



## Bydlení na doporučení

VÁŠ POMOCNÍK A RÁDCE VE SVĚTĚ NEMOVITOSTÍ

# CHYTRÉ DESATERO **5 CHYB A 5 RAD** PŘI PRODEJI NEMOVITOSTI

## 5 chyb při prodeji

### 1. Špatně stanovená cena

#### Mohou nastat 2 extrémy:

- A)** majitel požaduje nesmyslně vysokou cenu, ke které většinou došel součtem dluhů, co potřebuje zaplatit, příp. počtem dětí, které chce výtěžkem prodeje podělit, nebo jen díky informaci od souseda, či porovnáním s jinými nesmyslnými cenami vystavenými v inzerci
- B)** majitel chce nižší, než tržní cenu – pokud k tomu není důvod (např. při exekuci), většinou se jedná o majitelovu neznalost aktuálních cen nemovitostí

V prvním případě si majitel vytváří neprodejnou nemovitost, ze které se časem stává „ležák“ (viz dále vysvětleno).

Ve druhém případě dostane zbytečně málo peněz, i když by měl nárok na více.

**ŘEŠENÍ:** Nechte si udělat posudek **tržní ceny nemovitosti** (pozor – nezaměňovat za posudek ceny nemovitosti pro dědictví, banku, či finanční úřad – zde jsou uváděny jiné ceny).

**Na této stránce si můžete nechat zpracovat posudek tržní ceny zdarma do druhého dne.**



## 2. Špatná prezentace – fotky + popis

**Majitel vezme jakýkoli foťák do ruky a vyfotí nemovitost v běžném „provozním“ stavu (tzn. s čerstvě pověšeným prádlem na sušáku v obýváku, nepořádkem v kuchyni apod.)**

- A)** Fotky jsou tmavé, není poznat, co je na nich
- B)** Fotky nejsou lákavé (nikdo se nechce dívat na cizí nepořádek)
- C)** Fotky jsou rozmazané
- D)** Z fotek není poznat prostor dané nemovitosti, jsou zachycené nic neříkající části (např. stěna s obrazem, okno se záclonami, ...)

**Popis je krátký, zájemce nedostane dostatek informací pro to, aby se rozhodl přijít na prohlídku**

**ŘEŠENÍ:** Nechte fotografie, které mají prezentovat Vaši nemovitost, za kterou chcete získat co nejvíce peněz, udělat **profesionálem**, který ví, co a jak má fotit a má na to i profi fotoaparát.

Popis musí napsat někdo, kdo s tím má **zkušenosti** a ví, co všechno chtějí zájemci slyšet. Inzerce musí být **masivní**, i na placených serverech, aby se z velkého počtu zájemců vybral ten správný.

**[V tomto článku se můžete dozvědět bližší informace o aranžování nemovitostí.](#)**

## 3. Prodej přes více RK

- Majitel má představu, že čím více RK jeho nemovitost nabízí, tím **více zájemců** přijde
- Většinou je to naopak – realitní kanceláře takovýmito nevýhradním zakázkám nevěnují tolik pozornosti a hlavně **finančních prostředků** potřebných na propagaci
- Nemovitost **ztrácí na atraktivitě** – u kupujících vzniká dojem, že ji nikdo nechce, a proto ji nabízí tolik RK
- Majitel získá nejnižší možnou cenu – kupující obvolá všechny RK, které inzerují nemovitost a která RK mu vyjednává nejnižší cenu, tam kupuje danou nemovitost

**ŘEŠENÍ:** Svěřte prodej jedné realitní společnosti, která zajistí veškerou propagaci a nebrání se spolupráci s ostatními RK – nepřijdete tak o kupce, kterého by měla jiná RK a navíc „Váš“ makléř bude kopat za Vás a zajistí Vám nejvyšší možnou cenu. Provizi si RK mezi sebou přeúčtují, takže Vás to nebude stát ani o korunu navíc!

**[Zde se můžete podívat na přehled našich realitních a marketingových služeb.](#)**



## 4. Dlouhá doba prodeje - „ležák“

- Pokud majitel nemá **zkušenosti** s prodejem nemovitostí, prodává sám a nechává stejnou cenu, fotografie i popis po delší dobu, nemovitost se „okouká“ a nikdo ji nechce („ta už tam je dlouho, tu nikdo nechce...“).
- Špatně nastavený marketing – pokud majitel využije jen **neplacené nebo malé** inzertní servery a tzv. „vyvěsí“ nabídku a čeká, to dnes nestačí. Informace o prodeji se dostane k velmi malému počtu zájemců.
- Stejná situace může nastat, pokud nemovitost nabízí **více RK** a jejich cena v inzerci a dokonce i popis se značně liší. U kupujících vzniká dojem, že „tam je něco v nepořádku“ a radši se jdou podívat jinam.

**ŘEŠENÍ:** Je třeba správně nastavit cenu – ideálně **lehce nad tržní hodnotu**, abyste neminuli případného kupce, který je ochoten díky lokalitě a typu nemovitosti zaplatit více peněz. Pokud se takový kupec nenajde, pak je nutné **s cenou pracovat** a dostat se na tržní hodnotu. Pomůže i obměna fotek a doplnění popisu. Ideální doba prodeje nemovitosti je **3-6 měsíců** dle typu nemovitosti, u atraktivních nabídek to může být i v řádu týdnů.

## 5. Špatná smluvní dokumentace

- Bohužel se stále najdou lidé, kteří používají při řešení „obchodu jejich života“ (kterým prodej nemovitosti v řádu milionů jistě je) smluvní dokumentaci **staženou z internetu**. Netuší, že každá nemovitost má svá specifika a prodej je třeba řádně **smluvně ošetřit**. Stává se pak, že se „zapomene“ převést určitá část prodávané nemovitosti, protože majitel se neorientuje přesně **v zápisu na katastru nemovitostí**. Nebo katastr smlouvu vrátí, protože **nesplňuje všechny náležitosti...**
- Častým omylem je také myšlenka, že „já mám kamaráda právníka, on mi smlouvu připraví“. Každý právník má nějakou **specializaci** – někdo rozumí rozvodům, někdo smlouvám mezi obchodními korporacemi,... Stejně jako jsou různí lékaři a kardiolog Vám nebude spravovat zlomenou nohu, tak i právo je velmi košaté a je třeba oslovit specialistu, který má **s převody nemovitostí letité zkušenosti**.

**ŘEŠENÍ:** Smluvní dokumentaci pro převod nemovitostí musí připravit **zkušený právník** (advokát) se zkušenostmi s danou problematikou, ideálně když Vám i **prověří právní stav** prodávané nemovitosti a připraví nejen kupní smlouvu, ale **i smlouvu o úschově finančních prostředků a listin**. Pak je pro Vás takový obchod **bezpečný!**



# 1. Homestaging

- Kdo tvrdí, že na fotkách v inzerci nezáleží, ten se mýlí. Prodej nemovitostí paradoxně **není o nemovitostech** jako takových, ale o emocích. A dobrý pocit z předložených fotografií v inzerci je první – **vstupní** – emoce k tomu, zda se na danou nemovitost vůbec pojedou podívat. A jsou to emoce, které rozhodují o nákupu, protože kupující si musí umět představit, že tady bude bydlet a tady mu bude dobře (výjimkou jsou pouze investiční nemovitosti).
- Sebelepší fotografie neuklizené nemovitosti Vám ale nepomůže. Základem je tedy úklid a příprava nemovitosti před samotným focením.
- Příprava může spočívat pouze ve **fotostagingu**, kdy naaranžujete nemovitost se stávajícím nábytkem a doplníte pouze vhodné doplňky (květiny, polštářky, apod.)
- Druhou variantou je náročnější **homestaging**, který se využívá převážně v prázdných nemovitostech, kdy se prostory vybaví zapůjčeným nábytkem, vše se naaranžuje a pořídí zajímavé záběry z různých úhlů. Homestaging je možno využít i v zařízené nemovitosti, jen je to náročnější o fázi vyklizení a uskladnění nepotřebného nábytku.

**Zde se můžete podívat na opravdový homestaging (před a po úpravě interiéru).**

# 2. Inzerce na sociálních sítích

- Sociální sítě nyní vládou světem, je to efektivní způsob, jak dostat mezi lidi velmi **rychle nějakou informaci** – v našem případě, že se prodává nějaká nemovitost.
- Je to vlastně taková veřejná „šeptanda“ – „Hele támhle jsem viděla krásný byt na prodej, Ty něco takového sháníš, tak koukni...“. **Lidé sdílí informace** na svých profilech a ty se dostávají k jejich známým a známým jejich známých atd.
- Díky dobré klientské základně na Facebooku a Instagramu, a díky odběratelům videí na YouTube se může taková informace dostat k tisícům lidí za velmi krátkou dobu. Takovou sílu klasická inzerce nemá a mít nemůže.

**Správnou moderní propagaci nemovitosti naleznete zde.**

# 3. SEO

- SEO, neboli **optimalizace na klíčová slova** je taková „magie“, hra s klíčovými slovy, díky které se nějaký příspěvek (video, článek,...) dostává na **přední místa ve vyhledávačích**.
- V dnešní době spousta lidí (a nejen mladých) hledá na internetu informace tak, že **zadá nějaké slovní spojení** (např. „byt u metra“) do vyhledávače (např. na Google.com) a vyhledávač jim vyhledá spoustu stran s odkazy, ve kterých se toto slovní spojení vyskytuje. Pokud máte správně nastaveno SEO, pak Vaše video, či článek vyběhne **mezi prvními odkazy**, které vyhledávač našel. Zvyšuje se tím počet návštěvníků takového videa, či článku.
- Možná Vás to překvapí, ale už máme i první prodeje, kde zájemci k nám přišli díky videu o prodávané nemovitosti na YouTube!

**Více o tématu klíčových slov (SEO) najdete v tomto článku.**



## 4. Videoprohlídka + dron

- Dnešní doba je rychlá. Spousta lidí nechce ztrácet čas objížděním nemovitostí, které se jim pak nebudou z nějakého důvodu líbit. A pouhé fotografie nikdy nemohou dostatečně zachytit prostor dané nemovitosti.
- Řešením, a poslední dobou velmi vyhledávanou záležitostí, je **videoprohlídka**.
- Videoprohlídka je vlastně video natočené v dané nemovitosti, které na rozdíl od fotografií je schopno zachytit prostor dané nemovitosti. Často je doplněno o komentář makléře, který nemovitost prodává.
- Nespornou výhodou je **úspora času** – na nemovitost se jedou podívat jen opravdu **vážní zájemci** a majitel tak šetří svůj drahocenný **čas**, který by jinak strávil pouze s „realitními turisty“.
- Pokud do takové videoprohlídky přidáte ještě záběry **z dronu**, pak má budoucí kupující perfektní představu o nemovitosti i o jejím okolí. **Emočně** jsou navíc takové záběry velmi příjemné.

**[Zde se můžete dozvědět více o dronech a uvidíte také praktické ukázky s využitím dronu.](#)**

## 5. Odlišit nemovitost – výjimečnost

- Kupující mají možnost vybírat z velkého množství nemovitostí, které se aktuálně prodávají. Pokud chcete, aby si koupili právě tu Vaši nemovitost, je zapotřebí ji nějak odlišit od konkurence.

Máte několik možností:

- A)** Využít výše uvedený **homestaging a videoprohlídky**, příp. záběry z dronu (stále ještě hodně nemovitostí takto prezentováno není)
  - B)** Využít **virtuální videoprohlídku** (příp. **video a fotografie 360°**), která je pořízená speciálním zařízením a zpracovaná v patřičném softwaru. Klient si na svém počítači kliká na plánek nemovitosti, tím se dostává do dané nemovitosti dovnitř a myš se může pohybovat, dívat se na strop, na podlahu a důkladně si nemovitost prohlédnout.
  - C)** Najít něco, čím je Vaše nemovitost **výjimečná** – může to být více věcí (nádherný výhled z terasy, energeticky velmi úsporná stavba, nízký fond oprav u bytu, atd.)
- Podívejte se na konkurenční nabídky podobných nemovitostí ve Vašem okolí a zkuste najít důvod, proč by si kupující měl koupit právě Vaši nemovitost – v čem je jiná, lepší? Co je ve Vašem případě výhodnější? **Odlište se od konkurence!**

**[Podívejte se na možnost odlišení se pomocí virtuální prohlídky.](#)**



# HLEDÁTE VYSNĚNOU NEMOVITOST A NEMŮŽETE JI NAJÍT?

Zavolejte nám **+420 734 646 969**

Napište nám email **info@bydleninadoporuceni.cz**

Kontaktujte nás na **facebooku** <https://www.facebook.com/bydleninadoporuceni/>

## VYHLEDÁME VÁM NEMOVITOST PŘESNĚ PODLE VAŠEHO PŘÁNÍ

Jsme tým realitních a finančních specialistů a ke své práci využíváme  
**inteligentní online marketing.**

Naše práce nás baví a děláme to srdcem.  
Klient je u nás na prvním místě.  
Jdeme vlastní realitní cestou ...

Tým Bydlení na doporučení  
**Váš pomocník a rádce ve světě nemovitostí.**

 **info@bydleninadoporuceni.cz**



**Další aktuální informace najdete na našem blogu**

[www.bydleninadoporuceni.cz/clanky](http://www.bydleninadoporuceni.cz/clanky)



bydleninadoporuceni.cz