

SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKŮ JE ZÁRUKA NAŠEHO DLOUHODOBÉHO ÚSPĚCHU

“NEPRODÁVÁME NEMOVITOSTI ANI NEPOSKYTUJEME SERVIS NA REALITNÍM TRHU – USPOKOJUJEME POTŘEBY NAŠICH ZÁKAZNÍKŮ V OBLASTI NEMOVITOSTÍ”

1. Náš zákazník je náš pán – vynakládáme veškeré úsilí, abychom poznali jeho skutečné potřeby v oblasti nemovitostí a ty plně uspokojili.
2. Vynakládáme veškeré úsilí, aby se každý zákazník na základě svých pozitivních zkušeností s námi stal naším stálým zákazníkem, který nás bude mít rád a bude nás dále doporučovat.
3. Každý kontakt zákazníka, ať je to reference, elektronická poptávka či telefonický kontakt, musí být aktivně zpracován a udržován – každý ztracený, byť i potenciální zákazník, kterého jsme v danou chvíli nedokázali uspokojit, se již těžko vrátí.
4. Komunikace je klíč ke spokojenosti zákazníka – v komunikaci vynakládáme maximální úsilí, nejen abychom se dověděli maximum o potřebách zákazníka, ale především abychom mu dali pravdivou zpětnou vazbu o našich schopnostech tyto potřeby uspokojit ať už nyní nebo v budoucnu.
5. Ne všechny potřeby zákazníka jsme schopni uspokojit v daném okamžiku anebo vůbec – zákazník však musí mít pocit, že pro něj děláme maximum a že jsme na něj nezapomněli – chce mít pocit, že se o něj staráme.
6. Udržujeme pravidelný kontakt se zákazníkem – jak po prodeji, tak po nabrání zakázky. Dáváme tím zákazníkovi najevo, že je pro nás důležitý – on očekává aktivní komunikaci.
7. Zákazník nám svěřuje často veškeré své úspory a očekává, že se o ně budeme starat jako o úspory vlastní – tuto jistotu a pocit mu musíme poskytnout.
8. Koncentrace na potřeby zákazníka a jejich uspokojování nás odliší od konkurence, která se koncentruje především na peníze od svých zákazníků. Koncentrace na potřeby zákazníků a ne primárně na jejich peníze nám přinese dlouhodobý úspěch, protože se k nám budou zákazníci vracet a my tím budeme lépe prosperovat oproti konkurenci.
9. Nezaměřujeme se na to, abychom zákazníkovi za každou cenu prodali naše služby, ale věnujeme maximální úsilí tomu, abychom zjistili a uspokojili jeho skutečné potřeby.
10. Obchod jsou především a pouze mezilidské vztahy – proto s našimi zákazníky budujeme dlouhodobé partnerské vztahy – čím víc jich budeme schopni vybudovat a čím delší a pevnější budou, tím bude naše podnikání úspěšnější a o to víc nás bude naplňovat i po stránce lidské.

The logo for RE/MAX, featuring the letters 'RE' in red, a blue diagonal slash, and 'MAX' in red, with a registered trademark symbol (®) to the right.

Prodává nejvíce realit na světě