

IDEALNY POŚREDNIK

Jaki powinien być idealny pośrednik? Odpowiedź na to pytanie pozwoli nam nie tylko stworzyć wzór, do którego warto dążyć, ale także uchwycić punkt, w którym aktualnie się znajdujemy.

Przede wszystkim wykształcony

Pośrednik to zawód interdyscyplinarny, czyli osoba taka musi posiadać określoną wiedzę z zakresu prawa, podatków, ekonomii, psychologii, marketingu i reklamy. Istotne są również umiejętności posługiwania się komputerem, posiadanie prawa jazdy. Standardem powinna być biegła znajomość przynajmniej jednego języka obcego. I najważniejsze - pośrednik szkoli się przez całe swoje życie zawodowe.

Niektórzy z nas pewnie pamiętają w Polsce czasy, kiedy pośrednikiem mógł zostać każdy. Nie było żadnych standardów i ograniczeń, organizacji zawodowych, gorzej – nie było żadnych wzorców. Każdy radził sobie, jak umiał. Wraz z przemianami politycznymi i gospodarczymi po 1989 roku rynek nieruchomości ożył z niezwykłą siłą, więc potrzeba było jakichkolwiek ludzi, którzy zajęliby się kojarzeniem stron w transakcjach nieruchomościowych.

Teraz tak łatwo już nie jest. Od lat walczymy o to, by pośrednikiem mógł zostać tylko człowiek gruntownie wykształcony. I nie jest to, jak sugerują niektórzy, kwestia zamykania zawodu czyli próba ograniczania konkurencji, lecz konsekwentne tworzenie środowiska wysoko wykwalifikowanych specjalistów. Obecnie pośrednikiem może być tylko osoba z wykształceniem wyższym kierunkowym, która posiada licencję zawodową.

Niektóre biura zmieniają się diametralnie. Powoli znikają papiery, a zamiast komputerów stacjonarnych pośrednicy posługują się laptopami i specjalistycznymi programami, które umożliwiają wzajemną komunikację niezależnie od miejsca, w którym się znajdują. Ponad 30 firm na terenie Warszawy uzyskało już certyfikat ISO 9001, dzięki któremu w prosty sposób można porządkować pracę całego zespołu. Certyfikat ten, podobnie jak w innych dziedzinach gospodarki, pozwala na uzyskanie prestiżu i wiarygodności w oczach partnerów i klientów.

Dobry kontakt z klientem

Pośrednictwo to przede wszystkim praca z ludźmi. Dlatego idealny pośrednik powinien umieć łatwo nawiązywać znajomości, być uśmiechnięty, cierpliwy i zyczliwy, z drugiej strony czujny i elastyczny. Uczciwość, obowiązkowość, terminowość to podstawa wzajemnych kontaktów.

Praca z klientem rozpoczyna się często od odpowiedzi na e-mail czy przez telefon. To duża sztuka tak przeprowadzić rozmowę, by klient zechciał zainteresować się naszą firmą i jej powierzyć swoją sprawę. Niezwykle istotna jest umiejętność słuchania, tak by odpowiednio zdefiniować potrzeby klientów. W tym pomagają rozmaite programy, kwestionariusze, ale nic

nie zastąpi „czynnika ludzkiego”. Może być przecież i tak, że klient dokładnie wypisze swoje potrzeby, ale chętnie przystanie na lekką ich modyfikację. Wszystkim takim kontaktom powinna towarzyszyć idea długofalowej współpracy. Polacy coraz chętniej i częściej zmieniają miejsca zamieszkania, dlatego warto podtrzymywać znajomość, czy choćby pozostawić po sobie dobre wspomnienia. Nigdy nie wiadomo, kiedy klient do nas wróci czy poleci nas swoim znajomym.

Ubiór i zachowanie

Jak nas widzą tak nas piszą. Odpowiednim wyglądem i zachowaniem wzbudzamy zaufanie i szacunek, dlatego trzeba poważnie pomyśleć i o tej stronie pracy.. Ubiór idealnego pośrednika nie powinien być ekstrawagancki i szokujący, co nie znaczy, że musi on rezygnować z indywidualizmu wynikającego z jego osobowości. Należy być zadbanym, schludnym i eleganckim, ponieważ swoim wyglądem budujemy nie tylko autorytet osobisty, lecz także firmy, którą reprezentujemy.

Pośrednicy z Zachodu i USA noszą zawsze bardzo dobre jakościowo ubrania, jeżdżą samochodami dobrych marek ponieważ uważają, że ich poziom materialny jest zewnętrzną oznaką sukcesu. Przekaz jest bardzo czytelny – zaufaj mi, jestem dobry w tym co robię, czy w przeciwnym wypadku stać by mnie było taki świetny samochód?

Pisząc o zachowaniu, mam tu na myśli również mowę ciała, o której sporo się teraz mówi. Pracując z klientami musimy bowiem wiedzieć, że większość informacji przekazujemy nie za pomocą słów lecz wzroku i jeśli tę umiejętność posiadamy w stopniu odpowiednim, jesteśmy z pewnością postrzegani jako pewniejsi siebie, wiarygodniejsi, a także potrafimy bardziej skutecznie budować relację z innymi. Niewerbalne aspekty mowy dają nam również informacje o stanach emocjonalnych rozmówcy, jego intencjach, oczekiwaniach, pozycji społecznej, pochodzeniu, wykształceniu, samoocenie, cechach temperamentu i wielu innych.

Nie dajmy się jednak zwariować - idealny pośrednik nie może zapomnieć o języku. Podręczniki mówiące o sztuce perswazji i manipulacji wchodzi na pierwsze miejsca na listach wydawniczych bestsellerów, jednak bez umiejętnego posługiwania się językiem ojczystym czy zachowywania podstaw ortografii na piśmie, wszystkie nasze wysiłki są nieskuteczne.

Szkicując portret idealnego pośrednika nie można zapomnieć o takich cechach jak: otwartość na świat i kreatywność. Żyjemy w czasie niezwykle szybkich przemian, nowych wynalazków, szalonego rozwoju. Dotyczy to każdego z nas, dlatego nie wolno zamykać się na to, co widzimy, przeciwnie – należy umiejętnie wykorzystywać najnowsze zdobycze, by podnosić jakość naszej pracy i w szerszym aspekcie – życia.

Janusz Schmidt

Prezes WSPON

Artykuł ukazał się w numerze 6/2008 Forum Rynku Nieruchomości - wydanie 2 czerwca 2008 roku.

