

RECURSO GRATUITO · AUTODIAGNÓSTICO

¿Dónde está perdiendo *ventas* tu equipo comercial?

25 preguntas para inmobiliarias que quieren saber, en 15 minutos, qué mejorar primero: liderazgo, método de venta, leads, CRM o IA.



Rafael Grande

Director de oficina en Madrid · +9 años en el sector inmobiliario · Formación y consultoría para equipos comerciales

Quince minutos, un bolígrafo y *sinceridad*.

Responde pensando en cómo funciona tu equipo hoy, no en cómo debería funcionar. Si puedes, hazlo junto a tu responsable comercial y comparad respuestas: las diferencias también dicen mucho.

Sí · 2

Ocurre siempre y no depende de una persona concreta.

A medias · 1

Ocurre a veces, o solo con algunos comerciales.

No · 0

No ocurre, o nadie sabría decirte si ocurre.

BLOQUE 1 Liderazgo y gestión del equipo

Puntos: ____ / 10

		Sí 2	A medias 1	No 0
01	Cada comercial tiene objetivos de actividad (captaciones, visitas) y de resultado, por escrito.	☐	☐	☐
02	Hay una reunión comercial semanal con estructura fija y un plan de acción por persona.	☐	☐	☐
03	Cada comercial tiene al menos una reunión 1 a 1 al mes con su responsable.	☐	☐	☐
04	Los nuevos comerciales siguen un plan de incorporación definido para sus primeros 90 días.	☐	☐	☐
05	Sabes por qué se fueron los últimos comerciales que dejaron el equipo.	☐	☐	☐

BLOQUE 2 Método de venta y captación

Puntos: ____ / 10

		Sí 2	A medias 1	No 0
06	Todo el equipo usa un argumentario común para la captación en exclusiva.	☐	☐	☐
07	Existe una presentación estándar para la primera cita con el propietario.	☐	☐	☐
08	Tenéis respuestas preparadas para las objeciones habituales (honorarios, precio, exclusiva).	☐	☐	☐
09	Las visitas se preparan con información del comprador antes de ir.	☐	☐	☐
10	Practicáis situaciones comerciales (role-play) al menos una vez al trimestre.	☐	☐	☐

BLOQUE 3 Leads y seguimiento

Puntos: ____ / 10

		Sí 2	A medias 1	No 0
11	Un lead nuevo recibe respuesta en menos de 1 hora, también fuera de horario.	☐	☐	☐
12	Los leads se cualifican con criterios comunes (presupuesto, financiación, plazo).	☐	☐	☐
13	Hay un seguimiento sistemático a los compradores que todavía no han comprado.	☐	☐	☐
14	Los propietarios reciben información periódica sobre la comercialización de su inmueble.	☐	☐	☐
15	Sabes qué porcentaje de los leads de cada portal termina en visita.	☐	☐	☐

BLOQUE 4 Procesos, CRM y datos

Puntos: ____ / 10

		Sí 2	A medias 1	No 0
16	Toda la actividad comercial se registra en un CRM, no en libretas ni en el móvil.	☐	☐	☐
17	El equipo actualiza el CRM a diario sin que haya que perseguirle.	☐	☐	☐
18	La dirección revisa cada semana un cuadro de mando con los indicadores clave.	☐	☐	☐
19	El proceso comercial, del lead a la firma, está documentado.	☐	☐	☐
20	Puedes saber en 5 minutos cuántas captaciones, visitas y ofertas hubo el mes pasado.	☐	☐	☐

BLOQUE 5 IA y automatización

Puntos: ____ / 10

		Sí 2	A medias 1	No 0
21	El equipo usa herramientas de IA con criterios comunes de calidad y protección de datos.	☐	☐	☐
22	Los anuncios y descripciones se redactan con apoyo de IA y se revisan antes de publicar.	☐	☐	☐
23	La respuesta a los leads está total o parcialmente automatizada.	☐	☐	☐
24	Hay recordatorios y seguimientos automáticos (visitas, propietarios, compradores).	☐	☐	☐
25	Quien usa IA en el equipo ha recibido formación (alfabetización en IA, Reglamento Europeo de IA, art. 4).	☐	☐	☐

Suma los puntos de *cada bloque*.

1. Liderazgo y gestión del equipo	____ / 10
2. Método de venta y captación	____ / 10
3. Leads y seguimiento	____ / 10
4. Procesos, CRM y datos	____ / 10
5. IA y automatización	____ / 10
Total	____ / 50

0-4 puntos en un bloque

Prioridad alta

Aquí se están yendo ventas cada semana. Es el primer bloque en el que trabajar.

5-7 puntos

Margen de mejora

La base existe, pero depende de personas concretas. Toca convertirlo en sistema.

8-10 puntos

Bien encaminado

Funciona. Mantén la rutina y usa este bloque como ejemplo para los demás.

Total 0-20

Mucho margen (y es buena noticia)

Pequeños cambios de método y liderazgo pueden notarse rápido en captaciones y cierres.

Total 21-35

Base sólida con fugas

Tu equipo trabaja bien, pero hay oportunidades que se pierden por falta de proceso.

Total 36-50

Equipo maduro

Toca afinar: datos, automatización e IA para ganar escala sin sumar más horas.

El objetivo no es sacar un 50. Es saber por dónde empezar: elige el bloque con menos puntos y trabaja solo en él durante las próximas cuatro semanas.

Una acción rápida para *cada bloque*.

Empieza por la del bloque con menos puntos. Ninguna requiere presupuesto, solo constancia.

Liderazgo	Instaura una reunión semanal de 30 minutos con tres puntos fijos: resultados de la semana, foco de la siguiente y bloqueos. Termina siempre con una acción concreta por persona.
Método de venta	Siéntate con tu mejor captador y escribid juntos el guion de la primera cita con el propietario. Compártelo con todo el equipo y practicadlo en la siguiente reunión.
Leads	Define quién responde a los leads en cada franja horaria o automatiza un primer mensaje de bienvenida. El objetivo: ningún contacto sin respuesta más de una hora.
CRM y datos	Elige cinco indicadores (leads, visitas, captaciones, ofertas y cierres) y revísalos cada lunes. Lo que no se mide en el CRM, no existe.
IA	Redacta una guía de una página para el equipo: qué herramientas usar, para qué tareas y qué datos de clientes no se introducen nunca.

¿Revisamos tus resultados *juntos*?

En una llamada de diagnóstico gratuita de 30 minutos analizamos tus respuestas y te digo, con sinceridad, qué 2-3 cambios tendrían más impacto en las ventas de tu equipo.

Reservar llamada → hola@rafaelgrande.com WhatsApp +34 618 307 559