



PROPERTY • PEOPLE • PROGRESS

PSIKOLOGI MENJUAL HARTANAH

CARA MEMBANTU BUYER MEMBUAT
KEPUTUSAN MEMBELI DENGAN **LEBIH YAKIN**

JUAL BUKAN
HANYA RUMAH
TAPI KEPUTUSAN
DAN MASA DEPAN
BUYER



FAHAM PSIKOLOGI
BUYER



BINA TRUST
YANG TULEN



CLOSING DENGAN
LEBIH YAKIN

“

Rumah tidak dijual
kerana spesifikasi semata-mata.
Rumah terjual apabila
emosi buyer membuat keputusan.

”



ZPROP

PROPERTY • PEOPLE • PROGRESS



KENAPA EBOOK INI DITULIS?

Dalam dunia hartanah, kebanyakan ejen fokus pada produk, projek dan teknik jualan. Tetapi realitinya, rumah tidak dijual kerana spesifikasi semata-mata.

Rumah terjual apabila **emosi buyer** membuat keputusan. Inilah kuasa **psikologi**.

Ebook ini disediakan untuk membantu ejen **ZPROP** memahami minda buyer, membina hubungan yang lebih kuat, menangani objection dengan yakin dan akhirnya, membantu buyer membuat keputusan membeli dengan lebih mudah.

Itu bukan sekadar ilmu.

Itu adalah **minda**, **strategi** dan **seni** memahami manusia.

“

Rumah tidak dijual
kerana spesifikasi
semata-mata.
Rumah terjual
apabila **emosi buyer**
membuat keputusan.

EBOOK INI AKAN MEMBANTU ANDA:



FAHAM PSIKOLOGI BUYER

Kenal punca sebenar kenapa buyer ragu, takut dan tangguh membuat keputusan.



BINA TRUST & RAPPORT

Jadi ejen yang buyer rasa selesa, percaya dan yakin untuk bersama.



HANDLE OBJECTION DENGAN BIJAK

Tahu cara menjawab keberatan buyer tanpa perlu push atau paksa.



CLOSE DEAL DENGAN YAKIN

Gunakan psikologi untuk bantu buyer membuat keputusan dan terus bertindak.





ISI KANDUNGAN

Roadmap lengkap untuk memahami psikologi buyer dan membantu mereka membuat keputusan membeli dengan lebih yakin.

BAB 01



KENAPA ORANG TIDAK MEMBELI RUMAH?

Fahami alasan sebenar di sebalik penolakan dan penangguhan buyer.

04 – 08

BAB 02



BAGAIMANA OTAK BUYER MEMBUAT KEPUTUSAN

Kenali cara minda buyer bekerja dan bagaimana ia mempengaruhi keputusan.

09 – 13

BAB 03



SILENT KILLER YANG MEMBUNUH CLOSING

4 musuh utama yang menahan buyer daripada membuat keputusan.

14 – 18

BAB 04



BUYER MEMBELI EMOSI

Bagaimana emosi, bukan logik, menjadi pemacu utama keputusan membeli.

19 – 23

BAB 05



FORMULA CLOSING ZPROP

Framework lengkap dari Trust hingga Booking yang telah terbukti berkesan.

24 – 28



RUMUSAN KESELURUHAN

10 perkara penting yang perlu anda ingat dan amalkan.

29



PENUTUP

Akhir kata dan langkah seterusnya bersama ZPROP.

30

“

Rumah tidak dijual kerana spesifikasi semata-mata.

Rumah terjual apabila **emosi buyer** membuat keputusan.

”

Jom mula perjalanan ini bersama **Zuzu!**



BAB

01

KENAPA ORANG TIDAK MEMBELI RUMAH?

Fahami alasan sebenar di sebalik
penolakan dan penangguhan buyer.

“

Sebelum kita boleh membantu
buyer **membuat keputusan**,
kita perlu faham kenapa mereka
belum buat keputusan.

”

DALAM BAB INI, ANDA AKAN:



Kenal pasti **7 sebab utama**
buyer tidak membeli rumah.



Fahami ketakutan, keraguan
dan **halangan psikologi** buyer.



Kenapa buyer **tangguh** walaupun
mereka sebenarnya berminat.



Apa yang ejen perlu **ubah** dalam cara
berfikir dan berkomunikasi.



“SAYA BINCANG DENGAN ISTERI DULU...”

Ayat paling popular yang ejen dengar.
Tapi di sebalik ayat itu, ada banyak **sebab sebenar**.



SEBUAH CERITA BIASA

Dalam hampir setiap viewing, dialog ini pasti berlaku.



Encik, macam mana rumah ni?
berkenan?



Menarik juga.. tapi saya **bincang
dengan isteri dulu**.



Baik encik, saya **follow up** nanti ya.



InsyaAllah. 🙏



TIP ZUZU

Ayat “bincang dengan isteri dulu” bukan selalu bermakna buyer perlukan persetujuan. Selalunya ia adalah cara untuk **menangguhkan keputusan**.



KENAPA AYAT ITU MUNCUL?

Buyer bukan menolak. Mereka sedang **berperang dengan minda mereka sendiri**.



TAKUT BUAT KEPUTUSAN SALAH

Mereka takut menyesal selepas beli. Jadi mereka perlukan lebih masa untuk rasa yakin.



BELUM RASA KEPERLUAN MENDESAK

Jika tiada urgensi, otak mereka akan cari alasan untuk tangguh keputusan.



BELUM JELAS DENGAN NILAI

Mereka belum nampak nilai sebenar rumah ini dalam hidup mereka.



PENGARUH ORANG SEKELILING

Pasangan, keluarga atau kawan boleh jadi faktor yang mempengaruhi keputusan.



Tugas ejen bukan hanya tunjuk rumah,
tapi bantu buyer **menenangkan minda** dan **meyakinkan hati**.



BUYER JOURNEY

PERJALANAN SEBENAR BUYER

Sebelum buyer membuat keputusan membeli, mereka melalui beberapa fasa **minda dan emosi**.

“

Tugas kita adalah **temani** mereka di setiap fasa ini.



Jika tidak dibantu dengan betul, mereka boleh **kembali** ke fasa sebelumnya.

DI MANA BUYER SELALU TERHENTI?

FASA 2 – 3	2 3	Masih kumpul maklumat, tapi belum cukup sebab rasa belum yakin atau takut komitmen.
FASA 3 – 4	3 4	Ragu-ragu, banyak fikir negatif, tunggu timing yang "sempurna".
FASA 4 – 5	4 5	Takut buat keputusan salah, risau loan tak lulus, atau takut beban komitmen.



TIP ZUZU

Fahami di fasa mana buyer anda berada. Setiap fasa perlukan pendekatan dan perkataan yang berbeza.

Jangan tekaa.
Bimbing dengan betul.



INGAT!

Buyer tidak membeli kerana alasan logik sahaja.

MEREKA MEMBELI KERANA MEREKA RASA YAKIN.

7 SEBAB SEBENAR BUYER TIDAK MEMBELI RUMAH

Bukan sebab harga. Bukan sebab rumah.
Tetapi sebab yang berlaku **di dalam minda mereka**.

“Fahami **sebab sebenar**, barulah kita boleh bantu mereka buat **keputusan terbaik**.”



01



TAKUT BUAT KEPUTUSAN SALAH

Mereka risau beli hari ini, esok menyesal.

? Soalan dalam kepala: “Kalau saya beli dan menyesal kemudian hari?”

02



TAKUT KOMITMEN KEWANGAN

Bimbang tak mampu nak bayar loan, komitmen lain bertambah, atau hilang kerja.

? Soalan dalam kepala: “Kalau saya tak mampu bayar nanti?”

03



BELUM JUMPA SEBAB YANG CUKUP KUAT

Mereka belum ada “sebab besar” yang buat mereka sanggup ambil tindakan sekarang.

? Soalan dalam kepala: “Apa keperluan saya yang betul-betul mendesak?”

04



TERLALU BANYAK PILIHAN

Terlalu banyak pilihan buat mereka keliru dan akhirnya buat mereka tak pilih.

? Soalan dalam kepala: “Mana satu pilihan paling terbaik?”

05



MENUNGGU MASA YANG “SESUAI”

Rasa sekarang belum timing. Tunggu harga turun, tunggu bonus, tunggu stabil.

? Soalan dalam kepala: “Kena tunggu dulu lagi ke sekarang?”

06



PENGARUH PASANGAN & KELUARGA

Keputusan besar melibatkan banyak pihak. Kalau tak sehaluan, keputusan akan tergantung.

? Soalan dalam kepala: “Macam mana kalau diaorang tak setuju?”

07



BELUM CUKUP PERCAYA KEPADA EJEN

Jika tidak yakin dengan ejen, mereka akan ragu dan tahan diri untuk buat keputusan.

? Soalan dalam kepala: “Boleh ke ejen ni bantu saya sampai selesai?”

TIP ZUZU

- ✓ Jangan cepat putus asa bila buyer cakap “nanti”.
- ✓ Di sebalik setiap alasan, ada ketakutan, keraguan dan harapan.
- ✓ Tugas kita bukan paksa mereka beli, tapi bantu mereka yakin untuk membeli.



INGAT!

Buyer bukan menolak anda.
Mereka sedang **melindungi diri mereka sendiri**.



Fahami mereka dengan empati.



Dengar dengan sungguh-sungguh.



Bimbing dengan ilmu dan keyakinan.

“Jual rumah bukan sekadar tunjuk rumah.
Tapi bantu buyer **menangi dalam fikirannya sendiri**.”



CHECKLIST
DIAGNOSIS BUYER

Jangan teka kenapa buyer tidak membeli.
Diagnosis dahulu sebelum memberi penyelesaian.

✓ 1 BUYING SIGNALS

Semakin banyak ✓ yang anda lihat, semakin tinggi kemungkinan buyer benar-benar **berminat**.

✓	PEMERHATAN	MAKSUD
☐	Ambil gambar rumah	Berminat untuk simpan & bincang
☐	Tanya ansuran bulanan	Sudah mula mengira kemampuan
☐	Tanya sekolah / surau / kemudahan sekitar	Membayangkan kehidupan di kawasan itu
☐	Ukur ruang	Sudah membayangkan susun atur perabot
☐	Telefon pasangan semasa viewing	Mahu mendapatkan pandangan pasangan
☐	Tanya proses pembelian	Bersedia ke fasa seterusnya
☐	Tanya kos guaman / MOT / duti setem	Serious mempertimbangkan pembelian
☐	Datang viewing bersama keluarga	Pembelian melibatkan keputusan bersama

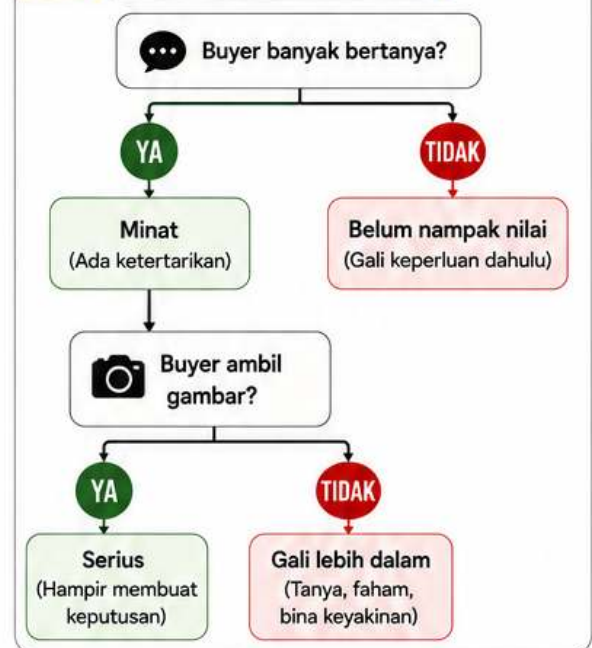
✗ 2 RED FLAGS

Buyer mungkin masih **belum bersedia** membuat keputusan.

- ✗ Asyik banding semua rumah.
- ✗ Tak tanya apa-apa.
- ✗ Hanya bercakap pasal harga.
- ✗ Cepat nak balik.
- ✗ Tak ingat maklumat rumah.
- ✗ Banyak tengok telefon.
- ✗ Tiada respon selepas viewing.



3 DIAGNOSIS CEPAT



SKOR DIAGNOSIS BUYER

0 - 3



EKSPLOKASI

Buyer masih di peringkat eksplorasi.
Fokus bina hubungan dan fahami keperluan.



4 - 6



MENARIK MINAT

Buyer menunjukkan minat.
Bina keyakinan dan bantu bandingkan pilihan.



7 - 8



HAMPIR KEPUTUSAN

Buyer hampir membuat keputusan.
Fokus pada langkah seterusnya dan kurangkan keraguan terakhir.



APA EJEN PATUT BUAT SEKARANG?

- ✓ Jangan terus **push** untuk closing.
- ✓ Tanya soalan yang **tepat**.
- ✓ Gali keperluan & **kerisauan** sebenar.
- ✓ Bina keyakinan dengan maklumat yang **relevan**.
- ✓ Follow up dengan **konsisten** dan berkualiti.



TIP ZUZU



“Jangan terus jawah semua soalan. Kadang-kadang soalan buyer hanyalah petunjuk kepada kerisauan yang lebih besar.”



“

EJEN HEBAT BUKAN YANG PALING BANYAK BERCAKAP.
EJEN HEBAT IALAH YANG PALING **TEPAT MEMBUAT DIAGNOSIS**.



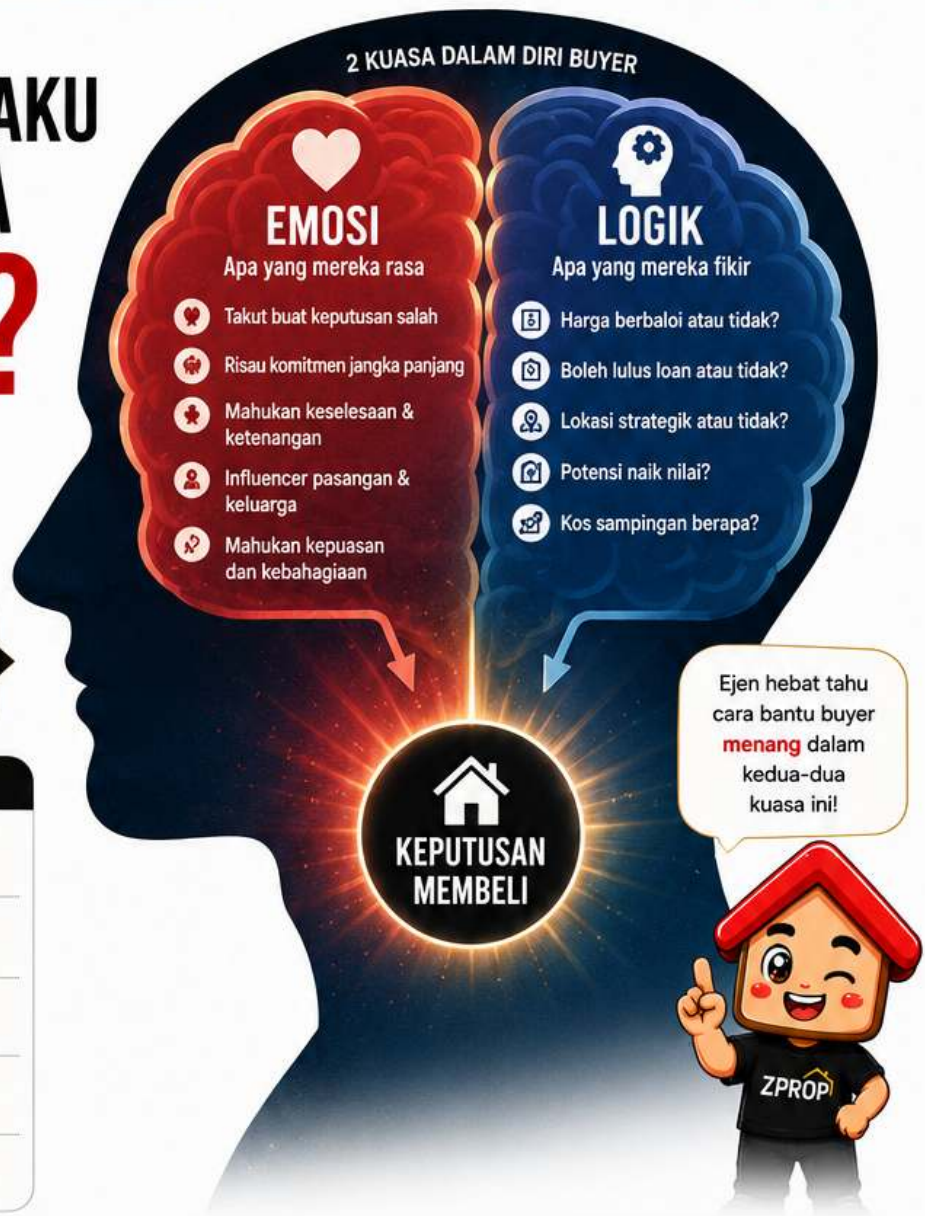
APA YANG BERLAKU DALAM KEPALA BUYER?

Keputusan membeli rumah bukan sekadar kira harga dan lokasi. Ia adalah pertempuran antara **EMOSI** dan **LOGIK**.

“Buyer tidak menolak rumah anda. Sekadar sedang menilai sama ada rumah itu **sesuai untuk hidup mereka**.”

KENAPA MEREKA KELIRU?

-  **TERLALU BANYAK MAKLUMAT,**
SUSAH NAK BUAT KEPUTUSAN.
-  **TAKUT KOMITMEN,**
TERUTAMA KOMITMEN KEWANGAN.
-  **TAKUT SALAH PILIH,**
TAKUT RUGI DI MASA DEPAN.
-  **KURANG KEYAKINAN DIRI,**
RASA TAK LAYAK MEMBELI.
-  **PENGARUH LUARAN,**
PASANGAN, KELUARGA, KAWAN.



★ TUGAS EJEN: BANTU BUYER MENANG!



KURANGKAN RASA RISAU

Berikan kepastian dan maklumat yang jelas supaya mereka rasa selamat.



BINA KEYAKINAN

Yakinkan mereka bahawa keputusan ini boleh membawa kebaikan jangka panjang.



PERMUDAHKAN PROSES

Jelaskan langkah demi langkah dari loan, duti setem, hingga ke SPA.



TUNJUKKAN VISI

Bantu mereka bayangkan kehidupan mereka setelah memiliki rumah idaman.



LIBATKAN ORANG PENTING

Bantu dapatkan sokongan pasangan/keluarga bila perlu.



PERJALANAN EMOSI BUYER



BIMBANG

"Mampu ke saya beli rumah ni?"



KELIRU

"Rumah mana satu yang terbaik?"



RAGU

"Betul ke ini keputusan yang tepat?"



YAKIN

"Ya, ini rumah yang saya cari!"



GEMBIRA

"Akhirnya saya beli rumah!"



Peranan ejen adalah untuk bawa emosi buyer bergerak dari **BIMBANG** hingga **GEMBIRA**, bukan terus push kepada keputusan.



KEY TAKEAWAYS BAB 1

- ✓ Buyer menanggung kerana takut, keliru dan belum cukup yakin.
- ✓ Setiap ayat "nanti" ada makna tersirat.
- ✓ Baca signals, fahami emosi, barulah bantu mereka.
- ✓ Tugas ejen bukan menjual rumah, tapi membantu membuat keputusan terbaik dalam hidup mereka.



ANDA TAK PERLU JADI EJEN YANG PALING PANDAI MENJUAL.
ANDA PERLU JADI EJEN YANG PALING **FAHAM MANUSIA**.



APA YANG MENGERAKKAN BUYER?

Buyer membuat keputusan apabila ada **pemangkin (trigger)** yang cukup kuat untuk bertindak sekarang.

“Orang tidak membeli kerana mereka mampu. Mereka membeli kerana mereka **perlu dan mahu**.”

💡 Tugas ejen ialah kenal pasti trigger utama dan bantu buyer **nyalakan sebab yang betul!**



5 TRIGGER PEMBELIAN

01



KEPERLUAN EMOSI

Mahukan rasa selamat, stabil dan tempat untuk keluarga.

02



KEPERLUAN LOGIK

Harga berpatutan, lokasi strategik, akses kemudahan.

03



KEPERLUAN KEWANGAN

Loan lulus, bajet sesuai, ansuran masih dalam kemamampuan.

04



FAKTOR MASA

Promosi berakhir, unit terhad, atau takut terlepas peluang.

05



PENGARUH SOSIAL

Pengaruh pasangan, keluarga, rakan atau jiran.

BUYER TIDAK CARI RUMAH SEMPURNA, TAPI RUMAH YANG **PALING BETUL** UNTUK MEREKA **SEKARANG**.

BUYER AKAN BELI APABILA...

- ✓ Mereka nampak nilai lebih besar daripada harganya.
- ✓ Mereka yakin keputusan ini akan bantu hidup mereka.
- ✓ Mereka rasa selamat dengan proses dan ejen.
- ✓ Mereka percaya rumah ini sesuai untuk jangka panjang.
- ✓ Mereka tidak mahu menyesal kemudian hari.

VS

BUYER AKAN TUNDA APABILA...

- ✗ Masih banding dan ragu-ragu.
- ✗ Takut buat keputusan salah.
- ✗ Rasa belum bersedia dari segi kewangan.
- ✗ Kurang yakin dengan informasi.
- ✗ Fokus pada masalah, bukan pada penyelesaian.



SOALAN AJAIB UNTUK KENAL PASTI TRIGGER

01



Apa impian terbesar anda dan keluarga selepas ada rumah sendiri?

02



Apa yang akan proses lebih mudah jika anda ada rumah sendiri?

03



Siapa yang paling anda sayang dan mahu berikan yang terbaik untuk mereka?

04



Jika bukan sekarang, kapan masa yang paling sesuai untuk anda?

05



Apa bakal anda rasa jika rumah idaman ini dijual kepada orang lain?



TIP ZUZU

- ✓ Tanya untuk faham, bukan untuk quick close.
- ✓ Dengar dengan penuh perhatian.
- ✓ Faham trigger utama.
- ✓ Kemudian baru cadangkan penyelesaian terbaik.



FORMULA TRIGGER



KEPERLUAN
(Need)

+

DESIRE
(Mahu)

-

KEYAKINAN
(Yakin)

+

MASA YANG BETUL
(Sekarang)

=

KEPUTUSAN MEMBELI

“Bantu buyer cari sebab kenapa mereka perlu beli sekarang.
Itulah trigger sebenar yang menggerakkan keputusan.”



7 KESILAPAN YANG BUAT BUYER TAK BERANI BELI

Kadang-kadang buyer bukan tak nak beli. Tapi mereka takut buat keputusan kerana **takut silap langkah**.

“

Ejen hebat bukan sekadar jual rumah, tapi bantu buyer elakkan kesilapan besar.



01



TAKUT BUAT KEPUTUSAN SALAH

Mereka risau rumah tak sesuai, lokasi tak strategik atau harga tak berbaloi.

02



TAKUT KOMITMEN KEWANGAN

Risau ansuran terlalu tinggi, hilang kerja, atau beban kewangan jangka panjang.

03



TAKUT PROSES YANG RUMIT

Faham sedikit tentang proses beli rumah, tapi takut tersalah langkah.

04



TAKUT PANDANGAN ORANG LAIN

Keluarga atau kenalan mungkin tidak setuju dengan keputusan mereka.

05



TAKUT MASA YANG SALAH

Fikir harga akan turun, tunggu ekonomi stabil, atau tunggu masa yang "lebih sesuai".

06



TAKUT TIADA ILMU & MAKLUMAT

Tak tahu cara kira kemampuan sebenar, tak faham istilah perbankan dan dokumen.

07



TAKUT RUMAH INI BUKAN YANG TERBAIK

Perfectionist – mahu semua sempurna sebelum membuat keputusan.

KESAN JIKA BUYER TERUS TUNDA KEPUTUSAN



HARGA TERUS NAIK

Tunggu hari ini, esok harga mungkin dah naik lagi.



KOS SAMPINGAN MENINGKAT

Duti setem, cukai, dan kos guaman semua ikut harga beli.



KEHILANGAN UNIT TERBAIK

Rumah yang sesuai mungkin dah jadi milik orang lain.



KESEMPATAN TERLEPAS

Rumah yang dibeli hari ini mungkin jadi aset masa depan.



TERUS FIKIR DAN RASA TERTEKAN

Tanggung bukan selesaikan masalah, ia hanya menambah beban fikiran.



PENYESALAN DI KEMUDIAN HARI

"Kalaupun dulu saya beli..." ayat yang sering diucapkan.



CARA BANTU BUYER ATASI KEBIMBANGAN

- ✓ Beri maklumat yang jelas dan mudah faham.
- ✓ Tunjukkan pengiraan kewangan yang realistik.
- ✓ Kongsi pengalaman client yang berjaya.
- ✓ Bantu mereka bayangkan kehidupan selepas memiliki rumah idaman.
- ✓ Berikan keyakinan bahawa mereka tidak bersendirian dalam proses ini.



**BANTU BUYER
BUAT KEPUTUSAN
DENGAN YAKIN,
BUKAN TERPAKSA.**



CONTOH SOALAN EMPATI

- 🗣️ Apa kebimbangan terbesar anda kalau beli rumah sekarang?
- 🗣️ Apa akan jadi kalau anda masih tak beli rumah dalam 1-2 tahun lagi?
- 🗣️ Apa yang paling penting untuk anda dan keluarga dalam rumah idaman?
- 🗣️ Kalau semua proses ini saya uruskan untuk anda, apa yang anda masih risaukan?

TIP ZUZU



Jangan biar buyer berfikir seorang diri. Bantu mereka nampak gambaran yang jelas. Keputusan akan jadi lebih mudah.

“

Tugas kita bukan hanya menjual rumah, tapi bantu mereka membuat keputusan terbaik untuk **masa depan mereka**.

”



BILA BUYER KATA “TENGOK DULU...”

Sebenarnya mereka sedang **cari sebab** untuk belum membuat keputusan.

“Kalau ejen **faham** apa yang mereka tak cakap, ejen boleh bantu mereka **bergerak ke depan**.”



Buyer bukan tak nak beli, mereka cuma perlukan **sebab** yang cukup kuat untuk **bertindak**.



7 OBJECTION TERSEMBUNYI

01



TAKUT KECEWA

“Risau beli, tapi tak sesuai akhirnya.”

02



BUKAN SEKARANG

“Sekarang bukan masa yang sesuai.”

03



BANDING DULU

“Saya nak bandingkan dengan pilihan lain.”

04



BELUM CUKUP PERCAYA

“Saya belum yakin dengan ejen/agensi.”

05



KEPUTUSAN BERSAMA

“Kena bincang dengan pasangan/keluarga.”

06



TUNGGU LEBIH BAIK

“Nanti saya tunggu projek/harga lagi baik.”

07



TAK JELAS KEPERLUAN

“Saya pun tak pasti apa yang saya cari.”



TUKAR OBJECTION KEPADA REALITI (REFRAME)

OBJECTION BUYER	REALITI SEBENAR	BAGAIMANA EJEN BOLEH BANTU
 Takut kecewa	They want reassurance.	Tunjukkan track record, testimoni client, dan rumah yang betul-betul sesuai dengan keperluan mereka.
 Bukan sekarang	They fear commitment.	Bantu kira kemampuan, senaraikan faedah membeli sekarang vs menunggu.
 Banding dulu	They need confidence.	Beri perbandingan fakta, bukan sekadar harga — lokasi, fasiliti, potensi, ROI.
 Belum cukup percaya	They need trust.	Jadilah konsisten, jujur & transparan dalam setiap maklumat.
 Keputusan bersama	They need alignment.	Beri bahan info untuk bantu mereka bincang dengan pasangan/keluarga.
 Tunggu lebih baik	They fear missing out.	Tunjukkan trend pasaran & angka kenaikan harga di kawasan tersebut.
 Tak jelas keperluan	They need clarity.	Bantu mereka kenal pasti keperluan sebenar melalui soalan yang tepat.



SOALAN POWER YANG BOLEH UBAH JAWAPAN

- 1 Apa sebab sebenar anda belum bersedia membeli sekarang?"
→ Bukan untuk tekan, tapi untuk faham.
- 2 Apa yang paling penting dalam rumah idaman anda?"
→ Bantu buyer fokus pada keperluan, bukan sekadar kehendak.
- 3 Kalau rumah ini sesuai dengan semua keperluan anda, apa yang masih anda risaukan?"
→ Bantu buka rumah di kepala mereka.
- 4 Apa jangka masa anda mahu berpindah?"
→ Bantu tetapkan timeline jelas.
- 5 Apa yang perlu berlaku supaya anda rasa yakin untuk buat keputusan hari ini?"
→ Beri solusi spesifik.
- 6 Siapa lagi yang terlibat dalam keputusan ini?"
→ Kenal pasti stakeholder supaya proses lebih lancar.



PETA EMPATI BUYER (EMPAT THOUGHTS)

APA YANG DIA FIKIR?

Adakah ini rumah yang sesuai untuk saya dan keluarga?



APA YANG DIA RASA?

Takut salah beli, ragu-ragu atau teruja.



APA YANG DIA DENGAR?

Pandangan pasangan, keluarga, kawan, atau ejen lain.



APA YANG DIA MAHU?

Rumah yang selamat, selesa, berbaloi dan masa depan yang lebih baik.



APA YANG EJEN BOLEH LAKUKAN?



DENGAR DULU, FAHAM KEMUDIAN

Jangan cepat jawab, biarkan buyer luahkan.



BINA HUBUNGAN, BUKAN SEKADAR JUALAN

Kepercayaan mempercepatkan keputusan.



BERI SOLUSI, BUKAN TEKANAN

Bantu buyer lihat jalan, bukan halangan.



BERI DATA & FAKTA, BUKAN JANJI

Fakta meyakinkan, janji hanya sementara.



FOLLOW UP DENGAN NILAI

Jangan hilang selepas viewing.

Fahamlah buyer seperti **kawan**, bantu seperti **pakar**, baru mereka percaya seperti **keluarga**.



OBJECTION ADALAH TANDA BUYER MASIH BERFIKIR.

TUGAS EJEN ADALAH MEMBANTU MEREKA MEMBUAT KEPUTUSAN DENGAN YAKIN.

”



MENGAPA BUYER PERCAYA KEPADA SEORANG EJEN?

Rumah boleh sama.
Harga boleh sama.
Tapi kepercayaan kepada ejen,
itu yang membezakan.

Buyer beli dengan yakin,
kerana mereka percaya pada anda.



“ Buyer tidak mencari ejen yang sempurna. Mereka mencari ejen yang mereka **dipercayai**. ”

DALAM DUNIA HARTANAH, EJEN BUKAN SEKADAR PEMASAR.
EJEN ADALAH PENASIHAT, PANDUAN & WAKIL KEPERCAYAAN BUYER.



KENAPA KEPERCAYAAN ITU PENTING?



PROSES MEMBELI RUMAH BESAR & KOMPLEKS
Buyer perlukan seseorang yang mereka percaya untuk membimbing setiap langkah.



KEPUTUSAN EMOSI & KEWANGAN YANG BESAR
Mereka mahu elak risiko dan penyesalan.



MAKLUMAT SIMETRI (TIDAK SAMA)
Ejen tahu lebih banyak — jadi buyer perlukan ejen yang boleh dipercayai.



JANGKA MASA PANJANG
Kepercayaan bukan untuk satu transaksi, tetapi untuk hubungan jangka panjang.

PIRAMID KEPERCAYAAN BUYER



05 SETIA & RUJUKAN
Buyer bukan sahaja beli, mereka rujuk kepada orang lain.

04 YAKIN & SELESA
Buyer yakin ejen faham dan jaga kepentingan mereka.

03 PERCAYA & HORMATI
Buyer percaya pada integriti dan kepakaran anda.

02 RASA SELESA & FAHAM
Buyer rasa didengar, difahami dan dihargai.

01 PERHATIAN & IMPRESI
Buyer perhatikan cara anda berpenampilan dan berinteraksi.



Misi ejen bukan hanya jual rumah, tetapi bina kepercayaan di setiap peringkat.



APA YANG BUAT BUYER PERCAYA KEPADA ANDA?



INTEGRITI

Jujur, telus & bercakap benar, walaupun tak beri untung segera.



KEPAKARAN

Tahu pasaran, proses, dan mampu beri panduan yang tepat.



EMPATI

Faham situasi & keperluan buyer, bukan paksa ikut kemahuan anda.



KONSISTENSI

Respon cepat, janji ditepati, follow up tanpa diminta.



PROFESIONALISME

Penampilan, komunikasi dan sikap yang menunjukkan anda boleh dipercayai.



BUKTI & HASIL

Testimoni, track record, dan hasil kerja yang membuktikan keupayaan anda.



“ JANGAN JUAL PRODUK.
BINA **KEPERCAYAAN**.
KEPERCAYAAN AKAN MENJUAL UNTUK ANDA. ”



7 SAAT
PERTAMAMOMEN KRITIK YANG
MENENTUKAN TRUST
ATAU LOST!

Buyer akan membentuk pendapat tentang anda dalam masa 7 saat pertama – sebelum anda buka mulut sekalipun.



“
Anda hanya ada
7 saat untuk
buat buyer
nak percaya
atau ragu!”

Q APA YANG BUYER NILAI DALAM 7 SAAT PERTAMA?

- 01 **PENAMPILAN**
Kemas, profesional, sesuai dengan situasi.
- 02 **BAHASA BADAN**
Cara berdiri, senyuman, kontak mata, dan gerak badan.
- 03 **NADA SUARA**
Yakin, tenang, jelas dan mesra.
- 04 **SIKAP & TENAGA**
Positif, bersemangat, dan genuinely ingin membantu.
- 05 **FOKUS & KEHADIRAN**
Tidak sibuk dengan telefon, benar-benar memberi perhatian.

🕒 APA YANG BERLAKU DALAM 7 SAAT?



🏆 CARA MENANG 7 SAAT PERTAMA

- | | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|
|
BERPENAMPILAN PROFESIONAL
Pakaian kemas, bersih & sesuai. |
SENYUM & KONTAK MATA
Nampak mesra, dikanak menakutkan. |
BERDIRI TEGAK, TIDAK BONGKOK
Tunjukkan keyakinan & kredibiliti. |
BERJABAT TANGAN DENGAN YAKIN
Jangan terlalu kuat, jangan terlalu lembik. |
DENGAR SEBELUM BERCAKAP
Diam sekejap, faham sebelum respon. |
TUNJUKKAN ANDA MAHU MEMBANTU
Niat tulus akan terasa dalam 7 saat. |
|---|--|---|--|---|---|

💬 3 AYAT PEMBUKA YANG BINA TRUST SEGERA

- 01 “Terima kasih kerana sudi luangkan masa hari ini. Saya di sini untuk bantu, bukan untuk jual.”
- 02 “Boleh saya tahu, apa yang paling penting untuk encik/puan dalam mencari rumah?”
- 03 “Saya akan beri maklumat jujur dan jelas. Selepas itu, keputusan di tangan encik/puan.”

💡
Mulakan dengan
niat membantu,
bukan niat
menjual.
Buyer akan
rasa selamat.

⚠️ KESILAPAN YANG MUSNAHKAN 7 SAAT PERTAMA

- ✗ Terlambat atau tidak datang langsung.
- ✗ Pakaian tidak kemas atau tidak sesuai.
- ✗ Bermain telefon semasa bertemu buyer.
- ✗ Nada suara datar atau tidak mesra.
- ✗ Terus bercakap panjang tanpa dengar buyer.
- ✗ Janji manis di awal (terlampau over promise).



“

ANDA TAK PERLU PERFECT, TAPI ANDA PERLU
KONSISTEN MENUNJUKKAN SIKAP YANG BETUL
SEJAK SAAT PERTAMA.



FORMULA TRUST

5 TANGGA KEPERCAYAAN BUYER

Buyer tidak terus percaya kerana anda pandai bercakap.
Mereka percaya kerana mereka melihat anda melalui 5 lapisan ini.

“Kepercayaan bukan dibina dalam sehari, tetapi dengan setiap interaksi yang konsisten.”



BINA DARI BAWAH, KUAT DI ATAS

KEPERCAYAAN

Buyer yakin anda akan melakukan yang terbaik untuk mereka.

Hasil: Buyer serah keputusan kepada anda dan bersedia untuk membuat komitmen.

KONSISTEN

Anda tepati janji, respon cepat, dan ikut through.

Hasil: Buyer nampak anda boleh diharap dalam setiap situasi.

KEPAKARAN

Anda tahu pasaran, proses, dan berikan panduan tepat.

Hasil: Buyer nampak anda sebagai sumber yang berpengetahuan.

KOMUNIKASI

Anda faham keperluan buyer dan jelaskan dengan cara mudah.

Hasil: Buyer rasa anda memahami mereka.

PENAMPILAN

Penampilan kemas, profesional dan bersesuaian.

Hasil: Buyer selesa untuk berbual dan terbuka pada anda.

DARIPADA INTERAKSI BIASA KEPADA TRUST TINGGI

INTERAKSI BIASA



- Tanya & jawab ringkas
- Fokus pada rumah sahaja
- Respon lambat
- Janji tapi tidak ditepati
- Follow up tidak konsisten

HASIL:

Buyer masih ragu-ragu dan banding dengan ejen lain.

INTERAKSI BERKUALITI



- Dengar & faham keperluan
- Beri panduan & maklumat tepat
- Respon cepat & jelas
- Tepati janji kecil
- Follow up dengan nilai

HASIL:

Buyer mula selesa dan nampak perbezaan anda.

TRUST TINGGI



- Jadikan anda rujukan utama
- Percaya pada panduan anda
- Kurang banding pilihan lain
- Bersedia ikut cadangan anda
- Komitmen untuk membeli

HASIL:

Buyer yakin dan bersedia untuk membuat keputusan.

SEMAKIN TINGGI TRUST, SEMAKIN MUDAH CLOSING



TRUST RENDAH

Banyak soalan, banyak syarat, keputusan lambat.

TRUST SEDERHANA

Masih banding, masih minta masa, masih ragu.

TRUST TINGGI

Keputusan lebih cepat, kurang halangan, lebih mudah closing.

CHECKLIST TRUST: NILAI DIRI ANDA

Berikan markah 1-5 (1 = Lemah, 5 = Sangat Kuat)

Penampilan saya kemas dan profesional	1	2	3	4	5
Saya komunikasi dengan jelas dan mudah faham	1	2	3	4	5
Saya ada pengetahuan dan beri panduan tepat	1	2	3	4	5
Saya konsisten dan tepati janji	1	2	3	4	5
Buyer percaya saya akan bantu yang terbaik	1	2	3	4	5

Semakin tinggi markah anda, semakin tinggi level trust buyer terhadap anda.

APA YANG BOLEH ANDA TINGKATKAN HARI INI?

- ✓ Perbaiki penampilan dan imej profesional anda.
- ✓ Asah kemahiran komunikasi dan active listening.
- ✓ Tingkatkan pengetahuan pasaran & produk.
- ✓ Bangunkan sistem follow up yang konsisten.
- ✓ Tepati janji kecil setiap kali.

Fokus pada peningkatan 1% setiap hari.
Trust tinggi = Closing lebih mudah.



“Jadilah ejen yang buyer percaya, bukan yang sekadar cuba jual.”



SENI MENDENGAR YANG MEMBINA KEPERCAYAAN

“Buyer lebih mempercayai ejen yang membuat mereka rasa didengari, berbanding ejen yang paling banyak bercakap.”

80/20 RULE

80%
MENDENGAR
20%
BERCAKAP



Dengar dahulu, faham kemudian, baru bantu keputusan.

5 TAHAP MENDENGAR

- 01 **DENGAR PERKATAAN**
Fahami apa yang buyer katakan.
- 02 **DENGAR EMOSI**
Rasa apa yang buyer sedang alami.
- 03 **DENGAR KEBIMBANGAN**
Kenal pasti kerisauan dan ketakutan mereka.
- 04 **DENGAR IMPIAN**
Fahami apa yang mereka harapkan dan cita-cita mereka.
- 05 **DENGAR APA YANG TIDAK DISEBUT**
Baca antare baris, situasi dan bahasa badan mereka.

INGAT!

Buyer tak perlukan ejen yang paling pandai bercakap. Mereka perlukan ejen yang paling **faham** mereka.



ALIRAN MENDENGAR YANG MEMBINA TRUST



5 AYAT MAGIC YANG PATUT DIGUNA

- 01 “Boleh saya faham lebih lanjut tentang keperluan encik/puan?”
- 02 “Apa yang paling membimbangkan encik/puan dalam proses mencari rumah?”
- 03 “Kalau perkara itu selesai, adakah rumah ini memenuhi keperluan encik/puan?”
- 04 “Apa yang paling penting untuk keluarga encik/puan dalam rumah idaman?”
- 05 “Saya nak pastikan saya faham situasi encik/puan dengan betul.”

DENGAR DENGAN EMPATI (3S)

	SEE (Perhatikan)	Perhatikan bahasa badan, mimik muka dan mood buyer.
	SENSE (Rasai)	Rasakan emosi mereka – gembira, risau, keliru atau tertekan.
	SUPPORT (Sokong)	Tunjukkan anda di sisi mereka dan sedia membantu.

Empati + perhatian = hubungan yang kuat
Hubungan yang kuat = keputusan yang lebih mudah.

KESILAPAN RAMAI EJEN SEMASA MENDENGAR

- POTONG CAKAP BUYER**
Tunjuk impatient dan tidak hormat.
- TERUS JUAL PRODUK**
Belum faham keperluan, sudah tawarkan rumah.
- TERUS JAWAB TANPA MEMAHAMI**
Jawapan yang salah akan merosakkan kepercayaan.
- ANDAIAN TERLALU AWAL**
Buat anda tersasar dan salah beri cadangan.
- TERLALU BANYAK BERCAKAP**
Buyer jadi bosan dan mula tutup diri.

TIP
ZUZU

“Buyer akan ingat bagaimana anda membuat **mereka rasa**, bukan berapa banyak anda bercakap.”

HASILKAN SETIAP PERBUALAN BERMAKNA

- Faham keperluan
- Bina kepercayaan
- Berikan solusi tepat
- Bantu buat keputusan



BAHASA BADAN YANG MEMBINA TRUST

Apa yang anda tunjuk, buyer akan **rasa** sebelum anda sempat bercakap.

“Trusted agents bukan kerana kata-kata, tetapi kerana **isyarat tanpa kata**.”



01 EYE CONTACT



Pandang mata dengan selesa, jangan tajam atau melilau.

02 SENYUM IKHLAS



Senyum yang tulus membuat buyer rasa selamat dan dihargai.

03 POSTUR TEGAK



Berdiri tegak, bahu relaks & keyakinan anda akan dirasai.

04 DUDUK DENGAN TERBUKA



Jangan bersilang tangan atau kaki. Buka postur, buka hubungan.

05 JABAT TANGAN YANG YAKIN



Pegangan tangan yang kemas, tidak lembik dan tidak terlalu kuat.

❌ KESILAPAN BAHASA BADAN YANG MEROSAKKAN TRUST



Melihat telefon

Memberi mesej: “Saya tidak fokus kepada anda.”



Bersilang tangan

Nampak defensive dan tidak terbuka untuk mendengar.



Duduk terlalu jauh

Mewujudkan jurang & rasa tidak selesa.



Selalu melihat jam

Mesej tersembunyi: “Saya tergesa-gesa.”



Terlalu banyak bergerak

Nampak gelisah & kurang keyakinan.

✅ BAGAIMANA PERBAIKI & TINGKATKAN



Letak telefon di silent / jauhkan

Tunjukkan anda hadir 100% untuk buyer.



Buka tangan, badan sisi sedikit

Tunjukkan anda terbuka dan tidak menyerang.



Duduk selesa (jarak 1-1.5 meter)

Rasa dekat, tidak terlalu jauh atau terlalu rapat.



Fokus pada perbualan sepenuhnya

Buyer rasa dihargai & masa mereka penting.



Gerak dengan tenang dan terkawal

Nampak yakin, matang dan profesional.

★ ISYARAT POSITIF YANG BUYER SUKA



ANGGUK TANDA SETUJU

Tunjukkan anda mengikuti & memahami.



CONDONG SEDIKIT KE HADAPAN

Tunjukkan anda berminat & fokus.



REAKSI WAJAH YANG EMPATI

Tunjukkan anda memahami perasaan mereka.



AMBIL CATATAN RINGKAS

Tunjukkan anda serius & profesional.



GUNAKAN TANGAN SECARA TERKAWAL

Menambah penjelasan, bukan mengganggu.



KEKAL POSITIF & TENANG

Energi anda menentukan suasana perbualan.

CHECKLIST BAHASA BADAN EJEN

Nilai diri anda setiap hari (1 = Perlu Perbaiki, 5 = Sangat Baik)

- | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Saya buat eye contact yang selesa. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Saya senyum dan mesra sepanjang perbualan. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Postur saya tegak dan yakin. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Saya duduk dengan terbuka dan selesa. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Saya berjabat tangan dengan yakin. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Saya elak melihat telefon / jam. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | Bahasa badan saya mencerminkan kepercayaan. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |



SKOR ANDA HARI INI:

/ 35

Semakin tinggi skor anda, semakin kuat trust yang anda bina.

ZUZU
TIPS

“Bahasa badan anda bercakap 70% lebih awal daripada kata-kata anda. Pastikan ia menyampaikan mesej yang betul.”



Kawal isyarat anda



Pancarkan keyakinan



Tunjukkan empati



Bina hubungan sebenar



KESILAPAN YANG BUAT BUYER HILANG TRUST

Trust yang susah dibina,
boleh hilang hanya kerana
satu kesilapan kecil.



7 KESILAPAN UTAMA EJEN

- 01 - **LEWAT REPLY**
Buyer rasa anda tidak serius atau tidak berminat.
- 02 - **TAK TAHU PRODUK**
Tidak yakin menjawab soalan asas tentang rumah / lokasi / harga.
- 03 - **TERLALU PUSH**
Fokus nak jual, bukan nak faham keperluan buyer.
- 04 - **JANJI BERLEBIHAN**
Over promise, under deliver.
Buyer cepat hilang kepercayaan.
- 05 - **TAK KONSISTEN**
Kata lain, tindakan lain.
Buyer keliru dan ragu.
- 06 - **CAKAP BURUK ORANG LAIN**
Menjatuhkan ejen lain / pemaju
membuatkan anda nampak tidak profesional.
- 07 - **TIADA FOLLOW UP**
Tidak follow up = Buyer fikir
anda tidak peduli.

✓ APA YANG BUYER NAK RASA?

- Rasa selamat dengan anda**
Mereka tahu anda jujur & boleh dipercayai.
- Rasa anda pakar**
Anda tahu apa yang anda bercakap.
- Rasa anda faham mereka**
Keperluan, bajet, masalah & impian mereka.
- Rasa anda boleh diharapkan**
Sentiasa ada, sentiasa bantu.
- Rasa anda di pihak mereka**
Bantu mereka buat keputusan terbaik.
- Rasa anda bawa mereka ke arah yang betul**
Beri panduan, bukan tekanan.

💡 CARA PULIHKAN TRUST YANG HILANG

- 01 - **AKUI & MINTA MAAF**
Beranikan diri akui kesilapan dan minta maaf dengan ikhlas.
- 02 - **BETULKAN DENGAN TINDAKAN**
Tunjukkan perubahan melalui tindakan, bukan hanya kata-kata.
- 03 - **JADI TRANSPARAN**
Terangkan situasi sebenar, jangan sembunyi atau memanipulasi.
- 04 - **KOMUNIKASI SECARA TERBUKA**
Beritahu perkembangan dan bertanya pendapat buyer.
- 05 - **BUKTIKAN KONSISTENSI**
Terus bantu, penuhi janji, dan kekal hadir sehingga urusan selesai.

“Buyer akan maafkan kesilapan, tapi mereka tidak akan lupa jika anda tidak berubah.”

FORMULA PEMULIHAN TRUST

AKUI
+
BETULKAN
+
BUKTIKAN
=
PERCAYA SEMULA

⚖️ PERBEZAAN EJEN YANG ADA TRUST VS EJEN YANG TAK ADA TRUST

✓ EJEN YANG ADA TRUST

- ✓ Buyer cari dia semula.
- ✓ Buyer rujuk kawan & keluarga.
- ✓ Buyer terbuka kongsi masalah.
- ✓ Buyer ikut panduan & nasihatnya.
- ✓ Proses lebih mudah, jualan lebih cepat.
- ✓ Komisen lebih tinggi, kerja lebih ringan.

VS

✗ EJEN YANG TAK ADA TRUST

- ✗ Buyer senyap atau mengelak.
- ✗ Buyer banding dengan ejen lain.
- ✗ Buyer tak kongsi maklumat penting.
- ✗ Buyer ragu & banyak tanya berulang.
- ✗ Proses lambat, deal mudah terganggu.
- ✗ Komisen kecil, kerja lebih berat.

CHECKLIST HARIAN BINA TRUST

- ☐ Saya reply mesej dalam 5 minit.
- ☐ Saya dengar buyer lebih banyak.
- ☐ Saya beri maklumat yang tepat.
- ☐ Saya penuhi janji / komitmen hari ini.
- ☐ Saya follow up setiap buyer saya.
- ☐ Saya belajar produk setiap hari.
- ☐ Saya minta feedback dari buyer.

★ Trust dibina setiap hari.
Consistent = Confident = Closing!

TIP
ZUZU



“Buyer beli rumah dengan mata,
tapi pilih ejen dengan hati.
Jaga trust, close jadi lebih mudah!”



10 SOALAN YANG BUAT BUYER BUKA CERITA

Soalan yang betul akan membuka maklumat sebenar dan membantu anda cadangkan rumah yang tepat.



“Soalan yang membuka hati, jawabnya datang dari pengalaman dan keperluan sebenar.”

KENAPA SOALAN INI BERKESAN?



BUKA PINTU PERBUALAN

Buyer lebih selesa dan terbuka.



FAHAM KEPERLUAN SEBENAR

Dapat tahu apa yang buyer betul-betul perlukan.



TAPIS PILIHAN YANG TEPAT

Jimat masa, tunjuk hanya rumah yang sesuai.



BINA TRUST DENGAN CEPAT

Buyer rasa anda benar-benar faham mereka.



TINGKATKAN KEJAYAAN CLOSING

Cadangan tepat, keputusan lebih mudah dibuat.

FORMULA 5W1H UNTUK EJEN



JENIS SOALAN & TUJUANNYA

	SOALAN FAKTA	Dapatkan maklumat asas dan situasi buyer.	Contoh: "Di mana encik/puan bekerja sekarang?"
	SOALAN KEPERLUAN	Fahami keperluan dan keutamaan.	Contoh: "Apa yang paling penting untuk encik/puan dalam rumah?"
	SOALAN EMOSI	Sentuh emosi dan impian buyer.	Contoh: "Bayangkan bila dapat rumah idaman, apa yang paling mengembirakan encik/puan?"
	SOALAN KOMITMEN	Menilai keseriusan dan kesediaan membuat keputusan.	Contoh: "Apa yang perlu berlaku supaya encik/puan boleh buat keputusan minggu ini?"

TIP ZUZU



“Jangan jual rumah, jual penyelesaian. Soal dengan hati, buyer akan jujur memberi maklumat yang anda perlukan.”

- Apa yang paling penting untuk keluarga encik/puan?
Kenal pasti keutamaan sebenar.
- Apa yang encik/puan harapkan kalau dapat rumah idaman?
Fahami impian dan lifestyle buyer.
- Apa cabaran terbesar encik/puan sekarang dalam mencari rumah?
Dapatkan pain point sebenar.
- Berapa bajet yang selesa untuk encik/puan?
Tentukan bajet realistik & kemampuan.
- Lokasi macam mana yang paling sesuai untuk encik/puan?
Kenal pasti kawasan pilihan & alasan.
- Siapa yang akan duduk bersama encik/puan di rumah nanti?
Tahu keperluan ruang dan bilangan bilik.
- Bila encik/puan merancang untuk beli rumah?
Kenal pasti timeline dan tahap keseriusan.
- Jenis rumah macam apa yang encik/puan idamkan?
Tahu pilihan jenis: landed, condo dll.
- Siapa yang encik/puan suka & tidak suka pada rumah yang telah encik/puan tengok?
Kumpul feedback untuk penapisan.
- Apa yang akan buat encik/puan yakin untuk membuat keputusan?
Kenal pasti faktor penentu keputusan.

★ TEKNIK SOALAN YANG BERKESAN

- ✓ Guna soalan terbuka (elakkan soalan yes/no).
- ✓ Tanya satu soalan, fokus dengar jawapan.
- ✓ Jangan cepat potong atau menilai jawapan.
- ✓ Tunjukkan minat & empati semasa mereka bercakap.
- ✓ Ulang atau rumus jawapan mereka untuk pengesahan.

Contoh ayat susulan:
"Boleh saya faham lebih lanjut tentang itu?"

TINGKATKAN SKILL SOALAN ANDA



LATIH

Sediakan senarai soalan dan amalkan setiap hari.



REKOD & ANALISIS

Dengar semula perbualan anda. Kenal pasti soalan mana paling berkesan.



PERBAIKI & SESUAIKAN

Sesuaikan soalan mengikut situasi, jenis buyer dan produk hartanah.



Soal dengan niat membantu, bukan menjual.



Dengar dengan fokus, bukan tunggu giliran cakap.



Fahamkan sebelum anda cadangkan.



Soalan yang tepat hari ini, closing yang mudah esok.



FRAMEWORK STORY SELLING

Jangan jual rumah, jual kehidupan yang lebih baik bersama rumah itu.

“Buyer tidak membeli dinding dan bumbung, mereka membeli harapan, keamanan dan masa depan.”



STRUKTUR STORY SELLING 5S

- 1** **SITUATION**
Fahami situasi dan keperluan buyer. Dengar, gali dan catat.
- 2** **STRUGGLE**
Kenal pasti masalah / cabaran mereka sekarang.
- 3** **SOLUTION**
Tunjukkan bagaimana rumah ini menyelesaikan masalah mereka.
- 4** **SCENARIO**
Gambarlah kehidupan mereka selepas memiliki rumah ini.
- 5** **STEP FORWARD**
Bimbing mereka ke langkah seterusnya dengan jelas dan mudah.

CONTOH STORY SELLING

JANGAN KATA MACAM NI



Rumah ini ada 4 bilik dan 3 bilik air.



Lokasi strategik, dekat highway.



Kawasan selamat dan terjaga.



Harga berpatutan untuk saiz ini.



Serah cepat.

KATA MACAM NI



4 bilik untuk ruang privasi keluarga. Setiap orang ada ruang sendiri.



Hanya 10 minit ke highway, simpan masa, kurang stress setiap hari.



Anak-anak boleh bermain dengan selamat, anda lebih tenang bekerja.



Nilai terbaik untuk keluarga anda sekarang, dan masih berpotensi naik nilai.



Tak perlu tunggu lama, anda boleh mula hidup baru lebih cepat.

HUBUNGKAN RUMAH DENGAN EMOSI BUYER



KESELAMATAN

Fokus pada rasa selamat untuk keluarga.

“Di sini, anda boleh tidur lebih tenang tiap malam.”



KESIHATAN

Fokus pada persekitaran yang sihat dan selesa.

“Udara segar, kawasan tenang, sesuai untuk kesihatan keluarga.”



KEBAHAGIAAN

Fokus pada momen bahagia bersama.

“Ruang ini akan jadi tempat kenangan paling berharga.”



KEBANGGAAN

Fokus pada pencapaian dan nilai diri.

“Rumah ini mencerminkan usaha dan kejayaan anda.”



KETENANGAN

Fokus pada ketenangan dan bebas tekanan.

“Hidup lebih tenang, jauh dari kesesakan dan hiruk pikuk.”



MASA DEPAN

Fokus pada masa depan anak & keluarga.

“Tempat terbaik untuk mereka membesar dengan bahagia.”



EMOSI BUAT BUYER BERKATA “SAYA NAK”.
LOGIK BUAT BUYER BERKATA “SAYA MESTI FIKIR DULU”.

3 SOALAN PENGHUBUNG STORY

01 Kalau masalah ini selesai, macam mana hidup encik/puan akan berubah?

02 Bayangkan 1 tahun dari sekarang, encik/puan dan keluarga hidup di sini, apa yang paling seronok?

03 Apa yang paling encik/puan nantikan bila ada rumah sendiri seperti ini?



Soalan yang baik membuka emosi, emosi mencipta keputusan.



KESILAPAN STORY SELLING



Terlalu fokus pada ciri rumah, bukan kehidupan buyer.



Story terlalu panjang dan membosankan.



Andaian tanpa faham situasi sebenar buyer.



Sebut harga terlalu awal, sebelum nilai.



Tiada penglibatan emosi, hanya maklumat.

TIP ZUZU

Jadikan setiap viewing seperti anda menggambarkan kehidupan impian mereka, bukan sekadar menunjukkan rumah kosong.



CHECKLIST STORY SELLING HARIAN (Tandakan setiap kali anda buat)



Saya faham situasi buyer sebelum bercakap pasal rumah.



Saya kenal pasti masalah dan cabaran sebenar buyer.



Saya tunjukkan bagaimana rumah ini selesaikan masalah mereka.



Saya gambarkan kehidupan mereka selepas beli.



Saya bimbing buyer ke langkah seterusnya dengan jelas.

STORY YANG BERKESAN = TRUST YANG KUAT



KONSISTENSI KECIL YANG BINA TRUST BESAR

Trust tidak dibina sekali,
ia dibina setiap hari melalui
tindakan kecil yang konsisten.

“ Apa yang anda buat setiap hari
menentukan sama ada buyer
percaya hari ini dan esok. ”

KONSISTEN
HARI INI,
TRUST ESOK

PERBEZAAN EJEN KONSISTEN VS EJEN TAK KONSISTEN

EJEN KONSISTEN (TRUST MENINGKAT)

- ✓ Datang awal ke appointment.
- ✓ Update maklumat walaupun kecil.
- ✓ Jawab setiap pertanyaan.
- ✓ Jujur tentang kelebihan & kekurangan.
- ✓ Follow up tanpa perlu diingatkan.
- ✓ Layan semua buyer dengan sama rata.
- ✓ Selalu berkongsi info berguna.

VS

EJEN TAK KONSISTEN (TRUST MENURUN)

- ✗ Selalu lewat atau cancel last minute.
- ✗ Jarang update, buyer terpaksa tanya.
- ✗ Ambil masa lama untuk reply.
- ✗ Hanya cerita kelebihan, sembunyi kekurangan.
- ✗ Hanya follow up bila nak jual.
- ✗ Pilih buyer ikut kemampuan sahaja.
- ✗ Hanya muncul bila perlukan komisen.

5 PRINSIP KONSISTENSI TRUST

- 01 TEPAT JANJI**
Tepati setiap janji, sekecil mana pun.
Janji kecil yang ditepati = trust besar.
- 02 RESPON PANTAS**
Respon yang cepat menunjukkan
anda ambil berat dan profesional.
- 03 KOMUNIKASI BERTERUSAN**
Update buyer dari semasa ke semasa.
Jangan hanya muncul bila ada rumah.
- 04 BERSIKAP PROAKTIF**
Berikan maklumat sebelum buyer minta.
Tunjukkan anda selalu selangkah di depan.
- 05 KONSISTEN DALAM KUALITI**
Sama ada kecil atau besar,
servis anda tetap terbaik.

10 TINDAKAN KECIL YANG BINA TRUST setiap hari

- 01 Ucap salam & gunakan nama buyer.
- 02 Dengar hingga habis tanpa potong cakap.
- 03 Simpan dan ingat detail penting.
- 04 Bagi cadangan yang jujur & realistik.
- 05 Beritahu jika rumah yang dicari tiada.
- 06 Hantar info berguna tanpa diminta.
- 07 Pastikan buyer faham setiap proses.
- 08 Beri pilihan, jangan paksa keputusan.
- 09 Terus maklumkan sebarang perubahan.
- 10 Ucap terima kasih setiap kali.

Ingat!
Buyer bukan
hanya membeli
rumah,
mereka membeli
pengalaman
bersama anda.



JADILAH EJEN YANG ADA PERJALANAN BERSAMA BUYER



★ BILA ANDA ADA PERJALANAN BERSAMA BUYER,
TRUST AKAN BERUBAH MENJADI LOYALITI.

CHECKLIST KONSISTENSI TRUST HARIAN (Tandakan ✓ apabila selesai)

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ Saya respon mesej dalam 5 minit. | ☐ Saya tepati setiap appointment. | ☐ Saya ingat detail penting tentang buyer. |
| ☐ Saya update buyer sekurang-kurangnya 1 kali sehari. | ☐ Saya jujur tentang pros & cons setiap hartanah. | ☐ Saya bantu selesaikan sebarang masalah buyer. |
| ☐ Saya berikan info berguna tanpa diminta. | ☐ Saya follow up dengan sopan & konsisten. | ☐ Saya tutup hari dengan ucapan terima kasih. |

Lakukan setiap hari, dan lihat bagaimana trust anda akan berkembang!

? 3 SOALAN REFLEKSI SETIAP HARI

- 01 Apa yang saya lakukan hari ini untuk bantu buyer saya?
- 02 Adakah saya beri lebih nilai daripada yang buyer harapkan?
- 03 Apa satu perkara yang boleh saya perbaiki esok untuk lebih dipercayai?

HASILNYA:



Buyer percaya
pada anda.



Buyer kembali &
refer kawan.



Busnes stabil,
income konsisten.

TIP ZUZU

Jangan tunggu jadi hebat
barulah konsisten.
Konsisten itulah yang
akan menjadikan anda
hebat di mata buyer!



TRUST BERKEMBANG MENJADI LOYALTY

Buyer tak ingat berapa rumah yang anda tunjuk. Tapi mereka akan ingat macam mana anda buat mereka rasa.



“ Trust membawa mereka kepada anda, loyalti membuat mereka kekal bersama anda dan rujuk orang kepada anda. ”

PETA JOURNEY BUYER BERSAMA ANDA



TUGAS ANDA: BINA PENGALAMAN POSITIF DI SETIAP TITIK JOURNEY

7 NILAI TAMBAH YANG BUYER INGAT SELAMANYA



★ BERI NILAI, BINA KENANGAN, DAPAT LOYALTY

TOOLKIT LOYALTY HARIAN (LAKUKAN SETIAP HARI)

01 FOLLOW UP BERNILAI Bukan sekadar "dah makan?", kongsi info yang berguna.	02 KONGSI INFO BERKUALITI Pasaran, tips, info loan, lokasi, komuniti.	03 UCAPAN & PERINGATAN Hari lahir, raya, peringatan viewing atau dokumen.	04 DAPATKAN FEEDBACK Tanya pendapat tentang servis anda.
05 KEJUTAN KECIL BERMAKNA E-card, tips berguna, atau update listing khas.	06 GROUP/COMMUNITY BERMANFAAT Bina komuniti buyer & pemilik rumah.	07 RAKAN DENGAN NAMA Ingat nama, cerita mereka & keperluan mereka.	08 BANTU TANPA MENJUAL Kadang bantu dulu, deal akan datang kemudian.

LOYALTY DIBINA MELALUI TINDAKAN KECIL YANG DIBUAT SETIAP HARI.

★ TANDA BUYER SUDAH PERCAYA & SETIA

KOMUNIKASI LEBIH TERBUKA Buyer berkongsi lebih banyak maklumat peribadi.	MINTA PENDAPAT ANDA Mereka hargai nasihat anda dalam membuat keputusan.	REFER KEPADA ORANG LAIN Mereka sendiri rekemen anda kepada keluarga atau kawan.
KEMAS KINI SECARA BERKALA Buyer masih hubungi anda walaupun belum beli lagi.	PERCAYA DENGAN PROSES ANDA Mereka ikut cadangan dan langkah yang anda beri.	KEKAL SETIA WALAU ADA PILIHAN Mereka tidak lari ke ejen lain walaupun dapat tawaran lain.

FORMULA LOYALTY 4C

- C CONSISTENCY (KONSISTEN)**
Konsisten dalam komunikasi, update dan servis setiap masa.
- C CARE (PRIHATIN)**
Tunjukkan anda ambil berat pasal keperluan dan keadaan mereka.
- C COMPETENCE (CEKAP)**
Tunjukkan kepakaran anda dalam setiap tindakan dan cadangan.
- C COMMITMENT (KOMITED)**
Bersungguh-sungguh sehingga selesai, jangan separuh jalan.

LOYALTY ADALAH HASIL DARIPADA NILAI YANG ANDA BERIKAN, BUKAN HANYA RUMAH YANG ANDA JUAL.

KEKUATAN LOYALTY BUYER

- ✓ Repeat business lebih mudah
- ✓ Referral berkualiti tanpa kos iklan
- ✓ Proses lebih cepat & lancar
- ✓ Kurang objections
- ✓ Komisen lebih besar (higher trust = higher value)
- ✓ Reputasi anda semakin kuat

1 BUYER PUAS
BOLEH BAWA
10 BUYER BARU

🔄 BILA TRUST TERJEJAS, BAGAIMANA NAK PULIHKAN?

- 0 AKUI**
Akui kesilapan anda dengan jujur.
- 2 MINTA MAAF**
Minta maaf dengan ikhlas, jangan beri alasan.
- 3 BETULKAN**
Ambil tindakan segera untuk perbaiki keadaan.
- 4 KOMUNIKASI SEMULA**
Terangkan langkah yang anda ambil dan berikan update.
- 5 BINA SEMULA DENGAN TINDAKAN**
Buktikan melalui tindakan konsisten, bukan hanya kata-kata.

🛡️ KEJUJURAN + TINDAKAN = TRUST BOLEH DIPULIHKAN

TIP
ZUZU



“ Buyer boleh lupa apa yang anda katakan, tapi mereka takkan lupa bagaimana anda melayan mereka. ”

Fokus pada manusia, bukan sekadar transaksi.

Trust hari ini, loyalti esok, kejayaan selamanya.

Servis hebat tidak membuat anda kaya segera, tetapi kekal membuat anda hebat.

Jadilah ejen yang dipercayai, bukan sekadar ejen yang dicari bila perlu.



URUS HARAPAN, ELAK KECEWA, KEKAL PERCAYA

Kepercayaan boleh rosak bila harapan tak selaras. Urus harapan dengan jelas, buyer akan kekal percaya.

“Bukan janji besar yang buat buyer percaya, tapi kejujuran tentang apa yang anda boleh dan tidak boleh buat.”



4 STEPS URUS HARAPAN BUYER



01

FAHAMKAN SITUASI

Fahami keperluan, bajet & keadaan sebenar buyer.



02

JELASKAN REALITI

Terangkan pros & cons secara jujur, tanpa berlebihan.



03

CADANGKAN PILIHAN

Berikan pilihan terbaik mengikut realiti, bukan impian semata.



04

SETUJU & SEMAK SEMULA

Pastikan buyer setuju dengan plan dan semak semula dari semasa ke semasa.

CONTOH CARA URUS HARAPAN

✓ YANG BETUL (REALISTIK & JUJUR)

“Saya akan cari pilihan terbaik dalam bajet encik/puan, tapi mungkin lokasi utama terhad di julat ini.”

“Proses pinjaman ambil masa 2-4 minggu, saya akan bantu percepatkan.”

“Rumah ini hampir siap, masih ada risiko kecil, saya akan update setiap minggu.”

✗ YANG SALAH (BERJANJI BERLEBIHAN)

“Confirm dapat rumah yang paling cantik dalam bajet ni.”

“Loan confirm lulus, jangan risau!”

“Siap bulan depan, saya jamin!”

★ 7 PERKARA YANG BUYER HARAP EJEN BUAT

- 01 Maklumkan perkembangan tanpa perlu ditanya.
- 02 Jujur tentang kelebihan & kekurangan.
- 03 Hormati masa mereka.
- 04 Lindungi kepentingan mereka.
- 05 Cadangkan pilihan yang sesuai, bukan sekadar jual.
- 06 Terangkan proses dengan bahasa mudah.
- 07 Beri layanan seperti bantu keluarga sendiri.

3 ZON HARAPAN BUYER



TUGAS EJEN: BAWA BUYER DARIPADA ZON IMPIAN KE ZON REALISTIK.

KAJIAN KECIL (REALITI PASARAN)

85% Buyer kecewa apabila harapan tidak selari dengan realiti pasaran.

67% Kepercayaan terhadap ejen merosot kerana janji yang tidak tepat.

92% Buyer kekal setia kepada ejen yang jujur walaupun tidak terus membeli.

REALITI TIDAK MENAKUTKAN, TAPI KEJUJURAN AKAN MENYELAMATKAN KEPERCAYAAN ANDA.

TEKNIK KOMUNIKASI URUS HARAPAN

- Guna ayat bersyarat ➔ “Berdasarkan maklumat sekarang...”
- Terangkan tempoh sebenar ➔ Berikan anggaran realistik setiap proses.
- Beri pilihan & alternatif ➔ Jangan paksa satu pilihan sahaja.
- Sahkan pemahaman buyer ➔ “Adakah encik/puan selesa dengan plan ini?”
- Update berkala ➔ Walaupun tiada update besar.

CONTOH AYAT YANG MEMBINA HARAPAN SIHAT

- ✓ Saya akan usaha yang terbaik untuk encik/puan.
- ✓ Berdasarkan bajet ni, pilihan yang paling sesuai adalah...”
- ✓ Proses ini ambil masa, tapi saya akan guide setiap langkah.”
- ✓ Saya akan maklumkan segera jika ada perubahan.
- ✓ Kita akan semak semula dari semasa ke semasa, okey?”

Setiap kali anda urus harapan dengan bijak, trust akan jadi lebih kuat.



CONTOH SCENARIO

SCENARIO BAIK (TRUST TERUS KUAT)

- ✓ Ejen jelaskan realiti awal.
- ✓ Buyer faham proses dan masa.
- ✓ Ejen update setiap minggu.
- ✓ Expectations selari.
- ✓ Buyer puas hati & refer kawan.



SCENARIO BURUK (TRUST ROSAK)

- ✗ Ejen janji berlebihan.
- ✗ Update hanya bila ditanya.
- ✗ Proses lambat tanpa penjelasan.
- ✗ Buyer rasa ditipu.
- ✗ Buyer kecewa & tidak akan refer.



CHECKLIST URUS HARAPAN (SEBELUM, SEMASA, SELEPAS)

SEBELUM

- ☐ Fahami keperluan sebenar buyer.
- ☐ Terangkan realiti pasaran & bajet.
- ☐ Setkan jangka masa setiap proses.

SEMASA

- ☐ Maklumkan perkembangan.
- ☐ Selesaikan masalah secepat mungkin.
- ☐ Sahkan semula dengan buyer.

SELEPAS

- ☐ Pastikan soal jawab selesai.
- ☐ Dapatkan feedback.
- ☐ Minta izin untuk rujukan / referral.

EJEN HEBAT BUKAN JANJI YANG MANIS, TAPI REALITI YANG DIPANDU DENGAN JUJUR.

★ ★ ★

TIP
ZUZU

“Buyer boleh terima jawapan “tak boleh”, tapi mereka takkan terima “janji palsu”. Urus harapan hari ini, selamatkan kepercayaan esok.”



Jujur awal, jimat masa semua pihak.



Realiti jelas, keputusan lebih cepat.



Expectations selari, hubungan lebih sihat.



Trust kekal, jualan datang berulang.



Loyal buyer adalah aset paling berharga.





PROSPEK POWER

CARA DAPATKAN BUYER & OWNER
SECARA **KONSISTEN** SETIAP HARI

“Prospek bukan datang sendiri, ia dicipta dengan sistem.”

DALAM BAB INI:

- ✓ Sumber prospek terbaik untuk ejen hartanah
- ✓ Cara jana prospek setiap hari
- ✓ Sistem follow up yang berkesan
- ✓ Tukar prospek jadi appointment
- ✓ Jangan bergantung pada satu sumber sahaja

KENAPA PROSPEK PENTING?



“Ejen hebat sentiasa sibuk cipta peluang, bukan tunggu peluang.”

SISTEM 5P JANA PROSPEK SETIAP HARI



★ **KONSISTEN + SISTEM = PROSPEK BERKUALITI SETIAP HARI**

10 SUMBER PROSPEK TERBAIK

- 01** Facebook (Marketplace, Group, Page)
- 02** Threads (Posting & Engage)
- 03** TikTok (Video pendek & Live)
- 04** WhatsApp (Status, Broadcast, Group)
- 05** Referral (Rakan, Client, Ejen lain)
- 06** Event & Open House
- 07** Database & Past Client
- 08** Walk In Area (Farming & Signboard)
- 09** Website / Iklan Berbayar
- 10** Networking (Kopi, Komuniti, Program)

RUMUSAN FORMULA PROSPEK POWER



4 AYAT POWER TARIK PROSPEK

- 01** “Saya nampak encik/puan sedang cari rumah, betul ke?”
- 02** “Apa faktor paling penting untuk rumah encik/puan?”
- 03** “Boleh saya bantu cadangkan yang paling sesuai?”
- 04** “Bila masa yang sesuai untuk kita tengok?”

KESILAPAN YANG BUAT PROSPEK HILANG

- ✗ Terlalu cepat jual & push.
- ✗ Tidak respon dengan cepat.
- ✗ Follow up hanya sekali.
- ✗ Tidak tanya soalan, hanya bercakap.
- ✗ Tidak pernah bina hubungan.



TIPS ZUZU

“Prospek datang kerana konten anda, tetapi mereka kekal kerana layanan anda.”

ACTION PLAN 30 HARI

- | MINGGU | Tindakan |
|----------|--|
| MINGGU 1 | Tetapkan 3 sumber utama & mula konsisten setiap hari. |
| MINGGU 2 | Cipta 5-7 content prospek tarik perhatian. |
| MINGGU 3 | Follow up semua prospek lama & baru. |
| MINGGU 4 | Analisis & fokus pada sumber yang hasilkan prospek berkualiti. |

“Prospek adalah nadi bisnes hartanah.
Semakin banyak prospek, semakin besar peluang kejayaan anda.”





PILIH PROSPEK, BUKAN TUNGGU PROSPEK

Ejen berjaya tidak menunggu prospek datang. Mereka wujudkan sistem yang tarik prospek datang setiap hari.

“Sistem yang baik, lebih berkuasa daripada ejen yang sibuk.”

★ 7 SUMBER PROSPEK UTAMA

KENALAN & RANGKAIAN Keluarga, kawan, rakan sekerja, komuniti.	MEDIA SOSIAL Facebook, Threads, TikTok, WhatsApp Status, Reels.	IKLAN BERBAYAR FB Ads, TikTok Ads, Lead Ads, Google Ads.	PORTAL & PLATFORM ZPROP Listing, PropertyGuru, Mudah.my.	EVENT & AKTIVITI Open House, Talk, Expo, Sukan, Komuniti.
DATABASE & PAST CLIENT Client lama, walk-in, lead lama yang pernah simpan.	KERJASAMA STRATEGIK Bank, lawyer, kontraktor, syarikat pindah milik, agen luar.			

💡 JANGAN GUNA SATU SUMBER SAHAJA. KOMBINASI = ALIRAN STABIL.

🔬 FORMULA TARIK PROSPEK



HOOK MENARIK → NILAI PADU → BUKTI KUAT → CTA JELAS

✉️ SISTEM FOLLOW UP 5 SENTUHAN

1	SENTUHAN PERTAMA (0 - 1 HARI)	Jawab cepat, beri info asas, kenal keperluan mereka.	Contoh: "TQ kerana hubungi saya. Boleh saya tahu bajet & lokasi yang encik/puan cari?"
2	SENTUHAN KEDUA (2 - 3 HARI)	Hantar pilihan atau info yang berkaitan.	Contoh: "Saya ada beberapa pilihan sesuai dengan bajet & lokasi yang puan cari."
3	SENTUHAN KETIGA (5 - 7 HARI)	Beri nilai tambahan (tips atau info penting).	Contoh: "Tips penting sebelum beli rumah. Boleh bantu puan elakkan kesilapan biasa."
4	SENTUHAN KEEMPAT (10 - 14 HARI)	Check in & bantu selesaikan keraguan mereka.	Contoh: "Masih mencari rumah ke? Saya sedia bantu apa yang puan perlukan."
5	SENTUHAN KELIMA (21 - 30 HARI)	Kekalkan hubungan, kongsi update terbaru.	Contoh: "Projek baru menarik kawasan ni. Nak saya share detail?"

FOLLOW UP BUKAN MEMAKSA, TAPI BANTU MEREKA BUAT KEPUTUSAN.

💬 CONTOH HOOK PEMBUKA (DM/WHATSAPP/CHAT)

- 🔥 Hil Saya ada rumah menarik dalam bajet puan. Boleh saya share?
- 🏠 Masih mencari rumah ke? Ada beberapa unit sesuai di lokasi puan cari."
- 💡 Boleh saya tanya, apa keutamaan puan dalam rumah idaman?

HOOK RINGKAS + MESRA = PROSPEK LEBIH SELESA BALAS.

📋 CHECKLIST HARIAN PROSPEK POWER

- ☐ Post sekurang-kurangnya 1 konten.
- ☐ Respon semua mesej dalam 5 minit.
- ☐ Follow up semua prospek mengikut jadual.
- ☐ Tambah sekurang-kurangnya 10 prospek baru.
- ☐ Kemas kini database setiap hari.

🧠 MINDSET PROSPEK POWER



FAHAMKAN TUJUAN

Setiap prospek = peluang bantu & peluang jana pendapatan.



FOCUS PADA KUANTITI & KUALITI

Kuantiti bina pilihan. Kualiti hasilkan jualan.



MAIN JANGKA PANJANG

Hari ini kenal, esok mungkin beli.



SISTEM > MOTIVASI

Motivasi naik turun, sistem berjalan setiap hari.

📅 10 IDEA KONTEN TARIK PROSPEK

- RUMAH IDAMAN** Contoh rumah ikut bajet, lokasi, gaya hidup.
- TIP & PANDUAN** Tips beli rumah, loan, dokumen, hartanah.
- KIRA-KIRA MUDAH** Kira kelayakan loan, installment, ROI sewa.
- INFO LOKASI** Kenapa kawasan ni naik harga? Fasilitas, akses.
- JAWAB SOALAN BIASA** FAQ buyer, proses, syarat, dokumen.
- TESTIMONI & REVIEW** Kisah buyer sebenar, pengalaman closing.
- TREND & MARKET UPDATE** Harga, permintaan, projek baru.
- VIDEO PANTAS (REELS/TIKTOK)** Rumah tour, before after, kawasan sekitar.
- LIVE SESSION** Live Q&A, sembang santai pasal rumah.
- FUN & RELATABLE** Konten santai tapi masih berkaitan hartanah.

KONTEN YANG BERGUNA & RELATABLE = PROSPEK YANG BERTINDAK

🔍 KENALI & TAPIS PROSPEK (BANT - 5 K)

- B BUDGET**
Berapa bajet mampu?
- A AREA/LOKASI**
Lokasi mana yang diutamakan?
- N NEED**
Rumah untuk sendiri atau pelaburan?
- T TIMEFRAME**
Bila ingin beli?
- 5K KELAYAKAN**
Loan, dokumen, rekod kewangan?

KLASIFIKASI PROSPEK



PANAS (Hot)
Serius, bajet OK, ready to act. Fokus utama!



SUKU (Warm)
Minat ada, masih kaji & bandingkan.



SEJUK (Cold)
Belum bersedia, tapi masih boleh nurture.



Jangan kejar semua. Fokus pada yang **PANAS** dan rawat yang **SUKU** dengan sistem.

💡 TIP ZUZU

Prospek hari ini mungkin tak beli, tapi hubungan hari ini mungkin jadi closing esok atau bulan depan!



KUALITI PROSPEK LEBIH PENTING DARIPADA KUANTITI

Seratus prospek yang tak sesuai
hanya penatkan anda.
Satu prospek yang tepat,
boleh bawa anda ke closing!

“ Fokus cari prospek yang **BETUL**,
bukan prospek yang **BANYAK**. ”



★ 5 KRITERIA PROSPEK BERKUALITI



MAMPU (BUYING POWER)
Ada kemampuan kewangan atau boleh
diluluskan pinjaman.



PERLU (NEED)
Ada keperluan sebenar, bukan sekadar suka-suka.



MASA (TIMING)
Dalam tempoh 0–6 bulan untuk buat keputusan.



INFORMASI (INFORMATION)
Beri maklumat yang jujur dan lengkap.



KERJASAMA (COOPERATION)
Responsif, terbuka dan mudah bekerjasama.



PROSPEK YANG ADA 4–5 KRITERIA = **PROSPEK HOT**

✓ 6 SOALAN KELAYAKAN PROSPEK (QUALIFY)

- 01** Apa tujuan utama anda nak beli rumah ini?
(Duduk sendiri / Pelaburan / Tukar naik)
- 02** Berapa bajet yang anda rancang untuk peruntukkan?
(Include downpayment & kos lain)
- 03** Secara kasar, berapa pendapatan bersih bulanan anda?
(Untuk kira kelayakan pinjaman)
- 04** Bila anda target untuk pindah / beli rumah?
- 05** Lokasi mana yang anda utamakan?
- 06** Apa faktor paling penting dalam memilih rumah?
(Harga, lokasi, saiz, kemudahan, dll.)

★ GUNA SOALAN INI = TAPIS CEPAT, JIMAT MASA, TINGKATKAN KADAR CLOSING

👤 6 CARA PENDEKATAN PROSPEK (TANPA TERLALU 'SELL')



01 SOALAN SPONTAN
Mulakan dengan soalan
biasa, buka ruang
perbualan.



02 BERI NILAI DULU
Kongsi info, tips, atau
panduan sebelum
cakap pasal property.



03 KOMEN BERMANFAAT
Komen yang bantu,
bukan komen jualan
semata-mata.



04 KONGSI KONTEN
Share video/infografik
yang memberi
manfaat kepada mereka.



05 JEMPUT SECARA SEMULA JADI
“Saya ada beberapa unit
menarik sesuai dengan
keperluan anda.”



06 FOLLOW UP DENGAN NILAI
Follow up bukan untuk
jual, tapi untuk bantu
buat keputusan.

♥ TUJUAN: BINA HUBUNGAN, BUKAN TEKANAN

🔥 TAHAP SUHU PROSPEK (PROSPECT TEMPERATURE)



SEJUK (COLD)

Baru kenal, tiada
minat lagi.
Tindakan:
Edukasi, jenama diri,
tips & konten nilai.



SUAM (WARM)

Menunjukkan minat,
tapi belum serius.
Tindakan:
Kongsikan pilihan,
jawab soalan, bina
kepercayaan.



PANAS (HOT)

Serius nak beli dalam
masa terdekat.
Tindakan:
Atur viewing, kira loan,
berikan cadangan
terbaik.



BAKAR (READY TO BUY)

Sudah buat keputusan,
tinggal tindakan.
Tindakan:
Bantu proses, follow up
rapat sehingga closing.

MISI: TUKAR PROSPEK **SEJUK** → **SUAM** → **PANAS** → **BAKAR**

🕒 JADUAL PROSPEK POWER HARIAN (CONTOH)

MASA	AKTIVITI	TUJUAN
8:30 – 10:00 pagi	Komen & engage di media sosial	Tarik perhatian prospek baru
10:00 – 12:00 tgh	Chat & follow up prospek sedia ada	Naikkan suhu prospek
2:00 – 4:00 petang	Cari & tambah prospek baru	Tambah pipeline
4:00 – 6:00 petang	Kandungan / Live / Video pendek	Bina trust & authority
8:30 – 10:00 mlm	Review prospek & rancang esok	Konsisten & teratur

🔄 KONSISTEN SETIAP HARI = ALIRAN PROSPEK TAK PERNAH PUTUS

📁 JANGAN LEPASKAN! TANGKAP & SIMPAN SETIAP PROSPEK



01 TANGKAP

Dapatkan nama,
no. phone & keperluan
utama.



02 SIMPAN

Simpan di Google
Sheet / CRM /
Database.



03 LABEL

Kategori ikut tahap
suhu & keperluan
mereka.



04 INGATKAN

Tetapkan reminder
untuk follow up.



05 KEMASKINI

Update status setiap
prospek secara
berkala.

★ DATA YANG TERATUR = SISTEM YANG BERKUASA

🏆 CABARAN 30 HARI PROSPEK POWER



**TAMBAH
PROSPEK**

Dapatkan sekurang-
kurangnya
10 prospek baru
setiap hari.



**CHAT
BERKUALITI**

Mulakan perbualan
berkualiti dengan
sekurang-kurangnya
10 prospek sehari.



**FOLLOW UP
KONSISTEN**

Follow up semua
prospek yang ada,
sekali sehari.



ATAU VIEWING

Atur sekurang-
kurangnya 3
viewing/bulan.



**EVALUASI
HARIAN**

Semak prestasi
anda setiap malam
sebelum tidur.

30 HARI FOKUS = 30 HARI PERUBAHAN

TIP
ZUZU



“ Prospek bukan masalah, tapi cara kita urus prospek.
Sistem yang betul akan hasilkan prospek berkualiti
secara berterusan. ”



Cari
Setiap Hari



Tapis
Dengan Bijak



Ikut
Dengan Nilai



Bina
Kepercayaan



Tukar Jadi
Pelanggan



MENUKAR PROSPEK MENJADI APPOINTMENT

Prospek bukan cukup banyak, tapi berapa ramai yang kita berjaya jumpa dan fahamkan. Sistem janji temu yang betul = pipeline yang sentiasa bergerak.

“Sistem hebat mampu buat prospek bersedia untuk jumpa anda, bukan anda yang kejar mereka.”



★ 5 LANGKAH TUKAR PROSPEK KE APPOINTMENT

- 01 TARIK PERHATIAN**
Gunakan hook yang relevan dan menarik.
- 02 BINA KEPERCAYAAN**
Berikan nilai dulu sebelum minta apa-apa.
- 03 KENAL PASTI KEPERLUAN KRITIKAL**
Fokus pada 3 perkara: bajet, lokasi, masa.
- 04 CADANG SOLUSI**
Cadangkan pilihan yang sesuai + sebab kenapa.
- 05 AJAK JUMPA**
Tutup dengan appointment yang spesifik.

💡 NILAI + KEPERCAYAAN + SOLUSI = APPOINTMENT

🚫 6 HALANGAN PROSPEK NAK JUMPA ANDA

- | | | |
|----|--------------------------|--|
| 01 | 🛡️ TAK PERCAYA | Tak kenal, tak pernah dengar, takut scam. |
| 02 | 🕒 TIADA MASA | Sibuk kerja, keluarga, urusan lain. |
| 03 | 🔍 MASIH SURVEY | Masih banding agensi lain / belum sedia. |
| 04 | 💰 TAK PASTI BAJET | Belum cukup, masih tunggu bonus / komisen. |
| 05 | 🔗 TAK NAK TERIKAT | Tak suka komitmen / takut tekanan jualan. |
| 06 | ❓ TAK TAHU APA NAK TANYA | Belum jelas apa yang mereka nak. |

★ Kenal pasti halangan = lebih mudah atasi & jemput jumpa.

😊 4 JENIS APPOINTMENT & TUJUAN

- | | | |
|---|--|---|
| 📋 | APPOINTMENT PERTAMA (DISCOVERY) | Tujuan: Faham keperluan, bajet, lokasi, timeline, senarai pendek pilihan.
Output: Buyer profile lengkap. |
| 🚶 | APPOINTMENT VIEWING | Tujuan: Tunjuk rumah yang sesuai & banding.
Output: Shortlist rumah, feedback, kelebihan. |
| 📊 | APPOINTMENT ANALISIS & SOLUSI | Tujuan: Kira loan, banding pilihan terbaik, strategi pembelian.
Output: Keputusan & tindakan seterusnya. |
| 🕒 | APPOINTMENT CLOSING | Tujuan: Selesaikan dokumen, urus OC/SPA, serah kunci.
Output: Deal berjaya! |

📋 Setiap appointment ada tujuan spesifik... jangan "tengok-tengok".

📋 CHECKLIST SEBELUM APPOINTMENT

- ✓ Tahu nama penuh & cara panggilan mereka?
- ✓ Ada keperluan lengkap? (Bajet, lokasi, jenis, saiz, timeline)
- ✓ Sediakan pilihan rumah yang relevan (2-5 unit terbaik).
- ✓ Sediakan bahan sokongan (loan calculator, brosur, peta lokasi).
- ✓ Pilih lokasi yang selesa & neutral.
- ✓ Sahkan masa & cara perjumpaan.
- ✓ Sediakan soalan untuk gali keperluan lebih dalam.

Persediaan yang baik, 30 minit appointment boleh ubah jadi closing!



💬 7 CONTOH AYAT JEMPUT JUMPA (PILIH & SESUAIKAN)

- “Boleh saya suggest kita jumpa 30 minit je untuk saya tunjuk pilihan yang paling sesuai untuk anda?”
- “Saya dah sediakan beberapa pilihan ikut bajet & lokasi yang tuan/puan beritahu. Boleh kita jumpa untuk review bersama?”
- “Saya rasa lebih mudah kalau kita jumpa, saya boleh terus tunjuk rumah & kiraan loan sekali.”
- “Ramai client saya jumpa dulu baru mereka yakin. Jom kita jumpa, tak commit pun tak apa.”
- “Saya boleh datang ke area tuan/puan atau kita jumpa dekat cafe berdekatan pun okay.”
- “Kalau okay untuk tuan/puan, saya cadangkan hari Sabtu/ Ahad – bila masa yang paling sesuai?”
- “30 minit yang kita laburkan boleh jimatkan masa berbulan-bulan nanti.”

FORMULA A.J.A.K (Senang Disebut, Senang Dapat)

- A AKTIF**
Tanya kesiapan & kesesuaian masa.
- J JELAS**
Nyatakan tujuan perjumpaan.
- A ALTERNATIF**
Beri 2 pilihan masa atau lokasi.
- K KOMITMEN**
Minta pengesahan yang spesifik.

“Janji temu yang baik datang dari jemputan yang jelas & mudah.”

🕒 TIMELINE FOLLOW UP SELEPAS JEMPUTAN

- | SELEPAS 5 MINIT | SELEPAS 1 HARI | SELEPAS 2-3 HARI | SELEPAS 5-7 HARI | SELEPAS 10-14 HARI |
|---|---|---|--|--|
| Hantar ringkasan apa yang dibincang & pilihan masa. | Check kesiapan, jawab soalan yang mungkin muncul. | Kongsi info nilai (tips, artikel, atau rumah baru yang sesuai). | Follow up lembut, cadang pilihan masa terbaru. | Reconnect & tanya semula keperluan semasa. |

★ Follow up berstruktur = prospek rasa anda masih peduli, bukan pushy.

📈 KPI PROSPEK POWER (UKUR & TINGKATKAN)

METRIK	KADAR SIHAT	CARA NAIKKAN
Response Rate	40% – 60%	Hook lebih menarik, respon cepat
Appointment Rate	20% – 35%	Soalan kelayakan tepat, jemput jelas
Show Up Rate	70% – 90%	Reminder sebelum temu, nilai jelas
Conversion (Closing)	10% – 25%	Faham keperluan, follow up berstruktur
Database Growth	+20% sebulan	Tambah sumber, konsisten tarikan prospek

TIP
ZUZU

“Prospek yang bersedia, mudah buat keputusan. Tugas kita bantu mereka bersedia.”

Bina hubungan dulu, jualan akan ikut.

Tapis dengan teliti, fokus pada prospek berkualiti.

Janji temu yang jelas lebih baik dari 10 chat kosong.

Nilai yang diberi sebelum jualan, ingat sampai bila-bila.

Konsisten setiap hari, hasil akan datang.



CATAT, URUS & BINA HUBUNGAN PROSPEK

Prospek yang dicatat dengan baik adalah prospek yang akan kembali kepada anda.

“Sistem simpan prospek hari ini, akan jadi komisen anda esok dan lusa.”



★ 6 MANFAAT CATAT & URUS PROSPEK

- 01** Tak hilang prospek berpotensi. Semua maklumat tersimpan & mudah dicari.
- 02** Follow up lebih tersusun. Tahu bila, apa & bagaimana nak follow up.
- 03** Fokus pada prospek bernilai tinggi. Jimat masa, tenaga & kos.
- 04** Tingkatkan close rate. Prospek rasa diambil berat & dihargai.
- 05** Bina trust jangka panjang. Hubungan kekal walaupun belum beli.
- 06** Dapat referral lebih banyak. Owner & buyer puas hati, mereka syorkan anda.

CATAT = INGAT. URUS = TINDAK. HUBUNG = KOMISEN.

📁 6 MAKLUMAT WAJIB CATAT UNTUK SETIAP PROSPEK

- 01** **MAKLUMAT PERIBADI**
Nama, no. telefon, sumber (FB, TikTok, Referral, dll).
- 02** **KEPERLUAN**
Jenis hartanah, lokasi, bajet, status (beli/sewa), timeline.
- 03** **KEADAAN KEWANGAN**
Cash/Loan, anggaran kelayakan, dokumen sedia ada.
- 04** **TAHAP MINAT**
Sejuk / Sederhana / Panas (Hot).
- 05** **INTERAKSI TERAKHIR**
Tarikh, platform, isi perbualan ringkas.
- 06** **NEXT ACTION**
Langkah seterusnya & tarikh untuk follow up.

💡 Catat sekali, guna berkali-kali.

⚙️ SISTEM 3L – URUS PROSPEK DENGAN MUDAH

- 1. LABEL**
Label prospek untuk mudah tapis & fokus.
Buyer | Owner | Tenant
Hot | Warm | Cold
New | Active | Follow Up
- 2. LOG**
Simpan rekod setiap interaksi supaya tak ulang soalan & nampak profesional.
Tarikh | Platform | Isi Perbualan
Masalah | Minat | Maklum Balas
- 3. FOLLOW**
Action berjadual & konsisten ikut tahap minat prospek.
Soalan susulan | Hantar info
Atur viewing | Bina hubungan

Label + Log + Follow = Prospek terurus, jualan terhasil.

📁 TEKNIK SIMPAN PROSPEK

- WHATSAPP BROADCAST LIST**
Simpan nama ikut kategori. Hantar nilai, bukan spam.
- GOOGLE SHEET (TEMPLAT)**
Percuma, mudah diakses di mana-mana, boleh share dengan team.
- CRM / APPS**
Gunakan CRM (cth: Pipedrive, Zoho) untuk scale bisnes anda.
- NOTES & REMINDER**
Set reminder untuk follow up supaya tak terlepas.

★ Pilih 1 sistem & gunakan 100%.

💡 STRATEGI BINA HUBUNGAN SEBELUM JUJUALAN

- 01** **BERI NILAI DAHULU**
Kongsi tips, info pasaran, checklist, bukan terus jual.
- 02** **INGAT TARIKH PENTING**
Hari jadi, raya, beli rumah pertama – ucapkan.
- 03** **CHECK IN RINGAN**
Sekadar tanya khabar, jangan tanya “bila nak beli?”
- 04** **KONGSI KEJAYAAN**
Testimoni klien, case study, story berjaya.
- 05** **BANTU SEBELUM DIMINTA**
Bantu rujuk lawyer, contractor, refer banker.
- 06** **JADI SUMBER INFORMASI**
Prospek akan cari anda bila mereka perlukan.

❤️ Orang tak beli sebab produk. Mereka beli sebab anda.

💡 CONTOH CADANG NILAI (VALUE CONTENT IDEA)

- Tip beli rumah pertama
- Checklist dokumen loan
- Panduan pilih lokasi terbaik
- Cara kira bajet rumah
- Perbezaan sewa vs beli
- Update harga pasaran
- Proses SPA & Loan
- Story klien berjaya
- FAQ property (common Q&A)
- Jangan buat kesilapan ini

★ KONGSI ILMU hari ini, bina TRUST hari ini, raih KOMISEN hari esok. 🎯

🏷️ CONTOH KATEGORI & LABEL PROSPEK

KATEGORI	TAHAP MINAT	STATUS
- Buyer - Owner - Tenant / Penyewa - Investor - Referral	● HOT (Sedia dalam 1-3 bulan) ● WARM (Dalam 3-6 bulan) ● COLD (Masih survey / tiada plan)	➤ New ➤ Active ➤ Follow Up ➤ Closed Won ➤ Closed Lost

CONTOH LABEL: Buyer_HOT_Active_BTengah_500k_RumahTerES

📅 AMALAN PROSPEK POWER HARIAN

- PAGI (10 MINIT)**
Semak & kemas kini prospek baru.
- TENGAH HARI (20 MINIT)**
Follow up prospek panas dan warm.
- PETANG (15 MINIT)**
Hantar info, content & jawapan Q&A.
- MALAM (10 MINIT)**
Rancang next action & set reminder esok.
- HUJUNG MINGGU (30 MINIT)**
Review pipeline & evaluasi prospek bernilai tinggi.

💖 Disiplin kecil setiap hari = Aliran prospek yang besar setiap bulan. ”

TIP
ZUZU



“Jangan tunggu prospek datang. Urus prospek yang ada, mereka yang akan datang kembali.”



Catat dengan tepat.



Urus dengan sistem.



Bina hubungan bermakna.



Beri nilai setiap hari.



Komisen adalah hasilnya!



DATABASE KUAT, BISNES TAK PERNAH SUNYI

Prospek yang diurus dengan sistem, data yang kemas dan tindakan yang konsisten akan menghasilkan jualan berkali-kali.

“Data adalah aset.
Tindakan adalah keuntungan.”



★ 5 KATEGORI DATABASE PROSPEK

- 01 BUYER SERIUS**
Sedang cari, sudah ada bajet & timeline jelas.
- 02 BUYER BERPOTENSI**
Minat tapi masih menilai, perlukan bimbingan.
- 03 INVESTOR**
Mencari ROI, cashflow, atau project resale.
- 04 OWNER (JUAL)**
Niat jual, mahu harga pasaran terbaik.
- 05 REFERRAL & NETWORK**
Lawyer, banker, kontraktor, past client & rakan.

KENALI KATEGORI = MUDAH URUS, MUDAH CLOSE.

⚙️ CARA KEMASKINI & KIRA SKOR PROSPEK

KRITERIA	SOALAN PANDUAN	SKOR (1-5)
KEPERLUAN	Seberapa kuat keperluan mereka?	1 = Lemah 5 = Sangat Kuat
KEMAMPUAN	Sejauh mana kemampuan kewangan?	1 = Lemah 5 = Sangat Kuat
KESERESAN	Bila mereka boleh buat keputusan?	1 = Lemah 5 = Sangat Kuat
KEWIBAWAAN	Adakah mereka pembuat keputusan?	1 = Lemah 5 = Sangat Kuat
KESELARASAN	Sejauh mana mereka serasi dengan anda?	1 = Lemah 5 = Sangat Kuat
JUMLAH SKOR MAKSIMUM = 25		
20 - 25 = PROSPEK HOT 13 - 19 = PROSPEK WARM 5 - 12 = PROSPEK COLD		

📋 PELAN TINDAKAN IKUT SKOR

HOT (20 - 25)
- Follow up setiap hari - Beri pilihan & solution - Atur viewing / appointment - Close dalam masa terdekat
WARM (13 - 19)
- Follow up 2-3 hari sekali - Beri info, tips & panduan - Kekal relevan & bantu nilai - Panaskan sehingga ready
COLD (5 - 12)
- Follow up mingguan - Hantar info ringan & bermanfaat - Kekal di radar, jangan push - Panaskan dari semasa ke semasa

SKOR MENENTUKAN FREKUENSI, NILAI MENENTUKAN RELASI.

📄 TEMPLATE STATUS PROSPEK

NEW	Prospek baru masuk.
ACTIVE	Sedang aktif komunikasi.
FOLLOW UP	Dalam proses follow up.
VIEWING	Telah atur viewing.
NEGOTIATION	Dalam proses rundingan.
CLOSED WON	Berjaya closing.
CLOSED LOST	Tidak menjadi (rekod sebab).
PAUSED	Tunda buat sementara.

STATUS JELAS = PROSES TERATUR.

💡 7 TIPS URUS DATABASE DENGAN BERKESAN

Rekod setiap perbualan & follow up.	Kemas kini status selepas setiap interaksi.	Label & tag ikut kategori, lokasi & bajet.	Guna nota untuk simpanan info penting.	Set reminder jangan sampai terlepas follow up.	Hantar value content secara berkala.	Review & bersihkan database setiap bulan.
--	--	---	---	---	---	--

DATABASE BERSIH + TERATUR = PRODUKTIVITI MAKSIMUM.

❌ CONTOH SEBAB CLOSED LOST

- ❌ Bajet tak cukup.
- ❌ Beli dengan ejen / agensi lain.
- ❌ Tunggu masa lebih sesuai.
- ❌ Lokasi tidak sesuai.
- ❌ Properti tidak memenuhi keperluan.
- ❌ Dokumen / loan tidak lulus.
- ❌ Lain-lain (nyatakan).

REKOD SEBAB = PELUANG PERBAIKI STRATEGI.

📝 CONTOH NOTE BERKUALITI

CONTOH NOTE LEMAH

- ❌ Minat rumah.
- ❌ Bajet 500k.
- ❌ Call nanti.
- ❌ Tunggu loan.

CONTOH NOTE BERKUALITI

- ✅ Minat rumah landed di Cheng / Bukit Katil.
- ✅ Bajet max RM500k, loan in progress (Maybank).
- ✅ Keutamaan: 4 bilik, kawasan sekolah.
- ✅ Timeline: 2 bulan, plan beli untuk 1st home.
- ✅ Follow up: WhatsApp pagi, call petang.
- ✅ Tarikh terakhir hubungi: 22/07/2026.

Ingat!
Prospek hari ini
mungkin bukan
pelanggan,
tapi mereka boleh jadi
rujukan emas esok.



NOTE DETAIL BANTU ANDA FAHAM & SERVIS LEBIH BAIK.

📖 RUMUSAN DATABASE PROSPEK

DATABASE (Data Lengkap)	+	SISTEM (Proses Teratur)	+	TINDAKAN (Follow Up Konsisten)	=	JUALAN BERKALI-KALI (Pendapatan Stabil)
-----------------------------------	---	-----------------------------------	---	--	---	---

📅 CHECKLIST BULANAN

- ✅ Kemas kini semua status prospek.
- ✅ Semak & tambah nota penting.
- ✅ Bersihkan prospek yang tidak aktif lebih 6 bulan.
- ✅ Analisis sumber prospek terbaik.
- ✅ Rancang tindakan & target bulan seterusnya.

TARGET ANDA BULAN INI

Prospek Baru : _____
Appointment : _____
Viewing : _____
Closing : _____

TIP
ZUZU



“Jangan kumpul prospek,
kumpul dan jaga hubungan.
Itu bezanya ejen biasa &
ejen yang berjaya.”



Prospek hari ini,
pelanggan esok.



Komunikasi
kekalkan hubungan.



Konsisten kecil
hasil besar.



Fokus pada
prospek berkualiti.



Nilai yang diberi,
nilai yang diterima.



KONSISTENSI =
ALIRAN TAK PUTUS

Prospek bukan datang sekali dua.
Ia datang bila anda sentiasa ada di radar mereka.
Bangunkan sistem harian yang kecil,
tapi dibuat setiap hari.

“Bukan yang paling pandai akan menang,
tapi yang paling konsisten akan dapat
prospek paling banyak.”

★ FORMULA KONSISTENSI PROSPEK

TARGET
JelasTINDAKAN
Setiap HariUKURAN
MingguanPENAMBAHBAIKAN
Berterusan

→ ALIRAN PROSPEK KONSISTEN

- ✓ Target tanpa tindakan = angan-angan.
- ✓ Tindakan tanpa ukuran = kerja sia-sia.
- ✓ Ukuran tanpa tindakan susulan = tiada perubahan.
- ✓ Penambahbaikan tanpa disiplin = kembali ke titik asal.

📅 SISTEM 90 HARI PROSPEK POWER

HARI
1-30

BINA & KUMPUL

- Kumpul sebanyak mungkin prospek.
- Aktif di semua saluran.
- Fokus tambah database.

SASARAN: 100-200 prospek baru

HARI
31-60

URUS & PUPUK

- Kemas kini, label & skor prospek.
- Follow up berstruktur.
- Bangunkan hubungan.

SASARAN: 30-50 temujanji

HARI
61-90

TUKAR & TUTUP

- Fokus pada prospek panas.
- Berikan penyelesaian & bantu buat keputusan.
- Close & dapatkan referral.

SASARAN: 3-8 closing (ikut pasaran)

★ SISTEM HARI INI MENENTUKAN HASIL 90 HARI AKAN DATANG.

✓ AKTIVITI HARIAN BERIMPAK (CADANGAN MINIMUM)



Reply & Follow Up

SASARAN HARIAN

15 – 20 prospek



Prospek Baru

10 – 15 prospek



Panggilan

10 – 15 panggilan



Kongsi Info / Konten

5 – 10 kali



Atur Temujanji

1 – 2 temujanji



Kemas Kini Database

15 minit

LAKUKAN SETIAP HARI, BIAR KECIL
ASALKAN BERTERUSAN.

★ 3 PRINSIP FOKUS PROSPEK

01

FOKUS KEPADA PROSES,
BUKAN HASILKawal apa yang anda boleh kawal.
Proses betul, hasil akan ikut.

02

FOKUS KEPADA NILAI,
BUKAN JUALANBantu dulu, jual kemudian.
Nilai yang anda beri, kepercayaan
akan terbina.

03

FOKUS KEPADA ORANG,
BUKAN TRANSAKSIIngat nama, cerita & keperluan mereka.
Hubungan lama = peluang baru.PROSPEK IKUT SISTEM,
JUALAN IKUT KUALITI HUBUNGAN.

👉 MASTER FOLLOW UP FRAMEWORK (6 SENTUHAN EMAS)

1

SENTUHAN 1 (HARI 1)

Maklum balas pantas
& ucap terima kasih.TUJUAN
Bina hubungan &
percaya awal

2

SENTUHAN 2 (HARI 2-3)

Hantar info pilihan
& tanya pendapat.Teruskan perbualan
& faham kehendak

3

SENTUHAN 3 (HARI 5-7)

Cadangkan pilihan sesuai
& beri nilai tambah.Bantu mereka
buat keputusan

4

SENTUHAN 4 (HARI 10-14)

Check in santai &
hantar info baru.Kekal di radar,
elak dilupakan

5

SENTUHAN 5 (HARI 21-30)

Tanya perkembangan &
berikan help yang relevan.Tunjukkan anda
masih ambil berat

6

SENTUHAN 6 (HARI 45-60)

Berikan tawaran / peluang khas
& ajak bertemu.Tutup dengan
temujanji / closing

★ 6 SENTUHAN EMAS > JANGAN GIVE UP > JANGAN TERLALU KERAP

💬 SENARIO FOLLOW UP & CONTOH AYAT

Prospect
senyap"Hai Encik/ Puan, harap semuanya baik.
Masih mencari rumah ya? Kalau ada apa-apa
kebayangan saya bantu."Prospect
bajet"Saya faham bajet masih penting.
Nak saya bantu cari pilihan terbaik dalam bajet
anda sekarang?"Prospect
ragu-ragu"Boleh saya tahu apa yang buat anda masih
ragu-ragu? Saya nak pastikan semua klar
sebelum anda buat keputusan."Prospect
banding
banyak unit"Memang bagus banding banyak pilihan.
Saya boleh ringkaskan 3 terbaik yang paling
sesuai ikut kriteria anda."Prospect
belum
ready beli"Tak apa, tak perlu tergesa-gesa.
Kalau begitu, saya akan update info terbaik
daripada masa ke masa ya."

TIPS PENTING

- ★ Follow up dengan nilai,
bukan tekanan.
- ★ Guna ayat mudah,
santai & ikhlas.
- ★ Catat setiap interaksi
supaya tidak ulang
soalan yang sama.
- ★ Bersabar, konsisten
& jangan putus asa.



⚠️ ELAK 7 PERANGKAP PROSPEK

- 01 Kumpul tapi tak urus.
- 02 Tak follow up langsung.
- 03 Hanya fokus pada prospek panas.
- 04 Terlalu pushy & jualan agresif.
- 05 Tidak catat maklumat penting.
- 06 Tidak segmentasikan prospek.
- 07 Menyerah terlalu awal.

Bina sistem,
bukan sekadar
kumpul nombor.
Urus & urutkan
prospek seperti
anda urus aset
perniagaan.



📈 UKUR, SEMAK, TINGKATKAN

JUMLAH
PROSPEK BARUSasaran Bulanan
≥ 300TEMUJANJI
DISETSasaran Bulanan
≥ 60

CLOSING

Sasaran Bulanan
≥ 5 – 10

REFERRAL

Sasaran Bulanan
≥ 3

SEMAK SETIAP MINGGU → ANALISIS → TINDAKAN → ULANG LAGI

INGAT SELALU!

- ✓ Prospek berkualiti
bukan datang sendiri.
- ✓ Konsisten hari ini,
keberkatan esok hari.
- ✓ Sistem yang betul
buatkan kerja lebih
mudah & hasil
lebih besar.

RUMUSAN
BAB 3Tentukan sumber
& kumpul prospek
setiap hari.Tapis & label
prospek untuk
fokus yang tepat.Tukar prospek
kepada temujanji
dengan sistem.Urus database
dengan disiplin
dan berkesan.Konsisten setiap hari,
aliran prospek
tak akan putus.

💡 TIP ZUZU

Disiplin kecil hari ini,
menjadi komisen
besar esok!



BONUS LAMPIRAN

BORANG PRAKTIKAL UNTUK E(J)EN BERPRESTASI TINGGI.

BONUS 1

BORANG DIAGNOSIS BUYER

TUJUAN: Digunakan selepas viewing untuk menilai tahap kesediaan buyer.

MAKLUMAT BUYER

Nama : _____
Tarikh : _____
Jenis Hartanah : _____
Lokasi : _____
Bajet : _____

KEPERLUAN BUYER

- ☐ Duduk sendiri
- ☐ Pelaburan
- ☐ Rumah pertama
- ☐ Upgrade rumah
- ☐ Downsize
- ☐ Lain-lain: _____

BUYING SIGNALS

- ☐ Ambil gambar
- ☐ Ukur ruang
- ☐ Telefon pasangan
- ☐ Tanya loan
- ☐ Tanya kos guaman
- ☐ Tanya proses booking
- ☐ Tengok kawasan
- ☐ Buka kabinet
- ☐ Tinjau parking
- ☐ Datang bersama keluarga

HALANGAN BUYER

- ☐ Bajet
- ☐ Loan
- ☐ Pasangan
- ☐ Lokasi
- ☐ Masa
- ☐ Masih survey
- ☐ Lain-lain: _____

TAHAP KESEDIAAN

PANAS

Sedia untuk membuat keputusan.

☐

SEDERHANA

Masih perlukan maklumat & keyakinan.

☐

SEJUK

Masih di fasa survey dan bandingkan.

☐

NEXT ACTION / TINDAKAN SETERUSNYA

- _____
- _____
- _____

“Catat, faham, dan bertindak. Di sinilah jualan bermula.”

BONUS 2

BORANG VIEWING

Tarikh : _____ Owner : _____
Buyer : _____ Property : _____

SEBELUM VIEWING (PERSIAPAN)



Rumah bersih

☐


Lampu dibuka

☐


Tingkap dibuka

☐


Dokumen siap

☐


Kunci tersedia

☐


Parking disemak

☐


Route dirancang

☐

SEMASA VIEWING



Mulakan di luar rumah



Tanya keperluan buyer



Ceritakan gaya hidup & kelebihan rumah



Jangan terlalu banyak bercakap



Observe buying signal



Handle objection dengan baik



Libatkan semua ahli keluarga



Rumuskan di akhir viewing

SELEPAS VIEWING



Hantar WhatsApp terima kasih

☐


Hantar pilihan lain jika sesuai

☐


Update CRM / Database

☐


Set follow up (Next Action)

☐

NOTA PENTING

Pengalaman viewing yang baik = peluang closing yang tinggi.

TIP ZUZU

Jangan hanya tunjuk rumah. Bantu buyer bayangkan hidup mereka di dalamnya.

BONUS 3



PROSPECT TRACKER

TARIKH	NAMA PROSPEK	STATUS			SUMBER	FOLLOW UP SETERUSNYA	APPOINTMENT (Y/N)	CLOSING (Y/N)	CATATAN
		HOT	WARM	COLD					
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	
		☐	☐	☐			☐	☐	

STATUS PROSPEK

- ★ **HOT** = Buyer serius & sedia membuat keputusan.
- ★ **WARM** = Berminat, masih perlukan maklumat / keyakinan.
- ★ **COLD** = Masih survey / belum bersedia.

INGAT!

Database yang terus hari ini, akan hasilkan jualan esok dan lusa.

“Setiap prospek hari ini, adalah jualan masa depan.”

BONUS 4



WEEKLY PERFORMANCE REVIEW

AKTIVITI MINGGUAN



PROSPEK BARU



APPOINTMENT



VIEWING



CLOSING



REFERRAL



APA YANG BERJAYA MINGGU INI?

- _____
- _____
- _____



APA YANG PERLU DIBAIKI?

- _____
- _____
- _____



FOKUS MINGGU HADAPAN

- _____
- _____
- _____



TEKAD MINGGU INI!

“Saya fokus pada aktiviti yang betul, dan serahkan hasil kepada usaha yang konsisten.”