

7 úskalí prodeje nemovitosti

TIPY ✓
z praxe



Lenka
Záveská
Köstingerová

Naposledy aktualizováno 4/2019

OBSAH

I. 7 úskalí prodeje nemovitosti svépomocí

Na co si dát pozor než se rozhodnete pro „samoprodej“

II. 8 tipů pro tvorbu poutavého inzertního textu

Jak na super text, který přitáhne pozornost a udělá dobrý dojem

III. Jak na kvalitní prezentační fotografie

Fotografie jsou alfou a omegou prodeje. Tak jako jíme očima, tak i nakupujeme

IV. Jak se chovat na prohlídce

Nestačí mít jen svazek klíčů v kapse

*** Tento e-book lze volně šířit pouze v původní, nezměněné podobě.**

* Všechny uvedené inzeráty a citace jsou smyšlené a ilustrační.



I.

7 úskalí samoprodeje



Samoprodej je oblíbená kratochvíle Čechů, podobně jako zahrádkaření, chataření a nadávání na politiky v hospodě u piva. ☺

Pokud si čtete tento e-book, pravděpodobně se rozhodujete, zdali prodat či neprodat, svépomocí či jinak, nebo už dokonce prodáváte sami. Vy, kteří si 100% věříte v následujících 7 okruzích otázek, se do prodeje s klidným svědomím pusťte, ostatní přemýšlejte, co je ještě potřeba dopilovat.

DŮLEŽITÉ VAROVÁNÍ

Některé pasáže berte s rezervou, jedná se o specifický typ humoru, jeho účelem je mnohdy „nemotorná“ snaha pobavit, nikoliv urazit. 😊



1. TEXTY?



Zvládnete napsat bezvadný, poutavý a úderný reklamní text?

Je ve vaší rodině nějaký šikovný psavec, který by vám s tvorbou popisku pomohl?

Budete si najímat profíka, tzv. copywritera?

2. FOTOGRAFIE?



Umíte dobře fotit? Zvládnete pracovat s manuálními režimy? Víte co je to ISO, clona, čas?
Máte známého fotografa, který vám udělá pár povedených záběrů vaší nemovitosti za lahev
vodky?

Jste připraveni najmout si profíka a není vám líto takto vynaložených peněz?



3. INZERCE?

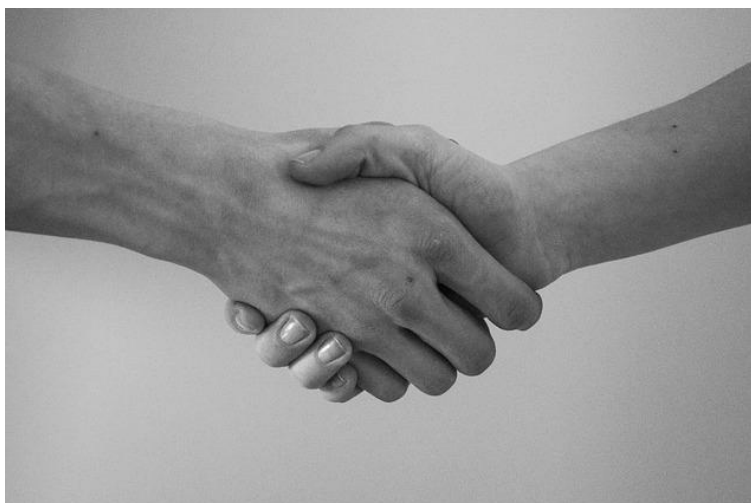


Víte, kde se nejvíce prodávají nemovitosti?

Vyznáte se v sociálních sítích?

Jaký je váš rozpočet na inzerci?

4. OBCHODNÍ DOVEDNOSTI?



Rádi komunikujete s lidmi a cítíte se přitom jako ryba ve vodě?

Nevadí vám ve dne v noci zvedat telefony?

Víte jakou hodnotu má vaše nemovitost?

Máte dobré vyjednávací schopnosti?

Víte jak prezentovat svou nemovitost, abyste nepůsobili tak, že se někomu vnucujete?



5. PRÁVNÍ STRÁNKA?



Budete si stahovat smlouvy z internetu?

Znáší nedávno prodávali byt a dodají vám vzor smlouvy od právníka?

Máte v plánu zaplatit si kvalitního právníka se specializací na nemovitostní právo?

6. ČAS?



Máte dostatek času na to, prostudovat si veškeré dostupné materiály o prodeji nemovitostí
(např. dostupné na internetu)?

Jste schopni odlišit, které z informací nalezených na webu jsou důvěryhodné a aktuální?



Budete pročitat internetové diskuze lidí, kteří už prodávali sami, a vyvarujete se tak vlastních chyb?

Jste flexibilní a můžete se s termíny prohlídek zájemcům přizpůsobit, například i o víkendech?

7. PEVNÉ NERVY?



Jste připraveni na kritiku vaší nemovitosti?

Jste horká hlava a každého, kdo se vám postaví, posíláte šmahem do patřičných míst?

Jste připraveni na to, že se objeví vážný zájemce, jehož požadavky budou „za hranou“? Jak s tím naložíte? S kým se poradíte?

Pakliže vás některá z výše uvedených otázek znejistila, hrozí riziko, že se něco nepovede. Ale nemalujme čerta na zeď. Cílem textu není radit samoprodejcům v tom, aby si stahovali smlouvy z internetu a poskytovat jim vyčerpávající informace o procesu prodeje. Tento obor je poměrně dynamický a rok od roku se mění legislativa dotýkající se nemovitostí. Nehledě na to, že každý obchod má svá specifika. Ta nelze v této publikaci obsáhnout a věnuji se jim průběžně ve svých článcích. Případně se podívejte na [náš web](#), kde můžete pomocí fulltextového vyhledávání nebo v článcích nalézt téma, které vás zajímá.



Tento e-book jsem napsala už v roce 2016 prioritně jako jakýsi rámcový text pro samoprodejce. Mezitím se prezentace nemovitostí posunula mílovými kroky dopředu. Poslední dobou jsou v realitách již běžné i videoprohlídky nemovitostí, ovšem u soukromých inzerátů se s nimi prozatím neseťkáváme. Pořízení video prohlídky je nákladnější záležitost a zájem většiny samoprodejců je ušetřit, znamená to pro ně tedy další výdaj. Zdůrazňuji, že správně udělaná video prezentace je trefou do černého. Vaši nemovitost rázem katapultuje nad úroveň ostatních inzerátů, a pokud správně jítí emoce, je to magnet na zájemce.

Ale vraťme se k obsahu a smyslu tohoto textu. Pokud chcete zkusit prodej na vlastní pěst, chápu to. Ať je to touha po dobrodružství, nebo chuť dokázat si, že na to máte, nebo prostě jen chcete zkusit štěstí. Tento text jsem v dubnu 2019 oprášila a aktualizovala. Myslím si, že je škoda ukládat jej do šuplíku, když někomu z vás třeba pomůže prodat.

E-book se orientuje na 3 základní oblasti, které jsou prozatím nadčasové. Zatím ještě chvíli budeme psát prodejní inzeráty, budeme si vybírat domy podle fotek a chodit fyzicky na prohlídky. Takže směle se můžete pustit do čtení toho, co vás čeká a nemine, pokud budete chtít prodávat sami.

Dobrá rada nad zlato



Ale pozor, když ne makléře, toho právníka si opravdu najměte, v poměru k sumám celé transakce jsou náklady na něj mizivé, přičemž následky by mohly být hrozné až fatální. Hledejte ale advokáta se specializací na nemovitostní právo.

Samozřejmě můžete využít i služeb notáře. Počítejte s tím, že zájemce o koupi s nejvyšší pravděpodobností bude koupi financovat hypotečním úvěrem, stavebním spořením atp. Dnes je to obvyklé a určitě to neznámá, že zájemce, který si půjčuje, není bonitní.



II.

8 TIPŮ PRO TVORBU POUTAVÉHO INZERTNÍHO TEXTU



Prodáváte nemovitost?

Váš první vysněný byt, na který jste kdysi léta šetřili, ale nyní nastal čas přestěhovat se do nového a zdrojem peněz je právě tato nemovitost? Nebo dům po rodičích, který nutně potřebuje rekonstrukci? Prodáváte jej spolu se svými sourozenci, jelikož nikdo z vás, ani vašich dětí jej nechce. Máte své bydlení a dvougenerační dům je vám jen na obtíž. Chalupu, na které jste kdysi trávili spoustu času, ale bohužel se rozvádíte a musíte rozdělit společný majetek?

Všechny tři nástiny možné výchozí situace prodávajícího mají jedno společné. Emoce. Ano, při prodeji nemovitosti mnohdy hrají velkou roli city, které jsme si k danému objektu vybudovali. Domy jsou jako naše děti, ztělesňují naši osobní i rodinnou historii. Dům symbolizuje nějakou



etapu našeho života nebo života našich předků. Pokud se rozhodneme jej prodat, nemusí to být lehké rozhodnutí. Ale život se neptá.

Pokud se rozhodneme dům prodat, proč se mnohdy chováme jako pověsný slon v porcelánu a své nemovitosti při prezentaci potenciálním zájemcům nevědomky ubližujeme?



JAK TO NEMÁ VYPADAT

Například takto.

Prodám chalupu k rekreacy v ceskem raji. Troski, Humprcht, rybniky. Cyklstika, turistika, houbareni. Na zahrade svestky, ryngle, angrešty. Zajemci volejte XXXXXXXX piste na fuffinekkk@seznam.cz.

Tento pisatel bohužel nedisponuje adekvátní jazykovou výbavou, píše hrubky, proto by bylo na místě nechat si text před vyvěšením inzerátu na internet zkontrolovat. Nejhodnotnější je nepochybně ta informace, že v červenci si na zahradě natrhám to, či ono (aneb spousta dotěrného hmyzu z hniјících plodů). Skvělé do řádkové inzerce, ale ta frčela naposledy v 90. letech. Nechci tvrdit, že řádková inzerce je špatná (na prodej kořat, nebo staré televize postačí). Ale opravdu si myslíte, že tuto inzerci čte skutečný zájemce o vaši nemovitost? Ten si v dnešní době mnohem raději prohlédne obrázkové nabídky na internetu. Samotný text bez doprovodu fotografie nedokáže vytvořit adekvátní představu o nemovitosti. A co ten e-mail? „S Fufinkem bude radost obchodovat, možná nebude mít ani tucha, jaká je reálná tržní cena jeho domu“, mne si ruce nejeden zájemce.

Dum v klidne casti obce, pozemek je oploceny. Elektrina, wafky. V obci je škola, skolka, hriste. nova strecha, okapy, castecne koupelna. Nutno videt osobne.

Zde autor evidentně četl pár nabídkových inzerátů a pochytil něco málo z věcí, které je obvykle zvykem o nemovitosti uvést. Údaje jsou však velmi kusé, text strohý, neúplný a přeházený. Inzerát je bez fotky. Celkový dojem – jak asi tenhle dům může vypadat? Nuda.

Prodám byt. Hledám zájemce, nikoli zprostředkovatele. Individua z realit nevolat, nebo se rozčílím.

Takovýto prodejce vás pravděpodobně při prvním pokusu o kontakt s ním bude lustrvat, jestli skutečně nejste z realitní kanceláře. Možná bude mít i zajímavé požadavky na průběh celé transakce a k obchodu nakonec nedojde, jelikož se jednoduše nedohodnete. Bohužel mnozí prodávající si i v dnešní době myslí, že úhrada kupní ceny za nemovitost probíhá při podpisu



kupní smlouvy hozením klíčů na stůl oproti předání kufříku s penězi (v lepším případě postačí krabice s „vínem“). Ve výsledku na vás ještě budou házet okem, abyste na smlouvu nechali napsat nižší cenu: „*Přeci tomu státu nebudem dávat všechno?*“ Se zaštitěním celé transakce advokátem, notářem, nebo bankou v takovém případě raději nepočítejte.

MAM BARAK NA PRODEJ HEZKY PEKNY V DOBRYM STAVU. K DIPSOZICI JE IHNED. CENA JE PEVNA 800 TISIC. SPECHA.

Caps Lock, ajaj, nohy na ramena, pokud nejste překupník s nemovitostmi. S tímto prodávajícím zřejmě nebude lehké pořízení. I tohle si může pomyslet potencionální kupec. Velká písmena obvykle evokují rozčilení a agresivitu pisatele.

JAK TO MŮŽE VYPADAT

Toliko ilustrační ukázky. Nyní se pojdme podívat, jak vytvořit ideální prodejní text pro vaši nemovitost:

- 1. Pozitivní naladění.** Inzerát je reklama a z toho plyne, že cílem je pozitivní vyznění celého textu. To však neznamená, že nesmíte uvádět žádné z nedostatků vaší nemovitosti. Pokud je objekt určen k rekonstrukci, nezatajujte to a nebojte se tento fakt uvést už v inzerátu. Zámecce nabude dojmu, že jste solidní prodejce a vše zásadní mu bez okolků sdělíte. Nemluvte o tom, že ze zákona ručíte kupci za skryté vady nemovitosti až 5 let od prodeje. Je tedy ve vašem zájmu na všechny zjevné vady zámecce upozornit.
- 2. Přehlednost.** Inzerát by se měl čtenáři dobře číst a postupně jej v logickém sledu seznámit s nabízenou nemovitostí. Jednotlivé myšlenky by měly navazovat. Dbejte na to, abyste v jedné větě nepopisovali technický stav a vzápětí se nevraceli k pozitivům nemovitosti a zase zpět k technickým údajům. Vzpomeňte si na členění slohových prací – na úvod, stať a závěr. Doporučuji text členit například dle typu sdělované informace na 4 části – **na emoce (E1), popis (P1), emoce (E2), popis (P2)**. Hlavní je, abychom čtenáře nenudili.



3. **E1 (Poutavý úvod).** V úvodu obecně představte nabízenou nemovitosti. Vyzvedněte ty nejpodstatnější znaky nemovitosti. Zejména neopomeňte uvést typ nemovitosti, její stav a umístění (výhled). Výhled na sousedův dvorek není nutné vyzdvihovat.

Zemědělská usedlost s větším pozemkem v Českém ráji – obec Jinolice, okres Jičín. Usedlost je situována na slunném pozemku s pěkným výhledem do okolní krajiny. Klidné místo - nejbližší sousedé cca 50 m od hranice pozemku.

4. **P1 (Technické údaje).** Následně se zaměřte na popis dispozic a technický popis. Uveďte všechny dostupné inženýrské sítě a přípojky energií.

Nemovitost je v původním stavu - určena k rekonstrukci. Dispozice: 1. PP (podzemní podlaží): větší sklep (30 m²); 1. NP (nadzemní podlaží): vstupní chodba, hlavní obytná místnost se zachovalými kachlovými kamny, 2 obytné místnosti, koupelna, suché WC; 2. NP: půdní prostory vhodné k vestavbě. Inženýrské sítě (IS): Elektřina odpojena, vlastní studna, přípojka obecního vodovodu je na hranici pozemku. Topení lokální na tuhá paliva. Příjezd po obecní komunikaci.

5. **E2 (A další bonusy).** Nakonec detailněji rozvedte přednosti dané nemovitosti. Zmiňte také půvabné okolí dané nemovitosti (letní, zimní aktivity, turistická místa, stylová hospůdka, hrad, či zámek, nebo jiná atrakce v okolí). Jak daleko je to do nejbližšího města, nebo větší obce?

Je zachován tradiční ráz nemovitosti z počátku 20. století. Nemovitost jistě osloví příznivce přestavby v rustikálním stylu. V bezprostřední blízkosti usedlosti jsou Jinolické rybníky a nedaleko Prachovské skály.

6. **P2 (Měřitelné údaje).** Neopomeňte uvést celkovou výměru a cenu. Zájemci tyto údaje u jednotlivých nemovitostí rádi srovnávají, jedná se o měřitelné údaje.

Kompletní občanská vybavenost v Jičíně (6 km). Celková výměra pozemků činí 1.890 m². Cena: 790.000 Kč.



7. **Neutralita.** Neodrazujte předem potencionální zájemce. Pozor na arogantní vyznění inzerátu (např. „*Nehledáme jen kupce, ale i dobrého souseda. Fanoušci plovoucích podlah a plastových oken, přesuňte svou pozornost jinam!*“). Nejsme ve škole, ani na pranýři.
8. **Srozumitelnost.** Text v inzerátu obvykle nelze členit do odstavců. Snažte se být struční a nepoužívat dlouhá a krkolomná souvětí. Pamatujte, že vaším cílem je vyvolat v zájemci touhu po prohlídce, nikoliv změřt otázek. Pokud nemáte v úmyslu svěřit prodej realitní kanceláři, počítejte s tím, že případné prohlídky a zodpovídání dotazů potencionálním kupcům budou ve vaší režii. Usnadněte si práci tím, že vše podstatné uvedete již v inzerátu. Vaším stěžejním úkolem následně bude jen zpřístupnit předmět prodeje zájemcům o prohlídku.

Výše uvedené je ale úplný základ toho, jak by měl prodejní text vypadat. Dnes je poměrně trendy text rozčísnout a upravit tak, aby byl „sexy“ a stal se takovým malým literárním dílkem sám o sobě.

Takto například píšu texty já:

V dnešní době je poměrně těžké najít větší pozemek s prostornější stavbou. A najít takovou, kterou by šlo bez jakéhokoliv přístavování zrekonstruovat tak, aby naplňovala současná kritéria komfortního bydlení, je docela oříšek. U tohoto domu v Kozojedech na Jičínsku, s pozemky o CV 3619 m², se snadno zapamatovatelným číslem popisným 22 se navíc nabízí hned několik možností využití nemovitosti.

Pozvěte celou svou rodinu na víkend a pohodlně je ubytujte. Nebo se sem nastěhujte natrvalo a pořídte si pár ovcí. A co takhle vybudovat zde menší rodinný penzion? Prostory domu jsou skutečně velkorysé, stavba by si zasloužila citlivou rekonstrukci. Některé rustikální prvky, zejména okna a dveře, zůstaly zachovány. Lze je nechat zrestaurovat a vrátit tak tomuto domu ducha doby, ve které byl postaven. Jak se sluší a patří k takové usedlosti, nechybí zde šikovní sklípek o výměře cca 15 m².

S přestavbou půdy na obytné prostory začali již předchozí majitelé a uvážíme-li celkovou plochu tohoto prostoru, která činí cca 160 m², vejde se sem pohodlně několik pokojů. A už jste přemýšleli, na co byste využili stodolu?

Líbí se vám, koupili byste? Lituji, už je prodáno 😊



Dobrá rada nad zlato



Nepopisujte průchod domem v textu ve stylu: „... z předsíně se vlevo vchází do obývacího pokoje, která je průchozí do kuchyně a dále do ložnice ...“. Tyto sekce nikdo nečte, protože jim není rozumět, připojte raději jednoduchý plán domu, půdorys. Mnoho programů na úpravu půdorysů je volně dostupných ke stažení. Jak malý byt, tak i velký dům si zájemce lépe představí, když uvidí kompletní dispozice na obrázku. 3D půdorys je efektní záležitost, ale postačí i jednoduchý nákres.



III.

JAK NA KVALITNÍ PREZENTAČNÍ FOTOGRAFIE



Pořízení fotodokumentace nemovitosti není radno podcenit. Fotografie jsou to první, na co se potenciální zájemce zaměří. Buď váš inzerát jen letmo přelétne, nebo si se zaujetím přečte i detailní popis nemovitosti a bude vás kontaktovat s dotazem, nebo v lepším případě s žádostí o prohlídku.

Nicméně prvním krokem, než se pustíte do fotografování, je **příprava interiéru i exteriéru pro fotografování**. V dnešní době bývá tento proces často označován jako „foto staging“ (= příprava nemovitostí pro nafocení). Další level stagingu je tzv. home staging, což je taková vyšší dívčí. Může zahrnovat i menší opravy, výmalbu, výměnu nábytku za nový v decentnějším a neutrálnějším stylu, výzdoba dekoračními předměty aj. Zjednodušeně lze říct, že interiér musí působit útulně a líbivě, podobně jako instalace vystavené v obchodních domech s nábytkem. Zásadní je, aby průměrný potenciální kupec byl výsledkem home stagingu uchvácen, což zvyšuje šanci na prodej a pomáhá dosahovat vyšší prodejní ceny.



Home staging lze doporučit do bytů nebo domů, které nejsou zabydlené a zařízené. Pokud se v nemovitosti žije, využijete spíše foto staging. Konkurence nabídek je obrovská a vy přece chcete prodat co nejdříve a za lepší cenu než ostatní. Samozřejmě je nutné podotknout, že sebelepší prezentace nedokáže prodat vaši nemovitost za nereálnou a přemrštěnou cenu, o tom však jindy a jinde.

INTERIÉR

V zásadě platí, že nejdůležitější je odklidit z dohledu fotoaparátu všechny nepotřebné věci a předměty soukromého rázu. Interiér by měl vypadat **čistě a jednoduše**. Úklid je sice věcí zvyku a pro každého člověka znamená něco jiného, nicméně pro prezentaci nemovitosti platí univerzální pravidla, která se učíme již v mateřské školce.

Oblečení patří do skříně, boty do botníku, nádobí do myčky nebo do kuchyňské linky. Otevřené police přeplněné různými zbytečnostmi (sběratelské skvosty, upomínkové předměty, suvenýry z cest a jiné lapače prachu) nevypadají na fotografiích vábně. To samé platí o použitém kartáčku na zuby v koupelně, nebo o špinavém prádle na podlaze. Z toho důvodu je v tomto ohledu lepší, pokud jsme se již z domu odstěhovali. Doporučuji všechny předměty soukromého rázu ukrýt před zraky zájemců, zejména rodinné fotografie, ale i sbírku prázdných lahví od alkoholu. Chcete přeci v zájemci vyvolat touhu po koupi vaší nemovitosti? Každá negativní asociace, kterou si zájemce představí v souvislosti s vaším domem je překážkou úspěšného a rychlého prodeje za vámi požadovanou cenu. Ukažte zájemci, že váš dům je čistý a upravený.

Kuchyň: Plocha kuchyňské linky uklizená, bez špinavého nádobí, prázdný jídelní stůl s květinou uprostřed.

Obývací pokoj: Odklidit rotoped, žehlicí prkno, naklepat polštáře na sedačce.

Ložnice: Ustlané postele. Žádné poházené svršky.

Dětský pokoj: Viz výše. Hračky uklizené.



Pracovna: Uklizený pracovní stůl, židle zasunutá ke stolu.

Koupelna: Naaranžované čisté ručníky, minimum kosmetických přípravků na poličkách (bohatě stačí tekuté mýdlo v úhledné lahvičce na umyvadle).

Předsíň: Boty a kabáty schovejte do šatny. Zrcadlo naleštěte.

Inspirovat se můžete v časopisech o bydlení. Pokud nejste příznivci zeleně, vypůjčte si nějaké rostliny od sousedů, nebo přátel a vhodně je v interiéru umístěte, ale pozor, ať to u vás nevypadá jako v květinářství.

EXTERIÉR

Samozřejmostí je posekaný trávník, neudržovanou zahradu nefotíte. Pryč s lopatami a náradím, zahradní sekačkou, sušákem na prádlo. Auto přeparkujte jinam, pokud jej neprodáváte spolu s domem. Výjimkou je parkoviště před bytovým domem při prodeji bytu – ale pokud auta překáží ve výhledu, je lepší počkat s focením, až odjedou.

SAMOTNÉ FOCENÍ

Focení interiéru je poměrně složitá disciplína, do které asi úplně nechce žádný samoprodejece zabrušovat. Pravděpodobně máte mobilní telefon s celkem obstojným integrovaným fotoaparátem, ovšem lepší bude vytáhnout digitální kompak. Hodně začínajících fotografů narazí na problém se světlem. Uděláte první fotku místnosti a ta bude prostě tmavá. Použijete tedy blesk, jenže ten zase vytáhne z fotografie to, co by mělo zůstat skryto. Prostě to nebude ono.

Kouzlo pěkné fotografie spočívá v tom, že vypichuje, **klade důraz na určitý menší či větší detail, podobně jako vnímá obraz lidské oko**. Širokouhlé fotografie jsou fajn, ale pokud nebude místnost uspořádána pro focení, z fotky zbyde jen změt věcí. Používat efekt rybího oka ovšem nedoporučuji, vytváří nevhodné deformace a na takové obrázky není hezký pohled. Můžete se inspirovat v časopisech o bydlení, nebo na internetu. Aktuálně frčí třeba [Pinterest](#).



Místnosti foťte z rohu tak, aby objektiv zabíral pokud možno největší plochu a výsledná fotografie vytvářela dojem většího prostoru. Pokud je v interiéru zajímavý prvek (velké schodiště, nová kvalitní dřevěná okna, nábytek na míru, který je součástí prodeje) vyfoťte jej detailně. Vyvarujte se focení osob, pokud za tímto účelem nenajímáte figuranty. Pozor na zrcadla, odraz ve skle někdy ukáže to, co nemá.

Nejdůležitější je vyhotovení **úvodní fotografie**. Pro hlavní fotografii je vhodné zdokumentovat nemovitost z pohledu z ulice, vhodné je zakomponovat do fotografií například kvetoucí keře, nebo alespoň nějaké okolní rostlinstvo (samozřejmě pokud nemáte smůlu a vaše nemovitost se nenachází mezi šedými betony). V takovém případě doporučuji pro účely fotografování umístit před dům větší květináče se živými rostlinami. Je nanejvýš vhodné pořizovat fotografie při jasné, nejlépe modré obloze, dosáhnete tak ideálního nasvícení domu a to přidá vaší fotografii na profesionalitě. Ale pozor, polední letní slunce není to pravé, hází totiž nepěkné stíny, se kterými si jako laik při focení neparadíte.

Pořídte co nejvíce fotografií, některé fotografie se nepovedou, budou rozmazané, nebo příliš tmavé, a nechcete přeci absolvovat celé martyrium s úklidem znovu. Pokud nejste zdatní v práci s programy na úpravu fotografií, všechny křivé, přesvícené a nedokonalé fotografie nekompromisně vyřadte. S ohledem na velikost nabízené nemovitosti vyberte přiměřený počet fotografií (cca 10 až 20 fotografií). Dbejte při tom na to, aby se jednotlivé záběry neopakovaly. Fotografie následně seřadte dle logického sledu. Například si představte, jak budete interiérem provázet zájemce při osobní prohlídce. Nyní již zbývá jen fotografie zveřejnit.

Dobrá rada nad zlato



Pokud s výsledkem svého amatérského focení nejste spokojeni, zkuste oslovit nějakého začínajícího fotografa, nebo studenta fotografie. Udělá vám lepší cenu, nebo mu postačí, že vaše fotografie bude moci prezentovat v rámci svého portfolia.



IV.

JAK SE CHOVAT NA PROHLÍDCE



Řekněme si na rovinu, že prezentace domu je opět nejjednodušší v případě, kdy v prodávané nemovitosti již sami nebydlíte. Odpadá vám tak nutný úklid pokaždé předtím, než dorazí potenciální kupec na prohlídku.

Samozřejmě existují i tací, kteří úklidu nepřikládají takovou váhu, a jsou ochotni vpustit zájemce do svého bytu okamžitě i ve chvíli, kdy je obydlí ve stavu podobajícím se výbuchu atomové bomby. Velkým úskalím jsou rovněž domácí mazlíčci a jejich neodmyslitelný pach. Ne každý je příznivcem chovatelství a některé osoby jsou vůči těmto vjemům velmi citlivé. Zvířátka tedy dejte spolu s dětmi babičce na hlídání a pusťte se do generálního úklidu.

Většina pravidel je shodná s předchozí kapitolou o fotografování. Nicméně přibude nám pár bodů navíc. Zatímco focení klade důraz na čistotu uspořádání předmětů v interiéru, osobní



prohlídka je obohacena o již zmíněné čichové vjemy a očím zájemce neujdou případné drobné závady, které fotoaparát milosrdně tají.

Půjdete s kůží na trh a každou drobnou vadu, na kterou zájemce upozorní, budete zlehčovat? Nebo se pokusíte tyto závady předem odstranit tak, aby k podobné nepříjemné konfrontaci nedošlo? Uvědomte si, že každá negativně mířená poznámka zájemce snižuje v jeho očích hodnotu vaší nemovitosti. Zapomeňte v tomto případě na Potěmkinovy vesnice. Většina zájemců se, věřte mi, bude chtít podívat všude. I když, pravda, pokud doma trvale bydlíte, brání v detailním šmejdění slušně vycištěným lidem pravidla etikety, což je vaše výhoda. Nevýhodou je bohužel to, že zájemce nemusí být takovouto prohlídkou uspokojen a taková „nedostatečná“ prohlídka v jeho mysli vyvolá řadu otázek.



UŽ BYDLÍTE JINDE

- 1. Nutné opravy.** Pokud se vám nechce celý byt nebo dům vymalovat, opravte alespoň oprýskanou omítku, odstraňte plíseň v koupelně, poškozenou podlahu, kapající kohoutek, zkrřížená okna, vypadávající kliky u dveří atp.
- 2. Čistý vzduch.** Bezprostředně před prohlídkou vyvětrejte. Vonné svíčky raději nezapalujte, ne každý má rád vůni vanilky nebo jehličí.
- 3. Zouvat, či nezouvat?** Zvažte, zdali budete požadovat po zájemci zouvání se. Jste-li na čistotu úzkostliví, a nemáte v bytě koberce, stačí po odchodu zájemce vytřít podlahu. Zájemce bude tímto vaším ústupkem mile potěšen a odpadne trapné přezouvání se do papučí. Výborné jsou také jednorázové návleky, dají se pořídit v pracovních potřebách.
- 4. Serióznost.** Pokud je vás vícero vlastníků, buďte na prohlídce, pokud možno všichni. To bude pro zájemce dokladem skutečného zájmu nemovitost prodat za podmínek uvedených v inzerátu. Samozřejmě pokud budete ostatní spoluvlastníky zastupovat i při podpisu kupní smlouvy, nebo bydlí ostatní spoluvlastníci na druhém konci republiky, jsou pracovně vytížení, či nemohoucí, není tento krok nezbytně nutný.
- 5. Kompletní podklady.** Připravte si k ruce dokumenty k nemovitosti – **list vlastnictví, katastrální mapu, průkaz energetické náročnosti budovy, stavební dokumentaci.** Některé zájemce zajímá i výše daně z nemovitosti, nebo různé další dokumenty a povolení (kolaudační rozhodnutí, projekty). Čím více podkladů si připravíte, tím lépe. Zájemce nabude dojmu, že se vše podstatné dozvěděl, a nezaskočí vás nečekanou otázkou. Ostatně pokud máte dokumenty k nemovitosti v pořádku, naleznete v nich veškeré odpovědi na všetečné dotazy zájemců.
- 6. Sleva.** Jednání o ceně zpravidla nebývá na programu první prohlídky. Nicméně pokud se vás zájemce zeptá na možnost slevy, odpovězte protiotázkou: „*Jakou slevu si prosím představujete?*“ Pokud zájemce vysloví svou nabídku okamžitě, nereagujte ihned a ponechte si čas na rozmyšlenou s tím, že své stanovisko dáte zájemci na vědomí např. po konzultaci s rodinou/právníkem atp. Pokud na prodej nespěcháte, jste ve výhodě. Ale pozor, v případě dlouhodobého nedostatku zájemců je lepší zlevnit a nečekat, že se najednou stane zázrak. Pokud nemovitost prezentujete dostatečně, tak nezajem značí, že poměr cena/kvalita neodpovídá situaci na trhu. V takovém případě doporučuji nechat



si určit **tržní cenu** vaší nemovitosti (naše kancelář ji nabízí zdarma, sjednejte si nezávaznou schůzku [zde](#)).

- 7. Trpělivost.** Netlačte na zájemce s odpovědí. Ptejte se spíše na to, pro jaké účely byt/dům kupují (rekreace, trvalé bydlení, zisk z pronájmu) a vhodně vyzdvihněte při prohlídce soulad požadavků zájemce s vaší nabídkou (například: „*Vidíte, tu kůlnu můžete přestavět na zahradní posezení, říkali jste, že rádi grilujete*“). Pokud máte více zájemců, nebo na prodej spěcháte, můžete se o tom zmínit. Odpusťte si subjektivní hodnocení a vychvalování vaší zručnosti při opravách nemovitosti, nechte více mluvit zájemce. Na provedené rekonstrukce však upozorněte.
- 8. Empatie.** Při prohlídce nemovitosti se chovejte intuitivně, přizpůsobte své chování vystupování zájemce. Pokud je zájemce výřečný, můžete si dovolit chovat se více neformálně. Naopak, pokud jste měli štěstí na bručouna, držte se zpátky a buďte milí a vstřícní, nikoliv vlezlí. Většina zájemců chce nejprve nemovitost vidět zevnitř a až poté se řeší vážné věci (postup v případě prodeje).
- 9. Tolerance.** Nabídněte po prohlídce zájemcům kávu a v klidu se na toto jednání usadte, Vy i zájemci se budete cítit uvolněněji. Připravte se na otázky týkající se způsobu úhrady kupní ceny, financování. Máte svého ověřeného advokáta, notáře, nebo oblíbenou banku. Nezapomeňte, že i zájemce má své požadavky, je tedy nanejvýš vhodné jít cestou vzájemných kompromisů. Při financování koupě nemovitosti formou hypotečního úvěru počítejte s tím, že budete pravděpodobně muset vyjít zájemci vstříc například se souhlasem sjednání zástavního práva na vaši nemovitost ve prospěch banky. Je poměrně obvyklé, že zájemce nemá možnost ručit jinou nemovitostí, nežli tou, kterou si právě pořizuje.
- 10. Podpisy až příště.** Pokud zájemce neprojevil vážný zájem koupit vaši nemovitost již na prohlídce, vyhněte se, pokud možno, zbytečným informacím o vašich představách o jednotlivých právních krocích při prodeji. Odpusťte si direktivní přístup typu: „*Jinak peníze půjdou rovnou ke mně na účet/ k JUDr. Novákovi, na tom trvám*“. Většina klientů nedává na prohlídce najevo svůj případný zájem o nemovitost, zbytečně tedy na zájemce netlačte a nevyvolávejte v něm dojem, že potřebujete prodat za každou cenu. Pokud však máte více zájemců, zmiňte se o tom jednou větou, nezdůrazňujte to opakovaně, jinak hrozí, že budete působit povýšeně.



11. Operace „kulový blesk“. „Vystěhuji se až za 3 měsíce po přepisu, musím něco sehnat, to dá rozum“. Uvědomte si, že pokud v domě ještě bydlíte, je to vaše mínus a zájemce tak může z koupě takové nemovitosti vycouvat a raději si pořídí sousedův prázdný dům. Rozmyslete si tedy dopředu, jak budete řešit případnou nutnost vystěhování se a hledání nového bydlení. Pokud chcete z utržených peněz financovat koupi jiné nemovitosti, buďte připraveni na to, že vám vaše vysněná nemovitost může utéct a zvažte možnost hypotečního úvěru na koupi nové nemovitosti. Je takřka sebevražedné snažit se najít dům až na poslední chvíli, tehdy, kdy si s potencionálním zájemcem takzvaně plácnete. Doporučuji raději zvážit variantu dočasného nájemního bydlení, nežli riziko, že unáhleně koupíte nemovitost, která nesplňuje polovinu požadavků, které jste si vytyčili.

Dobrá rada nad zlato



Ne nadarmo se říká, že je lepší vyhořet než se stěhovat. Je nějaká záležitost, která může vaše rozhodnutí prodat zvrátit? Je to vaše definitivní a nezlomné rozhodnutí? Tak vám tedy nic nebrání začít vyklízením a popřípadě hledáním nového bydlení?

Nebo na nové bydlení nebudete mít peníze, dokud nedostanete zisk z prodeje? Pokud nějakou hotovost máte, vyřešte doplacení zbylé části hypotečním úvěrem. Zajímá-li vás, co obnáší vyřízení hypotéky, podívejte se [sem](#).



NIKDO ZDE NEBYDLÍ

- 1. Vymalovat.** Není nutné před prodejem nákladně rekonstruovat, odstraňte drobné závady a bíle vymalujte. Nový majitel může mít odlišnou představu o rekonstrukci. Nepočítejte tedy s tím, že by se vám vynaložená investice vrátila i se ziskem.
- 2. Vyklidit.** Vystěhujte nekompromisně vše, co si chcete ponechat, i to, o čem si myslíte, že již nikdo nevyužije. Pokud nese vaše nemovitost známky křečkování (= chorobné hromadění nepotřebných věcí), objednejte kontejner na odvoz, nebo uspořádejte brigádu. Pokud to neuděláte vy, zájemce se tomu nevyhne a náklady s tím spojené si přičte k ceně nemovitosti. Rozumějte, bude požadovat slevu.
- 3. Vyčistit.** Pokud se jedná o starší, delší dobu neobývanou nemovitost, která je určena k zásadní rekonstrukci, nelamte si hlavu s bodem č. 1 (výše). Zajistěte alespoň, aby byla posekána zahrada na přilehlých pozemcích a odstraněny náletové dřeviny. Učiňte potřebné kroky tak, aby nový majitel nemusel ihned po převzetí nemovitostí najímat četu deratizátorů. Některé senzitivní jedince může atmosféra starších, opuštěných domů děsit, vyvolávat v nich úzkostné pocity. Tomu lze částečně předejít tím, že v domě před prohlídkou otevřete všechna okna. Zároveň odkliděte všechny hororové rekvizity (staré panenky, holinky po dědovi, krumpáče, sekery, plechové sudy atp.).
- 4. Vyjít vstříc.** Pokud jste zdaleka, zvažte služby realitní kanceláře. Profesionální realitní makléř uskuteční prohlídky za vás, přičemž je schopen nabídnout zájemcům termíny prohlídek v kteroukoliv denní dobu. Zatímco vy jste v práci, nebo o víkendu, kdy odpočíváte doma s rodinou a nemáte náladu na zájemce – „turisty“ (= zájemce, který vyplňuje čas mezi prohlídkami jiných nemovitostí prohlídkou nemovitosti, o kterou nemá ve skutečnosti přílišný zájem). Navíc se vyhnete případné konfrontaci se zájemcem a budete ušetřeni citové újmy v případě neomalených negativních poznámek o vaší nemovitosti. Dobrý makléř vám tyto informace předá zprostředkovaně a citlivějším způsobem.

Závěrem dodávám, buďte otevření a pozitivně naladěni. Vyhradte si na prohlídku **dostatek času**, alespoň hodinu. Je pravidlem, že prohlídku ukončuje zájemce (tedy pokud by se u vás zájemci uvelebili až do večera, je pochopitelně na místě, taktně je upozornit na skutečnost, že



vás čekají ještě další povinnosti). V každém případě jednejte s chladnou hlavou, buďte milí a nenechte se nikým vyvést z míry.

Pokud vám něco v E-BOOKU nebylo jasné, nebo by vás zajímaly další podrobnosti, ozvěte se mi a ráda se s vámi nezávazně potkám u kávy. Poradím, pomohu.

Přeji vám úspěšný prodej, ať už se rozhodnete jít kteroukoliv cestou



Lenka

ZÁVESKÁ KÖSTINGEROVÁ

724 458 774

lenka@zkreality.cz

www.lenkazaveskakostingerova.cz

www.zkreality.cz

