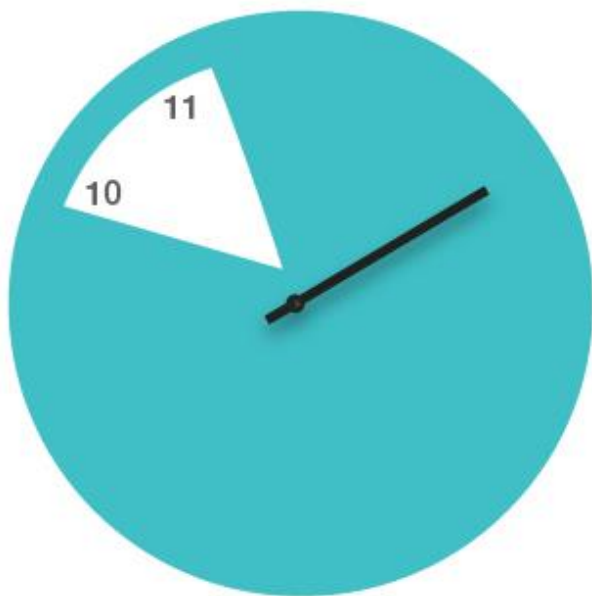
Tỷ lệ người dùng nam và nữ không thay đổi từ 2015 sang 2016.

Thiết bị dùng để tìm kiếm thông tin



Điện thoại di động được sử dụng nhiều nhất để truy cập vào Internet tìm kiếm thông tin bất động sản, nhờ sự nhỏ gọn và tiện lợi cho người dùng.

Thời gian thường tìm kiếm thông tin trên internet



10-11H

10-11H là khung giờ có lượt truy cập trung bình cao nhất trong ngày. Ngoài ra 14-15H và 21-22H cũng là những khoảng thời gian cao điểm về tìm kiếm bất động sản online.



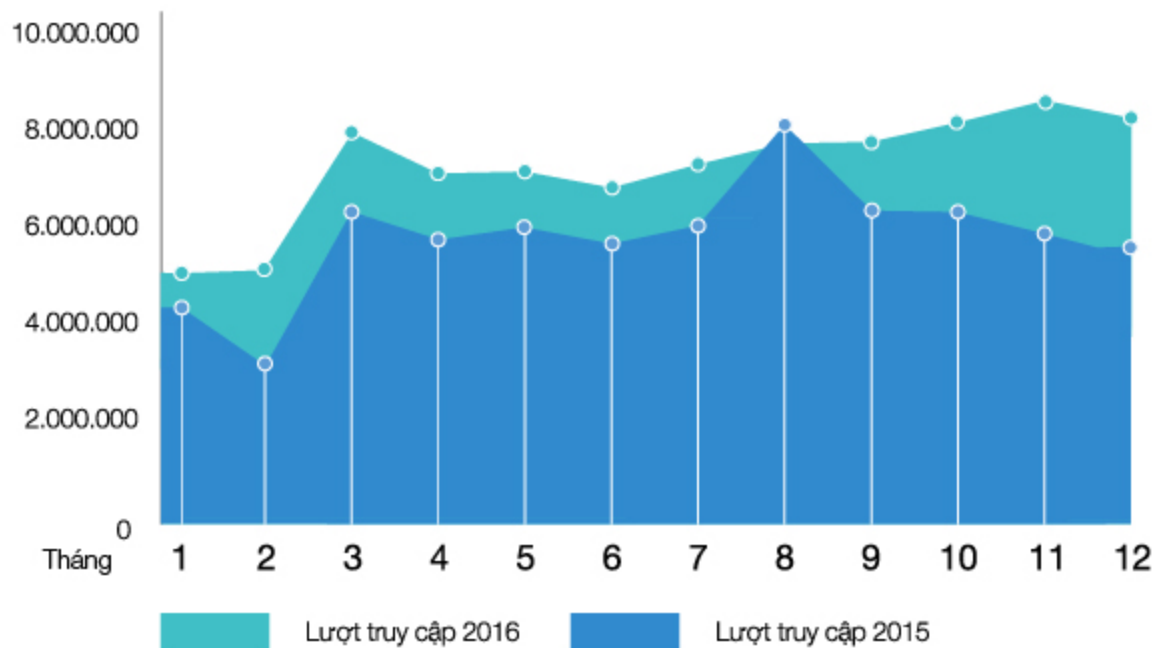
14-15H



21-22H

tâm |

Thời điểm tìm kiếm nhiều nhất



Lượt xem trang cao nhất trong năm 2016 được ghi nhận vào tháng 11



Thứ Hai là ngày có lượt truy cập cao nhất trong tuần

CÁC GIẢI PHÁP TÌM KIẾM & LỰA CHỌN KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

- Theo phân khúc và đặc tính sản phẩm
- Theo mục đích của người mua/khách hàng: đầu tư, an cư, tích lũy tài sản, dòng tiền...
 - Thuộc tính của khách hàng khi mua theo mục đích?
- Các nhóm khách hàng và sản phẩm đặc thù khác

CÁC CON ĐƯỜNG DẪN ĐẾN THẤT BẠI

- Thiếu kiên trì, nhẫn nại
- Tư duy ngắn hạn, kiếm tiền trước mắt và bằng mọi giá
- Nói nhiều hơn nghe, nói nhanh hơn nghĩ
- Quá tự tin hơn năng lực hoặc đặt mục tiêu quá cao cho bản thân
- Thiếu trung thực, thu nhập từ “tiền ngoài”
- Không hiểu nhu cầu và đặc tính của khách hàng
- Không chú ý đến thương hiệu cá nhân

5 PHÚT ĐỂ NẮM BẮT NHU CẦU & TẠO LẬP QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

- Tạo sự thân thiện và tin tưởng (kỹ năng giao tiếp cơ bản)
- Khách hàng muốn gì? Mua BĐS để làm gì?
- Họ là ai? (nghề nghiệp, địa vị xã hội, thu nhập... các thành viên khác trong gia đình, nhu cầu sinh hoạt, học tập, làm việc, chăm sóc sức khỏe, vui chơi giải trí...)
- Các mối quan tâm của khách hàng (tính cách và hành vi) => Tìm ra những đặc tính sản phẩm phù hợp nhất với khách hàng để tập trung giới thiệu.

Phân loại khách hàng theo đặc tính của từng khách hàng:

- Sản phẩm nào, khách hàng này
- Khách hàng cần gì ở sản phẩm của bạn: những tiện ích, dịch vụ gì là thiết yếu, là quan trọng và là thú vị? => Lưu ý: Bạn không bán sản phẩm bất động sản (đó là sản phẩm của CĐT), bạn bán niềm tin, dịch vụ tư vấn và chăm sóc khách hàng

BÍ QUYẾT CHỐT GIAO DỊCH THÀNH CÔNG

Chốt giao dịch là cả một quá trình, không phải một công đoạn

- Một lần nữa, liệt kê những Động Cơ thúc đẩy dẫn tới quyết định mua của khách hàng
- Từng bước triệt tiêu 3 KHÔNG
- Khuyến khích và thúc đẩy
- Cơ hội không có nhiều (deadline, số lượng có hạn, sự cạnh tranh & cơ hội của khách hàng khác)
- Những lợi ích khác: chỉ có được khi chốt ngay hôm nay

PHẦN II

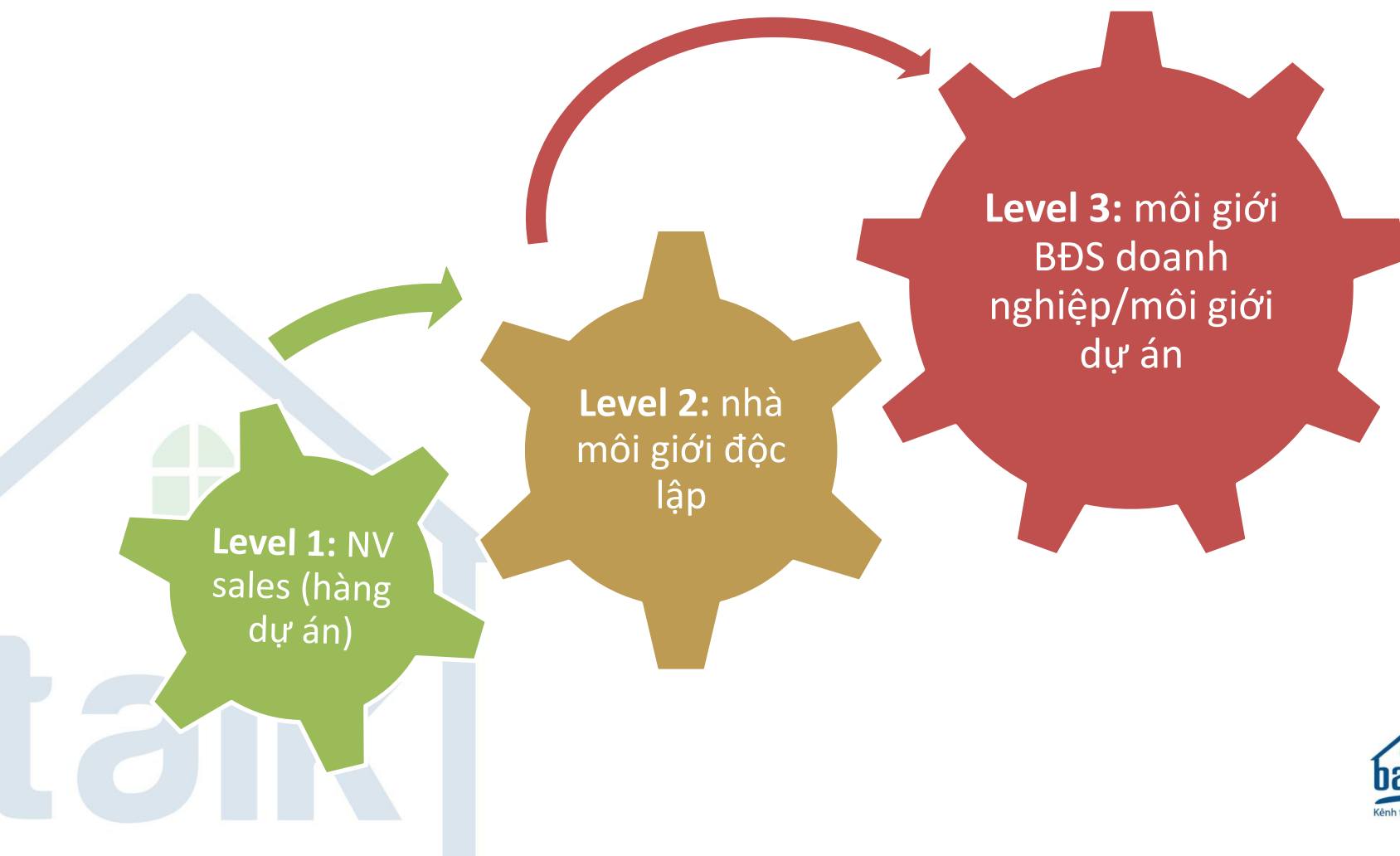
CÁC KỸ NĂNG CHUYÊN NGHIỆP ĐỂ THÀNH CÔNG



LÀM GÌ ĐỂ TRỞ NÊN CHUYÊN NGHIỆP?

- Những bước cơ bản để trở thành nhà môi giới chuyên nghiệp
- Bạn sẽ bỏ nghề sau 2-3 năm hay tiếp tục để bước sang giai đoạn mới cao hơn?
 - Môi giới BĐS có phải là một nghề?
 - Xây dựng kế hoạch kinh doanh và phát triển sự nghiệp
 - Xây dựng quan hệ khách hàng và thương hiệu cá nhân

VÒNG ĐỜI CỦA MÔI GIỚI BĐS Ở VIỆT NAM



VÒNG ĐỜI CỦA MÔI GIỚI BĐS Ở VIỆT NAM

**Level 1: hàng dự án
như nhà ở, BĐS nghỉ
dưỡng, nhà phố**

**Level 2: hàng lẻ, nhà
phố chính chủ, sổ đỏ**

**Level 3: BĐS Doanh
nghiệp**

Sản phẩm

-Tính đồng nhất cao.
-Thông thường hình
thành trong tương lai
-Đã có định vị khách
hàng, Sales kit có sẵn,
rumor thị trường, truyền
thông rải thảm...

-Sản phẩm đa dạng,
không đồng nhất, không
có sẵn.
-Giá cả không cố định,
có thể đàm phán ở biên
độ lớn.
-Chưa làm thị trường.

Sản phẩm đặc thù:
-Các dự án đầu tư cần
chuyển nhượng.
-BĐS công nghiệp, Văn
phòng, TTTM, Du lịch,
dịch vụ hậu cần, trường
học, bệnh viện...

VÒNG ĐỜI CỦA MÔI GIỚI BĐS Ở VIỆT NAM

**Level 1: hàng dự án
như nhà ở, BĐS nghỉ
dưỡng, nhà phố**

**Level 2: hàng lẻ, nhà
phố chính chủ, sổ đỏ**

**Level 3: BĐS Doanh
nghiệp**

Khách hàng

-Đã có nhận thức và hiểu biết nhất định về sản phẩm.

-Luôn quan tâm tới các tiện ích, giá cả/ thanh toán, pháp lý.

-Không có nhận thức và nhu cầu rõ ràng về sản phẩm cần mua.

-Quan tâm nhiều đến Vị trí, công năng sử dụng của căn nhà.

-Là doanh nghiệp hoặc các nhà đầu tư.

-Hiểu rất rõ họ cần gì, biết đánh giá và phân tích, kiểm tra kỹ lưỡng mọi điều kiện...

VÒNG ĐỜI CỦA MÔI GIỚI BĐS Ở VIỆT NAM

Chiến lược tiếp cận

**Level 1: hàng dự án
như nhà ở, BĐS nghỉ
dưỡng, nhà phố**

- Tìm kiếm Database đúng phân khúc (có hàng -> tìm khách)
- Chọn kênh quảng cáo phù hợp
- “Vợt” khách và “Chốt” khách.

**Level 2: hàng lẻ, nhà
phổ chính chủ, sổ đỏ**

- PR thương hiệu cá nhân (chủ yếu bằng listing sản phẩm)
- Có khách -> tìm hàng.
- Kiến thức và khả năng định giá BĐS.
- Thoả thuận người bán (làm sản phẩm)
- Đàm phán người mua.

**Level 3: BĐS Doanh
nghiệp**

- Phải có kinh nghiệm lâu năm, có uy tín, địa vị, và quan hệ tốt với các nhà đầu tư.
- Kiến thức rộng ở nhiều lĩnh vực, đặc biệt là tài chính, ngân hàng, pháp lý và phân tích đầu tư.
- Năng lực thẩm định giá trị doanh nghiệp.

VÒNG ĐỜI CỦA MÔI GIỚI BĐS Ở VIỆT NAM

**Level 1: hàng dự án
như nhà ở, BĐS nghỉ
dưỡng, nhà phố**

**Level 2: hàng lẻ, nhà
phổ chính chủ, sổ đỏ**

**Level 3: BĐS Doanh
nghiệp**

Ưu nhược điểm

- Dễ tiếp cận khách, dễ chốt. Hoa hồng đủ sống, bán tốt có thể tạo tiền đề để thăng hạng.
- Nhược: không chủ động về sản phẩm. Cạnh tranh đồng cấp rất cao.

- Đây là Level điển hình nhất, nếu thành công => chuyển level cao hơn hoặc làm chủ sàn giao dịch.
- Khó khăn: phải làm việc độc lập, phải có tích lũy đủ để chi phí. rủi ro và thất bại cao.

VÒNG ĐỜI CỦA MÔI GIỚI BĐS Ở VIỆT NAM

- Lựa chọn sản phẩm BĐS phù hợp để MG cho từng giai đoạn
- Lựa chọn cách thức MG phù hợp cho từng giai đoạn trong vòng đời MG
- Lựa chọn hình thức MKT phù hợp cho từng giai đoạn trong vòng đời MG

MỐI QUAN HỆ GIỮA ĐẶC TÍNH CỦA KHÁCH HÀNG VÀ ĐẶC TÍNH CỦA BĐS

- Có bao nhiêu loại hình BĐS thì có bấy nhiêu đặc tính khách hàng.
- Không phải “Cái gì” mà là “Vì cái gì” => hãy đi thẳng vào mục tiêu khách hàng muốn và chứng minh
- Những đặc tính của BĐS mà khách hàng quan tâm (5 yếu tố chính), và những yếu tố tác động tới quyết định của khách hàng (liệt kê 5 yếu tố). Những yếu tố này có xu hướng thay đổi theo đặc tính khách hàng (người Việt Nam hay Việt Kiều, khách Bắc hay Nam,...)

DUY TRÌ VÀ MỞ RỘNG QUAN HỆ VỚI KHÁCH HÀNG

- Lựa chọn đúng khách hàng mục tiêu
- Lựa chọn đúng kênh tiếp thị phù hợp và hiệu quả
- Luôn cung cấp nội dung hấp dẫn và có giá trị cho khách hàng (**cho đi là nhận lại**)
- Chi phí tiếp thị tiết kiệm và hiệu quả nhất là..truyền miệng (*Word Of Mouth*)

LÀM GÌ ĐỂ TRỞ THÀNH NHÀ MÔI GIỚI BĐS KHÁC BIỆT

- Rèn luyện khả năng giao tiếp
- Dám chấp nhận thử thách, không sợ thất bại, làm việc không mệt mỏi
- Đam mê sự thành công, kiếm được nhiều tiền và nhiều hơn nữa
- Lấy lợi ích của khách hàng làm giá trị cho bản thân



XIN CẢM ƠN

Các câu hỏi hoặc đề xuất về nội dung, vui lòng liên hệ:

Hotline: 0904 64 8183

Email: experttalk@batdongsan.com.vn