

Realitní psychologie v praxi

54 (+1) pohledů zevnitř
jednání, vztahů a emocí



Petr Pavlíček

Realitní akademie Gaudens

Realitní psychologie v praxi

54 (+1) pohledů zevnitř
jednání, vztahů a emocí

© Petr Pavlíček, 2026

ISBN 978-80-910039-1-9

Úvodní slovo

Za více než třicet let, které se pohybuji v realitním prostředí, jsem měl možnost poznat tisíce realitních makléřů, manažerů a majitelů realitních kanceláří. Na školeních, při konzultacích, během společných diskusí i v úplně obyčejných rozhovorech u kávy. A čím déle tuto profesi sleduji, tím více jsem přesvědčený, že o úspěchu v realitách často nerozhoduje jen to, co je na první pohled vidět.

Samozřejmě potřebujete znát právo, obchod, marketing, financování i samotný realitní proces. Potřebujete umět správně nacenit nemovitost, získat zakázku, vést prohlídku a dovést obchod bezpečně k jeho konci. Jenže vedle toho všeho existuje ještě druhá rovina realitní práce. Méně viditelná, obtížněji měřitelná, ale často rozhodující.

Psychologie.

Co se odehraje v prvních několika vteřinách setkání s klientem. Proč jednomu makléři lidé důvěřují téměř okamžitě a jiný musí svou odbornost neustále dokazovat. Co klient slyší v našem hlase, i když jsme to neřekli. Co prozradí naše nejistota, přílišná snaha, potřeba získat zakázku nebo naopak klid člověka, který zná svou hodnotu. Proč někdy rozhodne správně položená otázka a jindy několik vteřin ticha. Právě takovými situacemi se zabývají jednotlivé části této knihy - od náboru a vztahu s prodávajícím přes samotný průběh obchodu až po důvěru, profesní roli a sebereflexi makléře.

Právě o této méně viditelné části realitní profese je tato kniha.

Nenapsal jsem ji jako učebnici psychologie. Ostatně nejsem psycholog a nemám ambici se za něj vydávat. Jsem vlastně jen obyčejný právník, který se celý profesní život pohybuje v obchodě, realitách a vzdělávání lidí, kteří v nich pracují. A možná právě proto mě psychologie této profese začala před lety tolik zajímat. Protože když desítky let sledujete, proč někdo získá důvěru během několika minut, zatímco jiný ji nezíská vůbec, proč jeden rozhovor skončí podpisem a druhý nedorozuměním nebo proč dva lidé reagují na stejnou situaci úplně jinak, dříve či později zjistíte, že samotnými obchodními poučkami si nevystačíte.

Tato kniha proto není odbornou psychologickou publikací ani souborem univerzálních návodů. Lidské jednání je příliš složité na to, aby se dalo uzavřít do několika pouček. Chtěl jsem spíše zachytit situace, které makléři zažívají každý den, a podívat se na ně z trochu jiné strany. Nejen očima obchodníka, ale také očima člověka, který se snaží porozumět tomu, co se v dané chvíli odehrává mezi lidmi - a co se odehrává v něm samotném.

Protože psychologie realitního obchodu nezačíná u klienta. Začíná u nás.

V tom, s jakým nastavením přicházíme na schůzku. Jak reagujeme na odmítnutí. Jak zacházíme s vlastní nejistotou. Jestli potřebujeme klienta přesvědčit, nebo mu dokážeme nabídnout klid a vedení. Jestli skutečně nasloucháme, nebo jen čekáme na chvíli, kdy budeme moci znovu mluvit. A také v tom, zda dokážeme být profesionály i tehdy, když

se obchod nevyvíjí podle našich představ. Ostatně právě myšlenkou, že vše začíná u samotného makléře, začíná i první zamyšlení této knihy.

Najdete zde čtyřiapadesát pohledů na situace, které možná dobře znáte z vlastní praxe. Některé se týkají vztahu s prodávajícím, jiné jednání se zájemcem, důvěry, autority, komunikace, emocí nebo profesní sebejistoty. A některé míří především k vám samotným.

Jednotlivé kapitoly můžete číst postupně, ale nemusíte. Klidně knihu otevřete tam, kde vás zaujme název některého tématu. Možná právě proto, že podobnou situaci zrovna řešíte. A možná se k některým textům po čase vrátíte a přečtete je úplně jinak než dnes. Ne proto, že by se změnila jejich slova, ale protože se mezitím změnila vaše zkušenost.

Pokud vás některá kapitola přiměje na chvíli se zastavit, vzpomenout si na konkrétního klienta, položit si nepříjemnou otázku nebo příště vést určitou situaci trochu jinak, splnila tato kniha svůj účel.

Po více než třiceti letech v realitách totiž věřím, že skutečně dobrého makléře nevytvářejí pouze znalosti a obchodní dovednosti. Vytváří ho také schopnost rozumět lidem.

A člověk, který chce dobře rozumět druhým, musí čas od času začít sám u sebe.

Petr Pavlíček

Obsah

I. Nábor a vztah s prodávajícím (str. 21)

- Abyste získali každého klienta (a zakázku) - dřív, než otevřete pusu
- Makléř jako průvodce, ne prosebník
- Když zakázku opravdu potřebujete - a proč to nesmí být vidět
- Ztráta důvěry začíná tónem hlasu
- Oblečení není pro klienta - je pro profesi
- Proč nestačí být sympatický - důvěra je něco jiného
- Když se makléř snaží příliš - a klient couvne
- Makléř nebo kamarád? Proč se to někdy vymstí
- „My jsme malé město“ - výmluva, která škodí vaší reputaci
- Vztah k prodávajícímu: když chybí autorita, chybí vedení
- Ne každá zakázka je pro vás - a proč to poznat včas
- Zrcadlení klienta nestačí - potřebuje vedení, ne kopii
- Dvě minuty, které rozhodnou o zakázce: příchod, postoj, slovo
- Když klient přinese znalecký posudek - a čeká, co uděláte
- Když klient není přesvědčený, že je čas prodávat
- Nejste v tom sami - ale klient to nesmí poznat
- Makléř jako odborník: proč prodávající hledá někoho jako advokáta
- Když klient říká „zatím to zvažujeme“ - co opravdu myslí?

II. Prodej a průběh obchodu (str. 81)

- Jak nevypadat zoufale, i když zakázku opravdu potřebujete
- Když makléř mluví za klienta - a tím ztrácí jeho důvěru
- Dynamika tří lidí: když je na prohlídce i prodávající
- Proč je chyba říkat „klidně si to ještě rozmyslete“
- Slova, která podkopávají hodnotu („slušná cena“, „v původním stavu“)
- Když kupující mlčí - a co se děje v jeho hlavě
- Makléř jako terapeut? Když klient jen ventiluje, nevyjednává
- Když klient přivede rodiče, kamaráda nebo „experta“
- Jak číst neverbální signály zájemce - a kdy mluvit méně
- Proč se někdy nezeptat „tak co na to říkáte?“
- Co si myslí prodávající, když přijedete na prohlídku s kupujícím v autě
- Když se během prohlídky zvedne vítr - a makléř ztratí otěže
- Proč je chyba přeskakovat příběh nemovitosti a jít rovnou k ceně
- Když chcete pomoci, ale zní to jako nátlak
- Jak poznat, že kupující nehledá nemovitost, ale jen potvrzení svého postoje
- Cena není jen číslo - jak makléř ovlivňuje vnímání hodnoty
- Když klient požaduje „něco navíc“ - a kdy říct ne
- Jak jednat s emocemi, aniž byste se do nich nechali vtáhnout

III. Role, důvěra a sebereflexe (str. 143)

- Proč některým makléřům to „funguje samo“ - a co dělají jinak

- Ticho je nástroj. Kdo se bojí ticha, ztrácí vedení
- Makléř bez rámce = klient bez jistoty
- „Znám se s nimi dlouho“ - past důvěrného vztahu
- Makléř není expert na všechno - a proč je dobré to přiznat
- Když prodáváte nemovitost někoho známého - rizika a role
- Co dělá profesionála: kontrola nebo vstřícnost?
- Proč vás klient potřebuje, i když to nevysloví
- Jak se z profese stává rutina - a jak to poznat včas
- Vztahy vs. lajky: proč důvěru nepostavíte na Instagramu
- Když se makléř omlouvá za cenu - ztrácí důvěru i autoritu
- Každá fráze má váhu - jak se zbavit zbytečných slov
- Makléř, který „jen přeposílá“ - a proč se klienti ptají, za co ho platí
- Sebeúcta jako nástroj růstu v realitní profesi
- Když v práci cítíte únavu - signály, které byste neměli ignorovat
- Makléř jako zrcadlo - co o vás říká způsob, jak mluvíte
- Když se vám nechce - a proč to poznají i klienti
- Každý týden trochu jiný - a přesto pořád vy. Profesní růst jako proces

Bonus (str. 220)

- Hodinová sazba makléře - a proč si o ni říct bez omluv

IV. Závěr (str. 227)

- A teď vy - a vaše vlastní cesta