

Guía Práctica de Prospección para Agentes Inmobiliarios

“Conviértete en un asesor que atrae, filtra y cierra ventas reales”

Autor: Iván Gómez

Marca: Digitalízate Experto

Especialista en marketing y prospección inmobiliaria

Ejemplo de conversación efectiva con un prospecto interesado

A continuación te comparto un ejemplo realista de cómo puedes iniciar una conversación con un prospecto calificado que te ha contactado interesado en una propiedad específica. La clave es mantener un tono profesional, humano y estructurado, aprovechando la oportunidad para perfilar antes de agendar una cita.

Escenario:

El prospecto ha preguntado por un inmueble en específico a través de WhatsApp.

Conversación simulada:

Tú:

Hola, soy Iván Gómez, con mucho gusto te voy a atender. ¿Cuál es su nombre?

Prospecto:

Adolfo.

Tú: (en audio o texto largo):

Hola Adolfo, un placer saludarte. Soy Iván Gómez, con mucho gusto te voy a atender.

Vi que te interesó la propiedad ubicada en [aquí puedes agregar colonia o referencia si aplica], ¡muy buena elección! Ahora bien, te cuento algo rápido:

Antes, lo que yo hacía era simplemente mandar información general y fotos, pero me di cuenta que eso muchas veces confunde más de lo que ayuda.

Por eso lo que hago ahora es tener una charla rápida de 10 a 15 minutos por videollamada en Zoom o Google Meet. Así tú puedes conocerme, ver quién está detrás del proceso, y yo puedo entender mejor qué necesitas.

En esa llamada te voy a hacer algunas preguntas clave: qué estás buscando exactamente, qué te gustó de esta propiedad, qué expectativas tienes y, con base en eso, te puedo decir si este inmueble es la opción correcta para ti o si quizá puedo ayudarte a encontrar una alternativa que se ajuste mejor, después de todo, ese es mi trabajo, ayudarte a encontrar lo que necesitas.

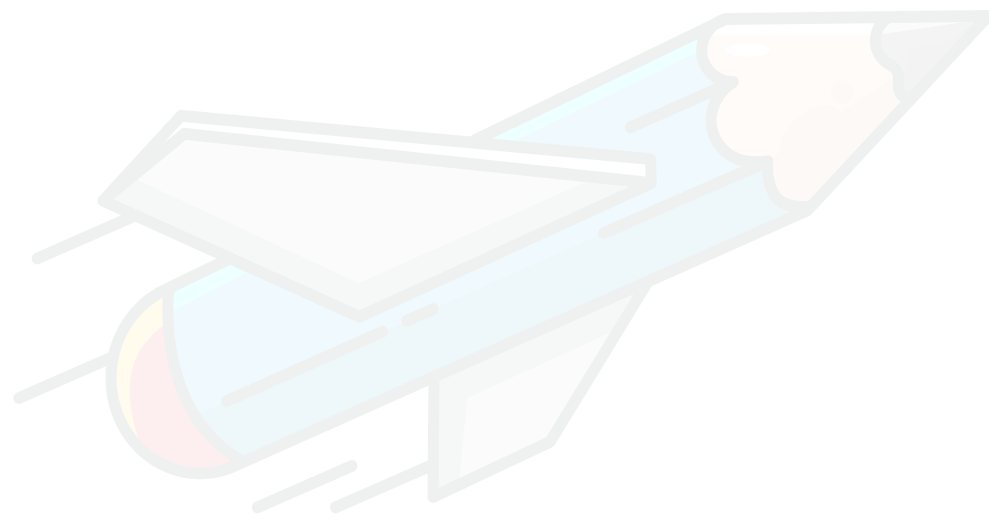
Si te parece bien, dime por aquí y con gusto te doy opciones para agendar hoy mismo o mañana. ¿Te parece

✦ Cierre de la conversación con el prospecto

Después de enviar el mensaje anterior, no es necesario insistir. Tu cierre debe dejar la puerta abierta, pero también marcar un límite claro.

¿Qué sigue? Sencillo, si te responde le das seguimiento y le agendas una cita. Si no te responde, se filtró solo, era solo un curioso. ¿Por qué?, porque una persona que realmente está interesada te dará también el seguimiento para conocer más sobre la propiedad.

Además, si hiciste bien tu trabajo con los anuncios, el prospecto vendrá más calificado y con conocimiento del inmueble.



DIGITALIZATE
EXPERTO

Los 4 Pilares de la Perfilación de Prospectos: Método FORM

Antes de llevar a un prospecto a una cita, debes asegurarte de perfilarlo correctamente. No solo para ahorrar tiempo, sino para incrementar tus probabilidades de cerrar la venta con alguien que realmente esté calificado.

Para lograrlo, utiliza el método **FORM**, una técnica sencilla pero extremadamente efectiva para **descubrir las verdaderas intenciones y necesidades** de tu prospecto.

1. F de Familia

¿La decisión la toma solo o en pareja?

Conocer el contexto familiar es vital. Muchas decisiones de compra se toman en conjunto, y en la mayoría de los casos especialmente en parejas, la persona que más peso tiene en la decisión es la esposa. Asegúrate de involucrar emocionalmente a todos los que participan en la compra desde el principio.

2. O de Oficio

¿A qué se dedica esta persona?

No se trata solo de saber si puede pagar, sino de entender si lo que ofreces se alinea con su estilo de vida y estabilidad económica. Esto también te permite detectar señales claras de calificación (o descarte) sin parecer invasivo.

3. R de Recreación

¿Qué hace en su tiempo libre? ¿Cuáles son sus gustos?

Este pilar te permite crear empatía y conectar emocionalmente.

Ejemplo: si le gusta correr y hay un parque cerca del inmueble, ese se vuelve un argumento de venta. Si su esposa ama ir de compras, háblale de los centros comerciales cercanos. No vendes propiedades, vendes estilos de vida.

4. M de Motivación

¿Qué lo motiva realmente a comprar?

Este es el más importante. El ser humano decide emocionalmente y justifica racionalmente. Tu tarea es descubrir si su motivación es casarse, formar familia, dejar de rentar, usar su crédito INFONAVIT, mudarse por trabajo, etc.

Una vez que sepas su "por qué", puedes dirigir toda tu comunicación de ventas hacia eso.

CONOCE MI ENTRENAMIENTO PRE- T.E.S.A.C

Adquiere tu propio inventario de inmuebles y consigue compradores calificados todo los meses.

No necesitas seguidores



[Más información](#)

Dale clic para saber más de mi entrenamiento

1.- CAPTA TU PROPIO INVENTARIO



2.- CAPTAR PROSPECTOS TODOS LOS DÍAS



3.- SISTEMATIZA Y ESCALA TU NEGOCIO

