

## INFORME DE TRABAJO MANEJO DE OBJECIONES CÚPULA

Se clasifican las objeciones en las siguientes tipologías:

- Al proyecto.
- A la empresa Cúpula.
- Al asesor comercial.
- Personales del cliente atendido.

### 1. Manejo de objeciones al proyecto

#### 1.1. Precio elevado

- Bien vale la pena, indagar ¿cuál sería entonces el presupuesto con el que cuenta el cliente para el apartamento. Aquí la clave está en argumentar claramente el valor agregado que tiene el proyecto, las razones que justifican el valor del apartamento.
- Cabe resaltar que nuestros precios actuales son muy competitivos con respecto a otros proyectos similares en la ciudad, y contamos con grandes ventajas, entre las cuales están:
- Ubicación: El proyecto está ubicado en un sector que tiene gran proyección de desarrollo y crecimiento de la ciudad.
- El valor del apartamento es determinado por el valor del sector, la valorización del apartamento, las vías de acceso, la seguridad, la iluminación del sector.
- El valor está acorde al valor agregado que entrega este proyecto, para este caso, la ubicación es un gran diferencial, dado que tiene facilidad de transporte, vías de acceso, seguridad, iluminación, entorno, cercanía y conectividad. tiene acceso a las principales vías de acceso de la ciudad, no aplica pico y placa para esta zona.
- Los proyectos que Cúpula ofrece, son macro proyectos lo que ha permitido tener una gran valorización de sus apartamentos.
- El proyecto tiene fiducia de administración completa que le garantiza la seguridad de la inversión.
- La constructora tiene diferentes planes de pago que se ajustan a sus posibilidades y plazo para que pueda realizar la inversión. Usted como cliente puede proponer la forma de pago que se ajuste a sus posibilidades.
- Explicar las opciones de descuento, los planes de pago.
- En cuanto a las características mismas del apartamento se entra a argumentar tamaño, diseño, acabados, mostrando el proyecto como proyecto completo.
- En conclusión, la ubicación es el valor agregado más relevante, y todo lo demás siendo accesorio, tiene gran relevancia, como su entorno, su iluminación, la facilidad de adaptar los acabados a gusto del cliente, tiene amplias zonas verdes.
- Equipamiento del proyecto.

### 1.2. El área del apartamento es muy pequeña (incluye: tamaño de habitaciones, tamaño de los baños, falta de las divisiones de baño y distribución de los espacios)

- Ofrecer los diferentes tipos de apartamentos.
- Mencionar que ambientación se puede tener en cada área y distribución.
- Mencionar que muebles y mobiliarios ""cabén"" en ese espacio.
- Manifestar que los baños son básicos, uno evitando aumentar el precio de los apartamentos, dos, porque el baño es un espacio muy personal y su diseño básico permite que cada persona lo adapte de acuerdo a sus gustos y necesidades.

### 1.3. Falta de iluminación y ventilación en los baños

- La respuesta debe enfocarse desde aspectos técnicos del apartamento.
- Informar sobre los ductos de ventilación y que se tiene la construcción por seguridad y normas técnicas de construcción.
- Resaltar los otros atributos del apartamento, no restando importancia a la objeción, pero dando relevancia a otros aspectos y espacios con los que cuenta el apartamento.

### 1.4. Cantidad de apartamentos que componen el proyecto

- Manifestar la independencia de los apartamentos, el número de ascensores por torre, el tamaño de las zonas sociales, la ventaja de un menor valor en el pago de la administración.

### 1.5. La competencia me ofrece x

- Esta suele ser otra objeción habitual, pero es importante anticiparse a ella.
- El estar preparado para responderla, permite demostrar con certeza el conocimiento del mercado y de la competencia que como constructora se tiene. Somos conscientes de existen otras buenas alternativas en el mercado, pero estamos convencidos que de acuerdo a su necesidad tenemos la mejor opción. Si me lo permite podemos analizar a la luz de lo que la competencia ofrece actualmente. (se puede mostrar un cuadro comparativo entre Cúpula y sus competidores (sin tener que mencionar con nombres propios a las otras constructoras, comparando, precios, ubicación, área, diseños, acabados, zonas verdes, entre otros).
- Y es momento, de resaltar todos los atributos y características que ofrece el proyecto, la valorización, la seguridad de la inversión, las facilidades de pago, la reserva natural, la ubicación del proyecto, la experiencia de la constructora, el equipamiento del proyecto, todos los que ya se tienen considerados como valor agregado.

### 1.6. Cercanía a las avenidas y el ruido que se pueda sentir

- Hablar sobre la distancia de las torres a la avenida.

- Ofrecer apartamentos con ubicación hacia la zona de reserva del proyecto.
- Ofrecer apartamentos disponibles en pisos más altos.
- Mencionar la posibilidad de instalar ventanas antiruido (aclarando que se haría por decisión y con inversión económica del propietario).

### 1.7. Poca disponibilidad de apartamentos en pisos altos

- Mencionar las unidades disponibles en los pisos cercanos a los requeridos, informar sobre la valorización en el tiempo que se tiene por la compra del proyecto sobre planos, la posición del sol sobre los apartamentos disponibles, el beneficio de un menor precio en un piso inferior.

### 1.8. Características generales de los apartamentos o del proyecto

- Esta más que una objeción, puede ser una inquietud frecuente en los clientes, se sugiere mostrar la maqueta, los planos, los complementarios del proyecto.
- Si se presenta inquietud por el tamaño de las zonas sociales se explica que se destina la mejor área del proyecto para la construcción de las zonas sociales.

### 1.9. Ruido de los aviones

- Más que una objeción, puede ser quizás una pregunta que haga alguno de los clientes y aunque se puede dar respuesta conociendo la realidad de lo que sucede alrededor de esta inquietud, dado el caso que crean que puede ser perturbador, se le puede mencionar la posibilidad de instalar ventanas antiruido. (aclarando que sería por decisión e inversión del propietario).

### 1.10. Ubicación (cercanía a una clínica)

- Las objeciones que hacen alusión a aspectos que no podemos modificar respecto al proyecto, debemos convertirlas en beneficios para el cliente, con argumentos reales, que bien pueden ser técnicos, de salud, de optimización de tiempo, de ahorros económicos, de socialización, de estatus, es decir, depende de la lectura que hemos hecho del cliente el argumento que se puede dar y la convicción que este logre.
- Conocer los intereses del cliente, preguntar sobre la intención de compra, si es para vivienda o por inversión, si es para inversión hablar sobre las ventajas para alquiler y venta rápida. Y si es para ocupación propia conocer con quién vive e identificar su estilo de vida para convertir en un beneficio, en este caso la cercanía a la clínica.

### 1.11. Algún temor/queja específica

- Es importante siempre indagar qué dudas tiene el cliente acerca del proyecto para dar respuestas que le generen seguridad, hablar de la fiducia, de los tiempos de entrega y cláusulas de cumplimiento de entrega de la constructora, mencionar el éxito con los proyectos realizados y el cumplimiento. Aquí el argumento va a depender de la inquietud que exprese el cliente.

- Los clientes normalmente no aceptan o deciden desde el primer contacto, lo que ya genera objeciones de manera natural. Una forma de rebatir esta forma de objeción podría ser presentándoles casos de éxito, buenas prácticas que ya se han tenido con otros clientes, en este o en otros proyectos, bien vale la pena mantener claro todas las características de Cúpula como constructora y los cambios de percepción que han tenido los clientes cuando en casos anteriores han tenido dudas como las que presenta el cliente en este momento.
- Por ejemplo cuando los clientes exponen que el proyecto no cuenta con zona para mascotas, una de las experiencias de éxito que se pueden mostrar: En el proyecto "X" los clientes inicialmente presentaban la misma duda, sin embargo, cuando ya ocuparon los apartamentos, entre los propietarios adaptaron un espacio que convirtieron en zona de mascotas, hoy cuentan con un espacio de acuerdo a sus necesidades y gustos" Como puede ver, el proyecto tiene una amplia extensión que bien permitiría esta adecuación.

### 1.12. Otras: Falta de parqueadero, parque de mascotas, cuarto útil

- Frente a objeciones de este tipo, los argumentos técnicos y de presupuesto son muy propios de la constructora y de cada proyecto, es muy importante tener conocimiento y convicción de la respuesta que se va a dar. El incluir la adecuación para un parque de mascotas, la construcción de un parqueadero adicional o de un cuarto útil, tiene aunque no parezca un costo muy alto, lo cual se vería reflejado directamente en el aumento del precio de cada apartamento. guardando las proporciones no valdría la pena pagar mucho más, por un espacio tan pequeño al que se tenía derecho.

### 1.13. Otra: Antena de comunicación

- Frente a objeciones como esta, el primer paso es identificar (preguntando específicamente al cliente) ¿qué es lo que le preocupa al respecto?, ¿por qué lo ve como un problema?. Una vez identificado su temor se pasa a ofrecer un argumento con el que se pueda satisfacer su inquietud. Ejemplo, si la preocupación del cliente es con relación al impacto de salud: las ondas emitidas por la telefonía móvil celular son radiaciones no ionizantes, los niveles de exposición de estas antenas son muy bajos y NO hay evidencia científica de causen daño alguno. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Micrositios/Despliegue-de-Infraestructura-Campos-Electromagneticos-y-Salud/5360:Preguntas-Frecuentes>.

## 2. Manejo de objeciones a la empresa Cúpula

### 2.1. Descuento

- Más que solo un descuento, Cúpula ofrece diferentes planes de pago y la opción de ajustar el plan de pagos de acuerdo a sus propias posibilidades.
- Tenemos descuento por pronto pago.

## 2.2. Tiempos de entrega del apartamento

- El argumento de respuesta se debe enfocar en resaltar, la característica de cumplimiento que tiene la constructora y las cláusulas con las que se cuenta.

## 2.3. Conozco más de la constructora “X” y prefiero comprar con ellos

- Hablar sobre la experiencia de la constructora, los proyectos entregados, el cumplimiento, el profesionalismo de su equipo de trabajo, el equipamiento de los proyectos entregados.
- Detrás de esta objeción existe el miedo al cambio que invade a cualquier comprador. El temor a lo desconocido, para argumentarle, es importante, hablarle de modo que se genere confianza, profundizar no sólo en las necesidades sino en las expectativas... Establecer un diálogo, con preguntas que inviten a hablar con honestidad, ambas partes.

## 2.4. No conozco a Cúpula/ No conozco marca/Nunca he oído hablar de ustedes

- Esta objeción es una buena oportunidad para sacar a relucir la experiencia y trayectoria que tiene la constructora. "Permítame contarle un poco acerca de nosotros, quiénes somos, quiénes son nuestros clientes y cuáles son nuestros proyectos, anteriores y vigentes.
- Hablar sobre los proyectos entregados y sus características, el cumplimiento, los años de experiencia de la constructora, hacer énfasis (modestia aparte) al cumplimiento que caracteriza a la constructora, las zonas sociales y diferenciales de cada proyecto.
- Hablar sobre el número de unidades de vivienda vendidas.

## 3. Manejo de objeciones al asesor comercial

### 3.1. Producto si pero servicio no

- En el caso de presentarte esta objeción, es muy importante verificar que las reclamaciones sean justificadas y, si lo son, aceptar la queja, pedir disculpas y comprometerse a corregir los errores, si es posible, compensar al cliente.
- Preguntar si prefiere que lo contacte otro asesor.

## 4. Manejo de objeciones personal (del cliente)

### 4.1. La decisión no la tomo yo solo

- Como asesor se debe mostrar gran interés en la otras u otras personas que tienen poder de decisión, preguntar qué información consideran que requieren estas otras personas, cuáles pueden ser sus intereses y proponer una nueva cita en la que puedan estar presentes.

#### 4.2. No puedo decidir nada hasta que ocurra “X”

- Hay que dejar aire al comprador para que lo piense, pero en este caso es importante sugerirle una fecha concreta: - “Perfecto. Recuerde, no obstante que el plazo de entrega es “X”.
- El tiempo de venta de Cúpula (si nos permite decírselo) es muy corto, tanto más se demore en tomar la decisión, menos opciones de apartamento en la ubicación y con las características que usted quiere.
- Para finalizar, siempre se debe preguntar ¿cuándo considera que lo puedo contactar nuevamente para conocer si ha tomado la decisión o si tiene alguna otra inquietud por resolver?.

#### 4.3. No necesito o no estoy interesado en comprar un apartamento ahora. La constructora no tiene capacidad para proporcionarme lo que necesito

- Consultar sobre los proyectos a futuro que tiene el comprador para tratar de concretar el interés en el proyecto.
- Manifestar que es un proyecto de venta sobre planos que aumenta la valorización del apartamento en el tiempo lo que le genera ganancia de valor en el tiempo.
- Profundizar sobre las necesidades que se tiene para exaltar las características del proyecto y convertir en atributos acuerdo a las necesidades que manifiesta.

#### 4.4. Requiero más información

- No es una objeción, pero sí es una observación que vale la pena considerar y aprovechar para indagar con el cliente acerca qué aspectos nos está faltando ampliar la información. Si se tiene la información se suministra de inmediato, de lo contrario se toma nota por escrito de la solicitud para demostrar interés sobre la solicitud a y se busca en el menor tiempo posible enviar lo acordado.

#### 4.5. Envíeme la información y después volveremos a hablar.

- Solicitar datos de contacto para el envío de información, reforzar los atributos, validar que si reciban la información y concretar una fecha para llamar de nuevo.
- Es el momento de indagar por cuál es el medio de contacto que prefiere el cliente.

#### 4.6. No tengo tiempo

- Siempre se debe generar una segunda cita, visita o llamada para presentar el proyecto.