ЕВГЕНИЙ БЕСКРОВНЫЙ | ЧЕСТНО О НЕДВИЖИМОСТИ

ПОЧЕМУ ТЫ НЕ ПРОДАЁШЬ НОВОСТРОЙКИ?

Настольная книга менеджера по продажам новостроек

Санкт-Петербург
Издатель Е. В. Бескровный
2026

УДК 658.8
ББК 65.291.33
Б53

Бескровный, Евгений Владимирович
Б53 Почему ты не продаёшь новостройки? Настольная книга менеджера по продажам новостроек / Е. В. Бескровный. – СПб.: Бескровный Евгений Владимирович, 2026. – 192 с.

ISBN 978-5-600-05490-5

Рынок недвижимости полон иллюзий: красивые шоу-румы, глянцевые рендеры и сказки про «свободный график с миллионными чеками». Реальность жестче: большинство менеджеров месяцами сидят без стабильного дохода, сливают рекламные бюджеты и выступают в роли обычных кассиров, молча ожидая, пока клиент уговорит себя сам.

Эта книга – не сборник абстрактных мотиваций и не академический учебник. Это практическая карта минного поля в продажах первичной недвижимости от практика с 12-летним опытом, прошедшего путь от рядового менеджера со страхом холодных звонков до коммерческого директора девелоперских компаний и руководителя агентства.

УДК 658.8
ББК 65.291.33

ISBN 978-5-600-05490-5
© Бескровный Е. В., 2026
© Антонин П., Дердиященко А., Нефедова А., Новиков В., 2026 (с. 6–10)

Я написал эту книгу не из кабинета топ-менеджера,
а на основе сотен реальных показов,
сложных переговоров и сорванных броней.
Это концентрат того, что реально приносит деньги
в девелопменте и агентских продажах.

Е. Бескровный

ОГЛАВЛЕНИЕ

Без купюр: мнения экспертов.....6

Для кого эта книга?.....10

10 причин, почему ты обязан прочитать эту книгу.....12

Введение. Кто я такой, чтобы тебя учить?.....17

Часть I. Реальность профессии

Глава 1. Карта местности с минами.....20

Глава 2. Тест на профпригодность: слабó?.....24

Глава 3. Продажи – образ жизни, а не работа с 9 до 18.....28

Глава 4. Лестница, которую придется пройти.....32

Глава 5. Учеба: твое оружие против рынка.....38

Глава 6. Почему менеджеры все равно сливают?.....47

Часть II. Воронка: от лида до сделки

Глава 7. Холодные звонки: как убить страх и выйти на связь....52

Глава 8. Лиды: первые минуты решают всё.....60

Глава 9. Входящий перевод: не слей клиента,
которого тебе уже дали.....67

Глава 10. Переписка в чатах: текстовый зал ожидания.....76

Глава 11. Встреча в офисе:
продай доверие до квадратных метров.....84

Глава 12. Показ: театр одного актера.....93

Глава 13. Бронь: точка «Б» – это еще не деньги.....103

Глава 14. Сделка: день Х.....112

Часть III. Деньги после сделки

Глава 15. Искусство допродажи: деньги лежат в твоей базе.....121

Глава 16. Повторные продажи: клиент уже купил,
но работа не закончилась.....130

Глава 17. Клиенты на всю жизнь: система, а не случайность...138

Глава 18. Отзывы: твое социальное доказательство.....146

Часть IV. Твое имя – твой актив

Глава 19. Упаковка и позиционирование:
почему клиент должен выбрать тебя.....154

Глава 20. Репутация: что расскажет о тебе рынок,
пока ты спишь.....162

Глава 21. Менеджер по недвижимости № 1. Кто он?.....170

Часть V. Карьера в недвижимости

Глава 22. Карьера в недвижимости:
есть ли она и нужна ли тебе?.....178

Заключение. Теперь ты знаешь слишком много,
чтобы работать по-старому.....187

Без купюр: мнения экспертов

Честная книга о продажах без иллюзий.

Когда я взял в руки книгу Евгения Бескровного «Почему ты НЕ продаёшь новостройки?», я не ждал откровений. Я 12 лет работаю в недвижимости: продаю, учу продавать и управляю продажами. За это время я не нашел «волшебной таблетки», которая позволила бы легко и просто разбогатеть на этом рынке. Но уже с первых глав меня не покидало удивительное ощущение: я не одинок.

Автор – практик. Я – практик. Мы работаем параллельно друг другу, не пересекаясь, но выводы у нас одни и те же. Это лучшее доказательство того, что книга написана из реального опыта. И это, конечно же, делает ее максимально прикладной. Ведь чаще всего те, кто сегодня работают и закрывают сделки, не имеют времени, чтобы отрефлексировать и изложить свои знания в системном виде. А те, кто это делают, обычно продавали давным-давно и не до конца понимают сегодняшний день. И тут, конечно, благодарность Жене от будущих поколений агентов за то, что он издает эту книгу.

Здесь достаточно четко и понятно изложены базовые принципы работы. Конечно, это не все, но оно бы и не поместилось в формат книги. Получилась такая дорожная карта с иногда резковатыми формулировками, которая без прикрас демонстрирует, что надо сделать и какой путь пройти.

Кому читать? Всем, кто начинает в недвижимости или уже работает, но до сих пор не понял, как продавать новостройки. Руководителям отделов продаж, чтобы снять розовые очки и начать активнее управлять своей командой.

В общем, это хороший, очень практичный материал. Рекомендую!

Александр Дердиященко,
основатель и ведущий эксперт АН ЕОН

Ну что, Евгений Бескровный взял очередную высоту. Перед вами книга – не учебник и не мотивационная брошюра, а то, чего в русской деловой литературе почти нет, — цеховой разговор старшего с младшим, записанный без смягчения. Главы идут ровно по воронке: от холодного звонка через переписку и встречу в офисе к сделке и формированию Имени.

Главная сила – язык. Метафоры – огонь. Я записал себе несколько и на курсе MBA «Управление продажами» процитирую:

– «Это не продажи. Это касса. А кассиры больших денег не зарабатывают».
– «Почему трубка весит 100 килограммов» – целый раздел про страх звонка.
– «Скидка – это наркотик. Один раз дал легко – и …»
– «Телефон – не враг. Это твой станок по производству денег».
– «Севший телефон – это маленькая смерть сделки».
– «Переписка в чатах: текстовый зал ожидания».
– «Мотивация заканчивается во вторник в 11 утра».
– «Продажи – это спорт на выносливость».

Евгений почти нигде не дает схему без озвученной фразы, и фразы живые: «Не говори "Хорошо, я перезвоню". Уточняй: "Когда вам удобнее: сегодня? …"» — с объяснением, почему «позже» без даты – это вежливое «никогда».

Работа с эго продавца. «Клиент отказал не тебе как человеку. Он отказал времени, цене, формату, своему настроению». Это, по сути, короткий курс когнитивной терапии для менеджера в звонках.

Честность как техника, а не как проповедь: «Да, здесь темная прихожая… зато квартира дешевле аналогичных на том же этаже» – сильнее любых рассуждений об этике.

В общем, это сильная книга в редком жанре – производственная проза о продажах. Ее ценность не в новизне методик (методики здесь общеизвестны и поданы по-новому), а в том, что каждая из них – сокровище: НЕ «важна скорость обработки лида», а «лид не был плохим – ты его остудил». Автор пишет как человек, который сам поднимал трубку, и это слышно в каждом абзаце – именно поэтому текст читается с удовольствием.

Кому: менеджерам по новостройкам первого-второго года, РОПам как общий язык с командой, руководителям агентств – как входной стандарт. Прочитать за вечер, потом год держать под рукой.

Виталий Новиков,
экс-исполнительный директор ГК «Евростройб»,
преподаватель ИМИСП

Скажу честно: открывал книгу с внутренним скепсисом. Меня очередной книгой про продажи удивить сложно. За годы в недвижимости я уже столько раз слышал про воронку, CRM и «клиент покупает не квадратные метры», что местами могу продолжить лекцию за спикера.

Книга получилась как нормальный полевой устав менеджера по новостройкам. Такой, который можно выдать человеку в первый рабочий день.

Внутри много дельных рекомендаций и наблюдений из опыта.

Главный читатель книги – новичок или средний менеджер. Для опытного продавца и сильного РОПа здесь будет мало открытий. Но как инструмент адаптации команды это практически готовая система.

Я легко представляю эту книгу внутри отдела продаж: одна глава в неделю, обсуждение, внедрение и разбор результата.

Ленивого человека в сильного продавца она не превратит, но способна отнять у него любимые оправдания.

Поздравляю. Написать 192 страницы и не утопить читателя в академической жиже – отдельная сделка.

Эту книгу я без разговоров положил бы на стол каждому новичку в отделе новостроек. Здесь нет волшебных скриптов – зато точно показано, где менеджер ежедневно теряет клиента, сделку и собственные деньги.

Павел Антонин,
основатель BrokerPro

Я давно работаю с людьми и компаниями из рынка недвижимости, и поэтому, когда читаю книги о продажах в этой сфере, мне обычно интереснее не сами техники продаж, а то, как автор смотрит на профессию в целом.

В книге Евгения мне как раз оказался интересен этот более широкий взгляд.

Роль человека, который помогает клиентам решить вопрос с недвижимостью, в разные времена была очень разной. Здесь поднимается вопрос о том, как перестать быть просто менеджером, а постепенно становиться специалистом, к которому клиент приходит именно за профессиональной экспертизой.

Мне особенно близка мысль о том, что в недвижимости человек продает не только объект, но и себя как профессионала. В книге этому посвящена отдельная часть – про имя как актив, позиционирование, репутацию и переход от обычного менеджера к эксперту и советнику.

Рынок недвижимости становится все более сложным. Поэтому само по себе знание продукта уже перестает быть существенным конкурентным преимуществом. Клиенту гораздо сложнее сравнить профессионализм двух специалистов, чем объекты, но именно поэтому все большее значение приобретают репутация, понятное позиционирование и доверие к конкретному человеку.

Хороший менеджер может провести сделку. Эксперт помогает принять решение. А советник — еще и увидеть то, чего клиент сам не видит, предупредить о рисках и сэкономить ему время, деньги и нервы.

При этом мне понравилась практичность книги. Автор не пытается превратить продажи в набор универсальных формул. Он постоянно возвращает читателя к системе: воронке, конверсиям, действиям, количеству контактов, показов и сделок. То есть показывает продажи как управляемый процесс, а не как результат какого-то особого «таланта продавать».

Я бы рекомендовала эту книгу всем, кто работает с клиентами на рынке недвижимости. И тем, кто уже много лет работает, и тем, кто только начинает.

Александра Нефедова,
эксперт по персональному брендингу
и PR-стратег для предпринимателей и первых лиц

Для кого эта книга?

Эта книга – не для всех.

Она не для тех, кто ищет легкие деньги, хочет сидеть в красивом офисе, пить кофе, выкладывать сторис с объектов и ждать, пока клиент сам попросит выставить счет.

Она для тех, кто готов продавать. Учиться, ошибаться, снова звонить после отказа, считать цифры, расти быстрее, чем конкуренты.

Если ты узнаёшь себя хотя бы в одном из трех типов ниже – читай дальше.

• **НОВИЧКИ**

Ты только думаешь, идти ли в продажи недвижимости.

Возможно, выбираешь между отделом продаж застройщика, агентством недвижимости и вообще другой сферой. Ты слышал истории про большие комиссии, дорогие машины и доход без потолка. Но одновременно понимаешь, что за красивой картинкой может скрываться жесткая работа без гарантий.

Эта книга поможет тебе увидеть профессию без фильтров. Ты поймешь, чего ждать в первые месяцы, где тебя будут ломать, какие навыки нужны и есть ли у тебя характер, чтобы здесь остаться.

Лучше узнать правду до того, как потратишь год жизни на неправильный выбор.

• **СЕРЕДНЯКИ**

Ты уже работаешь в отделе продаж застройщика или в агентстве недвижимости. У тебя есть опыт, были сделки, есть какие-то клиенты и, возможно, даже рекомендации. Но нет стабильности.

Один месяц ты закрываешь план и чувствуешь себя королем рынка. В другой – сидишь без сделок, смотришь в CRM и думаешь, где все пошло не так. Ты вроде бы работаешь много, но доход скачет. Вроде бы знаешь рынок, но сильные клиенты почему-то уходят к другим.

Тебе не нужна очередная порция мотивации. Тебе нужна система: как звонить, как вести клиента, как дожимать, как не терять лиды, как управлять цифрами и перестать зависеть от удачного месяца.

Эта книга должна помочь тебе перестать быть середняком.

• РУКОВОДИТЕЛИ ОТДЕЛОВ ПРОДАЖ

Ты руководитель отдела продаж у застройщика или в агентстве недвижимости. Ты знаешь главную боль: собрать команду проще, чем сделать ее сильной.

К тебе приходят люди с горящими глазами, а через пару месяцев часть из них сливается. Кто-то боится холодных звонков. Кто-то не умеет вести переписку. Кто-то хорошо говорит, но не закрывает сделки. А кто-то считает себя звездой после первой комиссии и перестает учиться.

Тебе нужен не очередной корпоративный тренинг с красивыми слайдами. Тебе нужен практичный материал, который можно дать менеджеру в руки и сказать: «Прочитал – внедрил – показал результат».

Эта книга поможет выстроить общий язык с командой, дать ей структуру и быстрее увидеть, кто действительно готов расти, а кто пришел просто посидеть в офисе.

> *«Эта книга – для тех, кто не хочет быть случайным человеком в продажах недвижимости. Либо ты учишься управлять своим результатом, либо твоим результатом управляют рынок, клиенты и случайность».*

10 причин, почему ты обязан прочитать эту книгу

Это не рекламный заголовок. Это реальность.

Если ты не прочитаешь эту книгу и не начнешь внедрять хотя бы часть того, что в ней написано, ты продолжишь терять деньги. Не когда-нибудь потом. Завтра. На следующем звонке. В следующей переписке. На следующем показе, который закончится фразой: «Спасибо, мы подумаем».

Вот десять безжалостных причин перестать плыть по течению и взять себя в руки.

ПРИЧИНА № 1. ЧТОБЫ ЧЕСТНО ПОНЯТЬ: ТЕБЕ ВООБЩЕ ПОДХОДИТ ЭТА РАБОТА?

Продажи недвижимости – не для всех. И это нормально.

Лучше понять это сейчас, пока ты не потратил год жизни на ожидание легких денег, не набрал кредитов в надежде на будущую комиссию и не возненавидел клиентов, телефон и самого себя.

Эта книга не будет убеждать тебя остаться в профессии любой ценой. Она покажет, что тебя здесь ждет на самом деле. А дальше решай сам: сливаешься или становишься сильнее.

ПРИЧИНА № 2. ЧТОБЫ ПЕРЕСТАТЬ СЛИВАТЬ РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ

Ты думаешь, лиды стоят дешево?

Каждый раз, когда ты не дозвонился и не перезвонил, когда ответил через три часа, промямлил в трубку, не задал нужных воп-

росов или не написал клиенту после разговора, ты выкидываешь деньги.

Деньги застройщика. Деньги агентства. А если работаешь на себя – свои собственные.

Лид – это не просто номер в CRM. Это оплаченная возможность заработать. И если ты не умеешь ее обрабатывать, неважно, сколько заявок тебе дадут. Ты сольешь все.

Научись конвертировать. Иначе будешь вечно жаловаться на «некачественные лиды».

ПРИЧИНА № 3. ЧТОБЫ ПЕРЕСТАТЬ БЫТЬ ПОПРОШАЙКОЙ

Многие менеджеры разговаривают с клиентами так, будто просят милостыню.

Может быть, вам показать квартиру?

Вас не затруднит ответить на несколько вопросов?

Если хотите, я могу что-нибудь подобрать…

Стоп.

Ты не попрошайка. Ты не просишь клиента уделить тебе внимание. Ты предлагаешь ему решение проблемы, в которой он сам пока не разобрался.

Не надо быть навязчивым. Но и заискивать не надо.

Твоя задача – стать для клиента ценным ресурсом: человеком, который экономит ему деньги, время, нервы и защищает от ошибки. Не справочной. Не мальчиком или девочкой «скиньте планировку». Экспертом.

ПРИЧИНА № 4. ЧТОБЫ КЛИЕНТЫ НЕ ВЫТИРАЛИ О ТЕБЯ НОГИ

Пока ты боишься возражать, соглашаешься на безумные скидки и готов выполнять любое требование клиента – тебя не будут уважать.

Клиент может давить, манипулировать, сравнивать тебя с конкурентами, требовать невозможного, говорить, что «в другом

месте дешевле», проверять, насколько ты уверен в своем продукте и в себе.

Если ты сразу прогибаешься, он это чувствует.

Жесткая позиция профессионала стоит дороже квадратных метров. Не путай ее с грубостью. Ты не обязан спорить, повышать голос или доказывать свою правоту. Но ты обязан понимать ценность того, что продаешь, и уметь ее защищать.

ПРИЧИНА № 5. ЧТОБЫ ПОНЯТЬ: ПРОДАЖИ – ЭТО СИСТЕМА, А НЕ МАГИЯ

Хватит верить в «удачный месяц».

Удача может привести тебе одного клиента. Система дает тебе результат снова и снова.

Есть воронка, есть конверсия, есть количество звонков, встреч, показов, броней и сделок, есть план, есть действия, которые к нему ведут.

Нет цифр – нет управления.

Нет управления – нет стабильности.

Нет стабильности – нет денег.

Сильный продавец не надеется. Он считает.

ПРИЧИНА № 6. ЧТОБЫ ПЕРЕСТАТЬ НЕНАВИДЕТЬ СВОЙ ТЕЛЕФОН

Холодные звонки вызывают тошноту? Ты откладываешь обзвон до вечера, а вечером говоришь себе: «Завтра точно начну»?

Поздравляю. Ты не один такой.

Но проблема не в телефоне и не в холодной базе. Проблема в том, что ты не знаешь, что говорить, боишься отказа и воспринимаешь каждый звонок как личный экзамен.

Телефон – не враг. Это твой станок по производству денег.

Я дам тебе структуру, скрипты и логику диалогов, после которых ты перестанешь бояться первого слова. А потом начнешь видеть в каждом звонке не унижение, а возможность.

ПРИЧИНА № 7. ЧТОБЫ НАУЧИТЬСЯ ПРОДАВАТЬ БЕЗ СКИДОК

Скидка – это наркотик.

Один раз дал легко – и клиент сел на иглу. Потом он приводит друзей, которые тоже хотят «как для него». Потом ты начинаешь скидывать цену заранее, еще до того, как клиент вообще попросил. А потом удивляешься, почему твоя комиссия выглядит так, будто ты работал бесплатно.

Иногда скидка нужна. Но она должна быть инструментом, а не единственным аргументом.

Ты должен уметь продавать ценность: локацию, ликвидность, качество, инфраструктуру, надежность, перспективу роста, удобство жизни и правильность решения. Потому что продавец, который умеет говорить только о скидке, не продает. Он просто отдает деньги.

ПРИЧИНА № 8. ЧТОБЫ НЕ УПУСКАТЬ ДЕНЬГИ, КОТОРЫЕ УЖЕ ЛЕЖАТ РЯДОМ

Машино-место. Кладовая. Чистовая отделка. Меблировка.

Одно проданное машино-место или кладовая в месяц может стать ощутимой прибавкой к твоему годовому доходу. Но многие менеджеры не предлагают допы, потому что стесняются, боятся показаться навязчивыми или думают: «Клиент и так дорого покупает».

Клиент сам не обязан помнить о том, что ему может быть полезно. Это твоя работа – увидеть потребность, объяснить выгоду и предложить решение вовремя.

Не предложил – не заработал. Все просто.

ПРИЧИНА № 9. ПОТОМУ ЧТО СЕРЕДНЯЧКИ ВЫМИРАЮТ ПЕРВЫМИ

В хороший рынок выживают почти все. Даже те, кто отвечает клиенту через сутки, путается в объектах и не умеет вести переговоры.

Но рынок не всегда хороший.

Когда спрос падает, реклама дорожает, ипотека усложняется, а клиенты начинают считать каждую копейку, выживают две категории: дешевые исполнители, которых легко заменить, и настоящие профессионалы, способные приносить результат в любой ситуации.

Середняк – первый кандидат на сокращение.

Он не самый дешевый, не самый сильный, не самый полезный, не самый заметный.

Если ты не хочешь быть кормом для сокращения, становись экспертом.

ПРИЧИНА № 10. ПОТОМУ ЧТО Я УЖЕ ПРОШЕЛ ЭТОТ АД

Я совершил почти все ошибки, которые ты только собираешься совершить.

Боялся звонить, терял клиентов, давал слишком много скидок, не дожимал, надеялся на удачу, работал без системы. Верил людям на слово там, где нужно было контролировать цифры и процессы.

За каждую такую ошибку я платил временем, нервами, деньгами и упущенными сделками.

Тебе не обязательно проходить этот путь и платить так же дорого.

Заплати за книгу один раз – чтобы потом не платить годами своей жизни, собственными ошибками и потерянными деньгами.

> *«Если после этих десяти причин ты все еще сомневаешься,*
> *читать ли дальше, – это диагноз.*
> *Срочно лечи свою нерешительность действием».*

Введение

Кто я такой, чтобы тебя учить?

Меня зовут Евгений Бескровный.

Сейчас я коммерческий директор ГК «Запстрой» и LAR Development, а также директор агентства недвижимости «Запстрой». Звучит солидно. Как будто я всегда сидел в большом кабинете, принимал стратегические решения, подписывал документы и знал рынок вдоль и поперек.

Но давай сразу договоримся: я не родился с золотой ручкой Parker, базой горячих клиентов и готовыми сделками в CRM.

Я прошел большой путь. С ошибками, провалами, страхом, выгоранием, ростом и моментами, когда хотелось все бросить.

Мой путь в недвижимости начался 12 лет назад – с покупки будущего долгостроя. Тогда я еще не понимал, что это станет началом большой истории. Обычная на первый взгляд покупка постепенно привела меня в сферу, которая забирает тебя целиком: твое время, энергию, нервы, амбиции и иногда сон.

Спустя несколько лет я стоял там же, где сейчас стоишь ты. Или только собираешься встать.

Я был обычным менеджером по продажам у застройщика. Можешь называть это специалистом по новостройкам – смысл не меняется. У меня был стол, телефон, скрипт на бумажке и полное непонимание, почему незнакомые люди должны отдавать мне миллионы рублей.

Я боялся поднимать трубку.

Боялся холодной базы.

Боялся, что меня пошлют.

Боялся выглядеть глупо перед клиентом, который знает больше меня.

Боялся не выполнить план и остаться без денег.

Если ты сейчас узнаёшь в этом себя – нормально. Почти каждый, кто потом становится сильным продавцом, проходил через это состояние. Разница только в одном: кто-то сливается после первых отказов, а кто-то остается и начинает учиться.

Я остался.

Я прошел путь от рядового менеджера, который нервничает перед каждым звонком, до руководителя отдела. Потом – до директора по продажам группы компаний. А затем – до человека, который принимает стратегические решения, отвечает за продукт, команды, планы, деньги и результат.

Но эта книга не написана из кабинета топ-менеджера.

Она написана из опыта человека, который сам сидел на телефоне, сам делал холодные звонки, сам ездил на показы, сам терял клиентов, сам дожимал сделки и сам видел, как бронь, на которую ты рассчитывал весь месяц, срывается за один вечер.

Я не просто наблюдал за рынком недвижимости. Я его перемалывал.

Я закрывал сделки в кризисы, когда доллар скакал как бешеный, клиенты паниковали, а рынок замирал в ожидании. Я вытаскивал провальные месяцы, когда план горел синим пламенем, а времени до конца месяца оставалось критически мало.

Я увольнял «звезд», которые решили, что прошлые заслуги позволяют им работать спустя рукава. Я видел менеджеров с огромным потенциалом, которые сливались из-за лени, страха и отсутствия дисциплины. И видел тихих, незаметных людей, которые становились лучшими, потому что каждый день делали простые действия лучше остальных.

Эта книга не про мотивацию. Здесь не будет теории из MBA, красивых графиков ради графиков и фраз в духе: «Поверь в себя – и Вселенная даст тебе сделку». Вселенной плевать на твой план продаж.

Здесь будут пот, отказы, звонки, переписки, показы, возражения, сорванные брони, рабочие приемы, скрипты, чек-листы и система действий. Все то, что реально помогает не просто «работать в недвижимости», а зарабатывать в ней.

Если ты ищешь волшебную таблетку – закрой книгу.

Если хочешь, чтобы клиент сам себе продал, руководитель дал тебе готовые деньги, а рынок всегда был растущим и легким – эта книга тоже не для тебя.

Но если ты готов много работать, думать, учиться быстрее конкурентов и делать это системно – устраивайся поудобнее.

Будет жестко. Иногда будет неприятно. Где-то ты узнаешь себя и захочешь поспорить. Где-то поймешь, сколько денег уже потерял из-за простых ошибок.

Но в конце книги ты точно скажешь одну фразу:

> *«Блин, почему мне никто не сказал этого раньше?»*

СДЕЛАЙ СЕГОДНЯ:

1. Выпиши на лист свою цель на год. Если цели нет – поставь «выйти на доход _____».

2. Честно ответь: сколько часов в день ты готов тратить на работу? Не на присутствие, а именно на работу.

3. Если ты уже работаешь в недвижимости, запиши, сколько сделок у тебя было за последние три месяца, – честно, без «почти закрытых».

4. Если ты уже работаешь в недвижимости, посчитай средний чек и среднее время от первого контакта до брони.

5. Если ты уже работаешь в недвижимости, определи одну точку, где ты теряешь больше всего клиентов.

6. Реши: ты читаешь эту книгу как новичок или как «середняк» – и отметь это на первой странице.

Глава 1

Карта местности с минами

Рынок недвижимости – это хаос, замаскированный под порядок.

Снаружи все выглядит красиво: дорогие шоу-румы, кофе в переговорной, глянцевые буклеты, рендеры с теннисными кортами, бассейнами на крыше и улыбающиеся менеджеры в социальных сетях. Все говорят про высокий доход, комфортную работу, сильную команду и клиентов, которые сами хотят купить.

Но реальность другая.

За красивой картинкой – десятки непринятых звонков, сорванные брони, клиенты, которые исчезают после трех часов переговоров, планы, которые нужно выполнять, и менеджеры, у которых месяцами нет нормального дохода.

Огромное количество людей называют себя специалистами по недвижимости. Но по факту они просто статисты. Они сидят в офисе или на объекте, ждут входящего клиента и надеются, что тот сам все поймет, сам выберет квартиру, сам убедит себя купить – а им останется только оформить документы и «пробить» сделку.

Это не продажи. Это касса. А кассиры больших денег не зарабатывают.

ПОЧЕМУ БОЛЬШИНСТВО БЕДСТВУЕТ?

Потому что они приходят в недвижимость с неправильными ожиданиями.

Они думают, что застройщик или агентство недвижимости обязаны дать им обучение, клиентов, деньги, уверенность и готовый результат. Они ждут, что сильный бренд продаст за них. Что красивый офис вызовет доверие. Что реклама сама приведет платежеспособных покупателей.

Не приведет.

Застройщик может дать тебе продукт. Агентство может дать систему, CRM, обучение, лиды и репутацию. Руководитель может дать направление и пинок, когда ты расслабился. Но закрыть сделку можешь только ты.

Большинство обижается на клиентов.

Клиент долго думал – виноват клиент.

Не отвечает в мессенджере – виноват клиент.

Купил у конкурента – клиент неблагодарный.

Не получил ипотеку – «какой-то он странный».

Сорвал бронь – «потратил мое время».

Нет. Клиент никому ничего не должен. Он ищет там, где ему быстрее ответят, понятнее объяснят, спокойнее проведут через страх и профессиональнее помогут принять решение. Сегодня он разговаривает с тобой, через час – с конкурентом, завтра заходит в другой офис, а вечером уже выбирает между тремя предложениями.

Лояльность клиента не выдается вместе с номером телефона. Ее нужно заслужить.

И еще одна причина – люди не учатся. Совсем.

Они приходят на обучение, кивают головой, сохраняют презентацию, делают пару звонков и возвращаются к привычному режиму. Не разбирают свои диалоги. Не изучают объекты. Не ездят в новые районы. Не знают конкурентов. Не читают договоры. Не разбираются в ипотеке. Но хотят зарабатывать как эксперты.

Так не бывает.

ТО, О ЧЕМ МОЛЧАТ НА СОБЕСЕДОВАНИИ

На собеседовании тебе расскажут про высокий процент, дружную команду, карьерный рост и потолок дохода, которого якобы

нет. Тебе покажут успешного менеджера, который закрыл несколько сделок за месяц, и скажут: «Вот, смотри, у нас все так могут».

Но редко скажут, что бóльшая часть менеджеров не выполняет план стабильно. Что новичок может месяцами жить без сделки. Что клиент не обязан быть благодарным за твою консультацию. Что после идеального показа он может молча купить у другого.

Не скажут, что скорость решает больше, чем тебе кажется.

Не «перезвоню завтра».

Не «отвечу, когда освобожусь».

Не «пусть подождет, я сейчас занят».

А:

«Перезвоню через пять минут».

«Сейчас уточню и вернусь с ответом».

«Я уже подобрал варианты, давайте выберем время для просмотра».

Клиент покупает не только квартиру. Он покупает уверенность. И если ты медленный, потерянный и не держишь слово – никакой красивый объект тебя не спасет.

КАРТА МИННОГО ПОЛЯ

Эта книга – не волшебная таблетка и не сборник мотивационных цитат. Это карта минного поля.

Я покажу тебе места, где подрываются новички, середняки и даже те, кто уже успел заработать первые хорошие деньги.

Здесь сгорают на холодных звонках, потому что боятся быть посланными.

Здесь теряют лиды, потому что ленятся быстро перезванивать и думают: «Никуда он не денется».

Здесь сливают сделки в переписке, потому что не умеют задавать вопросы, нормально презентовать объект и вести клиента к следующему шагу.

Здесь проваливают показы, потому что рассказывают о квадратных метрах, вместо того чтобы понять, зачем человеку вообще нужна эта квартира.

Здесь теряют повторные сделки и рекомендации, потому что после подписания договора исчезают из жизни клиента навсегда.

А потом удивляются, почему у другого менеджера очередь из рекомендаций, а у них – только холодная база и вечное «надо подумать».

ПРОСТОЕ ОБЕЩАНИЕ

Я не обещаю тебе миллионы через месяц. Не обещаю, что будет легко. Не обещаю, что каждый клиент будет покупать, а каждый звонок будет приятным.

Но обещаю другое: если ты внедришь хотя бы 30% из того, что прочитаешь дальше, ты обойдешь половину рынка.

Не потому, что ты гений. И не потому, что у тебя появится секретная техника продаж. А потому, что бóльшая часть рынка даже не удосуживается включить голову. Эти люди плывут по течению, ждут удачи, винят клиентов, руководство, рекламу, кризис и конкурентов.

Мы с тобой так делать не будем. Мы будем быстрее, внимательнее, сильнее в деталях и опаснее для конкурентов.

> *«Рынок недвижимости – единственное место, где дилетант с айфоном пытается продать самый дорогой актив в жизни человека. Не будь дилетантом».*

СДЕЛАЙ СЕГОДНЯ:

1. Посмотри на застройщиков своего города. Кто из них лидер? За счет чего?

2. Выпиши трех основных конкурентов, к кому уходят твои клиенты.

3. Найди три причины, почему клиенты должны покупать у тебя, а не у этих конкурентов. Если ответ «цена дешевле» – иди работай кассиром.

4. Включи уведомления везде, где тебе может прийти лид или написать клиент: почта, мессенджеры, CRM и т. д.

5. Убери из речи слово «возможно». Ты либо знаешь, либо молчишь.

Глава 2

Тест на профпригодность: слабó?

Я отсею лишних прямо сейчас.

Продажи недвижимости – работа не для всех. Возможно, и не для тебя. Она ломает тех, кто пришел за легкими деньгами, и щедро платит тем, кто умеет терпеть, быстро вставать после отказов и не ныть, когда тяжело.

Маркетинговые сказки про «гибкий график», «работу с телефона у бассейна» и «миллионы за месяц без опыта» – ложь. За красивыми сторис обычно стоят десятки холодных звонков, сорванные брони, работа в выходные, поздние сообщения клиентам и месяцы, когда ты не понимаешь, придут ли деньги вообще.

Пройди этот тест честно. Отвечай не HR-у, не руководителю и не друзьям. Отвечай себе.

Потому что, если ты сейчас соврешь себе, рынок потом уволит, выжмет или сломает тебя сам. Обычно – в первые полгода.

Вопрос 1. Готов ли ты жить без выходных?

Клиенту плевать, что у тебя выходной, день рождения, свадьба, отпуск или шашлыки с друзьями. Если его сделка горит в воскресенье утром, он не будет ждать понедельника. И у тебя будет два варианта: вскочить, открыть ноутбук, взять телефон и начать решать вопрос – или потерять клиента.

Ты готов в нужный момент поставить сделку выше своих планов?

Да / Нет

Вопрос 2. Готов ли ты поднять трубку в 23:00, когда клиент наконец «освободился»?

Клиент, как и ты, весь день работал, решал проблемы в своем бизнесе, встречался, ехал в пробках, забирал детей, жил свою жизнь. И вот только сейчас у него появилось десять минут, чтобы подумать о квартире.

У тебя есть эти десять минут. Либо ты берешь трубку, отвечаешь на сообщение и продолжаешь диалог, либо завтра он купит у того, кто оказался быстрее.

Продажи не живут по твоему расписанию. Деньги редко приходят удобно.

Ты готов быть на связи тогда, когда клиент готов принимать решение?

Да / Нет

Вопрос 3. Сможешь ли ты улыбаться человеку, который тебя послал матом вчера?

Клиенты бывают неадекватными. Уставшими, тревожными, жадными, грубыми и иногда откровенно неприятными. Они могут сорваться на тебе, потому что банк отказал в ипотеке, жена не согласна с выбором, денег не хватает, а квартира мечты уходит другому покупателю.

Это не значит, что ты обязан терпеть все подряд и позволять себя унижать. Но ты должен уметь не тащить эмоции в следующую коммуникацию.

Бизнес есть бизнес. Ты не мстишь – ты зарабатываешь.

Сможешь перешагнуть через гордыню, сохранить лицо и продолжить разговор спокойно?

Да / Нет

Вопрос 4. Выдержишь ли ты десять отказов подряд и сможешь ли на 11-м звонить так же уверенно?

Тебе будут говорить: «Неинтересно», «Дорого», «Некогда», «Если будет нужно – сами вам наберем», «Не звоните больше». После

десятого отказа мозг начнет шептать, что ты никчемный, никому не нужен и пора слиться. Ты начнешь говорить тише, хуже формулировать мысли, бояться следующего звонка и заранее ждать отказа.

Но отказ – это не приговор. Это статистика.

Клиент отказал не тебе как человеку. Он отказал времени, цене, формату, своему настроению или просто потому, что ему сейчас не до тебя. В продажах побеждает не тот, кому никогда не отказывают. Побеждает тот, кто после очередного «нет» спокойно набирает следующий номер.

Сможешь не тащить унижение из прошлого звонка в следующий?

Да / Нет

Вопрос 5. Готов ли ты учиться даже тогда, когда карман полон денег?

Звездная болезнь – один из главных убийц в продажах.

Ты закрыл несколько сделок, заработал первые нормальные деньги, почувствовал вкус результата – и вот уже кажется, что ты понял рынок. Что тебе не нужны скрипты, обучение, разборы звонков, поездки на объекты и домашние задания.

Именно в этот момент ты начинаешь отставать.

Рынок меняется. Клиенты становятся умнее. Конкуренты становятся сильнее. Появляются новые проекты, инструменты покупки, ипотечные программы и способы продавать. Если ты остановился – ты уже едешь назад.

В этой книге будет много практики. Ты готов не просто читать, а выполнять задания, учиться и признавать, что тебе еще есть куда расти?

Да / Нет

Вопрос 6. Дисциплина или мотивация?

Мотивация заканчивается во вторник в 11 утра.

Она заканчивается, когда ты не выспался. Когда дома проблемы. Когда на улице темно, холодно и дождь. Когда вчера сорва-

лась сделка. Когда за месяц ты пока не заработал ни рубля. Когда клиент прочитал сообщение и не ответил.

Остается только дисциплина.

Дисциплина – это делать холодные звонки, когда не хочется. Ехать на показ, когда хочется остаться дома. Изучать объект, когда кажется, что ты и так все знаешь. Перезванивать клиенту, который уже пять раз сказал: «Я подумаю».

Ты готов работать не только тогда, когда есть настроение, энергия и вдохновение?

Да / Нет

Подсчет результатов:

Если у тебя меньше четырех «да» – закрой книгу. Иди в наем, где нет продаж, зато есть понятный график, стабильный оклад и выключенный после работы телефон.

Это не плохо. Не все обязаны жить в постоянном напряжении, риске и гонке за результатом. Но в недвижимости тебе будет тяжело. Эта работа требует крепкой психики, высокой энергии и готовности долго идти без гарантий.

Если у тебя четыре или пять «да» – добро пожаловать. Потенциал есть. Будем делать из тебя человека, который умеет продавать, зарабатывать и не ломаться после первых проблем.

Если шесть «да» – ты псих. Но в хорошем смысле.

У тебя огромные шансы. Главное – направить эту энергию не в хаос, а в систему. Потому что одного голода мало. Нужны навыки, дисциплина, цифры и умение учиться быстрее конкурентов.

> *«Продажи – это не профессия. Это диагноз. Либо ты адреналиновый маньяк с железными яйцами, либо рынок тебя сожрет».*

СДЕЛАЙ СЕГОДНЯ:

1. Распечатай эту главу с твоими ответами и повесь над рабочим столом.

2. Если есть сомнения в каком-то пункте – возьми испытательный срок в 30 дней. Паши как проклятый. Проверь себя.

Глава 3

Продажи – образ жизни, а не работа с 9 до 18

Когда ты приходишь в продажи недвижимости, ты перестаешь быть просто человеком с работой. В первый же рабочий день забудь фразу «рабочий день» и смирись с этим.

Здесь нет четкой границы: вот ты работаешь, а вот живешь. Твоя голова постоянно занята объектами, клиентами, цифрами, бронями, ипотеками и сроками. Ты идешь по улице, смотришь на новый жилой комплекс и автоматически думаешь: кто застройщик, какие там цены, есть ли паркинг, что с транспортом, кому из твоих клиентов это может подойти.

Ты смотришь на рекламу – и видишь не рекламу, а лиды.

Ты слышишь разговор знакомых про переезд – и понимаешь, что это потенциальный клиент.

Ты едешь в новый район – и уже оцениваешь, как его можно продать: кому, за сколько и с какими аргументами.

Или ты живешь этим, или рынок тебя выплевывает.

РОМАНТИКА И ГРЯЗЬ ПРОФЕССИИ

В продажах недвижимости есть мощный драйв. Это момент, когда ты сидел дома, занимался своими делами, а потом тебе написал клиент: «Нам нужно встретиться». Ты встаешь с дивана, едешь на переговоры, выдерживаешь два часа сомнений, возражений и семейных споров – и закрываешь сделку.

А потом видишь цифру комиссии. Иногда это сумма, которая пахнет квартальной, а иногда и полугодовой зарплатой человека

в найме. В такие моменты ты понимаешь, зачем терпел все эти отказы, срывы броней, игноры в мессенджерах и бесконечное «мы подумаем».

Ты не просто продаешь квадратные метры. Ты помогаешь людям принять одно из самых больших и важных финансовых решений в их жизни. Для кого-то это первая квартира. Для кого-то – переезд после развода. Для кого-то – жилье для ребенка. Для кого-то – последние деньги, которые страшно вложить неправильно.

И да, в такие моменты ты реально влияешь на судьбу человека.

Но не обольщайся. У этой профессии есть грязная сторона.

Твой телефон может разрываться до 23:00, потому что клиент увидел рекламу конкурента с «квартирой по цене чашки кофе» или «супервыгодной рассрочкой без переплат». Он паникует, злится, требует объяснений и хочет, чтобы ты прямо сейчас разобрался, почему у других «дешевле» и «выгоднее».

Клиенту неважно, что ты ужинаешь. Неважно, что ты в кино, в гостях, на свидании или лежишь с температурой. У него возник вопрос – значит, ты должен ответить.

Семья сначала относится с пониманием. Потом начинает раздражаться.

«Тебе опять звонят?»

«Ты можешь хоть час не смотреть в телефон?»

«Ты вообще с нами или постоянно на работе?»

И в какой-то момент ты понимаешь: они правы. Ты действительно постоянно на работе. Просто твой офис – это телефон в кармане.

Ты работаешь больше многих не потому, что кто-то стоит над тобой с кнутом. Ты работаешь больше, потому что обязан знать рынок. Районы, перспективы развития, транспортные развязки, школы, застройщиков, новые старты, планировки, акции, ипотечные программы, рассрочки и слабые места каждого проекта. Ты не можешь позволить себе сказать клиенту: «Я не знаю». Ты можешь сказать: «Я уточню», – но через десять минут обязан уже знать.

ВЫГОРАНИЕ – НЕ МИФ

Наступает момент, когда от слов «обзвон базы», «входящий перевод», «квартира», «ипотека» и «надо подумать» начинает тошнить. Когда ты видишь звонок от клиента и не хочешь брать трубку. Когда очередная отмена показа выбивает из тебя больше сил, чем должна.

Это не слабость. Это выгорание.

И оно приходит не только к тем, кто мало зарабатывает. Оно приходит и к сильным менеджерам, которые долго держат высокий темп, закрывают сделки, выполняют планы и всем вокруг кажутся машинами.

Профилактика выгорания – это не только йога, свечи и разговоры о внутреннем балансе. Иногда лучшая профилактика – деньги. Когда ты видишь, ради чего пахал, считаешь доход и понимаешь, что твоя работа реально изменила твой уровень жизни, становится легче.

Но одних денег надолго не хватает.

Второй способ не превратиться в уставшего робота – повышать уровень игры. Переходить в более сложные сегменты, где мозг снова начинает работать: коммерческая недвижимость, бизнес-класс, премиум, элитка, нестандартные инвестиционные кейсы.

Когда тебе снова сложно – тебе снова интересно.

НИКАКОГО БАЛАНСА

Ты должен понять главное: работа в недвижимости – это не история про идеальный баланс между работой и жизнью. Это слияние.

Твоя жизнь – это обучение, звонки, сообщения, показы, брони, сделки, встречи, обзвоны, изучение объектов. И где-то между ними ты пытаешься встроить спорт, семью, друзей, отдых и сон.

Звучит жестко? Потому что так и есть.

Но есть и другая сторона: ты не привязан к потолку зарплаты, не ждешь ежегодного повышения на пять процентов и не про-

сишь разрешения заработать больше. Твой доход зависит от твоих действий, навыков, дисциплины и способности не сдаваться тогда, когда другие уже слились.

Если тебя бесит такая жизнь – вернись к главе 2 и пройди тест еще раз.

А если тебя от этого, наоборот, заводит – добро пожаловать. Ты выбрал не просто работу. Ты выбрал образ жизни.

> *«У меня был год, когда я взял всего 14 выходных за весь год! Не потому, что меня заставляли, а потому что рынок рос, клиенты покупали, а возможности лежали буквально под ногами. Потом я рухнул на неделю с температурой 40. Организм взял свое. Это расплата. Но за тот год я заработал столько, сколько не зарабатывал за три предыдущих. Оно того стоило? Мой ответ однозначный: да!»*

СДЕЛАЙ СЕГОДНЯ:

1. Определи «твое» время – время, когда твой телефон выключается (например, с 00:00 до 07:00). Это святое.

2. Купи нормальную гарнитуру. Если ты держишь телефон плечом – ты не профессионал.

Глава 4

Лестница, которую придется пройти

Многие ждут, что в этой сфере можно начать быстро и много зарабатывать, а рост подобен подъему на скоростном бесшумном лифте, который несет тебя наверх. Но реальный путь в сфере недвижимости выглядит не как показано в социальных сетях и мотивационных роликах.

Это лестница. Скользкая, местами размытая дождем, местами – с обломанными ступенями. Идти по ней нужно осторожно, постоянно оценивая следующий шаг. И не вздумай перепрыгивать через ступени: либо улетишь вниз, либо расшибешь лоб.

СТУПЕНЬ 1. СТАЖЕР (0–6 МЕСЯЦЕВ)

Ты еще ничего не знаешь. Твоя задача – выучить матчасть так, чтобы от зубов отскакивала: районы, инфраструктуру, застройщиков, проекты, их плюсы и минусы, квартирографию, цены, условия покупки.

В это время у тебя нет права голоса. Ты слушаешь, записываешь, задаешь много уточняющих вопросов и каждый вечер прокручиваешь в голове все, что узнал за день. Тебе кажется, что вокруг говорят на другом языке: ПВ, переуступка, ДДУ, эскроу, свободная планировка, планировка-распашонка, транши. В моменте ты киваешь с умным видом, а вечером гуглишь половину терминов.

Первая сделка часто бывает «дурацкой». Но она – как первый прыжок с парашютом: страшно, нелепо, руки трясутся – а потом хочется еще.

У меня первая странная сделка случилась почти случайно. В работу упал клиент: мужчина лет 50, очень серьезный, очень занятой и, как выяснилось через пять минут разговора, очень недоверчивый. Он не хотел ничего рассказывать о себе, не отвечал на вопросы и постоянно повторял одну фразу: «Вы мне просто покажите нормальную квартиру. Без ваших продаж».

Я тогда был стажером, поэтому «нормальная квартира» звучала для меня как смертный приговор. Нормальная для кого? Для семьи с детьми? Для инвестора? Для человека, который хочет жить сам? Какой район? Какой бюджет? Какая площадь? Он ничего не говорил.

Я предложил несколько вариантов. Он все отмел.

«Далеко».

«Шумно».

«Окна не туда».

«Планировка плохая».

«Застройщика не знаю».

«Слишком дешево, подозрительно».

«Слишком дорого, вы что, издеваетесь?»

После третьего дня я уже решил, что это просто человек, который хочет убить мое время. Но он вдруг сказал: «Ладно. Завтра в десять утра едем смотреть».

На следующий день он приехал не один. С ним были жена, взрослая дочь, ее муж и молчаливый мужчина в спортивном костюме, которого никто мне не представил. Всю дорогу в машине они спорили так, будто квартиру покупают не для жизни, а чтобы разделить наследство.

На объекте стало еще веселее. Жена хотела «светло и красиво». Дочь требовала район ближе к центру. Зять считал квадратные метры и цену за квадрат. Мужчина в спортивном костюме просто ходил по квартире, смотрел в окна и молчал. Сам клиент стоял посреди кухни и говорил: «Вот вы мне скажите честно: тут жить можно?»

Я хотел ответить что-то умное про инфраструктуру, ликвидность и перспективы района. Но вместо этого сказал: «Можно.

Но если вы сейчас не договоритесь между собой, вам не подойдет ни одна квартира».

Все замолчали.

Я уже мысленно попрощался со сделкой. Но мужчина посмотрел на меня, усмехнулся и сказал: «Первый честный человек за неделю».

Оказалось, квартиру искали для дочери. Отец хотел купить быстро и практично, мать – красиво, дочь – модно, зять – выгодно, а мужчина в спортивном костюме был братом клиента и вообще приехал «просто посмотреть, куда деньги уходят».

Мы просматривали варианты еще две недели. Они ругались, отменяли встречи, снова возвращались, меняли бюджет, район и требования. В какой-то момент клиент позвонил мне вечером и сказал: «Мы решили брать ту первую. Которую вы показали. Вы ведь ее еще не продали?»

Я сидел дома, смотрел в потолок и не сразу понял, о какой квартире он говорит. Это была та самая, которую в первый день назвали «слишком дорогой», «неудобной» и «с окнами не туда».

Сделка состоялась. На подписании договора жена плакала, дочь улыбалась, зять проверял цифры, брат в спортивном костюме молчал. А клиент пожал мне руку и сказал: «Спасибо за твою честность, что не впаривал и довел нас до сделки. С тобой приятно работать».

Тогда я понял первую важную вещь: клиент не всегда знает, чего хочет. Иногда он приходит не за квартирой. Он приходит за человеком, который выдержит его хаос, не обидится, не сольется и поможет принять решение.

Боль первой ступени – 50 звонков по «холодной базе» и 0 клиентов, готовых продолжить с тобой диалог. Первые входящие лиды, которым «дорого», «надо подумать», «мы просто смотрим» и «перезвоните через месяц».

После пары таких дней ты уже начинаешь думать, что эта работа не для тебя.

Именно здесь большинство и сливается. Они думали, что будут показывать красивые квартиры и получать деньги. А получили

холодные звонки, отказы, игнор, недоверие и ощущение, что ты никому не нужен.

СТУПЕНЬ 2. МЕНЕДЖЕР (6–12 МЕСЯЦЕВ)

Минимальные деньги уже есть. Ты ежемесячно закрываешь несколько сделок. Начинаешь понимать, что скрипт – не догма, а каркас. Ты уже не читаешь текст как робот, а слышишь клиента, задаешь нормальные вопросы, понимаешь, где он врет, где сомневается, а где реально готов покупать.

Но ты все еще сильно переживаешь, когда бронь срывается. Ведь каждая сделка на счету. Один клиент может решить «подумать», другой – уйти к конкуренту, третий – не получить одобрение по ипотеке. И твой план на месяц снова начинает трещать.

Боль второй ступени – отсутствие стабильности. Состояние «то пусто, то густо». В одном месяце ты закрываешь несколько сделок и чувствуешь себя королем рынка. В следующем – сидишь без денег и думаешь, не ошибся ли ты с профессией.

Тебе все еще не хватает экспертности и опыта, а клиент это чувствует. Постепенно спадают розовые очки, связанные с постоянством и уровнем дохода. Ты начинаешь понимать: одна удачная сделка не делает тебя профессионалом, как один провальный месяц не делает тебя неудачником.

СТУПЕНЬ 3. СТАБИЛЬНЫЙ (1–2 ГОДА)

По итогам первого года план выполнен 8–9 месяцев из 12. Уже сформировалась какая-никакая база клиентов. Появляются первые рекомендации. Тебе начинают писать: «Мне вас посоветовали», и это самый приятный текст, который может увидеть менеджер.

Ты меньше звонишь «вхолодную» – больше дожимаешь «теплых». У тебя появляется понимание воронки, цифр, конверсии и своих сильных сторон. Ты уже знаешь: этот клиент купит быстро, этому нужно дать время, а этот будет мучить тебя месяц и в итоге исчезнет.

Главная опасность на этой ступени – звездность.

Все чаще мелькает мысль: «Да я и так продам».

Ты начинаешь меньше готовиться к встречам, хуже изучаешь новые проекты, реже ездишь на объекты и перестаешь учиться.

Боль третьей ступени – работа становится спокойнее, а доход — прогнозируемее. Возникает ощущение, что ты уже все понял и все знаешь. Именно в этот момент многие начинают медленно деградировать.

Рынок меняется, клиенты становятся умнее, конкуренты – сильнее, а ты продолжаешь продавать методами двухлетней давности.

СТУПЕНЬ 4. ЭКСПЕРТ (2–5 ЛЕТ)

Ты чувствуешь рынок кожей. Знаешь объекты и возражения по каждому из них почти наизусть. Ты понимаешь клиента за две минуты разговора: кто перед тобой – реальный покупатель, инвестор, тревожный сомневающийся, любитель смотреть квартиры по выходным или человек, который готов выйти на сделку завтра.

К тебе все чаще приходят по рекомендации, активно начинает работать сарафан.

Ты понимаешь, что твой телефон – это твой актив. В нем не просто контакты. В нем твоя репутация, твои будущие деньги и годы нормальной работы.

Боль четвертой ступени – слишком теплое и комфортное состояние. Оно расслабляет и превращает твою работу в спокойный, размеренный день сурка. Доход неплохой, клиенты приходят, сделки закрываются. Но ты перестаешь расти, потому что исчезает голод.

А без голода в продажах ты долго не протянешь. Рано или поздно появляется тот, кто голоднее, быстрее, современнее и внимательнее к клиенту.

СТУПЕНЬ 5. СОВЕТНИК (5+ ЛЕТ)

Тебе становится скучно продавать рядовые объекты. Ты ищешь нестандартные решения и сложные кейсы. Те, кто когда-то купил с тобой, возвращаются: хотят продать старое, купить новое, расшириться, переехать, вложить деньги, выбрать объект для детей.

Рекомендаций все больше. И ты начинаешь фильтровать клиентов: с кем хочешь работать, а с кем – нет. Ты уже не хватаешься за любую заявку, потому что понимаешь цену своему времени.

Доход хороший и стабильный, но внутри появляется странное чувство: уже не так драйвово, не так интересно. Сделки идут, деньги приходят, а эмоций меньше. Все чаще ты спрашиваешь себя: «А что дальше?»

Боль пятой ступени – постепенно исчезающий интерес, неопределенность перспектив и все чаще всплывающий в голове вопрос: «А что дальше?»

Как правило, дальше ты либо уходишь в управление – на позицию РОПа; либо переходишь в более высокий ценовой сегмент и начинаешь продавать недвижимость бизнес-, премиум- и делюкс-класса; либо уходишь в коммерческую недвижимость.

Ах да, еще можно открыть свое агентство недвижимости. Но это уже совсем другая история.

СДЕЛАЙ СЕГОДНЯ:

1. Определи, на какой ступени ты сейчас находишься.

2. Распиши свои цели на каждую следующую ступень.

3. Найди «Эксперта», «Советника» в своем окружении и напросись сходить с ним на обед. Оплати счет. Задавай вопросы и внимательно слушай.

Глава 5

Учеба: твое оружие против рынка

«Учиться, учиться и еще раз учиться» – фраза, которую многие слышали слишком часто и поэтому перестали воспринимать всерьез. А зря. Ведь в продажах недвижимости она работает жестче, чем почти в любой другой сфере. Потому что здесь незнание быстро превращает тебя из эксперта в балабола.

Вчера ты уверенно рассказывал клиенту про условия покупки. Сегодня изменились ипотечные программы, ставки, правила рассрочки, акции застройщика или требования банка – и ты уже транслируешь устаревшую информацию.

А клиент это чувствует.

Он может не знать терминов. Может не разбираться в договоре. Может путаться в ставках и программах. Но он мгновенно понимает, когда перед ним человек, который «где-то слышал», и когда перед ним специалист, который держит руку на пульсе.

Первому он скажет: «Спасибо, я подумаю».

Второму он доверит деньги.

Ты продаешь не просто квартиры. Ты продаешь уверенность в решении. А уверенность не рождается только из красивой речи. Она рождается из знаний.

Учеба – не диплом и не сертификат

Большинство менеджеров думают, что учеба – это купить курс за 100–300 тысяч, посидеть на вебинаре, получить сертификат и выложить его в сторис.

Нет.

Учеба – это регулярное время, которое ты выделяешь, чтобы становиться сильнее.

Не «когда будет свободная минутка». Свободной минутки не будет никогда. Всегда найдется клиент. Всегда будет показ. Всегда появится срочная задача. Всегда захочется просто полежать, посмотреть ролики или забыться в ленте.

Поэтому учеба должна стоять в календаре так же жестко, как встреча с клиентом.

Минимум два часа в неделю – обязательно. Хороший темп – час-два в день: часть времени на рынок, часть – на навыки, часть – на разбор собственных ошибок.

Нравится тебе или нет, но пока ты листаешь ленту, твой конкурент изучает новый объект. Пока ты говоришь: «Я и так все знаю», он слушает свои звонки, разбирает проваленные встречи и учится закрывать возражения.

А потом он забирает твоего клиента.

Что нужно изучать?

Твое образование должно состоять из трех частей: рынок, продукт и продажи.

Рынок – чтобы понимать, что происходит вокруг. Ипотека, ставки, рассрочки, изменения в правилах покупки, новые старты, цены, спрос, активность конкурентов.

Продукт – чтобы не плавать в особенностях и характеристиках объектов. Районы, застройщики, планировки, инфраструктура, сроки сдачи, отделка, паркинги, кладовые, конкурентные преимущества и слабые места каждого проекта.

Продажи – чтобы уметь превращать свои знания в деньги. Звонки, диагностика потребностей, переписка, презентация, показы, работа с возражениями, дожим, переговоры и повторные касания.

Если ты знаешь рынок, но не умеешь разговаривать, – тебя не услышат.

Если ты красиво говоришь, но не знаешь продукт, – тебя раскусят.