



Gaudens

JAK NABÍRAT ZAKÁZKY NA DOPORUČENÍ

PRAKTICKÝ PRŮVODCE PRO MAKLÉŘE, KTEŘÍ CHTĚJÍ
VÍCE DOPORUČENÍ A MÉNĚ KUPOVÁNÍ LEADŮ





Vážení kolegové a kolegyně,

ať už jste v realitách pár měsíců, několik let, nebo vedete vlastní tým, jedno platí pro všechny stejně: **nejstabilnějším a nejcennějším zdrojem nových zakázek jsou doporučení.**

Každý makléř zná ten rozdíl. Jedna věc je zvednout telefon a volat studený kontakt z placené databáze, kde vás druhá strana nezná, nemá k vám žádný vztah a možná ani reálně nechce prodávat. A úplně jiná situace nastává, když vám někdo zavolá s tím, že na vás dostal kontakt od známého, kterému jste pomohli. Tady už nejste jen „další makléř“, ale **doporučený profesionál**, kterému se důvěřuje ještě před prvním setkáním.

Přesto většina makléřů spoléhá spíš na náhodu nebo na nákup „instantních“ kontaktů, než aby měla promyšlený systém pro získávání doporučení. A to je škoda. Protože když si vybudujete jednoduchou rutinu, která funguje bez ohledu na tržní situaci, zbavíte se závislosti na drahé reklamě a neustálém honu za neověřenými leady.

Tento e-book je praktický návod, jak to udělat. Najdete tu konkrétní kroky, co dělat každý den, hotové texty pro oslovování, tipy na reakce v různých situacích i nástroje, které vám usnadní začátek. Ať už chcete získat své první doporučení, nebo zvýšit počet těch, která už dostáváte, v následujících kapitolách najdete řešení.

Důležité je jediné: **začněte**. Nečekejte, až „to přijde samo“. Doporučení jsou výsledkem vztahů, které aktivně budujete a udržujete. A každá nová zakázka, kterou díky nim získáte, potvrdí, že tohle je ta nejjistější a nejčistší cesta k úspěchu v realitách.

Tak pojďme nastavit systém, který vám bude fungovat dnes, za měsíc i za pět let.



za tým Realitní akademie Gaudens,

Petr Pavlíček



Obsah

Úvod	(str. 2)
30 dní k novým zakázkám - jak získávat doporučení bez placené reklamy	(str. 4)
Proč jsou doporučení zlatý důl	
Jak se liší doporučení od náhodného kontaktu	
Kolik stojí nová zakázka z reklamy vs. z doporučení	
Kapitola 1 - Zdroje doporučení, na které se zaměřit	(str. 5)
Klienti z posledních 12 měsíců	
Známí a přátelé - ale jen ti, co znají vaši práci	
Lidé z vaší komunity - sousedé, koníčky, spolky	
Kapitola 2 - Jak si připravit hřiště	(str. 8)
Ujasnění, co přesně chcete nabídnout a komu	
Vytvoření jednoduché věty „proč právě já“	
Jak se připravit na otázku: „A co z toho budu mít?“	
Kapitola 3 - 30denní akční plán	(str. 11)
Kapitola 4 - Co přesně říct	(str. 15)
10 textů pro e-mail / messenger	
10 telefonních scénářů	
Jak reagovat, když se někdo vymlouvá	
Kapitola 5 - Jak systém udržet po 30 dnech	(str. 20)
Nastavení týdenní rutiny	
Jak si hlídat počet oslovených lidí a doporučení	
Jak odměňovat lidi, co vám doporučili klienta	
Doporučitelská smlouva - proč ji mít a jak ji (občas) použít	
Vzor Smlouvy o doporučení	
Kapitola 6 - Bonusová příloha	(str. 25)
Checklist - odškrtačková tabulka pro 30 dní	
Šablona děkovacího e-mailu	
Seznam otázek, které otevírají dveře k doporučení	
Od nápadů k výsledkům - a teď je řada na vás	(str. 29)



30 dní k novým zakázkám - Jak získat 3 doporučení bez placené reklamy

Proč jsou doporučení zlatý důl: vyšší důvěra, rychlejší uzavírání, nulové náklady

V realitním byznysu se denně setkáváme s lidmi, kteří mají potřebu něco koupit, prodat nebo pronajmout. Ale není klient jako klient. Jedna věc je dostat náhodný kontakt z inzerátu, ze sociálních sítí nebo z placené reklamy - a úplně jiná je, když se vám někdo ozve proto, že vás **doporučil jeho známý**.

U doporučení přichází klient už s předem nastavenou důvěrou. Nepřesvědčujete ho od nuly - **část práce za vás už udělal ten, kdo vás doporučil**. V jeho očích už nejste neznámý makléř, ale ověřený profesionál, kterého někdo z jeho blízkých zná a stojí za ním. To je obrovská psychologická výhoda, kterou žádná reklama nedokáže nahradit.

Doporučení mají ještě jednu silnou stránku - **zkracují dobu rozhodování**. Když klient slyší „Obrátili jsme se na něj a prodal nám byt za tři týdny, všechno proběhlo hladce“, přeskočí velkou část přirozené nedůvěry. Vstupujete do jednání s kreditem, který byste jinak budovali týdny nebo měsíce. Často to znamená rychlejší dohodu, méně stresu a vyšší pravděpodobnost, že si vás klient vybere i v případě, že má nabídky od konkurence.

A pak je tu finanční stránka věci. **Zakázka z doporučení vás nestojí ani korunu za reklamu**. Neplatíte PPC kampaně, bannery ani tištěné inzeráty. Vaší „investicí“ je vztah, který jste si s doporučovatelem vybudovali - a ten můžete udržovat za zlomek ceny, kterou byste dali marketingovým agenturám. Pro makléře, který má systém na získávání doporučení, to znamená stabilní přísun kvalitních klientů bez zbytečného vyhazování peněz.

Úspěšní makléři proto říkají: „**Pokud nemáte doporučení, přicházíte o nejjednodušší a nejlevnější cestu k zakázce**.“ Tento eBook vám ukáže, jak se na doporučení přestat dívat jako na náhodný bonus a začít je vnímat jako cílenou, promyšlenou součást svého byznysu.

...
...
...
...
...
...

PODPORA PRO REALITNÍ KANCELÁŘE A SAMOSTATNĚ PODNIKAJÍCÍ MAKLÉŘE
www.gaudens.cz



Věděli jste, že v roce 2025 společně s Vámi slavíme již 29 let od založení Realitní akademie Gaudens?

Děkujeme za důvěru.

