
JAK PRODAT NEMOVITOST ZA NEJVYŠŠÍ CENU



Monika Maděrová
Realitní makléřka

PROČ VZNIKL TENTO E-BOOK

Dobrý den, mé jméno je Monika Maděrová a pracuji jako realitní makléřka ve společnosti RE/MAX 4 you v Žatci. Již několik let se zajímám o investování. K nemovitostem mám vztah již od studií na Stavební fakultě v Praze. Po studiích jsem dále pokračovala v oboru „Odhady cen nemovitostí“ a i to bylo jedním z důvodů, proč jsem si profesi makléře vybrala.

Prodej nemovitosti pro většinu lidí patří k jednomu z největších životních rozhodnutí. Není to časově ani emočně jednoduchá záležitost a přináší s sebou řadu možných rizik, která mohou prodej zkomplikovat nebo v horších případech i znemožnit.

Za těch několik let v realitním byznysu jsem se setkala s mnoha lidmi, kteří si chtěli nemovitost prodávat sami, ale zjistila jsem, že chyby, které ostatní dělají při prodeji nemovitostí, se stále opakují a bohužel nedělají je pouze sami majitelé prodávaných nemovitostí nýbrž i takzvaní “profíci” od kterých očekáváte veškerý právní servis a hlavně rychlý prodej za co nejvyšší cenu. Místo toho, aby se prodeji Vaší nemovitosti plně věnovali “hodí” nabídku na internet na pár neplacených realitních serverů a čekají, kdo se jim ozve. Potom se opravdu není co divit, že někteří lidé preferují samoprodej a nechtějí platit provizi za služby, které nedostaly, anebo dostaly ale v mizerné kvalitě. Toto zjištění mne donutilo se odhodlat k napsání tohoto e-booku, abych Vám ukázala, co vše je možné udělat pro to, aby se ta Vaše **nemovitost prodala v krátkém čase za co nejvyšší cenu**. Pokud Vám tato kniha pomůže k prodeji, budu velice ráda, když mi napíšete. A pokud nepomůže, určitě mne také **kontaktujte**, zamyslíme se společně nad tím, kde je ten zádrhel.

OBSAH

V knize se zaměřím na **marketing pro prodej** Vaší nemovitosti aneb jak přilákat toho pravého kupujícího na Vaši nemovitost.

MARKETING PRO PRODEJ VAŠÍ NEMOVITOSTI

Jak jsem naznačovala již v úvodu většina lidí “hodí” na internet na několik neplacených serverů inzerát s nabídkou své nemovitosti. Sednou si doma a čekají a čekají a čekají.



Za chvíli „hurá“, zvoní telefon. „To bude určitě zájemce o můj byt“. „Dobrý den, tady pan XY z realitní kanceláře YX“ se ozve z Vašeho telefonu. „My Vám ten Váš byt rychle prodáme“. „Děkuji Vám za ochotu, ale byt si prodám sám. Přece Vám nebudu platit provizi.“ Odpovíte a slušně se rozloučíte.

Po chvíli následuje další telefon. „Že by už teď konečně ten kupující?“ Bohužel opět se ze sluchátka ozve „Tady YZ z YZ“. „ Ne děkuji, já realitku nechci, neshledanou“

Po 14ti dnech a po odmítnutí desítek realitních makléřů je ticho. Nikdo už nevolá. Nic se neděje. Jste nervózní, že nevolal žádný přímý zájemce o Váš byt. Je toto Váš případ? Vidíte se v tom?

Čtěte dál, jak to napravit.

Svým klientům vždy říkám: „**Začínám tam, kde ostatní realitní makléři většinou končí.**“ A to je právě prezentací nemovitosti na realitních serverech. Vaše nemovitost musí být jako krásný dortík přímo k nakousnutí.

Zamysleli jste se nad tím, jak byste postupovali Vy sami při koupi nemovitosti? Hledali byste nabídky na “zapadlých” neplacených realitních serverech nebo byste navštívili ty

nejznámější a hledali nemovitosti tam? Dle statistik samoprodejců prodají v průměru nemovitosti o 5 – 10 procent levněji, než realitní kanceláře. Proč to tak je?

Většina samoprodejců nechce do inzerce nemovitosti investovat, proto inzeruje na neplacených serverech. Vyhledávání takovýchto nemovitostí bývá pro kupující velmi časově náročné a většina to stejně nakonec vzdá a sleduje již jen velké servery typu S reality atd. Zůstanou jen ti, kteří **hlavně řeší cenu**, protože vědí, že se samoprodejcem se jim bude mnohem snáze vyjednávat o ceně, než při vyjednávání přes prostředníka. Zkuste někdy odmítnout někoho, kdo vás o něco žádá na přímo a potom někoho, kdo vás o něco žádá přes prostředníka. Cítíte v tom rozdíl? Takže je důležité cílit i na ty, pro které není cena tím nejdůležitějším faktorem.

Vzijte se tedy do chování člověka, který hledá nemovitost, a kterého musíte prezentací zaujmout. Správná realitní kancelář bude inzerovat Vaši nemovitost na nejnavštěvovanějších realitních serverech. Pokud chcete prodávat nemovitost svépomocí, doporučuji to samé i Vám.

I když Vás to může stát desítky korun denně, zaměřte se na nejnavštěvovanější realitní servery. Prezentace Vaší nemovitosti musí být vidět.

Dala jsem si práci a udělala přehled, **z jakých serverů mi nejvíce přicházejí zájemci**. Viz graf níže.



STANOVENÍ REÁLNÉ TRŽNÍ CENY

Ještě před samotnou prezentací na realitních serverech je potřeba nastavit **správnou tržní cenu** nemovitosti. Klienti mi často říkají: „Zkusíme to nabídnout za vyšší cenu. Vždy přeci můžeme jít s cenou dolů.“ To je sice pravda. Vždy můžete jít s cenou dolů. Spíše pak i musíte, protože Vaše předražená nemovitost je již “okoukaná”. Lidé si myslí, že je s ní něco špatně, když se už tak dlouho prodává a nikdo ji nechce.

Často **i po razantní slevě o takovéto nemovitosti není zájem**. Pokud majitelé chtějí opravdu nemovitost prodat, jsou v takovémto případě nuceni jít hluboko pod tržní cenu nemovitosti.

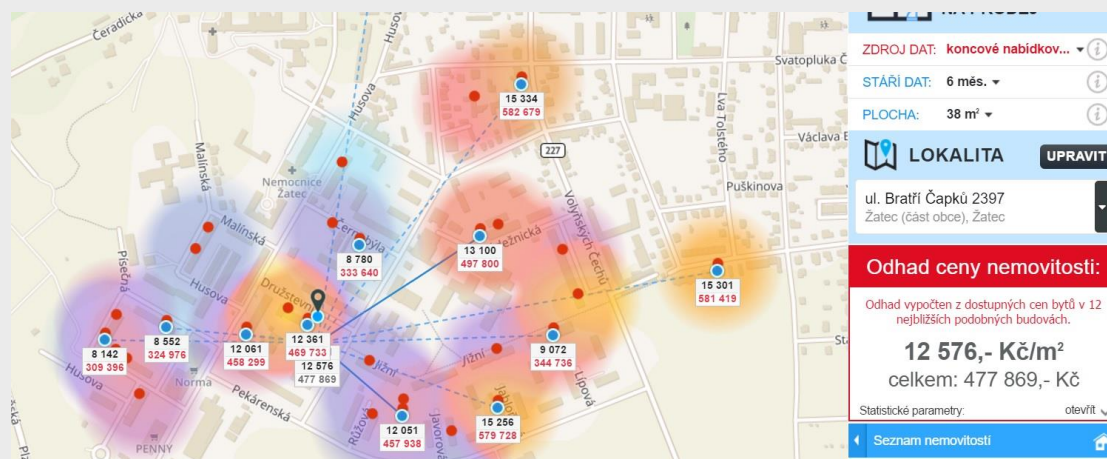


V dnešní době internetu, se Vám již těžko stane, že se objeví vysněný kupec, který Vaši nemovitost koupí za jakoukoliv cenu. Ať chceme, či nechceme, žijeme v době konkurence a Vaši konkurencí jsou nemovitosti nabízené ve Vašem okolí. **Správně nastavená tržní cena je tedy základ úspěšného prodeje.**

Většina cenových map na internetu neudává správné informace a nabídkové ceny na realitních portálech obvykle zobrazují spíše zbožná přání prodávajících, než skutečnou prodejní cenu. Jak tedy určit správnou tržní cenu nemovitosti? Doporučuji Vám zjistit si ceny podobných nemovitostí prodaných za posledních 12 měsíců v okolí. Ještě jednou zdůrazňuji **PRODANÝCH** nemovitostí. Nejlepší informace získáte od majitelů nebo realitních makléřů, kteří podobné nemovitosti v dané lokalitě prodali nebo aktuálně nabízí. Zeptejte se jich, jak dlouho se daná nemovitost prodává a jak se prodej vyvíjí. Kolik dostali cenových nabídek, v jaké výši atd.

Já například mám přístup k cenám z katastru nemovitostí. Jsou to ceny, které jsou uvedené přímo v kupních smlouvách, tedy přímé prodejní. Tyto ceny se v mnoha případech výrazně liší od cen, které vidíte jako nabídkové na internetu. Pokud budete mít zájem, zavolejte mi a já Vám cenovou mapu pro Vaši oblast připravím.

Cenová mapa může vypadat např. takto:



PŘÍPRAVA NEMOVITOSTI K PRODEJI

Ještě než svou nemovitost začnete nabízet, je dobré ji **na prodej důkladně připravit**. I v realitách platí, že klienti kupují očima. Je důležité, aby kupující z prohlídky měli příjemný dojem a uměli si představit, že jsou ve vašem bytě doma. Při finálním rozhodnutí volí většina kupujících mezi podobnými nemovitostmi – v té chvíli už hrají svou roli i zdánlivé maličkosti.

S velkým úklidem rozhodně nečekejte na stěhování. **Přebytečné věci** a kusy starého nábytku, které již nepoužíváte a chcete je vyhodit, **vyklidte ještě před prodejem**. Nemovitost pak působí vzdušněji a čistěji. Opravte prasklinky v omítce, přemalujte mapy na stěnách, vyčistěte koberec, vyměňte prasklé žárovky, dotáhněte volné kliky u dveří apod. Jsou to drobnosti, které vás příliš nestojí, ale vyplatí se. Není nic horšího, pokud zájemce o nemovitost při prohlídce otevře okno a klíčka mu zůstane v ruce.

Před prohlídkou vždy pečlivě **uklidte a vyvětrejte**. Roztáhněte závěsy, vytáhněte žaluzie a rozsviňte. Špatný první dojem už později nenapravíte. Schovejte také osobní předměty. Zbytečně rozptylují pozornost. Není cílem prohlídky, aby si kupující pamatovali vaši krásnou fotku z dovolené, nebo že používáte stejný šampon jako oni. Raději ať jim zůstane v paměti úžasný výhled do parku, nebo to, že je v ložnici místo i na postýlku.

To samé platí i o přípravě nemovitosti pro focení. **Fotěte VŽDY foťákem** s vysokým rozlišením a širokoúhlým objektivem. Fotky z mobilu nikoho moc nezaujмут. Vžijte se do situace kupujících, kteří chtějí koupit nemovitost podle svých představ. V množství inzerátů, které jsou dnes na internetu, kupující nemají čas chodit na prohlídky všech nabízených nemovitostí, proto je musíte fotografiemi již zaujmout. Inzeráty bez fotografií, nebo s nekvalitními

fotografiemi vyhledávají zejména investoři, kterým jde zejména o to, aby koupili co nejlevněji. Vědí, že s takovouto prezentací nebudete mít mnoho zájemců a toho chtějí využít a přitlačit vás k výrazné slevě.

Při samotné prohlídce buďte věcní. Není třeba se s potencionálními kupci přátelit a zvat je na kávu. S největší pravděpodobností je už nikdy neuvídíte. Přišli si prohlédnout nemovitost – svůj budoucí domov. Nevyprávějte o sobě! Snažte se zjistit jejich potřeby a podle toho zdůrazněte výhody, které jsou pro ně podstatné. Paní hledající menší byt na stáří bude zajímat, jak daleko je obchod a lékař, případně, že zadní vchod domu je bezbariérový. Naopak informace o tom, že se do výtahu vejde i velký kočárek, je pro ni bezvýznamná.



PRODEJNÍ PLACHTA

Pár nemovitostí se mi také podařilo prodat jen díky prodejní plachtě. I když jsem použila veškeré marketingové nástroje, klienti volali u některých nemovitostí pouze na plachtu. Zde cílíme zejména na kupující, kteří nehledají nemovitost akutně, tedy neprocházejí realitní servery.

Znáte to. Jedete autem kolem domu, kde visí plachta s nápisem: „NA PRODEJ“ a už Vám to šrotuje hlavou: „Toto je dobrá lokalita. To by se mohlo líbit mému kamarádovi Frantovi, který něco podobného hledá. Musím mu o tom říct.“ nebo „Tady by se mi líbilo bydlet. Kolik to asi může stát?“

Samozřejmě, že se Vám může stát, že Vám zavolají i zvědavci a místní drbny, kteří prostě musí mít přehled, co se kolem nich děje. I to Vám ovšem nahrává do karet. Není nic lepšího, než když se o prodeji Vašeho domu dozví všichni kolem.



RE/MAX 4 you

☎ **776 774 723**

**NEMOVITOST
NA PRODEJ**

monika.madero-remax.cz

VIDEO K NEMOVITOSTI, VIDEOPREZENTACE

Dnes jsou již běžně k vidění tzv. "virtuální prohlídky", které umožňují prohlédnout si určitý objekt pomocí precizně seskládaných fotografií. Takovéto prohlídky můžeme vidět např. při prezentaci automobilů na internetu. **Videoprohlídka** slouží v podstatě ke stejnému účelu, ovšem není nutné se po objektu pohybovat pomocí někdy dosti krkolomných šipek. Tento pohyb za Vás totiž vykoná kameraman, který celý objekt projde a zdokumentuje pomocí videa. Na vás už je potom pouze toto video spustit a prohlédnout si vše jako při osobní návštěvě.



V dnešní době kupují nemovitosti většinou mladí lidé, kteří se osamostatňují od rodičů a nebo čekají přírůstek do rodiny. Tato generace poznamenaná počítači, tablety, chytrými telefony, internetem a všemožnými dalšími technickými vymoženostmi má již jiné návyky při hledání nemovitostí. Této generaci je již milejší napsat email nebo zprávu na Facebooku než zvednout telefon a zeptat se na nemovitost osobně. Samozřejmě je i pohodlnější se na prohlídku nemovitosti mohou "vypravit" v županu a v bačkorách z pohodlí svého domova. Toto je jeden z důvodů proč k nemovitostem zpracovávám videoprohlídky. Druhým neméně důležitým důvodem je odlišení se od konkurence. Je statisticky potvrzené, že nemovitosti,

Ing. Monika Maděrová – jak prodat nemovitost za nejvyšší cenu
www.madero-remax.cz

kteří mají kromě fotografií také videoprohlídku, jsou na serverech **více navštěvované** a rozklikávané. Velké realitní servery tyto inzeráty upřednostňují a takové inzeráty jsou také mnohem více vyhledávané ve vyhledávačích.

Zamyslete se, kterou nemovitost si na realitním serveru by, jste rozklikli jako první, když byste viděli 10 podobných nabídek za podobnou cenu? Myslím, že kliknete na tu s videem. A čím více se lidí na inzerát podívá, tím větší šance je, že se mezi nimi najde ten, který Vaši nemovitost koupí.

Podívejte se na jednu takovou video prohlídku, kterou jsem zhotovila pro podporu pronájmu kancelářských prostor.

<https://www.youtube.com/watch?v=Yw0KsCXsEX0&nohtml5=False>

DALŠÍ DŮLEŽITÉ AKTIVITY, KTERÉ PODPORÍ PRODEJ

Oslovení poptávajících klientů

Oslovení poptávajících klientů si jako samoprodejci bohužel nijak nejspíše zajistit nemůžete. Mám na mysli přímé oslovení klienta, který hledá stejnou nemovitost, kterou aktuálně prodáváte.

Každá větší realitní kancelář či realitní síť kancelářů má velkou databázi aktuálních poptávajících klientů. V RE/MAXu máme propojený systém, kam každý z 1200 makléřů umísťuje své poptávky. Není výjimkou, že makléř např. z Prahy má poptávajícího klienta pro nemovitost i v Lounském okrese, zejména u větších a dražších nemovitostí.

A tyto poptávající klienti se poté automaticky párují s aktuálně přidanými nabídkami.

V praxi to znamená, že jakmile zadám novou nabídku nemovitosti do našeho systému, kolegům, kteří mají na stejnou nemovitost dle parametrů poptávajícího klienta, hned moje nabídka vyskočí a svému klientovi Vaši nemovitost mohou hned nabídnout.

Oslovení přátel, známých a obchodních partnerů

Zabývali jsme se oslovením poptávajících klientů, ale doporučuji Vám také samozřejmě oslovit i všechny lidi kolem sebe, kteří nemovitost nepoptávají. Je potřeba, aby každý o Vaši nemovitosti věděl, může mít známého, který přesně takovou nemovitost hledá. Využijte k tomu všechny možné prostředky.

Ing. Monika Maděrová – jak prodat nemovitost za nejvyšší cenu
www.maderova-remax.cz

Roznos letáčků v oblasti

I roznos letáčků je velmi efektivní způsob prodeje. Mnoho lidí, kteří bydlí v určité oblasti a mají známé, kteří mají zájem v této oblasti také bydlet.

Tak a nyní víte o marketingu nemovitosti skoro vše. Pokud si s něčím nejste jisti, nebo chcete s některou z prezentací pomoci, určitě mne kontaktujte a **domluvte si konzultaci ZDARMA.**



Ing. Monika Maděrová

Tel. 776 774 723

monika.maderova@re-max.cz

Tip: Jak vybrat realitního makléře a jiné užitečné informace se dozvíte na mých stránkách www.monikamaderova.cz