

# Motivati e Produttivi nonostante il mercato

*Stefano Lascar*

I telefoni squillano e non squillano, dagli appuntamenti si conclude poco, le illusorie e ingannevoli aspettative di una ripresa del mercato si sono ormai sgretolate. Ecco che allora sopraggiunge l'ansia e la paura del futuro, la demotivazione, lo scoraggiamento, il senso di inutilità. È comprensibile, ma è anche giustificato? La realtà delle cose lascia spazio soltanto al senso di inutilità e alla resa?

Partiamo da un paio di considerazioni:

- Un lungo, lunghissimo periodo di mercato 'facilitato' ha di fatto scoraggiato l'insorgere di procedure, operatività e strategie particolarmente elaborate e avanzate.

Quando 'esserci' era sufficiente per avere risultati, la sperimentazione e/o l'adozione di modelli operativi diversi dal consueto poteva apparire come un rischio inutile e ingiustificato.

È quindi nella naturale dinamica delle cose, che in un periodo di mercato particolarmente favorevole, si siano consolidate pratiche assolutamente inadeguate a contesti di crisi.

- Anche quando si è disposti a riconoscere che la condizione operativa del passato era determinata da congiunture particolarmente favorevoli, spesso lo si fa solo a livello razionale mentre nella più profonda dimensione emotiva, si continua a intenderla come la "condizione di normalità", l'unica in cui sia possibile operare.

L'immediata conseguenza di queste due considerazioni è che a fronte dei cambiamenti del mercato non si ha né il corredo operativo adatto, né la necessaria predisposizione psicologica. Tuttavia la realtà, le situazioni e le condizioni, siano esse favorevoli o sfavorevoli, sono qualcosa da analizzare criticamente, manipolare e gestire. Non possono e non devono essere entità da subire oppure il segno di un ineluttabile destino del quale prendere atto, magari confidando nella provvidenza. Questo significa che da qualunque situazione, più o meno difficile, è possibile uscire e talvolta uscirne anche con ottimi risultati.

Si tratta di essere attivi, autocritici e operosi, di non stare ad aspettare che le cose cambino affinché si ripristini da sola la situazione precedente (o qualcosa di simile), ma di essere disposti a cambiare tutto quello che deve essere cambiato per far funzionare le cose e avere nuove soddisfazioni.

Se non si è disposti a riconoscere che la maggior parte di ciò che ci accade nella vita, che il grado di soddisfazione che si trae dal lavoro, dipende da noi stessi e dal nostro modo di operare, allora la cosa più sensata da fare è cambiare mestiere: non c'è più posto per chi non matura la consapevolezza di essere fautore del proprio successo e insuccesso.

Bene, maturata tale consapevolezza, la vita ci arride e il mondo rotola gioioso ai nostri piedi? Certamente no! Consolidare la convinzione di essere il fattore determinante della propria vita non significa avere strutturato in modo adeguato i propri comportamenti.

È proprio nella differenza tra convinzioni e comportamenti che si riconosce la vaghezza e l'ingenuità di quegli pseudo-corsi pseudo-motivazionali che sembrano sagre dell'onnipotenza e che valgono quanto una sniffata di coca. Serve a ben poco camminare sui carboni ardenti se poi non si fa quel che serve per rendere più produttivo il proprio lavoro. Ad altrettanto poco serve dirsi "sono bello, sono bravo, sono forte" se poi non si dispone degli strumenti adeguati per interagire col cliente e organizzare efficacemente il proprio lavoro.

Le soluzioni alla vita professionale non stanno in un momento di esaltazione e di autoconsacrazione, ma nel duro lavoro quotidiano. Non esistono inebrianti scorciatoie.

Essere consapevoli di costituire il fattore determinante della propria vita è il primo passo da fare, ma non basta: è necessario evolvere ad un livello superiore e sviluppare quel che viene definita '*self-efficacy*' cioè confidare nella propria capacità di trovare la soluzione ai propri problemi e orientarsi al reperimento di quanto serve per il caso non si disponga degli strumenti e delle conoscenze necessarie. In ultima analisi '*self-efficacy*' significa insistere nel cercare soluzioni fino a quando non si trova quella che funziona.

E per trovare soluzioni bisogna essere sempre disposti a mettere in discussione sé stessi e le proprie competenze, nell'incessante ricerca del meglio o di risultati quanto meno soddisfacenti. Bisogna essere disposti ad imparare dagli eventi, dalla realtà e dagli insuccessi (invece di dire che è colpa del cliente, del mercato o di Saturno in posizione sfavorevole), senza aggrapparsi a quel che si è sempre fatto o che si ritiene giusto e certo.

Quindi, per iniziare:

**1) Tenersi occupati.**

Mai lasciare spazio all'ozio causato dalla carenza di lavoro. Provvedere a darsi la tangibile sensazione che si sta lavorando per uscire da una situazione oggettivamente pesante. Tutto questo fa bene allo spirito e crea opportunità.

Se c'è poco lavoro bisogna andarselo a cercare.

Non ci sono appuntamenti di vendita? Richiamo tutti quelli che ho incontrato, rivedo - e se è il caso correggo - la richiesta e propongo quanto in portafoglio.

Ho esaurito gli immobili in portafoglio e non ho più niente da proporre? Esco e vado a fare ricerca ad hoc degli immobili che potrei proporre a quegli stessi clienti, faccio più acquisizione gestendo meglio e con più determinazione le notizie, faccio gestione del portafoglio immobili acquisiti puntando al ribasso per renderli più vendibili.

C'è sempre qualcosa da fare e peggio vanno le cose più sono le cose da fare.

Non si ha voglia di farle? Ve bene non facciamole, ma non andiamo poi in giro a dire che è tutta colpa del mercato.

## 2) **Qualificarsi ai massimi livelli possibili.**

Niente fiacca la dignità più della carenza di lavoro, del senso di inoperosità e di inutilità determinato dalla mancanza di risultati. Quando poi si aggiungono le preoccupazioni di natura economica, l'effetto è ancora più deleterio.

È fondamentale riscattare la propria dignità professionale, rafforzare la consapevolezza di essere utili e indispensabili per il cliente. Il cliente si avvale dell'agente immobiliare solo se lo avverte utile e importante, ma è dell'agente immobiliare il compito di far sorgere tale sensazione al cliente. Però, se l'agente immobiliare stesso non ha percezione di sé come utile e importante come può fare insorgere la sensazione del cliente? Non può!

Competenza e preparazione professionale sono la spina dorsale della dignità professionale, vanno quindi coltivate mantenendosi costantemente aggiornati e integrando continuamente nuove competenze.

Avere dignità professionale significa disporre dei prerequisiti per comunicare al cliente la propria importanza e utilità, che a loro volta sono i presupposti perché sia stimolato a confidare nei nostri servizi.

## 3) **Rivedere e perfezionare.**

Quando quel che si fa non funziona o non dà i risultati sperati, valutare in cosa e come cambiarlo. Ha ben poca importanza che in passato funzionasse: oggi non è il passato. Ha ancora meno importanza che anche gli altri facciano allo stesso modo, gli altri hanno risultati migliori facendo al nostro stesso modo? No? Dimostrazione ulteriore che bisogna cambiare il modo di farlo.

Bisogna scegliere se restare aggrappati all'albero maestro mentre la nave affonda (gridando "non è giusto!", "un tempo era diverso!") o se invece cercare e riparare le falle nello scafo.

Le inserzioni non producono le risposte desiderate? Rivediamole e facciamole in modo diverso, magari cambiando radicalmente lo stile. Arrivano telefonate ma non si concordano appuntamenti? Cambiamo il modo di rispondere al telefono. Si fanno visite ma non si riesce a concludere? Cerchiamo di capire dov'è il problema e risolviamolo, forse è perché i prezzi sono troppo alti? Andiamo dai proprietari per farci dare il ribasso. Non riusciamo ad ottenere i ribassi? Vuol dire

che dobbiamo cambiare il modo di lavorare, di acquisire e di gestire gli incontri di acquisizione.

C'è sempre una soluzione, per individuarla è sufficiente volerla individuare ed essere disposti a riconoscersi la responsabilità di poter intervenire per cambiare le cose.

Non è facile? No! Non lo è affatto! Per quale motivo avrebbe dovuto essere facile?

Incontro agenti immobiliari tutti i giorni, agenti che provengono dalle più diverse zone d'Italia e operanti nei più diversi mercati. Una delle domande che mi sento fare sempre più spesso è *"Stefano, che mi dici del mercato immobiliare? Riprenderà prima o poi?"*. E la domanda è quasi sempre espressa con preoccupazione e timore per il futuro perché gli affari vanno male e c'è bisogno di fatturare.

Bisogna smettere di stare fermi ad aspettare che ritorni il passato. Il passato non ritorna, il mercato che è stato è stato. Se anche un giorno le compravendite riprenderanno a salire, le dinamiche non saranno mai più quelle valide fino al 2006. E chi *"aspetta e spera"* sarà ancora ai margini e deluso.

Chiedersi se e quando il passato tornerà non risolve nessun problema.

Per uscire da situazioni difficili bisogna trovare le risposte giuste, ma per trovare risposte giuste servono le domande giuste. La domanda giusta è:

*"Con questa situazione di mercato, cosa posso fare per ottenere risultati?"*.

È fondamentale domandarselo fino a quando non si trovano tutte le risposte che servono.