

# Mundo inmobiliario 2009

**Hotel Bienestar  
Moaña  
5 de febrero**

---

El problema de nuestros tiempos es  
que el futuro ya no es lo que era

# VENDER ES CONVENCER

## Razones para el SI

- Si, a la Ilusión y entusiasmo
- Si, corriamos nuestros propios errores. Busquemos nuevas fórmulas de trabajo
- Si, demos garantías y avales bancarios de depósitos entregados.
- Si, vendamos el Stock de propiedades de nueva construcción actuales
- Si, vendamos confianza, defendamos al promotor/constructor serio
- Si, selección más profesional de la oferta
- Si, a la revalorización de las propiedades
- Si, solares más económicos

# VENDER ES CONVENCER

## Razones para el SI

- Si, a crear un sello de calidad y confianza .
- Si, a agruparse para defender los intereses mutuos.
- Si, somos competencia pero no somos enemigos.
- Si, a la colaboración leal con la administraciones Públicas.
- Si, a defender nuestra credibilidad
- Si, a un Símbolo común.
- Si, al respeto al cliente
- Si, a defender crecimientos moderados.
- Si, a una comisión justa.

# VENDER ES CONVENCER

## Razones para el NO

- No, al desánimo
- No, al estancamiento y a la espera del futuro.
- No ofrezcamos viviendas o construcciones “dudosas” sin plazo de entrega.
- No ofertemos propiedades sobrevaloradas.
- No, a aceptar ofertas de esos "aprovechados" de las crisis.
- No, a pagar más del 15% por el suelo en el precio final de la obra.

# VENDER ES CONVENCER

## Razones para el NO

- No, al vale “todo” para vender
- No, a ser posible empezar nuevas obras
- No, darle esperanzas al cliente final de una propiedad que sabemos de antemano que no pueden comprar o no pueden mantener la cuota hipotecaria.
- No, a la competencia desleal
- No, a que los departamentos de Urbanismo y Vivienda en la Administración Pública actúen por separado.
- No, a las reventas ilegales.
- No, a trabajar por una comisión “inadecuada”

# Símbolo a defender

- Un **Símbolo** es la representación perceptible de una realidad, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado. El vínculo convencional nos permite distinguir al símbolo del icono como del índice y el carácter de intención para distinguirlo del nombre. Los símbolos son pictografías con significado propio. Muchos grupos tienen **símbolos** que los representan; existen símbolos referentes a diversas asociaciones.

# Símbolo a defender

- El nuestro es una pulsera color “Teja” . Este color representa a las tejas de un edificio o casa. Las tejas nos dan protección contra las inclemencias.
- Este símbolo es para tener un punto de unión, para que los demás sepan que estamos unidos y tenemos un código anteriormente preestablecido. Que nuestros clientes nos vean con él y tenemos que despertar curiosidad por preguntarnos que significa. Expliquemos cual es nuestra posición. Regalemos a nuestros clientes una pulsera de color teja. Hagamos que sea importante. Involucremos a todos los agentes inmobiliarios de nuestra zona: constructores, promotores, inmobiliarias, aparejadores, arquitectos, revistas, páginas web, periódicos, etc..

# Pulsera símbolo

