

50+ prodejních technik v realitní praxi

Jak vést obchodní rozhovor
od prvního kontaktu až k dohodě.



Petr Pavlíček

Realitní akademie Gaudens

© Petr Pavlíček, 2026

ISBN 978-80-910039-2-6

50+ prodejních technik v realitní praxi

Jak vést obchodní rozhovor
od prvního kontaktu až k dohodě.

Úvodní slovo

Realitní trh se neustále mění. Mění se technologie, ekonomické podmínky, způsob, jakým lidé hledají nemovitosti, i jejich očekávání od realitních makléřů. Některé postupy, které fungovaly před deseti nebo dvaceti lety, dnes působí zastarale. Přesto zůstává něco, co se nemění:

Obchod se stále odehrává mezi lidmi.

Můžete mít perfektně připravenou prezentaci, znát trh, právní předpisy i všechny parametry nabízené nemovitosti. Pokud ale neumíte navázat vztah, naslouchat, klást správné otázky, rozpoznat pochybnost, pracovat s námitkou a ve správnou chvíli klientovi pomoci udělat rozhodnutí, samotné znalosti často nestačí.

Právě o tom je tato kniha.

Prodejní techniky někdy vyvolávají představu naučených vět, psychologických triků nebo způsobů, jak druhého člověka přimět k něčemu, co vlastně nechce. Tak je nevnímám. Dobrá prodejní technika není manipulace. Je to dovednost, která pomáhá vést obchodní rozhovor tak, aby měl směr, aby obě strany věděly, o čem jednájí, a aby se klient dokázal rozhodnout na základě informací, kterým rozumí.

Rozdíl mezi makléřem, který nemovitost pouze ukazuje, a makléřem, který skutečně prodává, totiž často nespočívá ve znalosti několika chytrých vět. Spočívá ve schopnosti rozpoznat, co se v daném okamžiku mezi lidmi odehrává. Kdy mluvit a kdy mlčet. Kdy položit otázku. Kdy vysvětlovat. Kdy ustoupit. Kdy naopak převzít iniciativu. A

také kdy přestat klientovi předkládat další argumenty a jednoduše se zeptat, zda je připraven udělat další krok.

V této knize proto najdete známé obchodní modely, principy komunikace, vyjednávání, práci s námitkami i desítky konkrétních technik používaných při uzavírání obchodu. Neberte je však jako sbírku vět, které se máte naučit nazpaměť. Stejná věta může v jedné situaci obchod posunout a v jiné jej poškodit. Rozhoduje člověk, okamžik, způsob podání i to, co jednání předcházelo.

Právě proto se budeme vedle samotných postupů vracet i k tomu, proč jednotlivé techniky fungují, co se při rozhodování odehrává v hlavě klienta a kde je hranice mezi profesionálním vedením obchodního rozhovoru a nepříjemným tlakem. Technika bez pochopení její logiky totiž zůstává jen naučenou formulí. Teprve ve chvíli, kdy rozumíte jejímu principu, ji dokážete použít přirozeně a ve správný okamžik.

Začínající makléř zde může získat mapu, podle které se bude v obchodním jednání lépe orientovat. Zkušený makléř možná zjistí, že řadu popsaných postupů dávno používá, aniž by je tak pojmenovával. A možná také objeví několik míst, kde během let začal příliš spoléhat na rutinu.

Smyslem této knihy není naučit vás padesát triků, díky nimž klient řekne ano. Jejím cílem je něco jiného: pomoci vám lépe porozumět procesu, který k rozhodnutí vede.

Protože dobrý obchodník klienta do rozhodnutí netlačí.

Umí ho k němu dovést.

Petr Pavlíček

Obsah

Kapitola první - Základy obchodní komunikace 15

- ✓ Síla přirozené komunikace v realitách
- ✓ Asertivita - hranice, které chrání vás i obchod
- ✓ Cesta k mistrovství: čtyři fáze dovedností makléře
- ✓ ARK trojúhelník - jak budovat důvěru krok za krokem

Kapitola druhá - Jak vést klienta k rozhodnutí 37

- ✓ Model AIDA - od pozornosti až k podpisu
- ✓ Pět P úspěšné prezentace nemovitosti
- ✓ SPIN - otázky, které prodávají samy
- ✓ Typologie klientů - čtyři klíče k jejich jazyku

Kapitola třetí - Důvěra a komunikace v obchodním jednání 69

- ✓ Efektivní komunikace - nástroj makléře číslo jedna
- ✓ První dojem - vstupenka do obchodu
- ✓ Budování důvěry - měna, která rozhoduje
- ✓ Asertivní v realitní praxi - jak říkat ano i ne
- ✓ Vyjednávací styly - měkký, tvrdý, nebo principiální
- ✓ Férové vyjednávání: držte se faktů a hledejte více cest k dohodě
 - Trvejte na dodržování norem - hranice, které chrání vás i klienta
 - Zaměřte se na problém, ne na osobu
 - Dívejte se očima druhého
 - Pracujte s emocemi
 - Aktivně naslouchajte a mluvejte o sobě

- Hledejte více variant řešení
- Trvejte na objektivních kritériích
- Hledejte různé, vzájemně výhodné varianty - klíč k dohodě

Kapitola čtvrtá - Umění vést obchodní jednání 117

- ✓ Desatero zásad úspěšného vyjednávání
- ✓ Aktivní naslouchání - základ každého úspěšného jednání
 - Kontakt a vytvoření „raportu“
 - Ozvěna - echo
 - Parafrázování - opakování myšlenky
 - Shrnutí - sumarizace
 - Povzbuzování
 - Aktivní dotazování
 - Síla ticha

Kapitola pátá - Prodejní techniky 135

- ✓ Kompletní arzenál úspěšného makléře
 - Prodáváte, nebo jen ukazujete?
 - Zpracování námitek
 - Přímá výzva - Požádejte o to
 - Objednávková metoda - Přejdeme rovnou k formalitám
 - Buď - anebo: volba, která vede k uzavření obchodu
 - Poloviční Nelson - odstranění jedné překážky k uzavření obchodu
 - Varovná historka - příběh, který pomůže rozhodnout
 - Ztracený obchod? Ještě není konec
 - Proces vyřazování - najděte skutečnou překážku

- Redukování k úsměvu - Rozložte cenu na kousky
- Přeměna cenového argumentu - Cena jako známka kvality
- Námitka - konkurence - „Porovnejte, co opravdu dostáváte“
- Špatná zkušenost - Ukažte, že tentokrát to bude jiné
- Tetka Betka - překonání potřeby poradit se
- Přijdu znova - návrat k rozjednanému obchodu
- Bilance Benjamína Franklina - rozhodování na papíře
- Zakončení na definitivní námitce - když už zbývá jen jedna překážka
- Podmíněné ano - závazek při splnění podmínky
- Most do budoucna - ukotvení budoucí spolupráce
- Zrcadlení úspěchu - inspirace zkušeností jiných klientů
- Postupné ano - metoda malých souhlasů
- Poslední šance - využití omezené příležitosti
- Přiznaná nevýhoda - posílení důvěry otevřeností
- Poslední kousek - využití principu nedostatku
- Testovací rozhodnutí - nezávazné potvrzení
- Když... tak... - přesměrování na podmínku, kterou umíte splnit
- Přehazování váhy - přenesení rozhodnutí na objektivní kritérium
- Tichá pauza - nechat rozhodnutí dozrát v hlavě klienta
- Opačná role - nechte klienta prodávat vám jeho vlastní koupi
- Poslední karta - silný argument až na konci
- Otevřená budoucnost - ukázání dlouhodobého přínosu rozhodnutí

- Tichý souhlas - práce s neverbálními signály klienta
 - Tlak kalendáře - využití blížící se události nebo termínu
 - Poslední výhra - „Takže už nám zbývá jen tohle“
 - Emoční kotva - vyvolání pocitu vlastnictví ještě před podpisem
 - Kotva hodnoty - zdůraznění hlavní výhody
 - Efekt srovnání - ukázání méně výhodné alternativy před tou hlavní
 - Zkouška nanečisto - neformální prohlášení závazku před konečným rozhodnutím
- ✓ Prodejní techniky nejsou triky

Kapitola šestá - Když stojí obchodu v cestě sám obchodník
 297

- ✓ Druhá strana mince: co nedělat při jednání
- Nejčastější chyby v komunikaci s klientem
 - Psychologické chyby makléře během jednání
 - Strategické chyby makléře při jednání

Kapitola sedmá - A teď od slov k činům 315

Kapitola první

Základy obchodní komunikace

Než začneme prodávat

Než se dostaneme k jednotlivým prodejním technikám, vyjednávání nebo způsobům, jak dovést obchod k rozhodnutí, musíme začít u něčeho mnohem základnějšího:

U komunikace samotné.

Sebelepší technika totiž nefunguje ve vzduchoprázdnu.

Funguje pouze tehdy, když mezi dvěma lidmi existuje alespoň základní důvěra, vzájemné porozumění a ochota spolu mluvit.

V obchodě někdy svádí představa, že úspěch přinese správně položená otázka, vhodně zvolený argument nebo dokonale zvládnutá technika. Jenže klient nevnímá pouze to, **co** říkáte. Vnímá také, **jak** to říkáte, zda mu nasloucháte, jestli se o jeho situaci skutečně zajímáte a zda z vašeho jednání cítí jistotu, respekt a přirozenost. Jedna a tatáž věta proto může z úst jednoho makléře působit přesvědčivě a z úst druhého naučeně nebo dokonce manipulativně.

První část této knihy proto nezačíná prodejními technikami. Začíná tím, na čem všechny ostatní techniky stojí: schopností komunikovat s druhým člověkem.

Síla přirozené komunikace v realitách

Komunikace je pro realitního makléře víc než jen přenos informací - je to nástroj, kterým buduje důvěru, ovlivňuje emoce a řídí celý průběh obchodu. I nejlepší znalost trhu nebo právních postupů ztrácí význam, pokud ji nedokážete