

1240 CEST K NOVÉ ZAKÁZCE

Praktický průvodce nábořem
pro realitní makléře

Aktivita, nápady a inspirace
pro systematický nábor zakázek

OSOBNÍ KONTAKT A NETWORKING

- 213 Oslovte své známé
Dejte vědět o tom, co děláte, co aktivně
pomáháte s prodejem a pronájem.
Lidé si vás vzpomenu právě ve chvíli,
kdy sami něco řeší, nebo o tom
slyší od známých.
*Připravít krátkou zprávu
- jasně a srozumitelně*
- 214 Pravidelně rozšiřujte okruh kontaktů
Každý týden oslovte 5 nových lidí,
se kterými jste dosud v kontaktu nebyli.
I krátký rozhovor může otevřít
dvěře k zakázce.
5 nových kontaktů týdně
- 215 Zúčastněte se místních akcí
Budte vidět tam, kde se setkávají
podnikatelé, majitelé firem a aktivní lidé
ve vašem městě či obci.
★ Přidat se do kalendáře akcí!

112

- 216 Doporučení je největší měna
Pošlete klienty, kteří byli spokojeni,
aby vás doporučili svým přátelům.

*Zavést jednoduchý systém
doporučení*

- 217 Spolupracujte s dalšími profesionály
Navazujte vztahy s právníky, účetními,
specialisty, architekty, stěhovacími
firmami a dalšími.

*Setkat se 3 novými
partnery do konce měsíce*

- 218 Udržujte kontakt i bez zakázky
Pravidelně se osvěžte svým kontaktem.
- poptejte se, zavolejte, sdílejte tipy.
Budte vnímaví.

Newsletter / měsíční e-mail

- 219 Využívejte sílu sociálních sítí
Sdílejte příběhy, rady, novinky z trhu
a své reference. Budte aktivní, ale především
hodnotní, ne jen nabužlí.

Plán obsahu na příští měsíc ☺

113

Petr Pavlíček

Realitní akademie Gaudens

© Petr Pavlíček, 2026

ISBN 978-80-910039-4-0

1240 cest k nové zakázce

Praktický průvodce nábořem
pro realitní makléře

Aktivity, nápady a inspirace pro
systematický nábor zakázek

Úvodní slovo

V realitách se často mluví o prodeji. O prezentaci nemovitosti, vyjednávání, ceně, smlouvách nebo o tom, jak dovést obchod do úspěšného konce.

Jenže ještě před tím vším musí přijít něco mnohem jednoduššího - a zároveň možná nejtěžšího.

Zakázka.

Bez ní není co fotografovat, co nabízet ani o čem vyjednávat. A právě schopnost získávat nové zakázky patří podle mé zkušenosti k tomu, co dlouhodobě odlišuje úspěšné realitní makléře od těch, kteří jsou odkázáni na náhodu, momentální situaci na trhu nebo na to, zda jim zrovna zazvoní telefon.

Za roky práce s realitními makléři jsem se mnohokrát setkal s otázkou: „**Kde mám pořád brát nové klienty?**“

Moje odpověď je vlastně jednoduchá.

„Všude kolem sebe.“

Nová zakázka může začít doporučením bývalého klienta, rozhovorem se sousedem, příspěvkem na sociální síti, telefonátem majiteli nemovitosti, spoluprací s advokátem nebo úplně obyčejným setkáním při sportu, na kávě či při venčení psa.

Možností je mnohem víc, než si většina makléřů uvědomuje.

Problém obvykle není v tom, že by nebylo **co dělat**. Problém je spíš v tom, že člověk po čase začne dělat stále totéž. Pohybuje se ve stejných kruzích, používá stejné postupy a čeká od nich jiné výsledky. A když některý způsob přestane fungovat, snadno vznikne pocit, že „nejsou zakázky“.

Právě proto vznikla tato kniha.

Ne jako návod na jediný správný způsob náboru. Takový podle mě neexistuje. A už vůbec ne jako seznam 1240 úkolů, které byste měli postupně odškrtnat.

Je to **zásobník možností**.

Najdete v něm 365 konkrétních náborových aktivit - symbolicky jednu pro každý den v roce. Od osobního kontaktu a networkingu přes online marketing, přímé oslovování majitelů a strategická partnerství až po práci s osobní značkou a méně tradiční způsoby získávání zakázek.

A k nim dalších 875 námětů, které vycházejí z prostředí, v němž už dnes žijete. Z vašich koníčků, zájmů, komunit, každodenních cest, lidí, které znáte, i míst, kam běžně chodíte.

Právě tato část je mi možná nejbližší.

Dobrý nábor podle mě totiž nemusí znamenat, že se z člověka stane někdo, kým není. Nemusíte chodit na golf, pokud golf nesnášíte. Nemusíte natáčet videa, pokud vám kamera není vlastní. A nemusíte oslovovat

cizí lidi na ulici jen proto, že někdo jiný tvrdí, že právě tak se získávají zakázky.

Mnohem smysluplnější je podívat se na svůj vlastní život a položit si otázku:

„Kde už dnes přirozeně potkávám lidi?“

Někdo běhá. Jiný hraje tenis. Někdo má psa, jezdí na motorce, chodí na výstavy, pracuje na zahradě nebo tráví páteční odpoledne v oblíbené kavárně. Někdo se angažuje ve své obci, jiný má kolem sebe rodiče spolužáků svých dětí nebo komunitu lidí se stejným koníčkem.

To všechno jsou vztahy.

A reality jsou především vztahový byznys.

Nejde samozřejmě o to proměnit každého známého v potenciálního klienta nebo chodit mezi lidi s vizitkou připravenou v ruce. Právě naopak. Nejlepší nábor bývá často ten, který jako nábor vůbec nepůsobí.

Lidé vědí, co děláte. Vědí, že tomu rozumíte. Mají s vámi zkušenost, důvěřují vám a ve chvíli, kdy oni nebo někdo v jejich okolí začne řešit nemovitost, napadne je vaše jméno.

To se většinou nestane jednou velkou marketingovou akcí. Vzniká to postupně. Jedním rozhovorem, jedním telefonátem, jednou dobře položenou otázkou, jedním užitečným příspěvkem, jedním setkáním. Jednou

drobnou aktivitou, která sama o sobě možná nepřinese vůbec nic, ale společně s desítkami dalších vytváří něco mnohem důležitějšího: **viditelnost, vztahy a důvěru.**

Proto také nemusíte tuto knihu číst od první stránky do poslední. **Není to kniha, kterou jednou přečtete a odložíte do knihovny.** Měla by být spíš pracovním nástrojem, ke kterému se budete vracet pokaždé, když budete hledat nový impuls, potřebovat rozhybat nábor nebo si připomenout, že cest k nové zakázce existuje mnohem víc, než se na první pohled zdá.

Otevřete ji tam, kde právě něco hledáte. Když potřebujete nový impuls, vyberte si jednu aktivitu. Když máte pocit, že se váš nábor začal opakovat, zkuste něco, co jste nikdy nedělali. Když chcete svůj byznys rozhybat systematictěji, využijte některý z akčních plánů. A když vám některý nápad připomene úplně jinou možnost, která v této knize vůbec není, tím lépe.

Pište si do ní, podtrhávejte si nápady, které chcete vyzkoušet, přepisujte vlastní zkušenosti a vracejte se k aktivitám, které vám fungovaly. Čím víc bude tahle kniha po čase „váše“, tím lépe splnila svůj účel.

Nechci vám dát 1240 odpovědí.

Chci vám ukázat **1240 různých cest, kterými se můžete vydat.**

Některé vám budou připadat samozřejmé. Jiné možná trochu bláznivé. Některé okamžitě zavrhnete a u

několika si třeba řeknete: „Proč mě tohle nenapadlo dřív?“

A právě ty mohou stát za vyzkoušení.

Pokud si z této knihy vyberete deset aktivit, které skutečně začnete dělat, může pro vás mít větší cenu než stovka nápadů, které jen přečtete.

Nábor totiž není o množství přečtených rad.

Je o tom, co skutečně uděláte.

Přeji vám proto, abyste na následujících stránkách našli nejen nové způsoby, jak získávat zakázky, ale především takové, které budou fungovat právě vám.

A pokud vás některý z těch 1240 nápadů přivede k člověku, kterého byste jinak nepotkali, k rozhovoru, který by jinak nevznikl, nebo k zakázce, která by jinak připadla někomu jinému, měla tahle kniha smysl.

Petr Pavlíček

— ~ —

Obsah

Úvodní slovo	11
Nábor začíná aktivitou	15
365 náborových aktivit	17
Osobní kontakt a networking (50 aktivit)	17
Online marketing a sociální sítě (50 aktivit)	28
Přímé oslovování majitelů (50 aktivit)	41
Strategické spolupráce a doporučení (50 aktivit)	55
Reklamní a marketingové strategie (50 aktivit)	69
Offline guerilla marketing a méně tradiční metody (50 aktivit)	83
Budování osobní značky a dlouhodobé strategie (65 aktivit)	97
30denní akční plány pro makléře	117
Akční plán pro nováčky (0–3 měsíce v realitách)	121
Akční plán pro makléře s praxí (1–2 roky)	129
Akční plán pro zkušené makléře (3+ let)	139
Jak využít své koníčky a komunitu pro nábor zakázek	155
Pohyb, sport a volný čas	159
Fitness / skupinové lekce (25 tipů)	
Běžci / individuální sporty (25 tipů)	
Cyklisté (25 tipů)	

Golfisté (25 tipů)
Tenisté a kolektivní sporty (25 tipů)
Zimní sporty a horalové (25 tipů)
Potápěči / vodní komunita (25 tipů)
Jachtaři / marina komunita (25 tipů)
Motorkáři (25 tipů)
Piloti / letecká komunita (25 tipů)

Zvířata, příroda a venkovský život 183

Pejskaři (25 tipů)
Akvaristé / chovatelé zvířat (25 tipů)
Rybáři (25 tipů)
Chalupáři a zahrádkáři (25 tipů)

Kultura, společenský život a styl 194

Fanoušci kultury – divadlo, výstavy, film (25 tipů)
Milovníci umění – obrazy, galerie, sběratelé (25 tipů)
Knihomolové (25 tipů)
Fanoušci deskových a karetních her (25 tipů)
Hudebníci / amatérské kapely (25 tipů)
Fanoušci aut (25 tipů)
Pařmeni / klubová a večírková scéna (25 tipů)
Kavárenští povaleči (25 tipů)
Milovníci vína / degustační kluby (25 tipů)
Notoričtí nakupovači – móda, knihy atp. (25 tipů)

Zdraví, relaxace a vnitřní svět 219

Milovníci sauny a otužilci (25 tipů)
Cestovatelé / digitální nomádi (25 tipů)

Praktické ruce a technologie	226
Kutilové / hobby market scéna (25 tipů)	
Technáři / fanoušci high-tech (25 tipů)	
Komunitní život a hodnotové skupiny	232
Sousedé a sousedské vztahy (25 tipů)	
Rodiče malých dětí / školkaři / školaři (25 tipů)	
Skauti / vedoucí táborů / outdoor komunita (25 tipů)	
Military a historický šerm (25 tipů)	
Církevní komunity (25 tipů)	
Dobrovolní hasiči / spolky (25 tipů)	
Makléř svého města / vesnice / městské části (25 tipů)	
Nábor jako hra, umění i zrcadlo	257
31 tipů, které zlepší vaši praxi i výsledky	261
31 principů, které fungují v náboru i v terénu	265
A teď vy.....	275
Slovo na závěr	279

Nábor začíná aktivitou

Realitní trh se mění. Klienti mají více informací než kdykoli dříve, konkurence je silnější a důvěru si dnes musí makléř zasloužit mnohem víc než před deseti nebo dvaceti lety. Nestačí mít pěkné vizitky, kvalitní fotografie nebo čekat, až zazvoní telefon. Pokud chcete mít stabilní přísun zakázek, musíte být vidět, budovat vztahy a dělat něco pro svůj byznys prakticky každý den.

Ne proto, že by realitní profese byla závodem v produktivitě. Ale proto, že nábor je proces, jehož výsledky se často projeví až s odstupem času.

Každý zkušený makléř ví, že bez zakázek není obchod. Můžete být skvělý vyjednávač, výborně rozumět právu, marketingu i oceňování nemovitostí. Jenže všechny tyto schopnosti mají hodnotu teprve ve chvíli, kdy před vámi sedí klient, kterému můžete pomoci. A právě schopnost takové klienty dlouhodobě získávat patří k nejdůležitějším dovednostem celé profese.

Jenže jak nábor dělat systematicky? Jak se po letech neuzavřít do stejných postupů, stejných kontaktů a stejné rutiny?

Právě proto vznikla tato kniha.

Najdete v ní **365 konkrétních náborových aktivit** - symbolicky jednu pro každý den v roce - a dalších **875 praktických nápadů**, jak přirozeně využít své koníčky,

komunity, každodenní prostředí i vztahy, které už dnes máte kolem sebe. Nejde o to přidat si dalších tisíc povinností. Jde o to objevit nové možnosti tam, kde byste je možná vůbec nehledali.

Neexistuje totiž jeden univerzální nábor, který funguje všem. Někdo získává většinu zakázek díky doporučením, jiný přes sociální sítě, další díky osobním kontaktům ve své lokalitě nebo dlouhodobé spolupráci s advokáty a finančními poradci. Smyslem této knihy není přesvědčit vás, že jedna cesta je správnější než druhá. **Smyslem je nabídnout vám dostatek možností, abyste našli ty, které budou fungovat právě vám.**

Každá aktivita je krátká, srozumitelná a okamžitě použitelná. Můžete ji zařadit do své denní rutiny, použít jako inspiraci pro tým nebo si z několika aktivit vytvořit vlastní týdenní plán. Některé budou vyžadovat osobní setkání, jiné práci se sociálními sítěmi, doporučení, lokální marketing nebo efektivnější využití databáze klientů. A některé vás možná vyvedou z komfortní zóny. Právě tam ale často vznikají ty nejlepší příležitosti.

Možná nejdůležitější myšlenka celé knihy je přitom překvapivě jednoduchá: **nemusíte udělat všech 365 aktivit.** Stačí, když si z nich vytvoříte vlastní systém. Když každý den uděláte alespoň jeden malý krok, který vás přiblíží k dalšímu klientovi, začne se postupně měnit něco mnohem důležitějšího než počet kontaktů - začne se měnit vaše návykové přemýšlení o náboru.

Po roce se možná nebudete ohlížet na 365 splněných úkolů. Budete se ohlížet na desítky nových rozhovorů, vztahů, doporučení a zakázek, které by bez těchto drobných kroků nikdy nevznikly.

Výzva je vlastně velmi prostá:

365 dní = 365 příležitostí.

Začněme tam, kde realitní obchod vznikal dávno před internetem, reklamou i realitními portály - mezi lidmi. U osobního kontaktu a networkingu.

— ~ —

Osobní kontakt a networking

V realitách platí jednoduché pravidlo: **lidé obchodují s lidmi**. A pokud jde o rozhodnutí, komu svěřit nemovitost v hodnotě několika milionů korun, vstupuje do hry ještě něco důležitějšího - důvěra.

Tu nelze vybudovat jedním reklamním sdělením ani jednou povedenou prezentací. Vzniká postupně. Z osobní zkušenosti, doporučení, opakovaných setkání a drobných momentů, při kterých si o vás lidé vytvářejí představu. Někdy stačí krátký rozhovor, jindy společná zkušenost nebo pomoc ve chvíli, kdy ji druhý potřebuje.