

# SAN JOSÉ VENDEDOR INTELEGENTE

Cómo obtener el **precio más alto** y las **mejores condiciones** de la venta de su casa



by

*Mariela Velazquez*

co-authored by

*Krista Mashore*

# SAN JOSÉ

# VENDEDOR INTELIGENTE

Cómo Vender su Casa en San José por el  
Máximo Dinero con Excelentes Términos  
en el Menor Tiempo Posible

Por

**MARIELA VELAZQUEZ**

En coautoría con

**KRISTA MASHORE**

**San Jose Vendedor Inteligente:** *Secretos de bienes raíces para vender su casa en San José por el mejor precio con excelentes términos en el corto tiempo posible.*

Cómo obtener el precio más alto y las mejores condiciones de la venta de su casa.

Derechos de autor © 2023 Mariela Velazquez & Krista Mashore.

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de este libro puede reproducirse de ninguna forma ni por ningún medio electrónico o mecánico, incluidos los sistemas de almacenamiento y recuperación de información, sin el permiso por escrito de los autores, excepto según lo dispuesto por la ley de derechos de autor de los Estados Unidos de América.

Un agradecimiento especial a Krista Mashore por todo su increíble apoyo, orientación, brillantez y entrenamiento. Impreso en los Estados Unidos de América

Esta publicación está diseñada para proporcionar información precisa y fidedigna con respecto al tema tratado. Se vende con el entendimiento de que los autores no se dedican a brindar asesoramiento legal, contable u otro tipo de asesoramiento profesional. Si se requiere asesoramiento legal u otra asistencia de expertos, se deben buscar los servicios de un profesional competente.

Para más información, por favor escriba: [homesbymariela@gmail.com](mailto:homesbymariela@gmail.com)

Visítame en línea en [www.homesbymariela.com/vendedor](http://www.homesbymariela.com/vendedor)

## Elogios para Mariela

*“Estoy tan agradecida por Mariela, las palabras no pueden describir el increíble trabajo que realizó. Nuestra casa se vendió en ocho días por \$75,000 sobre el precio solicitado gracias a su proceso de marketing. Mariela se tomó el tiempo de explicarnos todo y orientarnos. A través del proceso ella mantuvo una comunicación constante con nosotros durante toda la transacción. Ella también nos ayudó a comprar la casa de nuestros sueños. Su atención a los detalles y la dedicación hicieron que este proceso fuera fácil para nosotros. Gracias Mariela por todo tu arduo trabajo, nunca te olvidaremos.”*

*—Adriana y Ulices C.*

*“Agradecimiento especial a Mariela por hacer nuestro proceso suave. Durante este cambio fue asombroso cómo Mariela siempre fue 100% atenta y servicial. Ella incluso ayudó con cambios urgentes de última hora en el fideicomiso y cerramos antes de tiempo. Ella está bien informada y nos hizo sentir como si fuéramos su máxima prioridad. No solo nuestro agente, nuestro amigo y lo volvería a hacer, sin duda. Pude confiar en Mariela y poner mi dinero y ahorros sin ningún problema. Expliando con confianza!!!! Me encantó la experiencia y lo hicimos juntos.”*

*—Luz R*

*“Trabajar con Mariela superó mis expectativas, ella es muy detallista con el proceso y nos mantiene siempre informados. Realmente nunca tuve una pregunta porque ella siempre nos explicó todo con detalle y por lo tanto yo no tenía preguntas y siempre con una sonrisa en su rostro. Ella es más que solo tu agente, se convierte en tu amiga y cuida de tu beneficios en todas las formas posibles! Sí, sí, si, yo definitivamente la recomiendo y también la mantengo como nuestra amiga y agente!”*

*—Érika M.*

*“He tenido el placer de trabajar con Mariela en el pasado. Ella responde a todas sus preguntas, es muy paciente y ella se asegúrate de que entiendes el proceso! Nunca me sentí apurada o presionada por ella, por lo contrario ella se tomó su tiempo para responder a todas mis preguntas. Definitivamente recomiendo trabajar con ella. ¡Gracias Mariela!”*

*—Silvia C.*

*“Mariela fue esencial para que nuestra casa se vendiera rápida y eficazmente. Vendimos en menos de una semana y recibimos múltiples ofertas! Ella hizo hasta lo imposible por nosotros, y siempre estuvimos informados en cada etapa del proceso. Su energía y entusiasmo hicieron que nuestra venta fuera una experiencia muy placentera. Sus consejos y sugerencias siempre estuvieron a nuestro favor. Si buscas a alguien con experiencia y que sea una experta en negociaciones y escuche tus inquietudes y resolver problemas con usted, definitivamente elija Mariela Velázquez.”*

*—Laura y Luis S.*

*“Mariela siempre ha sido una excelente persona para trabajar. Su profesionalismo y atención a los clientes va más allá y es la mejor. Ella es receptiva en cada área y se tomará el tiempo explicar los procesos para asegurarse que sus clientes tengan una comprensión completa del proceso. Ella realmente se preocupa por su trabajo y sus clientes ¡muy recomendable!”*

*—Karina V.*

## Conoce a Mariela

El primer amor de Mariela es ser mamá de sus tres hermosos hijos y su bebé peludo. También le encanta explorar su comunidad y ser voluntaria en nuestra comunidad. En su tiempo libre, disfruta pasar tiempo de calidad con su familia y amigos. También le encanta pasar tiempo con su cachorro y viajar. Ella cree que lo que la hace única como Realtor® es su pasión por el servicio y su experiencia.

Al principio de su carrera en bienes raíces, Mariela aprendió que la construcción de relaciones y la atención al cliente son los cimientos de un modelo de negocios sólido. Siempre ha creído que “cuando cuidas a tus clientes, tus clientes te cuidarán a ti”. Poner a las personas antes que a las ganancias. Cuando se trata de ser propietario de una vivienda, usted está invirtiendo en algo más que una vivienda. Estás invirtiendo en tu futuro. Ser propietario de una casa, tener más de 15 años de experiencia como agente inmobiliario, tener varias designaciones y certificaciones y ser asesorada por un agente de primer nivel a nivel nacional ha facilitado poder analizar las condiciones del mercado e identificar tendencias. Mariela se compromete a brindar un servicio personalizado a todos sus clientes.

La comunicación, el marketing, la negociación, los datos y la tecnología son las herramientas que utiliza a diario para preparar a sus clientes para una transacción fluida. Mariela es bilingüe, habla y escribe español e inglés. Se graduó de la Universidad Estatal de San José, con una Licenciatura en Administración de Empresas. Tiene un certificado del instituto de graduados en bienes raíces de la asociación de agentes inmobiliarios de California y es certificada como experta en negociaciones, que es una designación que tienen menos del 1% de los agentes en todo el país. Ella valora la educación. Por eso sigue mejorando, educándose e invirtiendo en sí misma.

Ella sabe que comprar y vender una casa es un gran paso y ella hará todo lo posible para ayudarlo durante el proceso. Si está buscando un agente de bienes raíces profesional en el que pueda confiar para que actúe en su nombre y le brinde un servicio impecable, no busque más. ¡Mariela Velázquez te ayudará a dar el paso correcto!

# Premios y Certificados de Mariela

Full-Time Real Estate Agent  
San Jose State University: Bachelor's in Business  
Administration  
GRI (Graduate Realtor Institute)  
MCNE (Master Certified Negotiation Expert)  
CNE (Certified Negotiation Expert)  
Certified Real Estate Investing  
E-Pro® (Technology Designation)  
CRS (Listing Strategies:  
Marketing and Selling Your Listing)  
CRS (Foundations of Real Estate Negotiations)  
CRS (Negotiations: Understanding People)  
Real Estate Investing:  
Build Wealth Representing  
Investors and Becoming One Yourself  
New-Home Construction and Buyer Representation  
Pricing Strategies: Mastering the CMA  
Member of the Santa Clara Association of Realtors®  
Member of MLS Listings Systems  
Member of MetroList Systems  
Member of National Digital Marketing  
Strategy Program  
Professional and Industry Expert  
All 5 Star Reviews  
Bilingual (English & Spanish)  
Aware Top Producer at Lakami Professional Realty

Si puedo responder alguna pregunta u ofrecer asistencia, no dude en comunicarse conmigo al 408-849-9297. Y asegúrese de visitar [www.homesbymariela.com/vendedor](http://www.homesbymariela.com/vendedor) para ver videos informativos llenos de información valiosa. También puedo obtener un análisis de marketing gratuito y una evaluación de la vivienda.

## Elogios para Krista y su equipo

*“Mi suegro falleció y necesitábamos vender su casa. Nos reunimos con tres agentes diferentes y rápidamente decidimos ir con Krista. Krista y su equipo están muy bien informados, enérgicos y están en la jugada. La estrategia, el marketing y los precios de la casa estuvieron perfectos. Fueron muy buenos para comunicarse y guiarnos a través de cada paso del proceso. Fue bastante fácil e indoloro.”*

—Shawn y Heather Burns

*“¡El equipo de Krista Mashore fue increíble! ¡Quedamos tan impresionados con sus técnicas de marketing! Seguro que saben cómo vender una casa en esta era en las redes sociales. Su equipo fue profesional desde la puesta en escena, el marketing, hasta el cierre. Nos mantuvieron actualizados y se aseguraron de que tuviéramos un cierre exitoso y oportuno.”*

—Yolanda y Doug

*“¡No puedo hablar más que bien del Grupo Mashore! Siempre estuvieron disponibles para responder nuestras preguntas y darnos orientación mientras maniobramos a través de la venta de nuestra casa. La puesta en escena que hicieron en nuestra casa fue invaluable y las fotos fueron excelentes. Siento que su tecnología definitivamente estaba por delante de la mayoría de los agentes inmobiliarios y ayudó a que todos pusieran los ojos en nuestra propiedad. Era como trabajar con un amigo conocedor y de confianza.”*

—Cindy Crowe

*“Comenzamos el proceso de venta meses antes con otro agente local que nos aseguró que conocía el mercado y fijó el precio de nuestra casa para vender. Agonizamos durante tres meses y solo tuvimos dos presentaciones. Cancelamos el anuncio y cambiamos a Homes by Krista. Tuvimos múltiples presentaciones y una oferta de precio completo en un mes. Esta empresa SABE lo que se necesita para hacer el trabajo.”*

—ME Klekar

## Conoce a Krista

Como parte del 1% de los principales agentes inmobiliarios en todo el país, Krista ha vendido más de 2,000 casas desde que ingresó al campo en el 2001. Es conocida en el este del condado de California como la Reina del Marketing Digital. Como Broker/Propietaria de Homes by Krista, ella ha formado un equipo imbatible cuyo enfoque y objetivo principal son clientes felices con resultados altamente exitosos. Homes by Krista, que incluye un comunicador digital, un especialista en marketing que comercializan la casa de cada cliente como una casa millonaria, independientemente del precio de venta indicado. Cada propiedad recibe una puesta en escena básica, una plataforma de marketing digital, fotografía profesional, videografía, fotografía con drones, así como sitios web específicos de la propiedad, folletos a color de cuatro páginas, recorridos de realidad virtual y mucho más. (Si desea obtener más información sobre el Plan Estratégico de Marketing Digital de Krista, quien consigue casas frente a cientos de miles de ojos, visite [www.KristaCanSellit.com](http://www.KristaCanSellit.com) Autora de cuatro libros, Krista ahora dirige un programa de capacitación nacional que entrena agentes inmobiliarios en las mejores prácticas de vanguardia en la industria. El objetivo final de Krista es ayudar a los clientes, a sus agentes y a su comunidad en todo lo que pueda. Uno de los proyectos favoritos de Krista es entrenar adolescentes en su comunidad a través de su organización sin fines de lucro Teens Lifting Lives. Krista vive con su increíble esposo, Steve, sus increíbles hijos, Jaynlin, Kayli y Casey, y su adorable bulldog francés, Pepper, en Brentwood, California.

Para obtener más información sobre Organización Krista Mashore Coaching y como puede ayudarlo con sus estrategias de marketing digital para dominar su profesión, visite la pagina [www.KristaCanSellit.com](http://www.KristaCanSellit.com) . Si puedo responder alguna pregunta u ofrecer asistencia, no dude en comunicarse conmigo al 925- 325-HOME (4663). Y asegúrese de visitar [www.SellSavvyNow.com](http://www.SellSavvyNow.com) para ver videos instructivos repletos de información valiosa. También podemos conseguirle un análisis de marketing y una valoración de la vivienda gratuitos.

# Premios y Certificados de Krista:

## **Educación:**

Master of Arts M.A.  
Bachelor of Science B.S.  
Elementary School Credentialed Teacher

## **Premios:**

Wall Street Journal Real Trends Top 1% Nationally Top 1% in Units and  
Production in California  
2 Comma Club  
America's Top 100  
Expert Network Distinguished Realtors

## **Certificados :**

GRI (Graduate Realtor™ Institute)  
CRS (Council of Residential Specialists)  
MCNE (Master Certified Negotiation Expert)  
CNE (Certified Negotiation Expert)  
RCS-D™ (Real Estate Collaboration Specialist  
– Divorce)  
ILHM (Institute for Luxury Home Marketing)  
e-Pro (Technology Designation)  
BPOR (Broker Price Options Resource)  
Advanced Evaluations  
Equator and RES NET Certified  
CHS (HAFA Certified) CDPE (Certified Distressed Properties Expert)  
Certificado de Cinco Estrella en Ventas Cortas

Si puedo responder alguna pregunta u ofrecer asistencia, no dude en comunicarse conmigo al 925-325-HOME (4663). Y asegúrese de visitar [www.SellSavvyNow.com](http://www.SellSavvyNow.com) Como para Ver videos informativos llenos de información valiosa. También podemos obtener un análisis de marketing gratuito y una evaluación de la vivienda.

# TABLA DE CONTENIDO

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>Elija un Agente del Vendedor Inteligente</b> .....	<b>3</b>
Certificados .....	4
Experiencia .....	5
Reputación .....	6
Equipo general .....	7
Recursos externos .....	8
Empatía .....	8
Preguntas que debería hacer el vendedor inteligente.....	10
<b>Mercadeo inteligente en el mundo de hoy</b> .....	<b>12</b>
<b>El Poder del Mercadeo digital inteligente</b> .....	<b>14</b>
<b>Mercadeo tradicional con esteroides</b> .....	<b>17</b>
Preguntas del vendedor inteligente para hacer .....	22
<b>Negociación Inteligentemente para Ganar</b> .....	<b>23</b>
Negociador Competitivo .....	23
Negociador Conforme .....	24
Negociador Cooperativo .....	25
Su trabajo durante las negociaciones .....	26
Preguntas del vendedor inteligente para hacer .....	29
<b>La comunicación inteligente es la llave</b> .....	<b>30</b>
Empezar con el pie derecho .....	31
Comunicación durante la etapa del mercadeo .....	34
Durante la negociación .....	35
Durante el Fideicomiso .....	35
Preguntas del vendedor inteligente para hacer .....	37
<b>Objetivos y Prioridades de un vendedor inteligentes</b> .....	<b>38</b>
Obtenga claridad .....	39
Claridad en pareja. ....	40
Clarifique sus prioridades .....	40
Preguntas del vendedor inteligente para hacer .....	43
<b>Preparación para la gran venta</b> .....	<b>44</b>
Organice su casa para recibir ofertas .....	44
Inspecciones Sin Problemas .....	48
Reparaciones mayores .....	49
<b>En el mercado: Lo que debe y no debe hacer el vendedor inteligente</b> .....	<b>51</b>
Mostrando su casa .....	51
<b>Una última palabra</b> .....	<b>53</b>

# INTRODUCCIÓN

¿Alguna vez has leído el libro, *Qué esperar cuando estás esperando?* Fue escrito para parejas que esperan un bebé, especialmente el primero. Recorre todos los inconvenientes físicos del embarazo, así como la montaña rusa emocional en la que te pone el embarazo. Habla sobre las personas que se unirán a ti durante el embarazo, específicamente cuál es su papel y qué esperar de ellas. Explica cosas que ustedes, como pareja, pueden hacer para que el parto sea más saludable y fácil. Básicamente, ¡te instruye y te advierte sobre un montón de cosas para que no te asustes!

Piense en este libro como, *Qué esperar cuando vendo*. ¡Sí, vender su casa puede ser tan emotivo, alegre, aterrador, emocionante e irritante como el embarazo! Desafortunadamente, ¡demasiados vendedores se vuelven locos y no obtienen el resultado final feliz que esperaban! En mi experiencia, esto no tiene que ser traumático o ser una lucha. De hecho, con el equipo adecuado y la información correcta, el proceso puede ser divertido y definitivamente exitoso.

Escribí este libro para brindarle la información que necesita como vendedor para disfrutar del viaje y terminar con el mejor resultado en el “nacimiento”. Como uno de mis vecinos en el Condado de Santa Clara ¡quiero que tenga mucho éxito en la venta de su casa!

En la primera parte de este libro, explicaré lo que se debe buscar en un agente inmobiliario y cómo contratar al que hará el mejor trabajo para usted.

Descubrirá lo que debe esperar en cada paso del camino de un agente realmente bueno. No importa en qué rango de precios se encuentre su casa, ¡realmente quiero que espere un servicio superior del agente que contrate!

Más adelante en el libro, hablaré sobre lo que puede hacer para ser un socio fuerte con su agente, haciendo que el proceso sea más fácil y exitoso. Hace décadas, los papás solían pasar el rato en la sala, mordiéndose las uñas, fumando y preocupándose mientras su cónyuge hacía todo el trabajo pesado. Los bienes raíces solían ser así (y algunos agentes, ¡todavía lo son!). Pero su contribución positiva a todo el proceso puede marcar una gran diferencia en el resultado final. Entonces, le daré algunos consejos de cosas que puede hacer antes de que su casa salga al mercado, mientras se muestra, y durante la negociación final y el proceso de cierre.

## Introducción

Mi lema siempre ha sido: “Ayudándote a hacer el movimiento correcto”. Si tiene alguna pregunta después de leer este libro, no dude en ponerse en contacto conmigo al 408-849-9297. Y asegúrese de ir a [www.homesbymariela.com/vendedor](http://www.homesbymariela.com/vendedor) para obtener videos informativos que sean fáciles de ver y estén llenos de información valiosa. También podemos obtener un análisis gratis de mercado y una evaluación de su hogar.

¡Este libro es mi regalo para usted, junto con mis mejores deseos para la venta exitosa de su casa!

*Mariela Velazquez*

## ELIJA UN AGENTE DEL VENDEDOR INTELIGENTE

*Una de las decisiones más importantes que puede tomar es elegir el equipo de bienes raíces que listara su casa. Desafortunadamente, muchas personas simplemente eligen a alguien que conocen o que tiene una licencia de bienes raíces. Si bien el tío Harvey puede ser un tipo súper agradable, puede que no sea el mejor agente para listar y vender su propiedad. Contratar a alguien que carece de experiencia puede costarte miles y miles de dólares, aunque le prometa darle el “descuento familiar” y reducir su comisión. En primer lugar, no le dará el marketing de alto octanaje que un verdadero profesional puede darle. En segundo lugar, los errores de no saber cómo mantener una transacción en el buen camino, especialmente cuando todo sale mal, puede ser *extremadamente* costoso en bienes raíces. Después de vender más de cien casas, ¡he sido testigo de todo tipo de errores posibles! Y he visto lo terriblemente caro que pueden ser. Tratar de ahorrar dinero en comisiones utilizando a alguien sin experiencia le costará mucho más que los pocos porcentajes de comisión que cree que ahorrará. ¡Y no puedo decirle cuántas veces un vendedor ha elegido un “agente de descuento” sobre mí, solo para volver a mí meses después cuando ese agente no pudo hacer el trabajo! Es como elegir un cirujano para una operación crítica: no usaría a su vecino de al lado para que sea el cirujano solo porque le presta su cortadora de césped o le ofrece un “descuento familiar”, Por supuesto que no ¿verdad? ¡Claro que no! ¡Verificaría sus credenciales, y si se especializa en el tipo de cirugía que necesita, su reputación y muchas otras cosas más antes de cortar!*

Su casa es su mayor inversión. Por lo tanto, a pesar de que puede herir los sentimientos de su tío o de su vecino, deberá elegir al agente que hará el mejor trabajo por usted. En lugar de simplemente sentarse como si estuviera en una exhibición de perros y ponis en su primera cita con un posible agente de bienes raíces, más bien realice una entrevista en profundidad. No tengas miedo de asarlos a la parrilla.

Las partes absolutamente más críticas del trabajo de su agente son el **mercadeo** y la **negociación**. Si su Agente no es fuerte en la comprensión e implementación de las mejores prácticas actuales de ambas áreas, ¡lo están perjudicando incluso al listar su casa! ¡No estoy bromeando! Los agentes que son débiles o de la “vieja escuela” no podrán conseguirle el

mejor precio y los términos más favorables para su casa, incluso si han estado en el negocio durante décadas tampoco podrán hacer el trabajo rápidamente bien y sin mucha molestia.

Debido a que estas dos áreas mercadeo y negociación son muy importantes, las cubriré en profundidad en los próximos capítulos. No tiene que convertirse en un experto en mercadeo o negociación. Solo debería tener muy claro las habilidades y los servicios que un agente debe ofrecerle antes de pensar en firmar con ellos. Cuando entreviste a agentes potenciales para listar su casa, usted querrá hacer un montón de preguntas específicas sobre mercadeo y negociación.

Esto es lo que más debe buscar:

## **Certificados**

Cualquiera puede obtener una licencia de bienes raíces. Una licencia no significa necesariamente que sepan qué realmente está haciendo. Los agentes que realmente se toman en serio el negocio se unen a la Asociación Nacional de Realtor® (NAR), que es la organización de Nacional de profesionales de bienes raíces. (Tendrán esa designación en su tarjeta de presentación). Los agentes de bienes raíces deben seguir el Código de ética la NAR y aprobar exámenes adicionales cada dos años.

Todos los agentes tienen requisitos básicos de educación continua, pero ninguno de estos cursos hace nada para ayudar a un agente a aprender las mejores prácticas en la venta de casas. Y para ser honesto, toda la educación y las credenciales en el mundo no tomarán el lugar de la experiencia. Experiencia es la única manera de ser lo mejor de lo mejor, de aprender a prever y abordar los problemas antes de que surjan, y de conocer realmente los inconvenientes y cómo capitalizar la inversión para el Vendedor. Aquellos de nosotros que luchamos por la excelencia en bienes raíces, hemos tomado cursos adicionales para mejorar nuestras habilidades o para aprender más sobre las áreas de nuestra especialidad. Es posible que hayamos estudiado la negociación avanzada, el mercadeo digital o las tendencias en la financiación de viviendas. Cursos como estos a menudo otorgan una credencial al completarlos con éxito.

Personalmente, tengo tantas letras después de mi nombre que ni siquiera puedo incluirlas en mi tarjeta de presentación. Tengo una designación,

Master Certified Negotiation Expert (MCNE) que menos del 0.1% de todos los agentes inmobiliarios tienen! El punto no es cuántas credenciales y letras tiene un agente después de su nombre. Lo que importa es *qué* credenciales han elegido seguir, y es importante que se hayan tomado el tiempo para convertirse en lo mejor que puedan ser para ser excelentes en lo que hacen y cómo pueden servir.

No dude en preguntar a alguien que quiera listar su casa sobre sus credenciales y educación adicional. Y no se deje impresionar por las designaciones elegantes. Pregunte qué aprendieron en los cursos y cómo estos lo beneficiarán en la venta de su casa.

## **Experiencia**

Volviendo a la analogía del cirujano: ¿Quiere un médico que haya realizado con éxito docenas de cirugías exactamente como la suya? ¿O quiere a alguien que normalmente trabaja en una especialidad totalmente diferente? ¿Quiere a alguien que vaya a realizar su primera cirugía o a alguien que realmente sepa cómo hacerlo en el quirófano?

Al igual que muchas profesiones, los buenos agentes de bienes raíces generalmente se especializan (o deberían especializarse) en ciertas propiedades dentro de un área geográfica específica. Lo llamamos “nicho”. Alguien que le dice que puede “vender cualquier cosa en cualquier lugar” se está engañando a sí mismo. Es posible que puedan hacer el trabajo eventualmente, pero ciertamente no sabrán la mejor forma de comercializar su tipo de casa, lo que significa que no obtendrán el mejor resultado posible.

Por otro lado, un agente de bienes raíces que haya vendido docenas de casas como la suya en su ciudad o vecindario específico tendrá la primicia y sabrá lo que se necesitará para obtener el mejor resultado. Un agente realmente bueno y ético, que no se ocupa de su tipo de propiedad o no está en su área, lo referirá a otra persona, o al menos, se asociará con un agente que se especialice en esa área y tipo de propiedad.

¿Qué pasa con los años de experiencia? Esto puede ser un arma de doble filo. Si tiene a alguien con años de experiencia que se mantiene al día con

las tendencias actuales, las redes sociales y en mercado por Internet, y que es un verdadero emprendedor, ¡eso es perfecto! Le brinda la sabiduría de muchas transacciones junto con un proceso de vanguardia y mercadeo del siglo XXI.

Pero si está considerando a alguien con mucha experiencia que todavía hace bien raíces exactamente de la misma manera que lo hizo cuando

Reagan estaba en el cargo ¡corra por las colinas! ¡Es como contratar a un cirujano que todavía esteriliza su bisturí sobre una llama caliente! Bienes y raíces son tan diferentes de lo que eran hace unas décadas, incluso hace cinco años. El mercado ha cambiado drásticamente, y la forma como los compradores buscan y encuentran casas son totalmente diferentes. Si su agente “experimentado” no sabe esto, y no sabe cómo crear una página de destino atractiva para su hogar, o entrar en el extremo posterior de Zillow para actualizar el perfil de su hogar y mantenerlo en posición de prime, o cómo crear una campaña publicitaria estratégica en las redes sociales, bueno, se estará disparando directo en el pie al elegirlos.

Estaría mucho mejor con un novato que sea un entusiasta, experto en tecnología, inteligente y conocedor del mercado, y del mercadeo digital, y que esté ansioso por hacer todo lo posible para construirse una gran reputación. Lo tratará como oro porque para ellos, ¡usted lo es! Solo asegúrese de que el novato esté trabajando para un buen agente y que preste atención y los guíe en el camino.

## **Reputación**

¡Esto es tan importante! Usted querrá a alguien que sea respetado en la comunidad y que sea totalmente ético como su agente. De hecho, ¿por qué querrá tratar con alguien que no es ético en ninguna circunstancia? A menos que esté buscando un socio que le ayude a robar un banco. Pero incluso, querrá que el tipo sea lo suficientemente honesto como para darle su parte del botín, ¿verdad?

Ningún otro agente u oficial de préstamos u oficial de depósito en garantía (¡o repartidor de pizza!) querrá trabajar con un agente que tenga un pasado turbio o incluso extremadamente difícil de tratar. ¿Por qué otro agente haría un trato de sus compradores calificados con un agente que no responde, que no es confiable y que es un dolor de cabeza? Incluso si su

casa es el Taj Mahal y lo está ofreciendo a un precio excelente, otros agentes dirigirán a sus clientes lo más lejos posible. Y si por casualidad entras en un contrato, créeme, no saldrá bien. Y en este mundo litigioso en el que vivimos, usted se está poniendo en riesgo.

¡Simplemente no contrates a esa persona! Muchos profesionales son éticos y respetados. No lleve duelos innecesarios (¡y demandas!) al eligiendo la manzana podrida en el barril. Tienes que ser muy cuidadoso a la hora de elegir tu agente de bienes raíces. Bien, entonces, ¿cómo se analiza la reputación de un agente? Pedirles referencias sería bueno, pero solo le darán las de sus clientes más satisfechos o de las personas a las que han sobornado para que digan cosas bonitas. Su mejor apuesta es conectarse en línea y consultar Google, Zillow, Facebook, Realtor.com o Yelp para obtener comentarios de clientes. También puede consultar con el Better Business Bureau y el Departamento de Bienes Raíces. Si conoce a algunos agentes inmobiliarios® en el área, pregunte si tienen alguna idea del agente que está considerando.

## **Equipo general**

Se necesita todo un equipo, ¿verdad? A menos que un agente esté listando solo una o tal vez dos casas a la vez, **¡no** pueden mantenerse al tanto de todo lo que se necesita hacer para obtener el mejor resultado en el menor tiempo posible! Necesitan apoyo. Necesitan recursos. Necesitan otras personas realmente comprometidas, capacitadas y talentosas en su equipo para mantener el impulso durante la venta de su casa.

No todos los grandes agentes tienen una oficina de veinte empleados para dirigir el programa. Algunos profesionales han creado equipos de medio tiempo o equipos virtuales que son altamente eficientes y efectivos. Pero si su posible agente utiliza a su encargado de mantenimiento de la piscina para mantener su sitio web y su sobrina de trece años, diseña y envía folletos por correo, debe buscar en otro lugar. El agente que lista una propiedad se debe esforzar por la excelencia, asegurándose que su equipo sea hábil, dedicado y motivado. Gran parte de lo que se hace durante la venta de su casa no será hecho por el agente del comprador. Es importante que sepa quién más trabajará en su venta, qué contribuyen específicamente, su experiencia y con qué frecuencia interactuará con ellos.

## Recursos externos

Cada transacción requiere una serie de recursos externos: inspectores de viviendas, oficiales de custodia, oficiales de préstamos, agentes de seguros, incluso contratistas de construcción y mantenimiento. Los agentes inmobiliarios® que realmente saben lo que están haciendo han organizado conscientemente un buen equipo de estas personas. Los han verificado, han comprobado su trabajo y sus referencias, y probablemente trabajan con ellos de manera consistente. Estos son los expertos profesionales que su agente llama para obtener asesoramiento y /o servicio.

¿Por qué importa? ¿Este equipo externo puede hacer o deshacer una transacción! Cuando nuestro agente tiene un equipo externo fuerte para apoyarlo a través de los medios del proceso, ¡evitará tantos dolores de cabeza! Incluso si el “lado del comprador” necesita recursos externos, su agente puede garantizar que el acuerdo se realice sin problemas recomendando estos buenos recursos al comprador y al agente del comprador.

Siempre he creído que mi gran equipo de recursos es uno de mis activos más fuertes porque he visto lo que puede hacer un equipo así, literalmente cientos de veces: un oficial de custodia inepto puede arruinar completamente un depósito en garantía al calcular mal las cantidades adeudadas. Un agente de seguros puede retrasar totalmente un cierre al no obtener la póliza correcta a tiempo. Otro ejemplo: ¿Qué pasa si su comprador quiere arreglar algo dentro de un período de contingencia realmente corto? Su agente puede ahorrar el día al tener a la persona adecuada para manejarlo en tiempo récord. Así no tendrá que buscar un contratista que puede o no ser bueno y puede o no hacer el trabajo bien y a tiempo.

## Empatía

“Empatía” ¡es difícil de entender! Básicamente, significa que se siente “alineado o identificado” con alguien. No solo se llevan bien con ellos, sino que siente que es “un alma gemela”. “Tal vez tenga diferentes orígenes, incluso provenga de diferentes culturas, pero “hablan su idioma”.

¡Esto probablemente suena como una frase de cajón! Pero el punto es que estará confiando su activo máspreciado, su hogar, a un extraño. No solo es el activo financiero más grande que la mayoría de nosotros tenemos, sino que nuestros hogares a menudo también tienen mucho apego emocional.

Usted Quiere a alguien en quien realmente confía y que entienda lo importante que es esta venta para usted. Y probablemente tenga razones y objetivos específicos e importantes para vender su casa (hablaremos de esto en un capítulo posterior). Quiere a alguien que no solo lo guíe, sino que lo escuche. Pasarán tiempo juntos y tomarás decisiones importantes con tu agente. Este no tiene que convertirse en su mejor amigo, ¡pero ciertamente no quiere quedarse atrapado con alguien que le irrita!

## Preguntas que debería hacer el vendedor inteligente

Le daré algunas preguntas específicas para hacer sobre mercadeo y negociación más adelante. Aquí hay algunas preguntas adicionales que puede usar para examinar posibles agentes. Le sugiero que mantenga esta lista junto con otras preguntas que tenga a su lado durante su primera cita, para que obtenga la información que necesita para estar seguro de su decisión.

### Credenciales:

1. ¿Es usted un agente de bienes raíces®? ¿Qué recursos de la NAR utilizan?
2. ¿Qué otros cursos han tomado en bienes raíces? ¿Qué aprendió de ellos?
3. (Si le muestran una determinada credencial) ¿Qué significa esta credencial? ¿Cómo me ayudará al vender mi casa?

### Experiencia:

1. ¿Cuánta experiencia tiene vendiendo casas como la mía en el área? ¿Puede darme algunos ejemplos recientes?
2. ¿Cuántas casas ha vendido a lo largo de su carrera? ¿Es usted su propio equipo, o tiene otros agentes debajo suyos?
3. ¿Usted se especializa en este tipo de casa? ¿En esta área geográfica? ¿Qué hace que este tipo de propiedad sea única en el área?
4. (Si tienen muchos años de experiencia) ¿Cómo han cambiado los bienes raíces en los últimos años? ¿Se ha mantenido al día con las últimas tendencias en mercadeo para compradores en línea? ¿Qué hace específicamente en ese ámbito?
5. (Si tienen poca experiencia) ¿Tiene una persona de mayor edad que estará íntimamente involucrada en este proceso? ¿Quién es esa persona?

## **Reputación:**

Aunque realmente no puedes preguntarles directamente cuál es su reputación en la comunidad, puede preguntar:

- ¿Está involucrado en la comunidad o en alguna organización profesional?
- ¿Le gustaría saber qué piensas sus clientes y contrapartes de usted?  
¿Por qué cree que es conocido como agente?

## **Equipo general:**

¿Quién más está en su equipo?

1. ¿Cuáles son sus habilidades y antecedentes?
2. ¿Qué maneja específicamente usted en comparación con lo que manejan los miembros de su equipo?
3. ¿Con qué frecuencia interactuaré con ellos?

# MERCADEO INTELIGENTE EN EL MUNDO DE HOY

El mundo ha cambiado drásticamente en las últimas dos décadas, La forma en que compramos, nos comunicamos y obtenemos nuestras noticias, información y entretenimiento ha cambiado totalmente. Incluso en los últimos cinco años, cosas como las compras en línea y las redes sociales se han disparado. Con la tecnología, podemos pagar facturas, pedir nuestros cafés y todo a través de los teléfonos inteligentes. Podemos tomar un video de Junior dando sus primeros pasos y enviárselo a los abuelos a miles de kilómetros de distancia en segundos. Podemos averiguar dónde está la gasolinera más cercana o qué tan alto es el Monte Everest con una simple búsqueda de dos segundos en Google.

Sin embargo, a pesar de nuestros fantásticos avances en tecnología, la industria de bienes raíces se ha quedado muy atrás. La gran mayoría de los agentes todavía hacen su trabajo de la misma manera que lo hacían en los años 80, especialmente cuando se trata de mercadeo. ¿Por qué es importante esto? Porque el mercadeo tradicional básico no da el mejor resultado. Es posible que puedan vender su casa, pero no sucederá tan rápido como pueda, y no obtendrá el precio y los términos más favorables que podría obtener. ¿Por qué? Porque **el mercadeo tradicional básico no llega a tantos compradores potenciales y cualificados**. Por lo tanto, aunque no se necesita ser un experto en tecnología, su agente sí debe serlo. Y aunque no necesita usted saber cómo tomar el mercadeo tradicional y ponerlo con esteroides, su agente si necesita saber cómo hacerlo. Como propietario de una vivienda, solo necesita saber lo suficiente sobre estas cosas para que pueda saber si los agentes que está entrevistando saben de qué están hablando antes de firmar el acuerdo.

Por ejemplo, muchos agentes le dirán: “Sí, claro, comercializo en las redes sociales”. Pero lo que realmente están diciendo es que publicarán algo sobre su casa en sus páginas de negocios y personales de Facebook. ¿Quién lo ve? Las personas que ven esas publicaciones son mis amigos, y eso no es comercializar en las redes sociales.

El mercadeo digital efectivo se dirige a todas aquellas personas que aún *no* están conectadas. Captura compradores potenciales que no visitan el sitio web o las páginas de Facebook de ese agente. Es la diferencia entre 12

personas que saben que su casa está en el mercado y 120,000 personas que lo saben. De hecho, mis anuncios tienden a obtener cientos de horas de visitas. Uno recientemente obtuvo 555 horas en comparación con el promedio de 55 minutos que obtienen los anuncios de otros. Según las estadísticas en el Perfil de un comprador de vivienda de NAR, el 67% de los compradores caminarán a través de una casa que ven en línea, se imagina la diferencia entre 55 min y 555 horas o 12 vistas y 120.000 vistas! Es como la diferencia entre cantar en la ducha versus cantar en el medio tiempo durante el Super Bowl.

# EL PODER DEL MERCADEO DIGITAL INTELIGENTE

¡N o puedo enfatizar lo suficiente cuánto pueden hacer Internet y las redes sociales para garantizar la venta exitosa de su casa, obtener la mayor cantidad de dinero posible, exponerlo a las masas y obtener los mejores términos! Este tipo de mercadeo puede ser muy técnico, pero no se necesita conocer todos los inconvenientes técnicos. Todo lo que necesita saber es cómo exactamente su agente planea aprovechar este poder por usted. (Vea el ejemplo gráfico de Social Media Reach. Un buen mercadeo sin aprovechar el poder de las redes sociales e Internet podría atraer a docenas de posibles compradores. ¡El buen mercadeo en las redes sociales puede llegar literalmente *a miles!* Y tener más compradores potenciales expuestos a su casa, *definitivamente* le dará a su casa una ventaja competitiva. ¡Las campañas de mercadeo realmente efectivas comienzan *antes de que* su casa salga al mercado! Su agente no solo debe distribuir folletos de “Elija a su vecino” y tener un letrero de césped “Próximamente” antes de la fecha oficial (siempre que lo permita NAR), sino que también debe comenzar sus campañas en las redes sociales e Internet para que el rumor funcione.

Un agente excepcional hará publicidad pagada en las redes sociales que puede obtener literalmente miles de visitas. Su agente también debe crear cookies al final de la publicidad para capturar al público objetivo. Un agente inteligente de saber cómo usar campañas publicitarias semanales pagadas de Facebook que están dirigidas a personas “interesadas en mudarse” según los análisis de Facebook. Utilizarán servicios como Adwerx o Ylopo que analizan el comportamiento del consumidor para dirigirse a compradores potenciales que buscan en su área. Harán anuncios pagados en sitios de redes sociales con su recorrido por la propiedad (¡esto genera más de 50,000 visitas, horas de tiempo de visualización de videos y miles de comentarios, me gusta y acciones!). Publicarán en la página de Craigslist para capturar clientes potenciales fuera del área. Y publicarán con frecuencia en Instagram para llegar al mercado milenio.

Y si su agente es realmente agresivo, no sólo colocará la casa en la MLS, etc. Hará publicaciones semanales y actualizaciones de su casa en varios sitios de bienes raíces para mantener su hogar en los primeros lugares. También hará una “búsqueda de prospección inversa” para identificar a los posibles compradores.

Todo esto, lo que se hace, es asegurar de haber identificado a los compradores potenciales que tienen más probabilidades de pagar el precio más alto por su casa. Este se convierte en el mercado objetivo en el que centran sus

esfuerzos. No solo crean anuncios y publicaciones aburridas. Se vuelven creativos con concursos y sorteos que promueven el video de la visita virtual de su hogar. Además, en todo lo que publican en línea, investigarán y usarán la optimización de motores de búsqueda (SEO) para asegurarse que los anuncios y publicaciones sobre su hogar obtengan la mayor cantidad de visitas. Esto significa usar títulos, subtítulos y contenido que incluya palabras claves que los compradores potenciales de viviendas están utilizando para encontrar una casa.

Cuando se trata de mercadeo en línea y redes sociales (¡que es mi experiencia y fortaleza!), a menudo pensamos en Facebook. Pero YouTube e Instagram también son importantes. De hecho, YouTube es el segundo motor de búsqueda más grande del mundo después de Google, por lo que los videos de su hogar definitivamente deberían estar allí con excelentes títulos y subtítulos. También publico todos mis listados en mi blog para que obtengan un mayor SEO (optimización de motores de búsqueda). También tenemos un software que puede rastrear los comportamientos de los compradores en línea y enviarles información sobre nuestras propiedades que coincidan con las casas que están buscando. Luego podemos generar una lista de esos compradores y continuar comercializándolos. Es bastante loco lo que la tecnología puede hacer. Una vez que se ha colocado anuncios y publicaciones en línea, los grandes agentes no solo “lo configuran y lo olvidan”. Tienen un sistema de seguimiento constante que determina qué anuncios están funcionando bien y cuáles necesitan ajustes. Se mantienen al tanto de la campaña e inmediatamente se ponen en contacto con cualquier cliente potencial que llegue ya sea de forma personal por teléfono o mensaje de texto.

El seguimiento también permite que un agente sea proactivo y más efectivo. Por ejemplo, si una de mis casas ha tenido un cierto número de exhibiciones dentro de un cierto período de tiempo sin ofertas, sé que es hora de reducir el precio. Esto no lo dice mi bola de cristal hablando. Son datos. Va más allá de simplemente hacer un análisis comparativo del mercado. Yo analizo los datos de ventas de viviendas y días en el mercado para un período determinado, y cuánto inventario hay en el mercado, tasa de absorción y si se trata de un mercado de compradores o vendedores. En algunos mercados, quince presentaciones en veintiún días sin oferta significan problemas. En un mercado más lento o en un mercado más caliente, los criterios serían diferentes. El punto es que nos tomamos el tiempo para analizar datos y rastrear nuestros resultados de marketing para que

podamos continuar siendo proactivos.

Durante la entrevista inicial, debe solicitar ver ejemplos de propiedades listadas en las redes sociales y el análisis de propiedades anteriores. Al final del libro está un ejemplo de lo que mi equipo usa en las publicaciones.

# MERCADEO TRADICIONAL CON ESTEROIDES

Probablemente esté familiarizado con los conceptos básicos del mercado tradicional en bienes raíces: el agente coloca su propiedad en MLS, inventa un folleto, envía un correo electrónico masivo a otro agente de bienes raíces, instala un letrero, pone algunas fotos en el sitio web de su empresa y realiza uno o dos opens house, ¿verdad?

*No* es así como lo hacen hoy los grandes agentes. Se aseguran de que todo lo que hacen, destaque y sea único y excepcional. Y cuando lo hacen, su hogar se destaca. Los agentes que ponen su “mercadeo tradicional” en esteroides, la parte “tradicional” es sólo un paso en toda la estrategia de marketing. Así es como se ven las primeras piezas de marketing tradicionales para el tipo de agente excepcional que realmente desea en su equipo:

**Publicar en el MLS:** Un gran agente no solo listará su casa en MLS, sino en todos *los* sitios de bienes raíces isponibles como Zillow, Redfin, Realtor.com y Trulia. (En realidad, hay cientos de sitios de bienes raíces y d comercializo mis listados en todos ellos). Un agente inteligente utilizará el “back-end” de estos sitios (cuando se le permita o cuando paguen para hacerlo) para que puedan hacer que su anuncio sea más atractivo y garantizar que la propiedad se mantendrá en una posición principal. Publicarán un recorrido virtual en video de su hogar en lugar de sólo unas pocas fotos. (Vaya a [www.homesbymariela.com](http://www.homesbymariela.com) para ver un ejemplo de recorrido en video). En el listado, un gran agente no sólo publicará los conceptos básicos con la misma copia que hay en cada listado, si no que contará con cosas que hacen que su casa sea única y particularmente atractiva para los posibles compradores calificados, y el agente habrá investigado antes para identificar a los posibles compradores y lo que ellos están buscando.

**Videos y fotos profesionales:** Los agentes inmobiliarios® que realmente se preocupan por hacer un trabajo superior para usted, ¡no solo toman algunas fotos y un video rápido con su teléfono inteligente sobre la marcha! Pagarán para que un fotógrafo y videógrafo profesional venga a hacer el trabajo.

Estos profesionales se asegurarán de capturar las mejores características de su hogar, para garantizar que los aspectos únicos de su hogar se destaquen, que la iluminación sea excelente y que los ángulos sean acogedores y le den a su hogar una sensación de amplitud. Luego tomarán esas fotos y videos y las editarán para dar el mayor impacto. Tomarán fotos por la noche para capturar como su casa se ve muy bien cuando todo está iluminado. Harán lo que sea necesario y no escatimarán en gastos para mostrar su propiedad de la mejor manera posible.

¡El video es tan críticamente importante en la comercialización de su hogar! Estadísticamente, en las redes sociales como Instagram y Facebook, ¡los videos obtienen 12 veces más impacto que el texto o las fotos! Por lo tanto, cuando su casa se publica usando video, ¡obtiene al menos 12 veces más personas que lo ven orgánicamente! Imagínese lo que sucede cuando se pone un poco de gasto publicitario pagado detrás del video (¡así es como obtenemos miles de visitas y cientos de horas vistas!). Cuando un sitio web tiene un video, las personas pasan un 88% más de tiempo en ese sitio web. Por lo tanto, me tomo los videos muy en serio en la comercialización de todos mis listados.

En muchos casos, usaré drones para partes del video. Los videos en todos mis listados son recorridos de realidad virtual en 3D que son interactivos. ¡Permite a los posibles compradores sentir que realmente están allí experimentando la casa, a pesar de que están sentados en casa frente a sus computadoras en pijama! Debido a que es tan interactivo, más espectadores están comprometidos y permanecen viéndolo más tiempo que con fotos o videos regulares solos. La tecnología que uso también se puede vincular a todas las redes sociales, ¡así que es como si estuviera organizando open house las 24 horas del día, los 7 días de la semana!

Por cierto, un video increíblemente impresionante que no recibe la distribución adecuada es como las copas de vino de cristal de tu abuela que están escondidas en algún armario, hermosas pero inútiles. El 99% de los agentes dirán que comercializan usando video, pero nunca se toman el tiempo y la energía para distribuirlo como debe hacerse. Mis videos pueden obtener 555 horas de tiempo de visualización. Según la ineficacia con la que la mayoría de los agentes usan las redes sociales y el video, ¡es muy poco probable que incluso obtengan 5 horas de tiempo de visualización!

**Material impreso:** En lugar de un folleto barato, un gran agente gastará el

tiempo y el dinero para crear un folleto de alta calidad a todo color con enlaces del recorrido virtual al sitio web. Se asegurarán de que el folleto se envíe a *todos los* que hagan consultas en línea o por teléfono sobre su casa o cualquier hogar similar en una copia digital, que es básicamente el sitio web de su hogar. Y me aseguro de que todos los materiales impresos sean compatibles con teléfonos celulares porque el **91% de los compradores usan teléfonos celulares** en su búsqueda de propiedades.

También cree un folleto “Elige a Su Vecino” y lo distribuyó a todos los vecinos. ¿Por qué? Porque las personas que viven en su mismo vecindario tienden a conocer a personas como ellos. Por lo tanto, es probable que conozcan a otras personas a las que les gustaría vivir en su casa y vecindario. A menudo tienen amigos o incluso familiares (¡los que les gustan!) que están buscando nuevos hogares. Necesitamos asegurarnos de que todos en la comunidad sepan que su casa está disponible a la venta.

Si su agente decide hacer una jornada de puertas abiertas open house (que en realidad no es tan efectiva en términos de venta de casas en la mayoría de los casos), le dará a cada visitante este folleto de alta calidad en lugar de solo su tarjeta de presentación. Según N.A.R. menos del 7% de los compradores encontraron su casa en un open house y un letrero de la propiedad. Las jornadas de puertas abiertas (open house) son ineficaces, pero todavía las utilizan muchos agentes. ¿Por qué? Por un lado, es una forma en que pueden buscar nuevos clientes. También se debe a que han estado haciendo jornadas de puertas abiertas durante años y años, y carecen del conjunto de habilidades para llegar a compradores potenciales, y comercializarles donde realmente buscan nuevas casas, ¡que es en línea!

**El Mercado de Bienes Raíces Involucrando con la Comunidad:** ¡Un agente de bienes raíces® que tiene una buena reputación definitivamente tiene una ventaja aquí! Uno con una mala reputación, no tanto. Primero, un gran agente creará un correo electrónico atractivo con un enlace del folleto, el sitio web y el recorrido virtual. En lugar de simplemente enviar este correo electrónico y esperar que alguien lo abra, dirigirán sus correos electrónicos a los mejores agentes de compradores en el área, luego harán un seguimiento con ellos personalmente. Se asegurarán de que los agentes de los compradores en su propia empresa tengan la propiedad en mente.

También lo envió a agentes fuera del área que han traído compradores a la comunidad. Nuestro equipo se pone en contacto con los prestamistas

preferidos para cualquier posible comprador en su cartera. Y cuando se muestren las casas de mis clientes, Yo me pondré en contacto con los agentes de los compradores dentro de las *24 horas* posteriores a cada presentación para obtener comentarios específicos que ayuden a guiar nuestra campaña de mercado.

**Letreros de Venta:** ¡La mayoría de los letreros que se instalan en el césped están diseñados para promover al agente, no para vender la casa! Un gran agente gastará el dinero para crear un signo distintivo que se enciende por la noche. ¿Por qué? Porque más personas notarán el letrero por la noche mientras se dirigen a casa y es entonces cuando muchos compradores potenciales conducen por los vecindarios que les interesan. En lugar de tener una caja de plástico pegajosa con volantes endebles (¡que casi siempre se vuelan con el viento!), las mejores señales de hoy tendrán una función de mensajes de texto personalizada que lleva a las personas directamente al sitio web de su hogar para que puedan ver su casa mientras están sentados afuera en sus carros. También tengo tecnología que notifica a mi equipo cuando alguien usa esta función para que podamos capturar a ese comprador potencial cuando acaban de ver la casa y su recorrido virtual. Y siempre los llamamos de inmediato. Sabemos que cuando los compradores utilizan esta función de mensajes de texto, son muy serios. (O tal vez es solo un vecino curioso. Recuerda, es posible que el vecino conozca a alguien que está buscando una casa).

**Sitio web de su casa:** Sí, su casa debe tener su propio sitio web, ¡no solo una página sucia con algunas fotos en el sitio web de la compañía de bienes raíces! El sitio web de su casa debe estar diseñado para ser atractivo con toda la información que un comprador potencial necesita: el recorrido virtual en video, una galería de fotos, el folleto imprimible, el mapa e información de la propiedad, la calculadora de hipotecas y los informes para compradores de fuera de la ciudad que muestran un mapa del área, así como las comodidades del área, la calificación de las escuelas y la distancia desde su casa, como también la información general de la comunidad. Nos encanta esto y también lo hacemos a los compradores.

¿Suena esto como mucho trabajo? Honestamente, es solo la punta del iceberg en términos de lo que un agente *excepcional* puede hacer por usted. Sí, se requiere un *compromiso de tiempo y dinero* para comercializar su casa. Requiere un compromiso por parte de su agente con la *educación continua en tecnología e innovación*. ¡Esto es lo que usted se merece y lo

## San Jose Vendedor Inteligente

que debe esperar de su agente! Y si no se está haciendo, entonces le está costando dinero y tiempo cuando se trata de vender su casa.

## Preguntas del vendedor inteligente para hacer

1. Específicamente, ¿qué hará para comercializar esta propiedad?
2. ¿A qué compradores potenciales dirigiría mi propiedad y por qué? ¿Qué tan específicamente la comercializará?
3. ¿Qué cree, que hace que mi casa sea más atractiva para los compradores y cómo la presentará?
4. ¿Puede mostrarme ejemplos de sus folletos y otros materiales de publicidad? ¿Son compatibles con teléfonos celulares?
5. ¿Puedes mostrarme fotos de tus letreros de venta? ¿Cómo se destacará? ¿Existe una función de texto que capture la información de los compradores?
6. ¿Utiliza el back-end de Zillow y otros sitios inmobiliarios? ¿Es un agente preferido en Zillow? (Zillow es el sitio web número uno que los compradores usan para buscar propiedades). ¿En qué sitios aparecerá mi casa? ¿Con qué frecuencia actualizan estos anuncios?
7. ¿Qué tipo de esfuerzos hará para involucrar a la comunidad de bienes raíces sobre mi propiedad?
8. ¿Cómo involucrará a mi vecindario?
9. ¿Cómo será el sitio web de mi casa? ¿Quién tomará las fotos y los videos?
10. ¿Qué tipo de campañas publicitarias en redes sociales ejecutará? ¿Cómo hacen el seguimiento? ¿Con qué frecuencia se publicará en los diferentes sitios web? ¿Cómo utilizará sus análisis?
11. ¿Puede mostrarme ejemplos de alcance, compromiso, vistas de video y tiempo de vistas de sus anuncios anteriores en las redes sociales? (Si pasa por alto esto o no pueden responder, y le dice que no están comercializando correctamente en línea, esto le costará miles de dólares).
12. ¿Qué tipo de campaña realiza antes de que la propiedad salga oficialmente al mercado?
13. ¿Cómo se dirige específicamente a los compradores que buscan propiedades similares a la mía?

# NEGOCIACIÓN INTELIGENTEMENTE PARA GANAR

La negociación ha tenido una mala reputación y generalmente se malinterpreta. Esto se debe a que muchas personas piensan en las negociaciones como una gran cena de estilo familiar donde no hay suficiente comida para todos. ¡Todos tienen que vencer al oponente y obtener el suyo antes de que todo se haya ido! Otros piensan que negociar es simplemente grosero. Si alguien pide algo, o se lo das o no. Es descortés manejarlo y tratarlo.

Ambas son descripciones totalmente obsoletas de lo que debería ser una buena negociación. La buena negociación se basa en el concepto de “ganana-gana”. Todos en la transacción obtienen lo que realmente quieren y necesitan, no necesariamente absolutamente todo lo que les gustaría. Se basa en el compromiso consciente, dar y recibir. ¡Y es la forma más efectiva de terminar con el mejor precio y los términos más favorables para su hogar en el menor tiempo posible!

Al igual que el marketing, no tiene que convertirse en un experto en negociación. Pero es muy importante que pueda identificar qué tipo de negociador son los agentes que está entrevistando y cuánta capacitación específica han tenido. Para hacer eso, permítanme darles una visión general rápida de los estilos de negociación:

## **Negociador Competitivo**

Este es un tipo de negociador de “el ganador se lo lleva todo”. Es un estilo de negociación muy antiguo y, al igual que la vieja escuela “venta dura” de hace décadas, no es el enfoque más efectivo en el mundo de hoy. Un agente que es un negociador competitivo generalmente tiene un gran ego y se enorgullece de ser conocido como feroz e inflexible. Pueden vender muchas casas, pero generalmente a un alto costo para su vendedor (el trato lleva mucho más tiempo de lo que debería, terminan con un precio alto, pero con términos horribles, etc. etc.). ¡Puedes reconocer a un negociador competitivo por la forma en que necesita tener razón en todo! Son tercos e inflexibles, a menudo no distinguen entre los grandes problemas y los que no

no son importantes. El negociador competitivo a menudo se basa en técnicas de intimidación, como amenazar con retirar el acuerdo o establecer plazos imposibles para períodos de contingencia o financiamiento. ¡Este tipo de enfoque no acelera el proceso, pero generalmente termina costándole dinero al final!

Este tipo de agente puede ser encantador para usted como cliente, pero tiende a tratar a todos los demás con rudeza y falta de respeto. Pueden ser de mal genio y poco profesionales, incluso usando blasfemias hacia los compradores potenciales y sus agentes. Su necesidad de ser superiores y “correctos” termina costando a todos lo innecesario y dinero.

¿Por qué un agente utiliza este enfoque que es ineficaz? A otros agentes no les gustan, no confían en ellos y saben que serán abusivos durante la transacción. Por lo tanto, evitan traer compradores a ellos. O si lo hacen, ¡el agente del comprador aborda la transacción con armadura completa con rifles amartillados! La terquedad e inflexibilidad de un negociador competitivo matará acuerdos que podrían ser viables o, cuando las transacciones se realicen, dejará un mal sabor de boca a todos los involucrados. Simplemente no es un buen negocio, y no te dará el resultado que usted merece.

En realidad, tenemos una “lista negra” de agentes que han hecho un mal servicio a los clientes en el pasado, que no han estado totalmente dispuestos a comprometerse, incluso cuando tenía sentido para todas las partes, y que estaban francamente sucios. Presentamos sus ofertas, pero siempre advertimos a nuestros vendedores de nuestras experiencias pasadas si se les pide una opinión.

## **Negociador Conforme**

Este tipo de negociador es la otra cara del negociador competitivo. Las personas obedientes temen la confrontación y el desacuerdo. Necesitan ser queridos para que dejen que otros caminen sobre ellos. Este tipo de agente siempre cederá a las demandas de la otra parte y le convencerá de hacer lo mismo. Puede ser una persona muy agradable, pero no la persona que necesita en su equipo.

Piense en ello como una enfermera quirúrgica que le teme a la sangre. ¡No querrás que esa persona ayude al cirujano que te está operando! En la sala de operaciones, la sangre es solo una parte de ella. Nadie espera que

el paciente sea llevado y se cure completamente sin derramar una gota. Una buena enfermera sabe que va a haber sangre. Es una parte necesaria del proceso y no está mal (¡a menos que se salga de control!). Mientras que una enfermera temerosa cierra los ojos al ver la sangre y la evita por completo, una enfermera competente lo toma todo con calma y maneja la situación de la manera más tranquila posible, sabiendo que conducirá a un paciente sano.

Al igual que la sangre en la sala de operaciones, la negociación es solo una parte de todos los negocios inmobiliarios. Es algo que se espera, no se teme. Es extremadamente raro que un comprador se presente y acepte todos los términos que usted, como vendedor, ha propuesto. No es como los clientes de una tienda departamental que solo miran la etiqueta del precio y gastan sus tarjetas de crédito. Las transacciones de bienes raíces están llenas de grandes y pequeños problemas, todos los cuales requieren negociación. Si su agente simplemente cede cada vez que el Comprador pide algo, no está representando a sus mejores intereses. Este tipo de agente siempre le advierte que ceda porque “podemos perder el trato”. no se debe caer en él. Si un comprador quiere su propiedad lo suficientemente, negociará. Cuando mis clientes están nerviosos por perder un trato porque contra ofertamos o negociamos, siempre les recuerdo que, si el comprador camina porque nuestros términos no son aceptables sin contraatacar, no querían la casa lo suficientemente. Ellos se habrían salido de todos modos en algún otro momento durante la transacción y habrían perdido nuestro precioso tiempo.

Está bien, entonces, si no es el matón y no es el gato asustado, ¿qué tipo de negociador debe ser?

### **Negociador Cooperativo**

Al igual que esa enfermera quirúrgica tranquila, un negociador colaborativo espera y está preparado para la negociación. En esencia, la negociación es comunicación. Por lo tanto, escucharán y harán preguntas, buscando comprender realmente a todas las partes de la transacción.

En primer lugar, en colaboración con usted, han establecido objetivos para la venta de su casa. Le han ayudado a priorizar sus necesidades y deseos para la transacción. Es posible que incluso hayan discutido áreas de compromiso con usted antes de poner su casa en el mercado. No le prometerán

la luna, pero ayudarán a ser realista desde el principio. Cuando llegan las ofertas, un negociador colaborativo se tomará el tiempo para comprender las motivaciones y prioridades de cada comprador discutiéndolas con el agente del comprador. Ellos harán su investigación. Cuando surja un conflicto entre lo que quieren y lo que quiere el Comprador, trabajará con el agente del Comprador para encontrar opciones creativas y soluciones que funcionen para todos. No regalarán la granja y siempre se asegurarán de que se respeten sus prioridades más importantes. Pero estarán dispuestos a comprometerse en pequeños temas que permitan que se apruebe una gran cantidad de cosas. Y si surge una disputa, tendrán las habilidades para mantener la situación lo más tranquila posible. No reaccionarán exageradamente a demandas irrazonables o emociones altas del otro lado, sino que mantendrán la calma y buscarán comprender los problemas reales que hay debajo. No dejar que su ego o necesidad de tener razón se interponga en el camino para lograr que el trato se lleve a cabo, siempre y cuando sea en el mejor de los intereses para el cumplimiento de los objetivos del vendedor.

Para alguien que no está capacitado específicamente en negociación, el enfoque colaborativo puede parecer débil. Pero en realidad es el enfoque más fuerte y efectivo que puede tomar. Solo pregúntale a Harvard. La escuela tiene una amplia capacitación en esto. Es el enfoque que se enseña en prácticamente todos los cursos avanzados de negociación en estos días. Entonces, si su agente ha tomado algunos de estos cursos, ¡es una muy buena señal! Las habilidades para la negociación colaborativa incluyen: comunicación verbal efectiva, excelentes habilidades de escucha, construcción de relaciones, resolución creativa de problemas, asertividad y habilidades de “persuasión ética”. Con estas habilidades en su cinturón de herramientas, un agente colaborativo le obtendrá un resultado final mucho mejor que cualquiera de los otros estilos.

## **Su trabajo durante las negociaciones**

Usted tiene un papel importante que desempeñar en la negociación. Su trabajo no es tratar directamente con el Comprador o el agente del Comprador. De hecho, no importa cuán grande sea usted mismo como negociador, la interacción directa de su parte solo causará confusión y posiblemente descarrilará la transacción. Deje que su agente haga su

trabajo y lo apoye. Su trabajo es:

**Recuerde sus prioridades:** En el próximo capítulo, hablaremos sobre cómo desenterrar sus prioridades para vender su casa, que son las cosas que son más importantes para usted. Durante las negociaciones y dentro de los contratos, tomará decisiones sobre cientos de temas. Algunos de ellos importan y otros realmente no. Pero es fácil quedar atrapado en todo esto y perder de vista lo que realmente está tratando de lograr al vender su casa. Asegúrese de mantener sus prioridades al frente y al centro para que cuando ocurra el inevitable alboroto no pierda el rumbo.

**Mantenga la calma y piénselo bien:** Lo sé, lo sé, ¡estamos hablando de su casa! Pero las mejores decisiones no se toman cuando nos sentimos emocionales. Sí, es posible que esté realmente convencido de que el comprador quiere cobrarle un alquiler escandaloso para que pueda quedarse un mes después del cierre. Sí, es posible que se asuste cuando escuche que planean llenar su piscina y eliminar los limoneros que plantó. Respira hondo. Responda, no reaccione. Evite una reacción instintiva y piénselo bien. Y si necesita tiempo para entrar en un lugar mejor emocionalmente, duerma antes de tomar una decisión.

Recuerdo que, en mis primeros años en el negocio, reaccionaba y tomaba decisiones basadas en emociones en lugar de hechos. Es algo que lleva tiempo y muchas transacciones para aprender. He tenido más de 2,000 transacciones para mantener mis emociones intactas y ayudar a mis clientes a hacer lo mismo.

**Escuche y haga preguntas:** Su agente está allí para aconsejarle, así que por favor escuche. Si no estás de acuerdo o no entiende por qué quieren que se le comprometa en algo, haga preguntas. Pregunte cuál es su razonamiento. Pregunte sobre otras opciones y, si ha pensado en una opción diferente, hágaselo saber. Pregúnteles qué sucederá probablemente si no está de acuerdo con el compromiso. Al final del día, usted tiene la última palabra en cualquier decisión. Solo asegúrese de obtener toda la información que necesita para tomar la decisión.

**Sea claro:** su agente negocia en su nombre, así que sea lo más claro posible. Mantenga la comunicación abierta. Si no le gusta cómo va la negociación, cuéntale y explíqueles por qué. Cuando tome una decisión o un compromiso, asegúrese de que sea una con la que se sienta lo suficientemente bien

## San Jose Vendedor Inteligente

como para honrarla. Y si es usted una pareja que vende tu casa, trata de evitar señales mixtas. Tomen decisiones juntos. Darle a su agente órdenes claras de marcha les permite representarlo lo mejor que puedan. Luego, esté dispuesto a escuchar si su agente no está de acuerdo con la dirección que desea tomar. Deberían poder explicar la alternativa y por qué es más beneficiosa para usted.

## **Preguntas del vendedor inteligente para hacer**

Desafortunadamente, la mayoría de las personas no descubren cuál es el estilo de negociación de su agente hasta que están en medio de las negociaciones. Hacer algunas preguntas y prestar atención a cómo interactúan con usted ayudará.

1. ¿Qué cursos y capacitación en negociaciones ha tomado? ¿Qué credenciales ha obtenido en ellos? ¿Qué aprendió de ellos?
2. ¿Cómo se caracteriza como negociador? ¿Cuál es su mejor habilidad para negociar?
3. ¿Cuál cree que son los aspectos más importantes en cualquier negociación?
4. ¿Qué papel desempeñaré en las negociaciones y cómo nos comunicaremos durante el proceso?

## LA COMUNICACIÓN INTELIGENTE ES LA LLAVE

Otra área importante que tiene que detectar en un posible agente es *la comunicación*. Demasiados agentes tradicionales hacen que firme en la línea punteada y luego se desaparecen durante un mes más o menos hasta que tengan una oferta en la mano, ¡o para decirle por qué no tienen una oferta! En esta era de comunicación instantánea, ¡eso simplemente no es aceptable! Usted merece más y debe esperar más, y no quiere terminar teniendo que llamar y llamar a su agente para obtener respuestas a sus preguntas importantes. Usted quiere saber qué está pasando con el mercadeo. Desea escuchar sobre cualquier comentario hecho por compradores potenciales que han revisado su casa. Desea dar su opinión sobre el proceso y asegurarse de que sus intereses realmente estén siendo atendidos. Asegúrese de recibir el tipo de comunicación que necesita desde el principio. Por ejemplo, incluso durante la cita inicial, un agente realmente excelente se tomará el tiempo para explicar lo que está sucediendo en el mercado y cómo eso afectará la venta de su casa y el precio. Le dirán quiénes serán sus compradores más probables y cómo tienen la intención de comercializarlos. Le darán comentarios honestos sobre sus expectativas para la venta y tal vez ofrezcan alternativas a las expectativas que no son realistas.

De hecho, si tres de los cuatro agentes que entrevista dicen que el precio de su casa es elevado o muy caro, entonces no le crea a esa cuarta persona que dice: “¡Oye, no hay problema!” ¡Solo perderá su tiempo, porque tres meses después ese agente le va a sugerir reducir el precio! No puedo decirle cuántas veces he visto que un vendedor contrata a un agente que exagera el precio del anuncio, cuando yo fui franca y honesta al respecto. ¡Luego veo que la casa se encuentra en el mercado durante muchos meses y veo caer el precio, y le vuelven a bajar de precio hasta que finalmente se venda por menos de lo que yo podría haberse obtenido por ella si el vendedor me hubiera escuchado desde el principio! El agente que busque lo tiene que tratar con respeto, como un socio valioso en el proceso y lo guiará de esta buena manera.

**Un ejemplo:** Una pareja en nuestra comunidad había listado su casa con un agente que dijo que podía venderla por \$749,000. Tres semanas después,

redujeron el precio a \$699.000 dólares. Después de 39 días en el mercado y muy pocas visitas, la pareja sacó la casa del mercado. Treinta días después, se reunieron con mi equipo. Pudimos vender la casa en solo 9 días a \$695,000, ¡exactamente el precio de listado que deberían haber tenido desde el principio!

Por lo tanto, asegúrese de que su agente sea franco, honesto y abierto con usted. Una buena comunicación debe continuar después de firmar un acuerdo con ellos.

## **Empezar con el pie derecho**

Desde el principio, su agente y el equipo deben estar en constante contacto. No de manera que lo acose o que los haga sentir ineficientes, sino de manera que lo mantenga informado sobre lo que está sucediendo. Lo primero que se debe preguntar es cómo van a contactar. ¿Prefieres el teléfono? ¿Mensaje de texto? ¿Correo electrónico? ¿Qué horas del día son buenas? Su agente también debe tener claro cuándo está disponible y a quién contactar para preguntas urgentes cuando no esté disponible. A mis clientes les doy los números de contacto de todos los miembros de mi equipo con los que interactuarán.

Estas son solo algunas de las cosas que su agente y su equipo deberían preguntarle y comunicarle desde el principio:

**Objetivos y necesidades de la venta:** Cubro esto más a fondo en la siguiente sección. Pero su agente debe tomarse el tiempo para sentarse con usted y realmente entender lo que quiere y necesita de esta venta. Deben estar sinceramente interesados y prestar mucha atención a lo que tiene que decir. Un buen agente escuchará y hará preguntas para que pueda adaptar sus estrategias de mercadeo y negociación. Si pasan por alto esta parte y no profundizan en esto, ¡definitivamente es una señal de alerta! Muy bien podría significar que usarán estrategias “listas para usar” que siempre han usado, y al final obtendrá un resultado “listo para usar”.

**Las mejores características de su casa:** ¿Quién sabe esto mejor que usted? Su agente debe pedirle su opinión sobre lo que más le gusta de la casa y lo que hace que sea genial vivir en ella. Un gran agente (o su especialista en mercadeo) debería preguntarle sobre las características de su hogar y cualquier actualización que haya realizado. Deben preguntar sobre la ubicación

específica, incluidos los vecinos, los lugares atractivos del vecindario y los servicios públicos cercanos. Por supuesto, tendrán muchas estadísticas y conocimientos del área que están a su alcance. Pero su visión de estas cosas, como las escuelas del vecindario o peluquerías locales, agregará mucho a la comercialización de su hogar.

**La información de su casa:** Esta es la parte aburrida, pero es necesaria. Yo llamo a esto mi “vendedor de la casa” y he creado un paquete especial para mis tes que los lleva a través de todo lo que necesitamos.

Solicita cosas como códigos de alarma e instrucciones de visualización deseadas (es decir, “por favor, avise al propietario con al menos 30 minutos de anticipación” o “no permita mascotas afuera”). También incluye formularios para ayudar a mis clientes a proporcionar toda la información que necesitan proporcionar legalmente a los posibles compradores. ¡En California y muchos otros estados, la cantidad de información que tiene que divulgar es increíble! ¡Y nuestro agente no solo debe informarle a través de lo que se requiere, sino también proporcionar formularios y procesos que lo hagan menos engorroso! Por ejemplo, proporciono a mis propietarios una lista de verificación completa que cubre todo, desde las asociaciones de propietarios hasta la antigüedad del techo. Para las divulgaciones requeridas, les proporciono un formulario en línea fácil. Les digo a mis clientes que se sirvan una copa de vino, abran su computadora portátil o tableta, luego caminen de habitación en habitación y tomen notas de cualquier reparación o cambio que hayan hecho a lo largo de los años. Cuando se trata de completar las divulgaciones requeridas por el estado, entramos en detalle con nuestros clientes explicando lo que significa cada artículo de línea. (Lamentablemente, muchos agentes simplemente entregan a sus clientes estos formularios complicados y que los llenen. Esto no solo es una molestia para usted, sino que puede causar problemas legales en el futuro si no lo hace correcta y completamente).

California es mi estado y es muy estricto con las divulgaciones, por eso usted tiene que revelar cualquier cosa que haya sido modificada, reparada, reemplazada, agregada, arreglada o cambiada. Tiene que revelar cualquier cosa que sepa sobre lo que “puede” suceder en el futuro o que sucedió en el pasado a la casa, la ciudad, el vecindario, etc. No depende solo decidir si es bueno o malo, significativo o no, incluso si algo es obvio o no. Todavía necesita revelarlo. Entonces, si vive en un campo de golf, descríbelo sin importar lo obvio que parezca. Si no lo hace y una pelota de golf golpea la

casa y daña a alguien o algo, puede estar abierto a una demanda. ¡No estoy bromeando!

Esas divulgaciones de “placa de caldera” en sus formularios cubren mucho, pero la divulgación excesiva siempre es mejor si desea evitar futuras demandas. Si tiene mucho tráfico o vive en una calle concurrida, divúlguelo. Si cambió el inodoro en el 2005, publíquelo. Si conoces algún cambio futuro en la comunidad, discútelo. Si tiene una HOA (asociación) y sabe que las cuotas están subiendo, publíquela. Sí, es molesto y estresante estas cosas es mejor hacerlo, ¡pero es mucho menos estresante que una demanda!

**Establecer citas iniciales:** El equipo de su agente no solo debe informarle cuándo están sucediendo las cosas, sino que también debe programar horarios que sean convenientes para usted, no solo para ellos. Tendrá una cita para tomar fotos y videos y también deben enviarle una lista de verificación de cómo prepararse para esta cita. Siempre hago arreglos para que una experta en presentación venga a la casa de mis clientes para hacer sugerencias sobre cómo mostrar mejor sus características y hacer una puesta en escena básica con ellos.

El equipo de su agente programará la instalación del aviso de venta y debe pedirle su opinión antes de colocarlo. También tendrá un candado electrónico instalado y alguien debe sentarse y explicarle exactamente cómo funcionará esto, quién tendrá acceso a su hogar y cuándo tendrá acceso. También siempre les doy a mis clientes consejos sobre cómo mantener seguros los objetos de valor durante el período en que se muestra la casa.

**Preparación del hogar:** Antes de que su casa salga al mercado, un buen agente debe proporcionarle una lista de reparaciones y cualquier otra cosa que mejore y que se recomiende. Su agente debe tomarse el tiempo para discutir la lista con usted, explicando por qué ciertas cosas son importantes, luego ayudarlo a encontrar alternativas, si es necesario. También les doy a mis clientes una lista de proveedores preferidos (que han sido recomendados) para cualquier trabajo que necesite hacer o para obtener estimados. (Hablaré más sobre cómo preparar su casa para ponerla al mercado en el próximo capítulo).

## Comunicación durante la etapa del mercadeo

¡Lamentablemente, esta es la etapa en la que demasiados agentes se quedan en silencio! Es posible que estén trabajando en su nombre, pero no se molestan en mantenerlo informado. Pero un agente realmente bueno lo involucrará. En primer lugar, establecerá exactamente lo que pretenden hacer para comercializar su propiedad incluso *antes* de comenzar. Le dirán dónde y cuándo saldrán ciertas piezas. Se asegurarán de que obtenga copias de todas las piezas de marketing impresas y electrónicas para que pueda compartirlas. Le dirán la mejor manera de compartir en sus redes sociales y crear correos electrónicos que puede reenviar a amigos y familiares.

Cuando comience la fase de mercadeo, ¡debe recibir actualizaciones sobre el progreso de la venta por lo menos una vez a la semana! Personalmente, yo enví un informe de marketing una vez por semana. El informe detalla los anuncios de publicaciones que publicamos en esa semana y ofrece un análisis detallado de los resultados (cuántos clientes potenciales, cuántos anuncios, etc.) También enviamos actualizaciones sobre cualquier cambio en el mercado, como las fluctuaciones de la tasa de interés hipotecaria, la tasa de absorción y las tendencias de ventas que podrían afectar la capacidad de venta o comercialización de su hogar.

Su agente también debe recibir y compartir comentarios de los agentes de los compradores después de que hayan mostrado la propiedad. ¡Esperar tres meses para descubrir que todos los compradores piensan que su alfombra necesita ser reemplazada es una pérdida de tiempo! Instalamos candados electrónicos que nos indican en tiempo real cuándo se muestra una vivienda. Luego, alguien de nuestro equipo llama al agente del comprador dentro de las veinticuatro horas posteriores a cada presentación y le pide comentarios. Compartimos esa retroalimentación con nuestros clientes en nuestros informes dos veces por semana y discutimos si es necesario realizar algún cambio.

Lo más importante es que su agente debe rastrear y analizar los resultados de diferentes esfuerzos de mercadeo. ¡Y deben responder rápidamente a cualquier tendencia que vean! Por ejemplo, si un anuncio en las redes sociales no genera clientes potenciales, debe modificarse. Si la casa se muestra con frecuencia, pero no recibe ofertas, tal vez el precio o algo en la casa en sí deba modificarse. Si el folleto no genera ninguna llamada telefónica de

compradores potenciales, debe modificarse. Un gran agente se mantendrá al tanto de esto y se asegurará de que se mantenga informado.

## **Durante la negociación**

Este es el período en el que usted y su agente deben tener el mayor tiempo de interacción. Las personas en el equipo de su agente pueden manejar muchas partes diferentes de una transacción, pero cuando se trata de negociación, su agente debe ser totalmente práctico y nunca dejar la negociación a una persona junior que no tiene experiencia o capacitación. Yo tengo varios años de experiencia en negociaciones.

En primer lugar, su agente debe compartir cualquier información que tenga sobre el comprador con respecto a sus calientes, necesidades y motivaciones. También deben poder compartir con usted lo que saben sobre el agente del comprador: qué tipo de negociador es, qué tan comunicativos y confiables son, que otras transacciones han cerrado, etc.

A medida que llegan las ofertas, su agente debe poder darle una retroalimentación buena y clara sobre cuán viables son las ofertas y mostrarle datos para respaldar sus conclusiones. También señalarán dónde se podría renegociar cada oferta para acercarse a lo que desea. Esto no debería ser un tipo de discusión, sino una forma colaborativa con su agente. Soy muy consciente de que sé más sobre bienes raíces de este mercado que cualquiera de mis clientes y que es mi trabajo encontrar alternativas y soluciones a las diferencias que existan entre sus objetivos y las ofertas que llegan. Dicho esto, respeto a mis clientes como personas inteligentes y siempre pido su opinión durante toda esta fase.

## **Durante el Fideicomiso**

Honestamente, para la mayoría de los vendedores, ¡esta es la etapa más frustrante! Es un tiempo de espera para ver si todas las contingencias se aclaran. Es un tiempo de espera mientras la compañía del título hace su informe. Es un tiempo de espera para ver cuándo el prestamista finalmente liberará fondos y el título se puede registrar. Y déjame decirle que, durante esta etapa, muchas “cosas” pueden suceder.

Personalmente, no creo que mis clientes necesiten saber sobre cada pequeño contratamiento en esta fase. Pero sí creo que deberían ser informados

inmediatamente de cualquier cosa que pueda descarrilar la transacción. Algunos agentes creen que deberían “esperar y ver” si lo peor finalmente sucederá. Honestamente, ¡creo que solo tienen miedo de enfrentarse a dar malas noticias a sus clientes! Su agente debe respetarlo lo suficiente como para informarle si surgen problemas que puedan sofocar el trato o hacer que todo cambie drásticamente.

Mi primer corredor me enseñó que nuestro trabajo como agentes es ser solucionadores de problemas y que los problemas *siempre* surgirán en algún momento durante una transacción. Muchas desarrollan cosas diferentes a una conclusión exitosa. Es parte de mi trabajo el conocer *sus* trabajos y estar al tanto de lo que está sucediendo, en lugar de sentarme y asumir que todo es solo un melocotón. Un buen agente se comunicará constantemente con los diversos participantes y verificará que el proceso esté en buen camino. Por ejemplo, si su agente descubre que la inspección del techo regresó con problemas que no conocía, desea saberlo más temprano que tarde para que pueda decidir qué hacer. Si parece que el comprador podría no calificar, su agente debe informarle y obtener algunas ofertas de respaldo. Con suerte, hicieron las preguntas correctas antes de entrar en custodia para evitar que esto suceda en primer lugar. Pero en algún momento, las cosas simplemente surgen. Alguien perdió algo u olvidó hacer las preguntas adecuadas o no verificó la información adecuada. ¡No querrá llegar al final del período de contingencia del préstamo para descubrir y que el prestamista nunca tuvo la intención de financiar el préstamo!

¿Qué hay de trabajar con la compañía de título? Demasiados agentes simplemente lo entregan al oficial de custodia (Escrow Officer) y solo creen que eso está bien y estará seguro. Los grandes agentes que conozco no hacen eso. Al igual que yo, se mantendrán al tanto del depósito en garantía y se asegurarán de que todas las personas involucradas en el proceso de venta reciban la documentación a tiempo, que sea correcta y que salga lo mejor posible.

## **Preguntas del vendedor inteligente para hacer**

¡No querrá descubrir que ha contratado a un mal comunicador seis meses después, cuando está tratando de perseguir a tu agente para averiguar qué diablos está pasando! Aquí hay algunas preguntas que puede hacer para ver si los agentes a los que está entrevistando realmente lo mantendrán informado e involucrado:

1. ¿Con qué frecuencia se comunicará su equipo conmigo? ¿Quién en su equipo es la persona de contacto durante cada fase?
2. ¿Cómo puedo comunicarme con usted si tengo una pregunta urgente? ¿A quién llamo si no puedo comunicarme con usted?
3. ¿Qué tipos de listas de verificación o consulta me dan para ayudarme a preparar mi casa para el mercado?
4. ¿Con qué frecuencia escucharé sobre sus esfuerzos de mercadeo y los resultados que estamos obteniendo? ¿Quién me proporcionará el detalle?
5. ¿Con qué frecuencia me dará comentarios sobre de los compradores potenciales y sus agentes están diciendo sobre la propiedad?
6. ¿Cómo nos mantendremos en contacto durante las negociaciones?
7. ¿Qué tan práctico es su equipo durante el período de contingencia? ¿Cómo se coordina el depósito en garantía y la compañía de título? ¿Con qué frecuencia me darán actualizaciones?

## OBJETIVOS Y PRIORIDADES DE UN VENDEDOR INTELIGENTES

Cuando las personas deciden vender su casa, no solo se despiertan una mañana y dicen: “¡Pongamos la casa en venta!” Por lo general, lo han pensado por un tiempo y, a menudo, tienen más de una motivación detrás de la venta. Y para las parejas que venden, a menudo tienen motivaciones diferentes, incluso conflictivas. Por eso como pareja es importante tener una buena comunicación y las mismas metas al vender. (Por cierto, esto también es cierto para los compradores. Comenzarán una búsqueda de vivienda, a menudo en línea, de 3 a 6 meses antes de estar listos para hacerlo. Es por eso por lo que es importante que su agente sepa cómo capturar la atención de compradores potenciales que estaban buscando anteriormente).

Para obtener el mejor resultado, al final del día, es de vital *importancia* que se sienta y tenga muy claro por *qué* estás vendiendo su casa y cuáles son los objetivos *particulares* de la venta de la casa. Sin esta información, incluso hasta el mejor agente de bienes raíces® tendrá problemas para trabajar para usted.

¿Por qué? Porque la estrategia de su agente está (o debería estar) basada en sus objetivos y necesidades individuales. Esto incluye su estrategia tanto como para el mercadeo como para la negociación. Sí, pueden hacer los mismos conceptos básicos para todos sus listados. Pero también deberían adaptar estas estrategias a sus necesidades y prioridades.

Por ejemplo: Tomemos a alguien que necesita moverse rápidamente para cuidar a su padre enfermo del otro lado del país. No quieren dejar demasiado dinero sobre la mesa, pero están más preocupados por salir de la ciudad lo antes posible con lo suficiente para pagar su hipoteca. En contraste de ese escenario con una pareja que no tiene prisa, que quiere vender para poder actualizar y que quiere sacar la mayor cantidad de dinero que pueda de la casa.

Incluso si estas casas fueran exactamente iguales en el mismo vecindario, un buen agente se acercaría a ellas de manera diferente. Pueden recomendar que el segundo vendedor haga una renovación menor o cosmética,

mientras que al primero vendedor le recomiendan que desocupe la casa lo más pronto posible para que la casa pueda ser ocupada de inmediato. Con el segundo vendedor, podrían empujar un poco el precio (sin volverse locos) para ver cómo responde el mercado. Para el primer vendedor, podrían sugerir un precio que está ligeramente por debajo del mercado.

En mi experiencia, en cualquier transacción, hay un millón de aspectos que se pueden ajustar dependiendo del objetivo y las necesidades de mi cliente. Cosas como la duración del depósito en garantía, la obtención de un préstamo, las renovaciones o ninguna, las contingencias o tal cual, el alquiler de vuelta o ninguno, el depósito alto o bajo, la oferta de respaldo o no, etc., etc. Sin embargo, si no tiene muy claro lo que necesita y quiere de la venta de su casa, su agente simplemente no puede desarrollar la mejor estrategia. ¡Y durante el proceso de venta, tendrá que tomar docenas de decisiones! Si se toma el tiempo para ser claro desde el principio, tomar esas decisiones será mucho más fácil y menos estresante mientras su casa está en el mercado y durante las negociaciones.

## **Obtenga claridad**

Siéntese y escriba todas las cosas que son importantes para usted en la venta de su casa. Asegúrese de escribir *todo lo* que piensa. Y mientras escribe estas cosas, pregúntese: “¿Por qué?” Por ejemplo, tal vez escriba: “Vender la casa por \$650,000”. ¿Por qué quiere venderla en \$650,000? ¿Es porque su vecino vendió su casa por tanto? ¿Es porque eso es lo que necesita para pagar su hipoteca y tener suficiente para el pago inicial de su próxima casa? ¿Es porque está tratando de financiar su jubilación? Sea muy específico sobre las razones por las que quiere o necesita y que son importantes para usted. (Y, por cierto, el valor neto de la venta es más importante para usted que el precio de venta, ¿verdad?). Porque quiere o necesitas una cierta cantidad si su casa no vale tanto. En pocas palabras, su casa sólo vale lo que un comprador está dispuesto a pagar en cualquier mercado.

Piense en lo que también no quiere. Tal vez no quiera que su casa se muestre en ciertos momentos. Tal vez no quiere reparar ciertas cosas que sabe que se deben reparar. Tal vez no quiere limpiar el garaje demasiado lleno antes que la casa salga al mercado. Haga una lista de todas esas cosas que no quiere y piense por qué no las quiere. Tenga en cuenta que cualquier restricción que se adapte a la venta disminuirá el número de compradores y

ofertas que atrae. Hable con su agente de bienes raíces® y pregunte sobre el impacto de sus restricciones y luego tome una decisión desde allí.

### **Claridad en pareja.**

Cuando hago que mis vendedores hagan este proceso y están vendiendo en pareja, a menudo recomiendo que cada persona cree su propia lista separada. ¿Por qué? A veces, la pareja duda en contradecir al otro o en ser totalmente franco sobre lo que quieren. Hacerlo por separado le da a cada uno un poco más de libertad.

Después de que cada uno haya creado su propia lista individual, siéntense juntos y compárela. Hable sobre cada elemento. Observe qué metas y deseos comparten. Es posible que se sorprendan mutuamente con nuevas ideas o posibilidades. ¡Puede encontrar áreas donde los dos están remando en diferentes direcciones! Si tiene conflictos, es importante que lo descubra ahora. Le ahorrará muchos dolores de cabeza en el futuro si puede resolver sus diferencias antes. Después de haber traído a su agente a bordo, debe presentarse unidos para que puedan tener claro lo que quiere y lo que no quiere de la venta y durante el proceso.

### **Clarifique sus prioridades**

¡En la vida, rara vez obtenemos *absolutamente todo lo* que queremos! Vender su casa no es diferente. Puede que tengas suerte y que todo encaje perfectamente. Pero en caso de que no lo hagan, debe tener claro dónde están dispuestos a comprometerse y dónde no.

Por ejemplo, en sus objetivos, es posible que haya escrito que no desea hacer ninguna renovación en su hogar. Dos semanas después, su agente está recibiendo comentarios de los agentes de compradores de que las paredes negras brillantes en su entrada, la sala de estar y los comedores son muy desagradables. Si está decidido a obtener su precio en un período de tiempo razonable, es posible que deba asumirlo y volver a pintarlo.

Les doy a mis clientes un análisis de lo que deben arreglar o no y cómo eso afectará o no sus resultados. Por ejemplo, si solo cuesta \$4,000 pintar toda la casa, pero puede obtener \$20,000 más si lo hace, vale la pena considerarlo. Si usted y su agente piensan que algún trabajo valdría la pena y le dan este tipo de devolución, pero no tiene el efectivo, pregunte si

se puede sacar del depósito en garantía o si el agente tiene opciones en las que puede pagar para que se arregle, luego obtenga un reembolso del depósito en garantía. O si su oficina ofrece este servicio, y ha ayudado a los clientes a recibir más haciendo las reparaciones necesarias.

De vuelta a sus objetivos: A continuación, tome su lista y comience a priorizar. Si solo pudiera tener uno de sus objetivos, ¿cuál sería? Si pudiera tener tres, ¿cuáles serían? Continúe hasta que tenga toda la lista en orden de “más importante” a “menos importante”.

Una vez que haya completado y priorizado su lista, compártala con su agente. (Incluso le pido a la gente su lista en nuestra primera cita). Podrán darle retroalimentación, hacer sugerencias y elaborar estrategias para obtener la mayor cantidad posible de esa lista. El agente que realmente quiere trabajar será lo suficientemente honesto como para decirle si algo de lo que quiere no es realista. Le explicaría por qué y le ayudará a llegar a una expectativa más razonable.

Este es también el momento de verificar “emoción versus hecho”. Por razones sentimentales, es posible que realmente quiera mantener intacta la habitación de su hija (la que está en la universidad y a punto de casarse) tal como la dejó. Pero si su decoración gótica está asustando a los compradores, es posible que deba reconsiderar y empacar sus cosas.

O tal vez está decidido a obtener tanto para su casa como lo hizo el vecino el año pasado. ¿Se basa eso en hechos o en orgullo? “Hecho” eso significa que el mercado es igual o mejor que cuando se vendió la otra casa, que su casa está ubicada favorablemente, que el lote es del mismo tamaño o más grande, y que además es exactamente igual a la suya y con las mismas mejoras. “Orgullo” sería: “¡Porque mi casa es igual de buena!”

No puedo decirle cuántas veces me he reunido con vendedores que quieren recibir la mayor cantidad de dinero por su casa. Ellos piensan que su casa vale más que todas las de los demás. Sin embargo, cuando van a comprar, quieren la casa más grande con la mayor cantidad de mejoras por menor cantidad de dinero. Y, entiendo de dónde vienen. ¡Soy exactamente de la misma manera cuando voy a vender mi propia casa y compró una nueva! Eso es apego emocional, no realidad.

## Objetivos y Prioridades de un vendedor inteligentes

El precio de lista a menudo está sujeto a “emoción sobre hechos”. Si ha cuidado mucho su hogar y ha gastado mucho dinero en mejoras increíbles, es posible que pueda obtener un precio más alto, y es posible que no. Cosas como una piscina son muy caras, pero a menudo no obtienen un buen rendimiento de los dólares que gastó en ella. El próximo propietario puede querer arrancar esa repisa personalizada que amas y en la que gastó una pequeña fortuna. El precio de listado no se justifica únicamente por la cantidad de tiempo y dinero que ha invertido en su casa. Está determinado por el mercado. Aquí es donde debe confiar en su agente. Y si se ha tomado el tiempo para elegir un agente realmente bueno, puede confiar en sus consejos. (Solo tenga en cuenta que obtener una licencia de bienes raíces e imprimir una tarjeta de presentación no necesariamente convierte a alguien en un asesor que debería ser de confianza.) Escuche cuando le digan cuál debe ser su precio correcto en función de sus objetivos y del mercado. Pídeles que le expliquen y le muestren la investigación que respalda su precio sugerido y su estrategia de mercadeo.

Una vez que su casa esté en el mercado y especialmente durante las negociaciones, mantenga su lista priorizada a mano para ayudarlo a tomar esas decisiones grandes y pequeñas. Úsela como una guía para recordar lo que es importante y lo que no lo es. Esa guía hará que el proceso sea mucho más fácil tanto para usted como para su agente. Esto quitará presión de cualquier decisión porque no estará “repensando” cada momento. Y al final del día, ¡es mucho más probable que logre esos objetivos importantes que se han fijado!

Aquí hay algunas preguntas para ayudarlo a comenzar con las de su lista de deseos y necesidades, pero no se detenga con esto. Trata de ser lo más específico y claro posible.

## Preguntas del vendedor inteligente para hacer

1. ¿Por qué estamos vendiendo nuestra casa?
2. ¿Por qué en este momento en particular? ¿Es este un tiempo para “vender” o es una “necesidad de vender”?
3. ¿Qué tan rápido queremos vender? ¿Qué tan rápido realmente necesitamos vender?
4. ¿Cuándo queremos mudarnos? ¿Estamos dispuestos a desocupar la vivienda antes de que salga al mercado? ¿Queremos volver a alquilar al nuevo propietario si cierra antes de una fecha determinada?
5. ¿Cuánto dinero queremos *obtener* de la venta? ¿Por qué?
6. ¿Qué tan pronto necesitamos los fondos?
7. ¿Cuánto dinero y esfuerzo estamos dispuestos a poner en la casa *antes* de que llegue al mercado? ¿Qué pasa con las reparaciones solicitadas por el Comprador? ¿Haremos o no esas reparaciones?
8. ¿Estamos buscando comprar otra casa? ¿Localmente o fuera de la zona? ¿Necesitamos ayuda con eso? (Es posible que su agente le pueda encontrar un buen agente de Compradores con el que quiera trabajar).

# PREPARACIÓN PARA LA GRAN VENTA

Mencioné algunas formas en las que usted puede ayudar en términos de mercadeo con la claridad de sus objetivos y decisiones. ¡Pero asegurarse de que su casa esté lista para el mercado, esta es otra gran manera en que puede contribuir a la venta exitosa de su casa! Incluso antes de considerar cualquier renovación, la mayoría de los propietarios tienen muchas cosas que pueden hacer para hacer que sus hogares sean más atractivos y que sea más probable que pasen las inspecciones sin problemas.

## Organice su casa para recibir ofertas

Básicamente, desea que su hogar no solo se vea limpio y atractivo, sino que también desea que *los posibles compradores puedan verse a sí mismos y a sus familias que viven allí*. Quiere que caminen y visualicen dónde podría ir su piano y dónde podría almacenarse su ropa de invierno. Quiere que se imaginen a sí mismos sentados en su bañera o cocinando la cena para amigos en su cocina. Por lo tanto, aunque la forma en que tiene su hogar arreglado en este momento puede ser perfecta para usted, es importante verlo desde la perspectiva de otros que podrían querer vivir allí. Haga de esto un proyecto para toda su familia y haga que todos se unan y hagan su parte.

Algunas cosas para tener en cuenta:

**Sus Closets:** ¡Muchos de nosotros nos atascamos tanto como podemos en nuestro closet! Es posible que tengamos zapatos apilados y en el piso o nuestra colección de sombreros de golf abarrotando los estantes de arriba. Aunque el closet puede ser espacioso, si está lleno, se verá como si no lo fuera. Y si no es espacioso, ese hecho se volverá dolorosamente obvio. En este tiempo vale la pena hacer un poco de limpieza de primavera. Este podría ser un buen momento para deshacerse de la ropa que ya no usa. Si no es así, empaque todo lo que pueda y escóndalo debajo de la cama si es necesario. Esto aplica a los closets de todas las habitaciones, el closet de los abrigos, la despensa de su cocina y los otros lugares donde se almacenan cosas. Sí, los compradores potenciales no solo revisarán los closets, sino también los gabinetes de la cocina, el closet de ropa de cama e incluso los

botiquines del baño. No es solo que las personas sean cansadas (¡aunque algunas definitivamente lo son!) sino que están tratando de imaginarse cómo encajarían sus cosas en donde están las suyas. Siempre les digo a mis clientes: “Debe empezar a empacar de todos modos, así que ¿por qué no empezar ahora?”

**Su desorden:** Pocos de nosotros vivimos en hogares totalmente despejados, especialmente si somos activos y tenemos una familia activa.

Personalmente, mi hijo y el más pequeño tiene un closet lleno de juguetes. Él recogía sus juguetes, pero tenía montones de ellos en todas las habitaciones de la casa. Tengo una oficina en casa que tiene todo tipo de papeleo, materiales de recursos y electrónica. Una amiga mía que cose tiene una máquina de coser, una Singer, Estantes de vestido, cientos de patrones y estantes llenos de material que se comprimen en todo el dormitorio.

¡Su misión aquí es minimizar el desorden! Empaquete cosas a las que no accedes con frecuencia. Mantenga las cosas que usa a menudo en un lugar accesible pero escondido. Si su casa está desordenada, los compradores tendrán la impresión de que su casa puede no haber sido bien tenida. Desconfiarán y mirarán todo sobre la casa con lupa. Por lo tanto, aunque pueda parecer una molestia, tenga en cuenta el objetivo y recuerde que esto es para siempre.

**La limpieza:** La mayoría de mis clientes odian esta parte. La mayoría de nosotros mantenemos nuestros hogares relativamente limpios, pero el estándar aquí es brillante, limpio y listo para el mercado. Por lo general, sugiero que mis clientes comiencen con una limpieza profunda que incluya cosas como ventanas, chimeneas, ventiladores de techo, zócalos y ductos de aire. Consiga cualquier jabón que brille azulejos. Champú de alfombras y tapetes. Suelos pulidos. Limpie las puertas. Retoque pintura y parchee los agujeros en las paredes.

Una vez que se realice la limpieza principal y su hogar comience a mostrarse, mantenga ese estándar tanto como sea posible. ¡Nunca se sabe cuándo el comprador perfecto pedirá ver su casa! Las cocinas y los baños deben estar especialmente limpios con pisos brillantes. Es posible que deba barrer, trapear y aspirar con más frecuencia debido a la cantidad de personas que visitan su casa.

**Los muebles:** ¡No entres en pánico! ¡No le voy a sugerir que compre todos los muebles nuevos! Simplemente eche un vistazo y considere si sus muebles realmente muestran los atractivos de su hogar. Su agente o alguien de su equipo debería poder ayudarlo con esto. A menudo, se trata simplemente de reorganizar los muebles para que una habitación se vea más espaciosa y acogedora. Otras veces, es posible que desee considerar quitar los muebles (como sillas de comedor adicionales o ese sofá enorme) y almacenarlos para abrir una habitación. Mover una lámpara puede dar a una habitación una mejor luz. Agregar almohadas a un sofá puede ocultar sus manchas desgastadas. En algunas situaciones, una casa en realidad se muestra mejor si el propietario se muda y está totalmente vacía. Si esta es una opción para usted, hable con su agente.

**Cosas personales:** Por “cosas personales”, me refiero a cosas como fotos familiares, carteles de bandas de rock o eslóganes políticos, las cabezas de ciervo de sus aventuras de caza, esos imanes divertidos y el arte de sus hijos que tiene en el refrigerador. Una vez más, el objetivo es que los compradores potenciales se vean a sí mismos en esta casa, no a usted. Piénselo: cuando entra en la casa de alguien por primera vez, puede ser un poco incómodo. Se siente como un extraño y que “no se pertenece a esa”, ¿verdad? Cuando entras en una casa modelo, te sientes más libre, no como un intruso. Al ocultar mucho de lo que dice “usted” sobre la casa, los compradores pueden ver más su “yo” en ella. Siempre aconsejo a mis clientes que hagan que sus hogares sean lo más modelo posible eliminando la mayoría de sus cosas personales.

El Aroma de su hogar: En California donde vivo, el vino es un gran negocio y cada bebedor de vino le dirá cual vino tiene “en su nariz”. Experimentas el olor de un vino incluso antes de tomar un sorbo. ¡consciente o inconscientemente, los compradores potenciales “huelen” su casa incluso antes de mirar a su alrededor! Es posible que ni siquiera noté el olor de su hogar porque está acostumbrado. Pero otros lo notarán, y el aroma puede establecer el tono de la exhibición. (Quién lo sabía, ¿¿cierto?!? Si su casa huele a humedad o le gustan sus mascotas o tiene olores desagradables en la cocina, apagará a las personas. Si huele a humo de cigarrillo, ¡algunas personas se negarán a entrar en la casa! Los olores son importantes, es posible que deba traer profesionales para limpiar y desodorizar (o reemplazar) alfombras y muebles o incluso pintar paredes. A menudo esto se puede resolver usando líquidos perfumados y abriendo algunas ventanas, si hace a tiempo.

## Preparación para la gran venta

**El Exterior:** El exterior es como esa primera impresión que tienen las personas. Una vez que tienen esa impresión, especialmente si no es buena, ¡es difícil cambiarla! No tiene que gastar miles de dinero en esto, pero cosas simples como un buzón recién pintado o un nuevo marco de la puerta principal pueden marcar una gran diferencia. Asegúrese de que el césped esté cortado y que se recorten los setos o arbustos. Por lo general, sugiero plantar algunas flores coloridas de temporada en macetas de flores en el patio delantero y colocar algunas macetas en el escalón de la entrada.

Lave la entrada, luego enrolle su manguera y escóndala. ¡Las nuevas alfombras de bienvenida no solo agregan atractivo para los ojos, sino que también ayudarán a recordar a los compradores potenciales que se limpien los pies!

## Inspecciones Sin Problemas

Hay ciertos artículos de mantenimiento con respecto a su hogar que deben cuidarse antes de poner su hogar en el mercado. ¿Por qué? Cuando una persona de inspección de casas encuentra ciertos artículos como buenos y ordenados, le dice al comprador que su casa ha sido bien tenida. Además, en algunos condados, el prestamista no permitirá que una venta se realice hasta que ciertos artículos estén en buen estado y funcionen correctamente.

**Mantenimiento básico:** aquí está la lista de verificación que les doy a mis clientes con preguntas sobre los artículos de reparación del hogar que deben manejar antes de poner la casa en el mercado:

1. ¿Su calentador de agua tiene doble correa?
2. ¿Funcionan todos los detectores de humo?
3. ¿Tiene un detector de CO 2 en cada piso?
4. ¿Se han cambiado los filtros de la cocina recientemente?
5. ¿La unidad de HVAC ha sido mantenida recientemente?
6. ¿Las puertas del garaje se abren sin problemas y las manijas de la puerta del garaje funcionan correctamente?
7. ¿Alguna de las puertas o deslizadores necesita un poco de líquido WD40?
8. ¿Tiene grifos con fugas o desagües de agua?
9. ¿Tiene algún vidrio roto?
10. ¿Tiene alguna bombilla que necesite ser reemplazada?
11. ¿Todas las persianas funcionan correctamente?
12. ¿Funcionan correctamente todas las cerraduras de puertas y mecanismos de bloqueo?
13. ¿Las puertas y pasadores funcionan correctamente?
14. ¿El encerramiento está en buen estado?

## Reparaciones mayores

¿Qué pasa con cosas como problemas de moho y podredumbre seca, fugas, tejas rotas, problemas de salud y seguridad o problemas de termitas? Si se sabe que estos problemas existen, casi siempre recomiendo que los revise antes de que su casa salga al mercado. A menudo, los prestamistas no *financiarán* una casa hasta que se solucionen estos problemas. Incluso si lo hicieran, pocos compradores de viviendas quieren asumir ese tipo de proyecto. Retrasar la realización de este trabajo solo retrasará la venta y, de hecho, puede rechazar a algunos compradores. Si no puede realizar este trabajo, *al menos* obtenga una estimado garantizado de un proveedor recomendado para que sus compradores potenciales tengan una idea de cuanto sería.

¿Qué pasa con otros problemas importantes como un techo con goteras? En primer lugar, es ilegal retener esa información si sabe o incluso sospecha que su hogar tiene un problema. Incluso si pudiera retenerlo, cualquier comprador inteligente tendrá una inspección exhaustiva de la casa durante el período de contingencia. En el peor de los casos, su comprador puede cancelar el contrato tan pronto como se entere del techo. En el mejor de los casos, probablemente pedirán que el precio de venta se descuenta sustancialmente. ¿Por qué? Porque cuando tiene problemas con los principales sistemas, como techos, sistemas estructurales, de plomería, eléctricos o mecánicos, ¡realmente no sabes en qué se está metiendo hasta que se meta en ella! Un proveedor puede decir que puede reparar en lugar de reemplazar algo, pero a menos que el problema sea muy sencillo, no puede estar seguro.

En un mundo perfecto, pedirían que hiciera lo que sea necesario para que el techo este bien (con garantía). Si eso no es una posibilidad, solo tenga en cuenta que causa un obstáculo para la venta y que tendrá que ser superado. ¿Qué pasa con las renovaciones importantes, como la actualización de baños o cocinas? Esta es una decisión caso por caso que ni siquiera entraré en ella aquí. Es una discusión que debe tener con su agente. Cuando discuto esta posibilidad con mis clientes, me aseguro de darles todos los datos que necesitan para tomar una buena decisión. Hablaremos sobre las tendencias del mercado y el probable retorno de su inversión para estas renovaciones. Obtendremos estimaciones de mis proveedores preferidos. Hablaremos sobre el tiempo involucrado y qué tanto retrasará poner la casa en el mercado, también sobre las molestias que le llevara esto a la familia mientras se

realizan las renovaciones. Es importante sopesar todos estos factores antes de tomar esta decisión.

# EN EL MERCADO: LO QUE DEBE Y NO DEBE HACER EL VENDEDOR INTELIGENTE

¡Woo hoo! ¡Su casa está lista, su agente ha comenzado su campaña de mercadeo dinámico y está oficialmente en el mercado! ¡Bien por usted! Ahora me gustaría ayudarlo a tener éxito durante estas próximas etapas. A lo largo de mis años de experiencia y después de muchas ventas de casas, he creado una lista de cosas que hacer y qué no hacer para mis clientes. Desafortunadamente, he llegado a algunas de estas cosas que hacer y qué no hacer basándome en los inocentes pasos en falso de los clientes, ¡Y eso llevó a resultados erróneos! Por lo que este listado, es importante ¡no los tomo a la ligera!

## Mostrando su casa

Cuando reciba la llamada de que un agente quiere mostrar su hogar, haga que su casa brille (y si está fuera del trabajo durante el día, haga estas cosas antes de irse por la mañana):

**Mantenga todas las luces encendidas:** Los visitantes no deberían tener que buscar a tientas interruptores de luz, y la luz hace que su hogar parezca más brillante, más acogedor y fácil de ver.

**Coloque ambientadores de olor en toda la casa.** Esto da un aroma agradable pero no abrumador.

**Mantenga abiertas todas las cortinas y persianas de las ventanas:** Esto hará que su hogar parezca más grande y brillante. Si puede, elimine los angeos de las ventanas para dejar entrar la mayor cantidad de luz posible y dar una sensación abierta. (Guárdelos en el garaje porque el comprador los querrá más tarde). También mostrará sus características exteriores.

**Guarde cualquier desorden y cosas personales:** En su preparación, ya hizo esto, por lo que todo lo que debe hacer es guardar cualquier cosa que haya sacado el día anterior.

**Prepare su cocina y baños:** Toda la casa debe estar limpia, pero asegúrese de hacer una última limpieza de estas dos áreas. Inodoros con descarga.

## En el mercado: Lo que debe y no debe hacer el vendedor inteligente

Dobla toallas y paños. Limpie los mostradores y fregaderos. Botes de basura vacíos.

**Barra la entrada de su casa y el vestíbulo delantero:** Se trata de las primeras impresiones. ¡También se trata de no tener desorden para que los agentes y compradores que entran en la casa vean que se debe mantener limpia!

**Haga arreglos para que las mascotas (si las hay) no estén cuando se muestre la casa:** Personalmente, me encantan los animales, pero no a todos les gustan. Un comprador podría estar aterrorizado por el buen viejo Fido. Averigüe qué puede hacer con sus seres queridos peludos.

**Estar ausente durante la exhibición de la casa:** Desea que los compradores potenciales se sientan libres de explorar realmente la casa. Ellos quieren hablar francamente con su agente sobre lo que les gusta y lo que no les gusta de la casa. Quieren encender toda la iluminación, se meterán en el garaje, pasarán por el comedor. Incluso si se sienta en silencio en su escritorio ocupándose de sus propios asuntos, su sola presencia hará que la situación sea incómoda.

Ahora algo muy importante para **No hacer:**

**No diga nada:** He entrenado a mis clientes y son muy buenos para estar en otro lugar durante una presentación. Pero a veces, llegan a casa y el comprador y su agente todavía están allí. Si eso sucede, sé agradable, ¡NO entable conversación! ¿Por qué? ¡Al responder incluso preguntas aparentemente inofensivas, puede entorpecer el proceso de negociación! ¿Suena esto paranoico? Permítanme darles un ejemplo: un cliente mío llegó a casa y se encontró al comprador y a su agente que todavía estaban allí. Comenzó a hablar inocentemente con el agente y este le preguntó “Entonces, ¿por qué se muda?” Mi vendedor explicó que su madre tenía una enfermedad terminal y que se mudaría para cuidarla. Luego, el agente hizo algunos comentarios sobre cómo el mercado estaba lento (no lo estaba), que pocas personas ofrecían efectivo (muchos lo estaban) y su cliente rara vez deseaba este tipo de casa (no lo estaba). Con esa ventaja, el agente llegó con una oferta baja y un cierre muy rápido. Aunque acabamos de comenzar nuestro mercadeo, mi cliente entró en pánico y casi aceptó la oferta. Pude disuadirlo y terminamos recibiendo una oferta sustancialmente más alta que se cerró rápidamente y sin problemas. Hay un viejo adagio de la Segunda Guerra Mundial: “Los labios sueltos hundan los barcos”. No hundas el barco.

## UNA ÚLTIMA PALABRA

Honestamente, ¡hay mucho más que podría decir sobre la venta de su casa! Pero armado con la información de este libro, ahora conoce a más que el 99% de todos los propietarios de viviendas. Espero que haya aprendido mucho y haya conseguido algunas ideas e inspiración. ¡También espero que tenga un gran éxito en la venta de su casa!

Si puedo responder alguna pregunta u ofrecer asistencia, no dude en contactarme al 408-849-9297 Y asegúrese de ir a [www.homesbymariela.com](http://www.homesbymariela.com) para obtener videos informativos que sean fáciles de ver y estén llenos de información valiosa. También podemos obtener un análisis de mercadeo gratuito y una evaluación e su hogar.

¡Le deseo lo mejor!

*Mariela Velazquez*

## Una última palabra

### Análisis de redes sociales para propiedades anteriores

El alcance es el número de personas que vieron el anuncio. Este anuncio de video llegó a más de 107,000 personas.

 **Mariela Velazquez**  
Published by Mariela Velazquez · July 9 at 12:14 AM · 🌐

**JUST LISTED!**  
Beautiful 3 Bedroom, 2 Bath, 1094 Sq Ft. Condo.  
Don't miss out. ... **See More**



LINKTR.EE  
**Condo for Sale in San Jose!!!** [Learn More](#)

**107,178** People Reached  
**8,865** Engagements [Boost Post](#)

  You and 25 others 2 Comments 16 Shares

## San Jose Vendedor Inteligente

¡198 horas de tiempo de visualización en este episodio en particular, lo que significa que muchas personas vieron este anuncio para esta casa!

Video Details ✕



**Mariela Velazquez: Condo for Sale in San Jose!!!...**  
 JUST LISTED! Beautiful 3 Bedroom, 2 Bath, 1094 Sq Ft. Condo. Don't miss out. 🏠  
<https://linktr.ee/marielavrealestate> Mariela Velazquez | Realtor at eXp Realty 📞  
 (408)849-9297 📧 [Mariela.baillon@gmail.com](mailto:Mariela.baillon@gmail.com) 🌐...

1:00 · Uploaded on 07/09/2021 · Owned · Appears Once · View Permalink 🔗 · Copy Video ID 📄

**Total Video Performance** ⓘ

- 🕒 Minutes Viewed 11,908 >
- 👤 1-Minute Video Views -- >
- 👤 10-Second Video Views 17,025 >
- 👤 3-Second Video Views 38,706 >
- 🕒 Average Video Watch Time 0:05 >
- 📊 Audience Retention >
- 👤 Audience and Engagement >

Este anuncio de video llegó a más de 26,000 personas con 67 horas de reproducción de video.

Video Details ✕



**Mariela Velazquez: Proximamente saldra de Venta...**  
 Próximamente esta Casa saldra de Venta en la ciudad de Antioch... Para mas detalles, hableme hoy! Vamos a conectarnos, Aqui est mi información de contacto 🏠  
<https://linktr.ee/marielavrealestate> . Mariela Velazquez | Realtor con eXp Realty 📞...

0:53 · Uploaded on 05/08/2021 · Owned · Appears Once · View Permalink 🔗 · Copy Video ID 📄

**Total Video Performance** ⓘ

- 🕒 Minutes Viewed 4,014 >
- 👤 1-Minute Video Views -- >
- 👤 10-Second Video Views 5,382 >
- 👤 3-Second Video Views 11,785 >
- 🕒 Average Video Watch Time 0:08 >
- 📊 Audience Retention >
- 👤 Audience and Engagement >

**This video is used in 1 post**

Posts ⓘ	Posted Date	Estimated Reach	3s Video Views	10s Video Views	Unique 3s Video Views	Post Engagement	Average Video Watch Time
 <b>Mariela Velazquez</b> Proximamente saldra de Venta P...	● 05/08/2021 3:52 PM	26K	11K 100%	5.3K 100%	10K	93	0:08 / 0:53

## Una última palabra

Estos son ejemplos de retargeting cuando hablamos de cómo usar correctamente Facebook en las páginas 13-14. Este es un anuncio de vídeo de información/consejos que llegó a más de 43,000 personas.

**Mariela Velazquez** is in San Jose, California.  
June 25 · 🌐

Learn why right now there has never been a better time to sell your home. 🏠

Let's connect, below is all my contact info  
📄 <https://linktr.ee/marielavrealestate...> See More

**It's a Sellers Market!**

**It's a sellers market!**  
02:26

LINKTR.EE

**It's a sellers market!** [Learn More](#)

**43,066**  
People Reached

**1,601**  
Engagements

[Boost Post](#)

Este anuncio de video llegó a más de 38,000 personas y tuvo más de 65 horas de tiempo de visualización.



**Mariela Velazquez: Estrategia de Marketing Digital...**  
 ¿Vas a vendiender tu casa pronto? Necesita un agente con un **DISRUPTIVO** **ESTRATÉGICO** **ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL** Soy Mariela Velazquez, tu agente local de bienes raíces en San José y las ciudades cercanas!...

1:12 · Uploaded on 02/10/2021 · Owned · Appears Once · View Permalink · Copy Video ID

### Total Video Performance

- Minutes Viewed: 3,956
- 1-Minute Video Views: 211
- 10-Second Video Views: 7,496
- 3-Second Video Views: 15,736
- Average Video Watch Time: 0:04
- Audience Retention
- Audience and Engagement

#### This video is used in 1 post

Posts	Posted Date	Estimated Reach	3s Video Views	10s Video Views	Unique 3s Video Views	Post Engagement	Average Video Watch Time
Mariela Velazquez Estrategia de Marketing Digital ¿...	02/10/2021 1:50 PM	38K	15K 100%	7.4K 100%	9.5K	87	0:04 / 1:12

¿Realmente desea poner su casa en el mercado y dejarla reposar allí durante varios meses, incluso después de haber reducido sustancialmente el precio?

## ¿O preferiría vender su casa al mejor precio rápidamente y con mucho menos estrés?

En *San José Vendedor Inteligente*, Mariela Velázquez se asocia con su entrenadora de negocios, Krista Mashore, ambas expertas en utilizar los métodos Fortune 500 de Marketing Digital en Bienes Raíces, para compartir secretos inmobiliarios para vender con éxito su hogar en San José en esta era digital.

- Cómo la estrategia de marketing en las redes sociales expondrá su casa a miles de compradores potenciales mas de lo que podría hacerlo el marketing tradicional.
- Descubre por qué años de experiencia en bienes raíces ya no es suficientes.
- Cómo saber si está contratando a un agente que está debidamente calificado para comercializar su casa en esta era digital.
- Qué define a un excelente agente de cotización y qué preguntas inteligentes debes de hacer en una entrevista.
- Cómo saber si el estilo de negociación de un agente de cotización obtendrá excelentes resultados o si puede hacer que los tratos se desmoronen, lo que posiblemente le haga perder dinero.

**Aprende más sobre Mariela Velazquez, Realtor®**

**Visita [www.HomesbyMariela.com](http://www.HomesbyMariela.com)**

**AYUDANDOTE HACER EL MOVIMIENTO CORRECTO**



Homes by Mariela, brokered by eXp Realty

DRE #1715223