

ועכשיו, ברצינות

מחפשים דירה חדשה? בפעם הבאה שתצאו ממשרד מכירות, דעו שאיש השיווק דירג את מידת הרצינות שלכם כרוכשים – דירוג שיקבע את המשך ההתנהלות שלו מולכם. על פי מה דורגתם? הכירו את מדד הרצינות • **נמרוד בוסו**



איוור: Getty Images/Ikon Images

כישת דירה היא עניין רציני. עבור רוב משקי הבית בישראל, זו העסקה הכי רצינית שיבצעו אי פעם, ובדרך כלל הם יחזרו על רכישה כזו לא יותר מפעמיים-שלוש במשך שנות חייהם. אולי דווקא מסיבה זו, חלק ניכר מקהל המתעניינים בדירות הוא לא באמת רציני. אנשי מכירות ותיקים מכירים את התופעה: זוגות שמעבירים חודשים ואף שנים ב"דחרוח" ובבריקת מגמות, לעתים מתוך סקרנות גרידא ולעתים מתוך שאיפה תיאורטית לרכוש דירה ביום מן הימים, כשהסיכוי שיתיישבו לסכם את תנאי העסקה הממשית הוא קלוש.

משום כך נעזרים רבים ממשרדי המכירות ב"מדד רצינות" – כלי המסייע לאנשי המכירות לנהל טוב יותר את זמנם ולמקד את האנרגיה באותם פונים שכבר הגיעו לבשלות הנדרשת לחתימה על עסקה, וגם יודעים פחות או יותר באיזה סוג נכס הם מתעניינים והיכן ברצונם לרכוש. סיכויי של רוכש מסוג זה לבצע עסקה מן הסתם גבוהים יותר. לכן, בעת ערכון פרטי הלקוח במערכת הממוחשבת, יוסיפו גם את נתון "מדד הרצינות" של הפונה – לרוב באמצעות דירוג של 1 עד 5, בהתאם למאפייני המתעניינים והאופן שבו התנהלה הפגישה עמם.

עמוס דבוש, סמנכ"ל השיווק של חברת י.ת. דמרי, שאנשי המכירות שלה משתמשים בכלי, מסביר כי "כשאישי מכירות יודע שבפגישה עם לקוח פוטנציאלי הוא הוגדר כרציני, הוא יודע להתאים את המשך הטיפול – למשל, לעשות אתו שיחת-מעקב כמה ימים לאחר הפגישה, ודברים מסוג זה". שימוש נוסף למדד, לדברי דבוש, הוא מידע על רמת האפקטיביות של הקמפינים של החברה לפרסום הפרויקט. "אם אני מפרסם בערוצי מדיה שונים, אני יכול לבחון באמצעות מדד הרצינות איזה סוג רוכשים הגיעו אלי בעקבות הפרסום, ואת רמת האפקטיביות של הקמפיין. אם אני מגיע למסכנה שזה לא סוג הפונים שבו אני מעוניין, אני יכול לשנות את הקמפיין, ואם צריך גם תוך כדי תנועה".

לדברי רחלי ברזיל, סמנכ"לית השיווק של אשדוד, מידת הרצינות כרוכה בשאלה מה מלכתחילה מעורר באנשים את הצורך לקנות דירה. "יש כאלה שמתחננים ויודעים בוודאות שהם רוצים לקנות, יש כאלה שכבר קיימת דירה בבעלותם, אך על רקע התרחבות המשפחה מתעורר הצורך לרכוש דירה גדולה יותר. לעומת זאת, יש כאלה שהם נטולי צורך מיידי, אבל נחשפים לפרסום שמסקרן אותם – וגם מהכיוון הזה נוצרות לא פעם עסקות", היא אומרת. "לכן, אחד הדברים החשובים ביותר מבחינת איש המכירות, כשלקוח חדש נכנס למשרד, זה להבין מי האנשים שיושבים מולו, למה הם הגיעו ובעיקר מה מעניין אותם". יש לא מעט אינדיקציות לרמת רצינות הפונים, לדברי ברזיל, אך הדבר רחוק מלהיות מדע מדויק. "למשל, מי שמתמקח על המחיר, נחשב לקוח רציני יותר, כי התמקחות באה מתוך כוונה אמיתית לנסות לרכוש. אבל במציאות, לא בהכרח זה שנלחם על המחיר בכל הכוח הוא גם זה שיקנה בסוף את הדירה", היא אומרת. אף שאין אף אינדיקציה מוחלטת, לדברי דבוש וברזיל, יש כמה סממנים מובהקים המפרידים את הפונים הרציניים יותר מאלה הפחות רציניים – למשל, הגעה של הפונים לאתר המכירות במיוחד, לעומת מי שעובר "בדרך אל", או ממקום אחר שהיה מטרת

בדוק בעצמך: האם הרוכש שלך רציני?

פונה לא רציני	פונה רציני	
פוחת בשאלה לגבי מחירי הדירות	הצגה סדורה של הצרכים ומאפייני הדירה שמעניינת אותו, ובדיקה אם הדירה המוצעת עונה עליהם	פתיחת הפגישה
"Don't call us, we'll call you"	קביעת מועד לפגישה נוספת	סיום הפגישה
בשבועות הראשונים לחיפוש, או לאחר זמן חיפוש ארוך באופן קיצוני	בין חודשיים לחצי שנה	משך זמן החיפוש של הפונה
חסר מושג	בינונית עד גבוהה	מידת ההתמצאות ברמת המחירים בשכונה
1-3 או יותר מ-10	4 עד 10	מספר הדירות/משרדי המכירות בשכונה שבהם ביקר לפני שהגיע אלך
כעצירה בדרך למקום אחר, או בחזרה ממנו	במסגרת נסיעה שיוחדה לצורך זה	הגעתו לדירה נעשתה
מספר מועט	מספר גדול	מספר השאלות הנשאלות בפגישה
הפגישה נערכת מבלי שבדיקות אלה נעשו	הפגישה נערכת לאחר בדיקת יכולות בבנק, ומידע מדויק על ההון העצמי שברשותו	בדיקות כלכליות מקדימות
לא מתמקח, או שואל בנימוס בכמה תוכל לרדת	גבוהה עד אגרסיבית	מידת ההתמקחות על המחיר
הדירה ביישוב מרוחק מיישוב מגורי הרוכש – תיתכן רמת התמצאות נמוכה	הדירה ביישוב מגוריו הנוכחי – מעיד שהרוכש כבר יודע מה הוא רוצה ו"סגור על עצמו"	מיקום הדירה ביחס למקום מגוריו נוכחי
רווק, זוג ללא ילדים	זוג נשוי עם ילדים	מצב משפחתי
בעל יכולת נמוכה המתעניין בנכס במחיר בינוני-גבוה	התאמה בין יכולת כלכלית למחיר הנכס	מצב סוציו-אקונומי ביחס למחיר הנכס

בנסיעתו. בדיקה מוקדמת של יכולות בבנק לגבי גובה המשכנתא האפשרי, לפני תחילת החיפוש, ומידע מוצק לגבי היקף ההון העצמי שעומד לרשות הרוכש, מהווים גם הם סממן מובהק לרצינות. "יש גם נסיבות חיצוניות שמספיעות על רמת רצינות, שאינן קשורות באופן ישיר לרוכשים", אומרת ברזיל. "למשל, כשהעיתונות מפוצצת בפרסומים על עליית מחירים צפויה, זה יכול להביא לכך שגם מי שנמצא בתחילת תהליך של חיפוש דירה, יסגור עסקה במהירות".

על רמת הרצינות ניתן ללמוד גם ממשפטי הפתיחה והסיום של השיחה. "מי שנכנס וישר מתחיל לשאול 'כמה עולה כאן' הוא בדרך כלל פחות רציני", אומר דבוש. "וכך גם מי שמסיים שיחה באמירה כמו 'טוב, אם יהיה רלוונטי בהמשך אדבר אתכם'. לקוח רציני לרוב יתאם פגישה נוספת, ואם זה זוג לקוחות, או לא פעם הם יביאו לפגישה גם את ההורים".

ואולם לא על הכל מסכימים אנשי המכירות ביניהם. כך למשל, בשיחות שקיימנו התקבלו תשובות שונות לחלוטין באשר לרמת הרצינות לפי פילוח של זוגות צעירים, משפרי דור או משקיעים. גם לגבי מידת ההתמצאות ברמת המחירים בשכונה התשובות חלוקות. יש מי שסייבר כי הרוכשים שכבר יודעים בדיוק כמה עולה הדירה שבה הם מעוניינים בכל אחד מהפרויקטים בשכונה ובסביבה הקרובה, מעידה על רצינות. לעומת זאת, יש מי שסבור כי מדובר בהתעמקחות יתר, שדווקא מעידה על חוסר רצון או יכולת להחליט – "כמו זוג שמחפש אולם חתונות במשך חודשים ומתחיל להתעסק בשאלות אוטורייות, כמו כמות הסומסום בסלט", אומר דבוש.

על סמך שאלון שהופץ בין כמה משרדי מכירות, ניסחנו את "שאלון הרצינות" (ראו טבלה), שעשוי לסייע למוכרי הדירות בניתוח קהל המעוניינים בדירה, וגם למתעניינים ברכישת דירה שלא בטוחים לגבי רמת הרצינות שהם משרדים.