



Tip č. 24 Proč by měli prodávající realizovat vaše doporučení ohledně prodeje?

V podstatě každý z realitních makléřů svým prodávajícím vždy doporučuje, co oni sami mohou udělat pro úspěšnější prodej. Někdy se jistě i vy pokoušíte přimět své prodávající k tomu, aby např. před prohlídkami vyvětrali a měli uklizeno, jindy zase aby častěji sekali zahradu nebo aby třeba nechali před prodejem opravit garážová vrata či plot. Vy sami víte, že tyto „drobnosti“ mají mnohdy zásadní vliv na prodej (resp. na prodejní cenu). **Proč vás ale ti prodávající mnohdy neposlouchají?**

Možná to znáte sami:

Makléř: „*Pane prodávající, bylo by bezvadné, pokud byste v průběhu prodeje mohli sekat zahradu, takhle zarostlá není moc hezká.*“

Prodávající: „*Proč, vždyť už to prodávám?*“

Makléř: „*No, hezky upravená zahrada může mít vliv na prodejní cenu.*“

Prodávající: „*Když já mám rozbitou sekačku a určitě nebudu kupovat za tisíce novou teď, když to prodávám.*“

Makléř: „*Tak uvidíme, snad to nikdo nebude moc řešit...*“

Vy sami nejlépe víte, že taková **drobnost**, jakou je např. zanedbaná zahrada, **má velký vliv na rozhodování potenciálních zájemců** a tím i na konečnou prodejní cenu. Je zvláštní, že třeba právě takovýto prodávající dá zcela jistě při prodeji své staré Škody Fabie do interiéru vanilkový stromeček za vidinou lepšího prodeje. Proč ale není ochoten investovat třeba 1.500 Kč do sekačky, když by rozdíl v prodejní ceně mohl (měl) být v řádech desetitisíců? **Třeba mu to někdo dostatečně nevysvětlil...**

Tak co s tím? Můžete samozřejmě svým prodávajícím dávat rady a doporučení a pak se dívat, jak je to vlastně nezajímá. Nebo si třeba vyhotovte nějaký univerzální dokument „**doporučení ohledně prodeje**“ (stačí A4) a ten předávejte všem svým prodávajícím po náboru zakázky; proberte to s nimi a trvejte na tom, aby vaše doporučení realizovali. A co by takový „papír“ např. mohl obsahovat?

Doporučení ohledně prodeje Vaší nemovitosti

První dojem, který máme z někoho nebo z něčeho, je často ten nejdůležitější. Proto je nutné, aby i Vaše nemovitost zanechala v zájemcích ten nejlepší dojem. Dovolím si tedy z naší dlouholeté zkušenosti navrhnout:

- Čisté byty či domy se prodávají rychleji a za vyšší cenu. Místnosti by tedy měly působit uklizeným (prostorným) dojmem; dále je např. přínosné, když i v ložnici kupujícího uvítá čistě povlečená a ustlaná postel.

- Odstraňte z pracovní plochy kuchyňské linky nádobí, kávovar atp. Chceme kupujícím ukázat, jak praktická a prostorná je Vaše kuchyně. Pamatujte, že rozhodující slovo při koupi nemovitosti má často manželka.

- V koupelně by nemělo viset sušící se prádlo a kolem vany a umyvadla by nemělo být mnoho lahviček šampónů; budeme se snažit prezentovat tuto místnost jako čistou, voňavou a prostornou.

- Pokud máte hezký výhled z oken, roztáhněte před denní prohlídkou záclony; ukažte kupujícím krásu, do které se budou moci dívat - klienti často kupují právě lokalitu a výhled. Bude-li prohlídka



naopak probíhat ve večerních hodinách, rozsviňte před prohlídkou všechna světla - chceme navodit atmosféru příjemného, útulného domova.

- Ne každý nekuřák bude ochoten přejít vůni Vašich cigaret. Naštěstí je před prohlídkou možné obytné prostory vyvětrat a příp. provonět. Kupující se mnohdy rozhodují nejen na věcném či vizuálním základě, ale mnohdy spíše na pocitovém...

- Věříme, že Vaši domácí miláčci jsou důležitými členy rodiny, ale ne každý kupující zvířátka miluje a někteří jsou na ně i alergičtí. Pošlete některého z Vaší rodiny v průběhu prohlídky s pejskem na procházku; pejsek Vám bude vděčný a kupující možná také.

a mnoho dalšího...

Pokuste se vytvořit z Vaší nemovitosti oázu klidu a pohody. Pokud se do Vaší nemovitosti zájemci zamilují, budou ochotni přehlédnout i některé drobné nedostatky.

Váš Realitní makléř

Možná je jedno, jestli přimějete vaše prodávající k tomu, aby např. před prohlídkami pouze vyvětrali a měli uklizeno, aby častěji sekali zahradu nebo aby třeba nechali před prodejem opravit garážová vrata či plot. Podstatnější je to, abyste si u každé své zakázky mohli **upřímně říci**: „*Také u této nemovitosti jsem udělal vše pro to, aby se mohla prodat za co nejvíce*“. Protože jen vy víte, že vaše „doporučení ohledně prodeje“ mají na prodej zcela zásadní vliv...

**K čemu může být dobré, pokud budete u každé zakázky
trvat na realizaci vašich doporučení ohledně prodeje?**