



STUDIJNÍ MATERIÁL

REALITNÍ MAKLÉŘ

PRAKTICKÝ PRŮVODCE

PRACOVNÍMI POSTUPY,
PRODEJNÍMI TECHNIKAMI
A LISTINNOU STRÁNKOU
PRÁCE V REALITÁCH





OBSAH

PRACOVNÍ POSTUPY REALITNÍHO MAKLÉŘE	3-11
-------------------------------------	------

NÁBOROVÁ FÁZE REALITNÍ ČINNOSTI

ARK TROJÚHELNÍK, OBECNÁ PRAVIDLA	15
JAKÉ KLIENTY CHCEME ZÍSKAT?	16
JAKÝ DOJEM VYTVÁŘÍTE PO TELEFONU?	17
TECHNIKA EFEKTIVNÍHO TELEFONOVÁNÍ	18
NÁBOROVÉ JEDNÁNÍ JAKO PREZENTACE	20
JAK UDĚLAT Z VAŠÍ NABÍDKY ZAJÍMAVOU	21
ZÁSADY ÚSPĚŠNÉHO VYJEDNAVAČE PŘI NÁBORU	22
ZÁJMY A POSTOJE	23
PROČ PRODÁVAJÍCÍ SPOLUPRACUJÍ S REALITNÍ KANCELÁŘÍ?	24
OBCHODNÍ DOVEDNOSTI VYUŽITELNÉ PŘI NÁBORU	25
JAK ZAJISTIT, ABY EXKLUZIVITA ZAPŮSOBILA?	27
ROČNÍ A TÝDENNÍ PLÁN MAKLÉŘE	28
STATISTIKY, POPIS ŠESTI STAVŮ	29

PRODEJNÍ FÁZE REALITNÍ ČINNOSTI

PRODEJNÍ CENY A-B-C	37
NEJDŮLEŽITĚJŠÍ ZÁSADY PRO JEDNÁNÍ S LIDMI	38
STATISTIKA NÁBOROVÝCH A PRODEJNÍCH AKTIVIT	39
SLOŽKA – ZAKÁZKA	40
ÚKOLNÍK PRODEJNÍCH AKTIVIT	41
MARKETINGOVÝ PLÁN MAKLÉŘE	42
DOPORUČENÍ OHLEDNĚ PRODEJE NEMOVITOSTÍ	43



ZDRAVICE A DOPISOVÉ AKCE	44
PRVNÍ KONTAKT SE ZÁJEMCEM	47
TECHNIKA TELEFONOVÁNÍ SE ZÁJEMCEM	48
KVALIFIKACE ZÁJEMCE (KUPUJÍCÍHO)	49
ZJIŠTĚNÍ DŮVODŮ KOUPE A PŘEDSTAVENÍ NABÍDKY	50
ROZDÍL MEZI INVESTICÍ DO NEMOVITOSTI A BANKOU	51

OBCHODNÍ DOVEDNOSTI V REALITNÍ PRAXI

TEORIE VYJEDNÁVÁNÍ	55
TŘI KROKY K ASERTIVITĚ	56
VERBÁLNÍ A NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE	57
ASERTIVNÍ DOVEDNOSTI	58
EFEKTIVNÍ JEDNÁNÍ, LOVEC A FARMÁŘ	59
ODDĚLTE LIDI OD PROBLÉMU	60
KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI	62
DRUHY A POPIS PRODEJNÍCH TECHNIK	64
CHYBY V KOMUNIKACI, STRATEGICKÉ CHYBY	68
VYBRANÉ ZÁSADY PRODEJE NEMOVITOSTÍ	69

LISTINNÁ STRÁNKA REALITNÍ ČINNOSTI

SAZEBNÍK REALITNÍCH SLUŽEB	73
EXKLUZIVNÍ SMLOUVA PŘI ZPROSTŘEDKOVÁNÍ PRODEJE	74
NEEXKLUZIVNÍ SMLOUVA (FORMULÁŘOVÁ)	77
OBJEDNÁVKY REALITNÍCH SLUŽEB	79
DODATEK KE ZPROSTŘEDKOVATELSKÉ SMLOUVĚ	81
OBJEDNÁVKA SLUŽEB PŘI ZAJIŠTĚNÍ KOUPE (S PROVIZÍ)	82
SMLOUVA O REFERENCI S DOPORUČITELEM ZAKÁZKY	83
POTVRZENÍ O PŘEVZETÍ INFORMACÍ	84



REZERVAČNÍ SMLOUVA	87
PROHLÁŠENÍ KUPUJÍCÍHO PŘI REZERVACI (IDENTIFIKACE A KONTROLA)	89
POTVRZENÍ REZERVACE S PRODÁVAJÍCÍM	90
DOHODA O UKONČENÍ SPOLUPRÁCE S PRODÁVAJÍCÍM	92
SMLOUVA O BUDOUCÍ KUPNÍ SMLOUVĚ	93
KUPNÍ SMLOUVA O PŘEVODU NEMOVITOSTÍ	95
SMLOUVA O NÁJMU BYTU	99
DOHODA O PŘEVODU DRUŽSTEVNÍHO PODÍLU (BYTU)	101
DOHODA O FINANČNÍM VYPOŘÁDÁNÍ PŘI PŘEVODU DR.BYTU	103
DOHODA O ÚSCHOVĚ KUPNÍ CENY	104
SYSTÉM VNITŘNÍCH ZÁSAD PODLE AML ZÁKONA	106
PŘEDÁVACÍ PROTOKOL A PROŠKOLENÍ MAKLÉŘE	117

TÝM A TÝMOVÁ PRÁCE

ROLE V TÝMU	121
SLABÉ A SILNÉ STRÁNKY OSOBNOSTI	124
PROČ SE LIDÉ NEMOHOU A NEDOKÁŽOU DOMLUVIT?	125

TIPY PRO PODPORU REALITNÍHO BYZNYSU

JAKÁ NEBEZPEČÍ SKRÝVAJÍ MNOHÉ MANUÁLY PRÁCE V REALITÁCH	129
PROČ NĚKTEŘÍ KLIENTI NECHTĚJÍ PRODÁVAT PŘES RK?	130
PROČ SI PRODÁVAJÍCÍ PŘI PRODEJI VYBRALI PRÁVĚ VÁS?	131
KTERÉ ZAKÁZKY JSOU PRO RK NEJVÍCE ZISKOVÉ?	132
JAK NABÍRAT ZISKOVÉ ZAKÁZKY?	133
JAKÉ JSOU ZÁSADY NÁBOROVÉHO TELEFONÁTU?	134
JAK SI CO NEJLÉPE DOMLUVIT NÁBOROVÝ TERMÍN?	136
NA CO SE ZAMĚŘIT PŘI NÁBOROVÉM JEDNÁNÍ?	137



JAKÝ MÁTE KONCEPT NÁBOROVÉHO JEDNÁNÍ?	138
CO KLIENTI VNÍMAJÍ PŘI NÁBOROVÉM JEDNÁNÍ?	139
JAKÉ JSOU ZÁSADY ÚSPĚŠNÉHO NÁBOROVÉHO JEDNÁNÍ?	140
JAKÝ JE KLÍČ K VYTVÁŘENÍ VZTAHU S KLIENTY?	141
ZNÁME VŽDY DŮVODY, PROČ KLIENTI NĚCO CHTĚJÍ ČI NAOPAK NECHTĚJÍ?	143
JAKÉ DŮLEŽITÉ INFORMACE MUSÍME SDĚLIT PRODÁVAJÍCÍMU PŘI NÁBORU?	144
TAKÉ JSTE JIŽ SLYŠELI O TZV. PRODEJI OTÁZKAMI? NESMYSL, CO?	145
PROČ BY MĚL PRODÁVAJÍCÍ PŘI PRODEJI VYUŽÍT SLUŽEB RK?	147
PROČ SE NĚKTEŘÍ (MNOZÍ) PRODÁVAJÍCÍ BRÁNÍ EXKLUZIVNÍ SMLOUVĚ?	148
JAKÝ JE ROZDÍL MEZI EXKLUZIVNÍM A NEEKLUZIVNÍM PRODEJEM?	149
JAKÁ RIZIKA OHROŽUJÍ PRODÁVAJÍCÍ PŘI UZAVŘENÍ EXKLUZIVITY S VÁMI?	151
TRVÁTE VŽDY NA DODRŽOVÁNÍ OBJEKTIVNÍCH KRITÉRIÍ?	152
JAK JE TO S TĚMI ÚKOLNÍKY PRODEJE, JE TO VŮBEC K NĚČEMU DOBRÉ?	154
CO MÁ NEJVĚŠÍ VLIV NA TO, ZDA NABRANOU NEMOVITOST PRODÁTE?	156
PROČ JE S PRODÁVAJÍCÍMI VŽDY TAKOVÝ BOJ O PRODEJNÍ CENU?	158
PROČ BY PRODÁVAJÍCÍ MĚLI REALIZOVAT VAŠE DOPORUČENÍ OHLEDNĚ PRODEJE?	160
CO BY MOHLA (MĚLA) OBSAHOVAT MAKLÉŘOVA „SLOŽKA ZAKÁZKA“?	162
JAK MOC JE VLASTNĚ VZDÁLENÁ PŘEDSTAVA MAJITELŮ OD SKUTEČNÉ TRŽNÍ CENY?	163
OPRAVDU SI V DNEŠNÍ DOBĚ NELZE DOMLUVIT „NORMÁLNÍ“ PROVIZI?	165
PROČ NĚKTEŘÍ MAKLÉŘI PRODÁVAJÍ NA MÉNĚ PRODEJNÍCH PROHLÍDEK?	167
PROČ SE NĚKTEŘÍ MAKLÉŘI PRAVIDELNĚ POTKÁVAJÍ SE SVÝMI PRODÁVAJÍCÍMI?	179
CO PŘESNĚ PRODÁVAJÍCÍ PO REALITNÍ KANCELÁŘI VLASTNĚ POŽADUJÍ?	171
JAK MŮŽETE VYUŽÍT VE VAŠÍ RK NOVOROČNÍ PŘEDSEVZETÍ PRO ZVÝŠENÍ PRODUKCE?	172



VEŘEJNÉ KURZY PRO MAKLÉŘE A MANAŽERY RK, INDIVIDUÁLNÍ VÝUKOVÉ PROGRAMY A KONZULTACE PRO REALITNÍ KANCELÁŘE

VEŘEJNÉ KURZY A WORKSHOPY PRO REALITNÍ MAKLÉŘE A MANAŽERY RK

POŘÁDÁNÍ VEŘEJNÝCH REALITNÍCH KURZŮ SE AKTIVNĚ VĚNUJEME JIŽ OD ROKU 1996. V KALENDÁŘI AKCÍ JSOU JAK PRAVIDELNĚ VYPISOVANÉ MODULY, JAKO NAPŘ. ZÁKLADNÍ ŠKOLENÍ PRO MAKLÉŘE - NOVÁČKY NEBO TŘEBA TŘIDENNÍ REALITNÍ AKADEMIE S CERTIFIKACÍ, TAK I SPECIÁLNÍ SEMINÁŘE REFLEKTUJÍCÍ POTŘEBY REALITNÍHO PODNIKÁNÍ (TYPICKY SEMINÁŘE K REKODIFIKACI ATP.). AKTUÁLNĚ VYPISANÉ VEŘEJNÉ KURZY JSOU K DISPOZICI VŽDY NA NAŠICH STRÁNKÁCH WWW.GAUDENS.CZ.

INDIVIDUÁLNÍ VÝUKOVÉ PROGRAMY PRO RK

TYTO SPECIALIZOVANÉ VZDĚLÁVACÍ AKCE REALIZUJEME PRO ČESKÉ A SLOVENSKÉ REALITNÍ KANCELÁŘE V MÍSTĚ A TERMÍNU DLE DOHODY S OBJEDNATELEM. TYTO UZAVŘENÉ KURZY JSOU NEJČASTĚJI ZAMĚŘENY NA OBLASTI PRACOVNÍCH POSTUPŮ A STANDARDŮ ČINNOSTI REALITNÍHO MAKLÉŘE A KANCELÁŘE; DÁLE PAK NA VLASTNÍ PRODEJNÍ A OBCHODNÍ DOVEDNOSTI, AKTIVITY MAKLÉŘE, POTŘEBNÝCH PRÁVNÍCH RÁMCŮ REALITNÍ ČINNOSTI ATP. - TEDY VŠEHO SOUVISEJÍCÍHO S BEZPROBLÉMOVÝCH A ÚSPĚŠNÝM REALITNÍM BYZNYSEM.

PORADENSTVÍ A KONZULTACE PRO RK

PORADENSTVÍ A KONZULTACE POSKYTOVANÉ REALITNÍM KANCELÁŘÍM BÝVAJÍ V PRVNÍ ŘADĚ ÚČINNOU ZPĚTNOU VAZBOU PRO POPIS STAVU A NALEZENÍ MOŽNOSTÍ ZMĚN VEDOUCÍCH KE ZVÝŠENÍ PRODUKCE MAKLÉŘŮ I TÝMŮ. DLOUHODOBĚJŠÍ PORADENSKÉ SPOLUPRÁCE JSOU ZALOŽENY NA ZÁKLADNÍM AUDITU MARKETINGOVÝCH A PRODEJNÍCH AKTIVIT, PRACOVNÍCH POSTUPŮ REALIZOVANÝCH V RÁMCI REALITNÍ KANCELÁŘE A DÁLE PAK NA AUDITU VEDENÍ TÝMU MAKLÉŘŮ A KANCELÁŘE. *"ZÁKLADNÍM AUDITEM TEDY ZAČÍNÁME, VYŠŠÍ PRODUKCI TÝMU BYCHOM VŽDY PO ČASE MĚLI KONČIT..."*

A JEŠTĚ PODSTATNÉ - NEJSME NAPOJENI NA ŽÁDNOU REALITNÍ KANCELÁŘ NEBO REALITNÍ SÍŤ.
NEMUSÍTE SE TEDY OBÁVAT, ŽE BYCHOM VAŠE MAKLÉŘE LANAŘILI JINAM.
NAŠÍM CÍLEM JE "POUZE" ZVYŠOVÁNÍ PRODUKTIVITY VAŠICH MAKLÉŘŮ A VAŠÍ KANCELÁŘE.



ZÁKLADNÍ KURZY „REALITNÍ AKADEMIE GAUDENS“

MODUL - PRODEJNÍ TECHNIKY REALITNÍHO MAKLEŘE MÁ MAKLEŘŮM UMOŽNIT NALEZENÍ ÚČINNÉHO POJETÍ PRODEJE, A TO PROSTŘEDNICTVÍM OSVĚDČENÝCH PRODEJNÍCH, KOMUNIKAČNÍCH A PSYCHOLOGICKÝCH TECHNIK. NAVAZUJÍCÍ BLOKY NÁBOROVÁ A PRODEJNÍ FÁZE BY NAOPAK MĚLY HLEDAT ODPOVĚDI NA OTÁZKY:

- **JAK ZVÝŠIT PRODUKCI**
PROSTŘEDNICTVÍM ZMĚNY V POJETÍ A ZACÍLENÍ NÁBOROVÝCH A PRODEJNÍCH AKTIVIT
- **JAK ZVÝŠIT OBRÁTKOVOST PRODEJE**
JEDNODUCHÝMI ZMĚNAMI V PRÁCI S VLASTNÍKEM ZAKÁZKY A V PRÁCI SE ZÁJEMCI
- **JAK VYTVOŘIT A SPRAVOVAT PORTFOLIO ZAKÁZEK „PRODEJNÝCH“**
TEDY JAK PRACOVAT S VLASTNÍKEM ZAKÁZKY S CÍLEM DOSAŽENÍ "REÁLNÉ PRODEJNÍ CENY"
- **JAK PLÁNOVAT A REALIZOVAT**
NÁBĚROVÉ A PRODEJNÍ AKTIVITY, JAK VYTVÁŘET A VYUŽÍVAT DATABÁZE DOPORUČITELŮ
- **JAK JEDNODUŠE ZVÝŠIT PRODUKCI**
S VYUŽITÍM STATISTICKÝCH UKAZATELŮ EFEKTIVITY NÁBOROVÝCH A PRODEJNÍCH AKTIVIT

MODUL - NÁBOROVÁ FÁZE REALITNÍ ČINNOSTI

ZÁKLADNÍ BLOKY KURZU:

- ✓ DRUHY A VÝZNAM NÁBOROVÝCH AKTIVIT
- ✓ TVORBA PLÁNU A ZÁKLADNÍ KONCEPCE PRÁCE, STATISTIKY AKTIVIT MAKLEŘE
- ✓ ZÁKLADNÍ OKRUHY PRÁCE (AKTIVIT) A ZPŮSOBY ZÍSKÁNÍ ZAKÁZEK
- ✓ KONCEPT NÁBOROVÉHO JEDNÁNÍ
- ✓ ZPŮSOBY PREZENTACE SLUŽEB PRODÁVAJÍCÍMU, CO A JAK PREZENTOVAT
- ✓ TECHNIKY EFEKTIVNÍHO TELEFONOVÁNÍ (JAKO ZÁKLADNÍHO INSTRUMENTU PRÁCE MAKLEŘE)
- ✓ VYJEDNÁVÁNÍ PODMÍNEK EXKLUZIVNÍ SMLOUVY

MODUL - PRODEJNÍ FÁZE REALITNÍ ČINNOSTI

ZÁKLADNÍ BLOKY KURZU:

- ✓ TVORBA PLÁNU PRODEJE A ZÁKLADNÍ KONCEPCE PRÁCE, OKRUHY A ZPŮSOBY PRODEJE ZAKÁZEK
- ✓ PRODEJNÍ CENY NEMOVITOSTÍ, TZV. CENY „A-B-C“
- ✓ PRÁCE S PRODÁVAJÍCÍM PO NÁBĚRU ZAKÁZKY, DRUHY AKTIVIT A JEJICH NAČASOVÁNÍ VE VZTAHU K PRODÁVAJÍCÍMU, MARKETINGOVÝ PLÁN PRODEJE A SROVNÁVACÍ ANALÝZA TRŽNÍ CENY
- ✓ VYJEDNÁNÍ REÁLNÉ PRODEJNÍ CENY (TZV. „KROK C-B“) - LISTINNÉ A ARGUMENTAČNÍ ASPEKTY (ZÁKLADNÍ INSTRUMENT PRO ZVÝŠENÍ OBRÁTKOVOSTI PRODEJE)
- ✓ VYJEDNÁNÍ A ŘEŠENÍ ÚČINNÝCH PRODEJNÍCH INSTRUMENTŮ REALIZOVANÝCH V RÁMCI PRODEJNÍ FÁZE ČINNOSTÍ MAKLEŘE



MÁTE ZÁJEM I VY ZÍSKAT OCEŇENÍ (LOGO) „CERTIFIKOVANÝ MAKLEŘ“?
KONTAKTUJTE NÁS NA 602 684 968 NEBO NA INFO@GAUDENS.CZ