

Agent działa w trybie czułego barbarzyńcy

Rozmowa z Michałem Szczęsnym z Home & Soul,
wyróżnionym w konkursie „Szczęśliwe Historie”

Michał
Szczęsny



Tacy klienci nie zdarzają się często. Ale kiedy przychodzą, czujesz podskórnie, że standardowe procedury trzeba odłożyć na bok. Że, zanim zamkniecie transakcję, musicie się na siebie otworzyć i będzie to momentami praca żmudna, emocjonalnie wyczerpująca.

Pani Anna Zawadzka walkę o szczęście córki i swoje rozpoczęła od ucieczki. Z rosyjskiej Syberii przez Kazachstan przyjechała aż do Polski – kraju, w którym się zakochała, gdy zwiedzała go 20 lat temu, ale który pozostawał dla niej tak naprawdę obcy i nieprzewidywalny. W imię lepszej przyszłości dla siebie i dziecka postawiła wszystko na jedną kartę – zostawiła za sobą dom, pracę, przyjaciół. Gdy trafiła do Michała Szczęsnego z agencji Home And Soul, wraz z sobą przyniosła 7000 kilometrów zmęczenia, lęku i wątpliwości: jak zacząć życie od nowa, gdy wcale nie czujesz bezpiecznego gruntu pod nogami?

Opowieść o pani Annie poruszyła internautów tak bardzo, że otrzymała od nich wyróżnienie w ramach ubiegłorocznej edycji konkursu Otodom „Szczęśliwe Historie”. Od tej niezwyklej transakcji minęło już trochę czasu, ale po chwili oddechu wracamy do niej wspomnieniami razem z Michałem Szczęsnym. Wchodzimy za kulisy i **pytamy o miejsce agenta w tak niecodziennym procesie.**

Z tej rozmowy dowiesz się:

- co konkretnie buduje Twoją autentyczność w oczach klienta
- jak znaleźć granice swojej autentyczności w relacji biznesowej
- pod jakimi warunkami mówić klientowi o swoich porażkach i słabościach



0 rozmówcy

Co robię?

Od 9 lat buduję zespół Home And Soul. Towarzyszę każdemu, kto chce znaleźć swoje miejsce na ziemi. Pomagam każdemu, kto chce swój Dom przekazać w dobre ręce.

Kim jestem?

Jestem tatą czterech córek, z którymi jeżdżę na co najmniej 20 koncertów w roku – uwielbiam dobrą muzykę, nie tylko w samochodzie. Żegluję, jeżdżę na rowerze, uwielbiam trekking w Dolomitach. Swój detoks realizuję własnoręcznie, remontując mieszkanie.

Co było dla Pana największym wyzwaniem w procesie kupna mieszkania dla pani Anny? Formalności kredytowe, obca waluta, bariera kulturowa...?

Akurat w tej transakcji nie korzystaliśmy z kredytu, więc na wstępie uniknęliśmy wielu formalności bankowych. Pani Anna była świetnie przygotowana i dysponowała odpowiednimi środkami na koncie, ale – paradoksalnie – to właśnie posiadanie tych pieniędzy budziło w niej ogromny lęk. Bała się oszustów (już kiedyś na nich trafiła); ludzi, którzy pod płaszczykiem profesjonalnej pomocy wykorzystają jej słabą znajomość rynkowych realiów i status samotnej imigrantki. Wiedziała, że jeśli straci te pieniądze, zostanie dosłownie z niczym i nikt jej nie pomoże. Największym wyzwaniem było więc przebicie się przez tę skorupę lęku. **Konsekwentne, cierpliwe i pełne empatii osvajanie strachu.** Pani Anna musiała się przekonać, że nasz zespół gra uczciwie, naprawdę wsłuchuje się w jej potrzeby, szanuje jej bagaż doświadczeń.

To spokojne wyciszenie lęku było pewnie Państwu potrzebne, żeby w ogóle zacząć budować jakiekolwiek zaufanie podczas tej współpracy.

Tak, ale też na szczęście nie startowaliśmy zupełnie od zera. Był już mały zaczyn pod naszą współpracę, ponieważ pani Anna przyszła do nas z rekomendacji – polecił nas ktoś z jej bliskiego kręgu. Pomimo tego pełne zaufanie było dopiero do wypracowania. Tym bardziej że trzy lata temu pani Anna dopiero uczyła się polskiego i mieszała go z rosyjskim i angielskim. Płynna rozmowa bez językowych nieporozumień była niemożliwa. Bardzo więc pilnowaliśmy się, żeby mówić do niej prostymi słowami, żeby jej dodatkowo nie stresować. Wiedzieliśmy, że klientka po prostu potrzebuje kogoś, kto zrozumie te wszystkie zawiłości prawne i urzędowe, a potem przełoży je na bardziej ludzki język. **Chodziło o to, by czuła się z nami bezpiecznie.** To był proces – odbyliśmy kilkanaście spotkań i niezliczone rozmowy telefoniczne, tłumacząc pewne kwestie po dwa, trzy razy.





Czy w związku z tym, że strach był dość trudny do przełamania i jednak nietypowy (jeśli popatrzymy na przeciętnego klienta agencji nieruchomości), to cały proces trwał dłużej lub inaczej niż zazwyczaj?

I tak, i nie. Z jednej strony pani Anna doskonale wiedziała, czego chce. Miała świadomość swojego ograniczonego budżetu, nie stawiała absurdalnie wygórowanych oczekiwań. Jej rozsądna postawa bardzo ułatwiała współpracę. Z drugiej strony **musieliśmy z dużym wyczuciem i empatią nauczyć się jej patrzenia na cały proces.** W postawie pani Anny ścierały się ze sobą niezwykła determinacja w dążeniu do zmiany i głęboki lęk przed oszustwem lub podjęciem złej decyzji wynikającej z nieznajomości miasta.

Kiedy myślę sobie, czym różniła się ta transakcja od innych, to powiedziałbym, że wyjątkowo dużą potrzebą uważnej obserwacji klientki. **Analizowaliśmy reakcje pani Anny nie tylko po spotkaniach, ale już w ich trakcie.** Widząc choćby cień niezadowolenia na jej twarzy, od razu dopytywaliśmy o szczegóły, by precyzyjniej dopasować ofertę. **Myślę, że taka emocjonalna otwartość na klienta sprawia, że później można zrozumieć się bez słów.** Z panią Anną wiele rzeczy odbywało się na poziomie intuicji. Finalnie znaleźliśmy dla niej mieszkanie, które pokochała – na wysokim piętrze, z dużą ilością naturalnego światła i wymarzonej balkonem.

Można powiedzieć, że nowy profesjonalizm w pracy agenta nie chowa emocji do kieszeni, pozwala, by transakcje napędzała empatia. Taki styl pracy może mieć jednak pułapki. Wchodząc głęboko w trudne historie klientów, często ciężko jest potem wrócić do rzeczywistości i równowagi. Gdzie Pan stawia granicę, by historia klienta nie stała się Pana prywatnym obciążeniem po godzinach pracy?

Według mnie **prawdziwa empatia pomaga dobrze wyczuć granice – jeśli ma się w sobie wrażliwość i uważnie obserwuje drugiego człowieka, to po prostu czuje się ten właściwy moment, by się zatrzymać.** Nie każdy klient życzy sobie tak daleko posuniętego wsparcia, więc **trzeba wiedzieć, jak bardzo można się zaangażować w czyjąś historię.**

W sytuacjach trudniejszych niezbędna jest jednak higiena pracy: **umiejętność zamknięcia komputera i ucieczki w pasje.** Dla mnie, jako ekstrawertyka, najlepszą formą detoksu od nagromadzonych emocji jest po prostu opowiadanie o nich. Dzielenie się cięższymi doświadczeniami pomaga mi zachować wewnętrzną równowagę.

Zatrzymajmy się jeszcze chwilę przy empatii. Często pomaga sprzedać, ale czy jednocześnie nie utrudnia innych elementów procesu, np. negocjacji cenowych?

Wręcz przeciwnie. **W kontekście negocjacji empatia działa obustronnie – pozwala wyczuć potrzeby zarówno sprzedającego, jak i kupującego.** Dzięki niej wiemy, w którym momencie zatrzymać negocjacje, aby obie strony poczuły się wygrane.

Jeśli profesjonalnie korzystamy z narzędzi negocjacyjnych, empatia staje się spoiwem całego procesu. Bywa przecież różnie – czasem ktoś nie dotrzymuje terminów z przyczyn niezależnych od siebie. Wtedy musimy umiejętnie wytłumaczyć to drugiej stronie, by nie dopuścić do niepotrzebnych spięć, gdy goni nas czas. Dzięki empatycznemu podejściu potrafimy wyczuć, kiedy sytuacja zaczyna stawać na ostrzu noża i odpowiednio wcześniej zareagować. Empatia nie „włącza się” tylko w kryzysowych momentach – to postawa, która towarzyszy absolutnie całemu procesowi sprzedaży czy zakupu.

W branży nieruchomości niezwykle ważna jest troska o ścieżkę klienta, tzw. customer journey. W tym przypadku była to podróż przez lęk i niepewność. Czy wprowadził Pan do swojego procesu jakieś „punkty kontrolne” (np. codzienne raportowanie sytuacji), które miały za zadanie zdejmować emocjonalny ciężar z barków pani Anny?

Większość chłodnych analiz zostawiliśmy dla siebie. Pani Anna przeżywała to wszystko tak mocno, że zarzucanie jej twardymi danymi mogłoby ją tylko zablokować. Ona potrzebowała przede wszystkim poczuć, że jest w rękach profesjonalistów. Szukała kogoś, kto weźmie na siebie te wszystkie techniczne kwestie – wytłumaczy, czym jest zadatek, pokaże dostępne możliwości, dopilnuje formalności – i po prostu przy niej będzie. Nie stosowaliśmy żadnych specjalnych technik – opieraliśmy się na intuicji i „czuciu przez skórę”. Nie chcę nadużywać słowa „empatia”, ale prawda jest taka, że tylko ona była kluczem do sukcesu.

Wielu agentów boi się personal branding opartego na emocjach. Jakiej rady udzieliłby Pan komuś, komu ten sposób prowadzenia biznesu i komunikacji jest bliski, ale nadal obawia się, że zostanie uznany za mało profesjonalnego lub zbyt sentymentalnego?

To prawda, istnieje cienka granica między empatią a brakiem profesjonalizmu. Ktoś, kto chce być wyłącznie „miły”, nie mając merytorycznego przygotowania, ryzykuje, że zostanie odebrany mało poważnie. Sukces tkwi w odpowiednich proporcjach. Nie każdy musi nas lubić (w końcu nie jesteśmy pomidorową), jednak klienci doceniają autentyczność budowaną na solidnej wiedzy. **Musimy być trochę jak czuły barbarzyńca: z jednej strony twardo stąpać po ziemi i reprezentować „barbarzyński” profesjonalizm, a z drugiej – potrafić wysłuchać, zrozumieć i wesprzeć.** To są dwie nogi, na których stoi nasza skuteczność. To są też umiejętności, które ostatecznie sprawiają, że nie zastąpi nas AI. Łączymy twardą wiedzę ze zdolnością dostrzegania subtelności: drżenia głosu, kręcącej się w oku łzy, delikatnego uśmiechu. A przecież to na subtelnościach buduje się dobrą relację z klientem.



Jak Pan wspomina udział w konkursie „Szczęśliwe Historie”?

Był dla mnie potwierdzeniem, że praca, którą wykonuję już kilkadziesiąt lat, ma sens! Najważniejsza nagroda – ta od zwykłych ludzi, którzy historię pani Anny przeczytali i docenili, nie tylko w głosowaniu, ale także bezpośrednio przekazując nam wyrazy uznania, zapisała się w moim sercu na zawsze!

Czy sama historia pani Anny nauczyła Pana czegoś nowego? Czy w związku z nią wprowadzili Państwo jakieś zmiany w procesach sprzedażowych w swojej agencji?

Właściwie ta historia nie wywróciła naszego podejścia do pracy do góry nogami. Jak wspomniałem, raczej bardzo mocno utwierdziła nas w przekonaniu, że to, co robimy, robimy dobrze. Często klienci nie szukają tylko usługi, ale po prostu drugiego człowieka, który ich zrozumie. To, co pani Anna powiedziała o nas podczas nagrywania filmu na temat naszej wspólnej transakcji, było niezwykle wzruszające i pokazało, że nasze relacje z klientami są budowane na zdrowych fundamentach. Dlatego nie planujemy niczego zmieniać. Dalej będziemy robić swoje, teraz bogatsi o to piękne doświadczenie.



Zobacz
szczęśliwą
historię pani
Anny i Michała:



„Zaczął pytać, nie tak jak inni agenci, ile ja mam i czego wymagam, ale: jak się pani czuje? Czy wszystko dobrze, czy nie? To był pierwszy, prawdziwy kontakt z człowiekiem, który jest nieobojętny”