



# Persuasión

Versión extendida 2025

# Introducción

La persuasión es la capacidad de influir en la decisión de los clientes de manera ética, profesional y estratégica. En el sector inmobiliario, no se trata de manipular, sino de **conectar con las motivaciones reales de las personas**, ayudarles a ordenar sus pensamientos y darles la seguridad para decidir.

Este manual recopila técnicas y principios explicados en la clase, junto con ejemplos aplicados al trabajo diario en Propertex.

## 1. Principios de la Persuasión

### 1. Autoridad

- El cliente confía en quien percibe como experto.
- Mostrar conocimiento en la zona, precios, leyes y procesos transmite seguridad.
- Frase sugerida: *“Nosotros ya hemos manejado operaciones similares en este barrio, y siempre logramos cerrar en condiciones favorables para nuestros clientes.”*

### 2. Reciprocidad

- Cuando damos algo de valor (información, consejo, un gesto), el cliente se siente inclinado a corresponder.
- Ejemplo: entregar un reporte de mercado gratuito antes de hablar de honorarios.

### 3. Prueba Social

- Las personas confían más cuando ven que otros ya tomaron la misma decisión.
- Ejemplo: *“El mes pasado, tres familias compraron en este mismo edificio por motivos similares a los tuyos.”*

### 4. Escasez y Urgencia

- Lo limitado genera deseo.
- Ejemplo: *“Esta propiedad tiene varias consultas activas y lo más probable es que se reserve en los próximos días.”*

### 5. Consistencia y Compromiso

- Una vez que el cliente se compromete con algo pequeño, es más fácil que avance al paso siguiente.
- Ejemplo: *“Si te parece bien, coordinamos la visita y luego vemos si avanzamos con la reserva.”*

### 6. Simpatía y Rapport

- La gente dice “sí” a quienes les agradan.
- Generar conexión genuina con intereses comunes, escucha activa y empatía.

## 2. Herramientas de Persuasión para el Agente

- **Preguntar más que hablar:** la persuasión no se logra con discursos, sino guiando al cliente con preguntas que lo llevan a descubrir su propia motivación.
- **Lenguaje positivo:** evitar frases como “esto es caro” y reemplazar por “esto es una inversión que te garantiza...”.
- **Reformular objeciones:** cuando el cliente plantea un obstáculo, el agente lo transforma en oportunidad.
- **Contar historias (storytelling):** ejemplos de clientes que lograron resolver sus necesidades gracias a la propiedad.
- **Controlar el ambiente:** una conversación en la oficina transmite más seriedad que en un café improvisado.

## 3. Estrategias de Persuasión en el Proceso de Venta

### a) Persuasión al inicio (captar interés)

- Establecer autoridad y confianza.
- Usar frases que destaquen el valor de la inmobiliaria.
- Hacer preguntas que descubran motivaciones profundas: “¿Por qué estás buscando cambiar de casa justo ahora?”.

### b) Persuasión durante la visita

- Destacar beneficios, no características: “Este patio no es solo grande, es perfecto para que tus hijos jueguen seguros.”
- Incluir prueba social: “Los vecinos son familias jóvenes que valoran la tranquilidad.”
- Manejar objeciones en positivo: “No tiene la cochera que buscabas, pero el precio es tan competitivo que podés alquilar una cochera en la misma cuadra y seguir ahorrando.”

### c) Persuasión en el cierre

- Usar escasez y urgencia reales.
- Reforzar la consistencia: “Ya viste que cumple con la ubicación y los ambientes que necesitabas, ¿querés que avancemos con la reserva?”.
- Apelar al compromiso previo del cliente: “Como me dijiste que buscabas mudarte antes de fin de año, este es el momento ideal.”

## 4. Técnicas Prácticas Explicadas en Clase

### 1. La Técnica del Sí

- Hacer preguntas que generen respuestas afirmativas, preparando al cliente para decir “sí” al cierre.
- Ejemplo: “¿Te gusta el barrio? ¿Te resulta cómoda la distribución? ¿Sentís que es un lugar donde podrías vivir feliz?”.

### 2. El Anclaje

- Presentar primero una opción más cara para que la elegida parezca más atractiva.
- Ejemplo: mostrar primero un departamento de USD 220.000 y luego uno de USD 180.000 con mejores ventajas.

### 3. El Espejo

- Repetir parte de lo que el cliente dice, generando conexión.
- Cliente: “Necesito un lugar luminoso.”
- Agente: “Exacto, luminoso. Este living recibe sol directo toda la tarde.”

### 4. Cierre Condicional Persuasivo

- “Si logramos que quede el aire acondicionado y que la entrega sea inmediata, ¿cerramos hoy mismo?”

### 5. El Uso del Silencio

- Preguntar y callar, dejando que el cliente complete la idea. El silencio genera compromiso.

## 5. Errores Comunes que Bloquean la Persuasión

- Hablar demasiado sin escuchar.
- Usar frases negativas o técnicas de presión excesiva.
- Mostrar demasiadas propiedades y confundir al cliente.
- Discutir con el cliente en lugar de guiarlo.
- No transmitir confianza y profesionalismo.

## Notas

La persuasión es una habilidad que se entrena. No es magia ni manipulación: es **ordenar la mente del cliente** para que pueda tomar una decisión alineada con lo que necesita y desea.

En Propertex, usamos la persuasión como un servicio al cliente: le damos claridad, seguridad y acompañamiento en uno de los momentos más importantes de su vida.