



EBOOK - 5 TIPŮ JAK EFEKTIVNĚ PRODAT SVOU NEMOVIOST



Martin Romanov



PRODÁVEJTE SVOU NEMOVITOST TAK, ABY JSTE ZAUJALI A HLAVNĚ PRODALI ZA MAXIMÁLNÍ CENU.....

WWW.MARTINROMANOV.CZ



POKUD PŘI ČTENÍ
TOHOTO EBOOKU
NARAZÍTE NA NĚCO CO
VÁM NENÍ ZCELA
JASNÉ NEBO SE
BUDETE CHTÍT NA
NĚCO ZEPTAT.
NEVÁHEJTE MNE
KONTAKTOVAT. BUDU
TAKÉ RÁD, KDYŽ MI
NAPÍŠETE JAK SE VÁM
MŮJ EBOOK LÍBIL A V
ČEM VÁM POMOHL
MŮJ EMAIL :

MARTIN.ROMANOV@RKSTING.CZ

5 TIPŮ JAK EFEKTIVNĚ PRODAT SVOU NEMOVITOST

Napsal Martin Romanov

Regionální manažer realitní a investiční skupiny STING

Pár slov na začátek

Děkuji, že jste si stáhli tento eBook. Společně nás nyní čeká 18 stránek ve kterých Vám vysvětlím a ukážu jak efektivně prodat svou nemovitost. A podíváme se na to, co vlastně “efektivně” znamená.

Pro mě hlavně rychle a za tržní cenu.

Než se do toho pustíme, rád bych Vám řekl pár slov.

Již 5 let se pohybuji ve světě realit. Do této práce mne přinesla trošku náhoda a také myšlenka, že chci dělat něco jiného a zajímavého ve svém životě, něco co mě bude naplňovat. První kroky v realitní džungli nebyly zrovna jednoduché, do dnešního dne si pamatuji, jak jsem kdysi ve svém prvním Golfu, které mi koupil otec za maturitu, objížděl první nemovitosti na Olomoucku. První neúspěchy a hledání způsobů a né jen důvodů mne přivedlo až k tomu, že obchodování s nemovitostmi se stalo mou vášní a hlavním zdrojem příjmů.

Velkou inspirací pro mne jsou mí úspěšní kolegové, rád se ve svém oboru vzdělávám a hledám nové příležitosti k realizaci něčího, ale i svých snu o krásném bydlení. Plnění lidských snů je krásným zadostiučiněním, které mě na oplátku nabíjí pomocí dobrých referencí spokojených klientů.

Rád Vám předám tyto základní informace ohledně téma: *Jak efektivně prodat svou nemovitost*

2016 - 2017 © www.martinromanov.cz



Troška k pravidlům :

psaní tohoto ebooku mi zabralo spoustu času. Respektujte proto prosím, že jakékoli šíření eBooku jako celku nebo jeho části je zakázáno a chráněno autorským právem.

Pokud se Vám tento eBook líbil a jste rád, že Vám pomohl a chcete jej sdílet, skvělé. Sdílejte jej prosím, tak že svým kamarádům či známým pošlete odkaz www.martinromanov.cz kde si jej mohou také ZDARMA stáhnout.

Zároveň chci upozornit na to, že informace obsažené v tomto eBooku jsou postaveny na mých znalostech a zkušenostech. Proto nenesu žádnou odpovědnost za případné neúspěchy, které realizuje čtenář na vlastní pěst. Využití těchto poznatků je ve Vašich rukách.

V celku nudná ale nutná prohlášení. A nyní přeji příjemný čas u čtení tohoto eBooku :)

1. ČÁST - PŘÍPRAVA NEMOVITOSTI

1.1 ÚKLID -

Pro drtivou většinu je to z logiky věci vyplývající fakt.

Chci přece prodat svou nemovitost, tak se snažím ukázat jí v co nejlepším světle. Avšak úklid nemovitosti pro nafocení je veliký rozdíl. Je důležité odstranit z případného záběru veškeré zbytečně rušivé elementy. V kuchyni to často bývají různé saponáty, houbičky apod. Není vůbec důležité, aby tyto věci byly na prezentaci Vaší nemovitosti. To stejné platí pro koupelnu. Chceme přece, aby potenciální kupec vnímal prostor, který případně koupí nebo na který se chce přijít podívat. Tímto se pomalu dostáváme k dalšímu bodu a tím je **1.2 PRVNÍ DOJEM.**



K navození pozitivního **prvního dojmu** máme pár vteřin. Prozatím jde o navození prvního dojmu získaného pouhým okem, proto zde hraje největší podíl vizuál samotného inzerátu. První dojem určuje to, zda potencionální kupec dostane vůbec chuť k tomu, aby na inzerát zavolaal. Spousta prodávajících přistupuje k inzerátu, mnohá dá se říct malinko ledabyle, zveřejní inzerát bez fotek s textem o jedné větě nebo když už si dá tu práci a svůj dům nafotí, nedokáže vystihnout potenciál této nemovitosti, popř. lokality v které leží a to je škoda. Vezměme ještě v potaz fakt, že souseď prodává svou nemovitost za účasti profesionála, jakou pak má tento inzerát o jedné větě šanci na úspěch a kolik asi tak přinese zájemců? Prodáváte-li nemovitost pod cenou tak ano, hodně. Ale ! My chceme přece **prodat svou nemovitost efektivně** a za co nejvyšší cenu.

Dalším opravdu skvělým produktem, který je za velkou louží běžným, ale u nás prozatím pořád dost podceňovaným je **1.3 HOME STAGING**. Ten malinko koresponduje s tím, co jsem již psal ale s rozdílem, že první dojem z nemovitosti povyšuje na úplně jinou úroveň. S "Home Stagingem" **neprodáváte nemovitost, ale domov**. Posudte sami.





2.FOCENÍ NEMOVITOSTI

Další důležitým faktorem pro úspěšný prodej nemovitosti je samotné pořízení fotografií. Jak jsou fotky důležité pro první dojem jsme si už řekli, nyní si řekneme něco k samotné technice, kterou potřebujete.

1. Fotoaparát (nejlépe zrcadlovku se základními znalostmi ovládání)
2. Stativ
3. Dobré oko

Další doporučené, né však vždy nutné vybavení :

1. Externí blesk
2. Program pro úpravu fotografií (PhotoShop atd.)

Dále je dobré vybrat si to správné počasí a čas pro focení nemovitosti, vědět např. kdy Vám sluníčko svítí přímo do obýváku. Dům zvenčí nafotit v co nejkrásnějším počasí s modrou oblohou a čerstvě posekanou nazelenalou trávou apod.

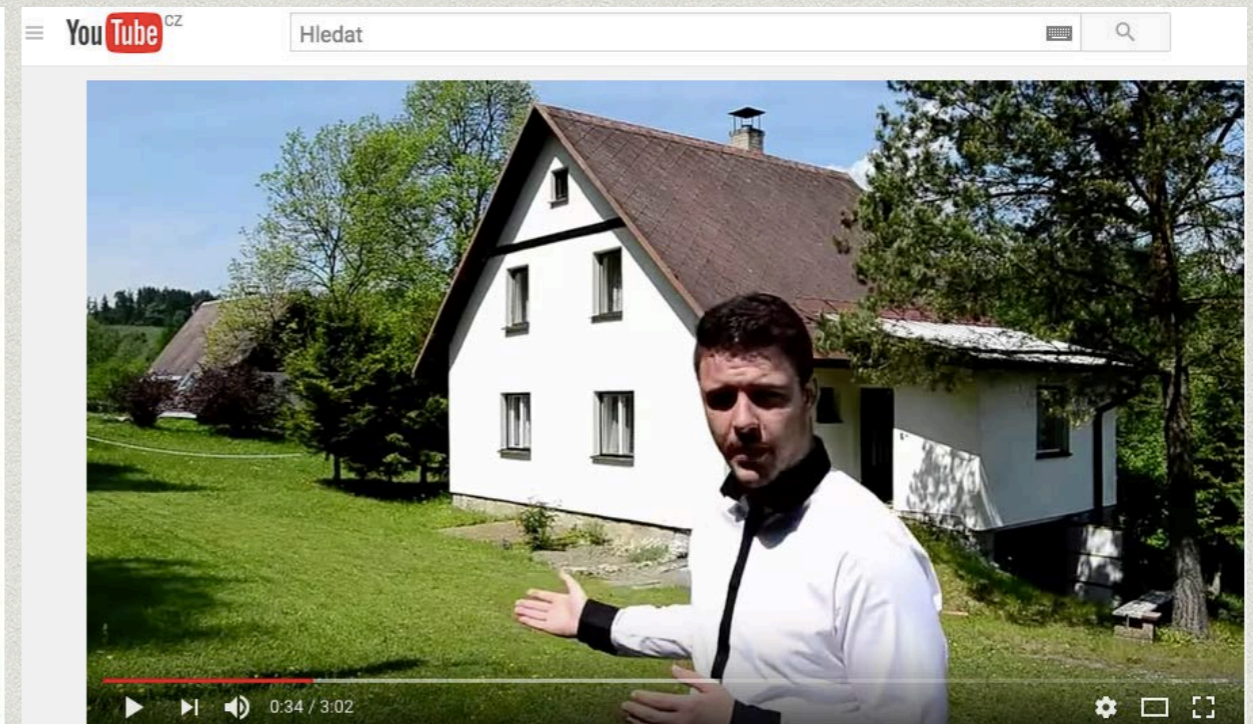
3. INZERCE

V první části inzerce se chci věnovat samotnému popisu prodávané nemovitosti. Často se setkávám s popisy inzerátů od soukromých osob typu “prodám byt 2+1 ve městě Bruntál, klidná lokalita, po částečné rekonstrukci”. Výborně, ale představme si, že potenciální kupec chce koupit byt pro svojí maminku, které bude brzy 70 a je pro něj důležitá konkrétní lokalita a hlavně patro, ve kterém se byt nachází (popř. zda je v domě výtah). Tento zájemce Vám i tak zavolá, avšak v momentě kdy se byt nachází ve 4 patře bez výtahu, jste úspěšně ztratili 5 minut svého ale i zájemcova času, zbytečně.

Tak tedy, inzerát by měl obsahovat všechny důležité, ale zdůrazňuji pravdivé informace, které jsou klíčové pro konkrétní nemovitost. Pravdivé informace bych tučně podtrhnul, špatně uvedené informace v inzerátu, které se později prokážou jako nepravdivé, jsou jedním z důvodů pro odstoupení od kupní smlouvy!

Klíčovými informacemi je myšleno např. po jaké konkrétní rekonstrukci byt je, ve kterém patře se nachází popř. možnost výtahu, specifikujte lokalitu (poblíž centra, poblíž tramvajové zastávky, na okraji obce s perfektní dostupností k MHD, poblíž parku apod.) Zveřejněte přesnou užitnou metráž bytu/domu (u bytů nejlépe do metráže nepočítejte sklep), přesný počet pokojů, seznamte se důkladně s náklady pro provoz prodávané nemovitosti. U bytů, jako jednu z klíčových informací, vidím **půdorys prodávané nemovitosti**, přesné rozmístění pokojů, jádra, kuchyně, balkónu apod. Z fotek často není patrné, jak je byt dispozičně situován. Inzerát by měl v první řadě navnadit, nechte si nějaké trumfy v rukávu a upozorněte na ně při osobní schůzce.

Můj Ebook mluví o tom, jak **prodat svou nemovitost efektivně**. Text inzerátu je jedna věc, ale tou to nekončí, obzvlášť v momentě kdy chceme nemovitost prodat za maximální cenu. Dalším nástrojem pro efektivní prodej je **Video prohlídka**.



Video prohlídka je takové **slunce na šedé obloze dnešní inzerce**. Z mé zkušenosti, co video prohlídky točím, jsem se setkal s velice pozitivní zpětnou vazbou od kupujících. Obzvlášť pokud se jedná o kupce, který je z daleka popř. z ciziny. Takový kupec Vám za video prohlídku bude opravdu vděčný, koneckonců i sobě ušetříte spoustu času. Na svou nemovitost vodíte pouze vážnější zájemce. Odkaz na video prohlídku :

<https://www.youtube.com/watch?v=xhIHVYVRtU0>

Příklad z praxe :

Tuto konkrétní nemovitost kupovala Češka žijící dlouhodobě v Anglii, po shlédnutí video prohlídky měla jednoznačně více jasno v tom zda nemovitost chce. Během pár dnů jsme si domluvili osobní prohlídku a kupující přiletěla z Anglie pouze za účelem prohlídky a spíše ověření osobního stavu nemovitosti, po prohlídce jsme ihned podepisovali rezervační smlouvu. Myslíte, že by tato reakce byla tak rychlá bez mé akce ? Možná ano možná ne.

Poslední, ale neméně důležitá část je vybrat si konkrétní inzertní server nebo více serverů najednou. Jsou zde 2 kategorie inzertních serverů, placené a neplacené. Obecně platí, že placené inzertní servery jsou lepší, přístupnější, inzeráty jsou lépe vyhledatelné, např. v momentě kdy do Googlu zadáte “koupě bytu 3+1 Praha” tyto placené servery zobrazí inzeráty na prvních pozicích, za nimi se objeví až inzeráty na neplacených serverech. Nejsou zde zbytečné reklamy a server žije z placené inzerce. Dle mého soudu naprosto stěžejní je dnešní leader na trhu a to Sreality.cz patřící pod Seznam.cz. S radostí říkám “inzerent, který není na Sreality.cz, jakoby neinzeroval”. Ovšem cena inzerátu dle aktuálního ceníku platného od 27.7.2016 je pro soukromou osobu 60 Kč/den. Průměrný prodej nemovitosti je 2-3 měsíce, tak si to spočítejte.

Z neplacených serverů bych rád pozvedl Bazoš.cz opět dle mého soudu jeden z nejlepších neplacených serverů v ČR, který využívají čím dál více i realitní kanceláře.

The screenshot shows the Sreality.cz website interface. At the top left is the logo 'SREALITY.CZ'. On the top right, there are links for 'Přihlásit se', 'Česky', and 'Seznam.cz'. The main heading reads 'Vyberte si z 94 146 aktuálních nabídek realit'. Below this, there is a grid of icons representing different real estate categories: 'Byty', 'Domy', 'Projekty', 'Pozemky', 'Komerční', and 'Ostatní'. At the bottom, there are three sections: 'Byty na prodej, obec Vrbno pod Pradědem' with a clock icon and '5 inzerátů >', 'Oblíbené inzeráty' with a star icon and 'Pro přidávání inzerátů do oblíbených je potřeba se přihlásit', and 'Uložené hledání' with a star icon and 'Pro uložení hledání je potřeba se přihlásit'.

The screenshot shows the Bazoš.cz website interface. At the top left is the logo '@ Bazoš.cz' and the text '... inzerce pro každého'. On the top right, there are links for 'Hodnocení', 'Dotazy', 'Moje inzeráty', and 'Přidat inzerát'. Below the header is a search bar with fields for 'Co:', 'Všechny rubriky', 'PŘČ (místo):', 'Okolí: 25 km', 'Cena od:', and 'Kč Hledat'. The main content area is a grid of categories with icons and text: 'Zvířata' (Psi, Kočky, Koně, ...), 'Děti' (Autosedáčky, Kočárky, ...), 'Reality' (Byty prodej, Domy, ...), 'Práce' (Pohostinství, Brigády, ...), 'Auto' (Škoda, Ford, VW, ...), 'Motoriky' (Silniční motocykly, Skútry, ...), 'Stroje' (Dřevoobráběcí, Kovoobráběcí, ...), 'Dům a zahrada' (Sekáčky, Kotle, Bójery, ...), 'PC' (Notebooky, Počítače, ...), 'Mobily' (Nokia, Apple, Samsung, ...), 'Foto' (Fotoaparáty, Videokamery, ...), 'Elektro' (Autorádia, Ledničky, ...), 'Sport' (Horská kola, Lyže, ...), 'Hudba' (Bicí nástroje, Zkušební, ...), 'Vstupenky' (Letenky, Hudba, Koncerty, ...), 'Knihy' (Učebnice, Skripta, ...), 'Nábytek' (Křesla a gauče, Kuchyně, ...), 'Oblečení' (Boty, Šperky, Hodinky, ...), 'Služby' (Doučování, Ubytování, ...), and 'Ostatní' (Starožitnosti, Sběratelství, ...).

4. OSOBNÍ PROHLÍDKA NEMOVITOSTI

Většinou až v tento moment se s kupujícím setkáváte osobně. A z pravidla až v tento moment vidí na živo potencionální kupec nemovitost, kterou chce koupit. Opět zde hraje velkou roli první dojem, ovšem nyní trošku v jiném slova smyslu. Jak jsem psal v první kapitole, že kupec vnímá první dojem pouze okem, tak nyní je potřeba si uvědomit, že při osobní prohlídce potencionální kupec zapojuje veškeré své smysly jako např. čich nebo hmat.

4.1 Pokud chcete svou nemovitost prodat, připravte si půdu pod nohama tak, aby kupující nebyl zbytečně rozrušen nežádoucími elementy, které v něm vyvolávají pochybnost. Z pravidla to bývají praskliny v omítce, zapravte je. Pokud topíte tuhými palivy nebo využíváte krb, vymalujte začouzená místa (v případě, že prodáváte v zimě doporučuji v krbu pro atmosféru před prohlídkou zatopit). Vyvětrejte, vždy před osobní prohlídkou, pokud jste kuřák, nekuřte těsně před nebo v průběhu prohlídky v domě/bytě. Pokud v domě/bytě při prodeji nebydlíte doporučuji vymalovat bílou barvou, tím docílíte ne jen pěkného vizuálu, ale také se nemovitost přirozeně vydezinfikuje a provoní barvou.

Nikdy však **a to zdůrazňuji**, nesnažte se zakrývat zásadní chyby na nemovitosti a nikdy nelžete o stavu toho na co se kupující ptá, mohlo by se Vám to dřív nebo později vrátit jako bumerang, o tom ale později.

4.3. Mějte maximální informace o lokalitě kde nemovitost prodáváte. Zamyslete se na plusy blízké lokality, pokud v blízké lokalitě prodávané nemovitosti si nemůžete vybavit žádná pozitiva, určitě nějaké najdete v širším pojetí lokality jako např. “ je zde čerstvý vzduch, jsou zde perfektní cyklostezky, možnosti pěší turistiky, perfektní dostupnost na dálnici a podobně “.

Tím ale nekončíme. Je dobré také vědět jaké kulturní akce se v městě/lokalitě pořádají. Pokud víte, že město pořádá každoročně např. tzv. Dny města nebo podobné akce, sdělte to zájemci. Nejlépe to propojte s nějakým příběhem typu “minulý rok zde byla super kapela a perfektní občerstvení v podobě lokálních specialit”, pokud zájemci ukážete pár fotografií z akce úplně tím dovršíte Vaši prezentaci.

Město BRUNTÁL ... město mezi horami a vodou

803. výročí založení města

DNY MĚSTA BRUNTÁLU

17. – 19. června 2016

Pátek 17. června	Sobota 18. června	Neděle 19. června
<p>Vybíjená na náměstí</p> <p>Seniorské sportovní hry Večerní běh Bruntálem AIVN'S NAKED TRIO, NIL, THE PANT</p> <p>DOPROVODNÝ PROGRAM: prodejní jarmark, kolotoče a atrakce pro děti, prohlídka nové policajni a hasičské techniky, soutěže pro děti, vystoupení bruntálských dětí, ukázky činnosti zájmových kroužků, Stolnožka, In Motion, karate, fitness, mažoretky ...</p>	<p>Zámek patří dětem</p> <p>Městský dechový orchestr VEČERY V JEDNOM, MIRAI ROZMARNÝ VEČER ČECHOMOR PETRA JANŮ R.P.G. THE REECE / PERCUDANI GROUP (USA, ITA) GENERACE 75</p>	<p>Hasiři dětem</p> <p>Zábavná show s Mimoni Cimbálová muzika Josefa Marečka DONAHA Železný ZEKON Jedinečná zábavná silácká show GATE CRASHER, M2E Tanec je život – v čvrtce Pohádka s kamarádem Wikim – v zámku Výroční koncert sborů a orchestru – na Uhlířském vrchu</p>
<p>NE 16:00 ZEKON náměstí Míru</p>	<p>SO 18:00 ČECHOMOR náměstí Míru</p>	<p>SO 21:30 R.P.G. THE REECE / PERCUDANI GROUP náměstí Míru</p>
<p>SO 15:30 MIRAI náměstí Míru</p>	<p>NE 10:30 MIMONI náměstí Míru</p>	<p>NE 15:00 WIKI v zámku na nádvoří</p>
<p>SO 20:00 – PETRA JANŮ náměstí Míru</p>	<p>SO 16:00 – ROZMARNÝ VEČER Divadelní představení na nádvoří zámku</p>	

Více informací na www.mubruntal.cz
On-line přenos můžete sledovat na www.mubruntal.cz
Přenos zajišťuje MIX-NET Telekomunikace s.r.o.

Podrobný program v informačních letáčích, na webu města a facebooku.

Změna programu vyhrazena. Časy jsou orientační. Grafika a tisk: TISKÁRNA KTIŠK s.r.o.

HAVLÍH
V napůl obci
Přátelům
Přátelům

V tomto odstavci jsem se snažil Vám představit alespoň základní věci, které je potřeba si uvědomit pro **efektivní prodej Vaší nemovitosti**. Jednoduše vždy si řekněte, co by ještě mohlo “za málo peněz přinést hodně muziky”

4.2 Další věci, které musíte znát jsou věci týkající se **právního charakteru** a to hlavně u bytů, kde charakter právního vztahu vlastnění je poměrně pestrý. Pokud jste vlastníkem domu, není pro Vás tento odstavec natolik důležitý.

Musíte přesně vědět jaký konkrétní vztah k nemovitosti máte. Zda je byt v osobním vlastnictví, družstevní, státní nebo v osobním vlastnictví s podílovým vlastněním.

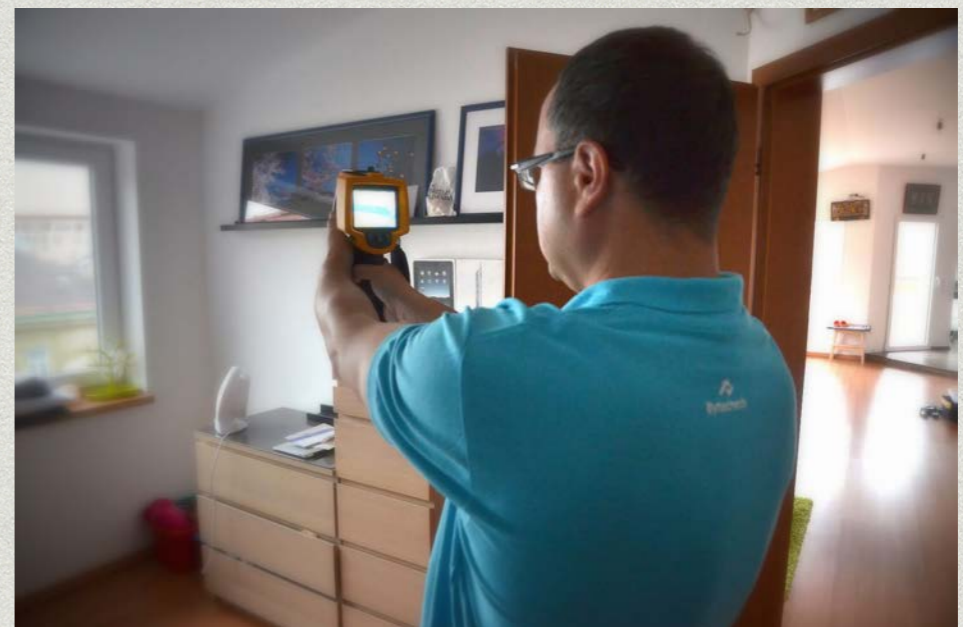
Informace týkající se typu vlastnictví nemovitosti budete potřebovat zejména z důvodu, jestliže Váš zájemce bude řešit financování koupě nemovitosti přes bankovní instituce. Musí vědět jaký produkt pro financování Vaší nemovitosti zvolit a Vy musíte vědět jaký typ dokumentu s kupující máte uzavřít.



4.4 Skryté vady

Záměrně jsem dal tuto část naposledy a velkým písmem. Samotný název kapitoly mluví sám za sebe. Je důležité si uvědomit, že nikdy nelžete záměrně o stavu své nemovitosti. Dle nového občanského zákoníku, který přišel v platnost již 1.1.2013 platí, že důvodem pro odstoupení od kupní smlouvy může být právě skrytá vada a to až 5 let po uzavření kupní smlouvy.

4.5 Inspekce nemovitostí. V dnešní době existuje služba tzv. inspektor nemovitosti. Často se mě prodávající ptají, zda na něco takového při prodeji mají přistoupit. Já říkám jednoznačné ANO! Přece jen, v případě, že na domě existuje nějaká technická vada a inspektor na to přijde, Vy se pořád můžete dohodnout a třeba upravit cenu. Vyhnete se tak hromadě problémů. Pokud se však žádná vada nenajde, ale kupující přece jen po nějakém čase skrytou vadu najde, Vy jste mnohem více chráněn, jelikož inspektor nemovitostí neshledal při prodeji žádné vady a koupil doporučil. Není to zrovna levná záležitost a proto by tento náklad měl nést kupující.





5. NASTAVENÍ CENY NEMOVITOSTI

MÁMO, DÁME TAM 6.000.000,- NEBO ZKUSÍME 7.500.000,- ?

Jedno z nejdůležitějších rozhodnutí. Prodávající si často neuvědomuje, jak je důležité cenu nastavit správně.

Nyní se vcítíme do role zájemce o nemovitost. Takovýto zájemce sleduje nabídku nemovitosti, trůfám si říct denně na několika serverech. Takovýto zájemce má většinou obvolané ty neznámější realitní kanceláře v regionu, ve kterém hledá a má u těchto RK zadané poptávky na jeho vysněnou nemovitost.

V tomto momentě, kdy se rozhodujete uveřejnit svůj inzerát (buď za pomocí RK nebo po vlastní ose) kdy si myslíte, že Vaše nemovitost bude nejvíce navštěvována ? Ano, přesně v období, kdy se nemovitost objeví jako novinka! Proč tedy tento přirozeně nejlepší čas jak zaujmout zabít vysokou cenou ? Tudíž nezaujmout !

5.1 Jak zjistím alespoň orientačně cenu své nemovitosti ?

V první řadě opět zjistěte okolí, zda se něco prodalo a pokud možno za kolik (pokud Vám někdo tuto informaci sdělí, tak berte na vědomí, že lidi si rádi přikreslují pravdu - berte informaci s rezervou)

V druhé řadě, projedte inzertní servery, v případě velkého města pokud možno tak konkrétní ulici nebo nejbližší adresu. Ve městech se ceny lámou od ulice k ulici. Opět berte cenu s rezervou. Z praxe vím, že inzerované ceny se oproti skutečně prodejní ceně liší o cca 10 - 12 %.



V třetí a neposlední řadě zvažte prodej přes RK. Ne však jakoukoli RK, ale někoho kdo aktivně prodává nemovitosti ve Vaší lokalitě. Realitní makléř má přece jen více prodejů a dokáže Vám lépe pomoci rozklíčovat na jaké ceně začít prodávat.

Rozdělte si cenu do 3 kategorií :

1. Maximální cena = cena, za kterou chci prodat a budu maximálně spokojený a ještě zůstane na pěknou dovolenou
2. Optimální cena = cena, za kterou nemovitost prodám, poplatím veškeré náklady spojené z prodejem a pořád budu spokojený
3. Minimální cena = cena, za kterou nemovitost prodám, zaplatím veškeré náklady spojené z prodejem, nejsem, ale ve ztrátě oproti pořizovací ceně případně pořizovací ceně + reko.



Berte vždy na vědomí, co Vás prodej stojí z pravidla, to bývají náklady jako : Vypracování kupní smlouvy, PENB (průkaz energetické náročnosti budovy), úschova kupní ceny a hlavně Váš drahocenný čas.

Pár slov na závěr

V první řadě děkuji, že jste věnovali Váš čas přečtení tohoto ebooku a věřím, že Vám byl přínosem. Nyní zvažte zda stojí za to prodávat po vlastní ose nebo se spolehnout na profesionála. Je to přece jen Váš čas, který můžete investovat jinak např. své rodině, koníčkům apod.

K rozhodnutí by Vám mělo posloužit cvičení na poslední straně tohoto Ebooku. Přeji Vám necht' se rozhodnete správně a s těmi, kteří se správně rozhodnou se těším na následnou spolupráci.



Kontakt:

724 670 582

martin.romanov@rksting.cz

www.martinromanov.cz

Pár slov na závěr

Po přečtení tohoto Ebooku si doporučuji vzít papír a tužku.

Rozdělit si jej na 2 části, jednu část poznačit + a druhou - a do každé z těchto částí si napsat plusy a mínusy toho, proč bych měl prodávat svou nemovitost po vlastní ose. To stejné udělejte s otázkou, proč bych měl nemovitost prodávat pomocí profesionála, tedy pomocí RK.

Pokud budou převažovat plusy na papíře, který se věnoval prodeji po vlastní ose oproti papíru proč prodávat pomocí profesionála, jděte to vyzkoušet. V opačném případě se můžeme potkat a celý proces prodeje nezávazně probrat osobně, vždy Vám dokážu ušetřit čas a někdy i peníze ! Prodáváme totiž **EFEKTIVNĚ.**