

4 kroky, které rozhodují o zisku

Praktický pohled na to, co dnes na trhu funguje, co prodávající přehlížejí a proč o prodeji rozhodují první 3 týdny inzerce

Zkusíme malý test...

Představte si, že prodáváte byt s umakartovým jádrem a rozhodujete se, jak zhodnotit byt před prodejem. **Ted' si vyberte jen jednu možnost:**

- A) Ikea kuchyň za 95 000 Kč
- B) Profesionální příprava a prezentace za zlomek této částky

Na první pohled je odpověď jasná. Nová kuchyň přece musí zvýšit hodnotu bytu.

Nebo ne?

O kolik dráž podle vás byt díky nové kuchyni prodáte?

Pro koho je tento e-book? <

E-BOOK JE PRO MAJITELE NEMOVITOSTI, KTEŘÍ:

- uvažují o prodeji
- hledají jasný směr, kde začít a čemu se vyhnout
- usilují o lepší výsledek než „průměrný prodej“
- chtějí vědět, do čeho má smysl investovat a co se naopak nevyplatí
- a hlavně chtějí předejít zbytečným chybám, které stojí čas i peníze

E-BOOK NENÍ PRO MAJITELE NEMOVITOSTI, KTEŘÍ:

- mají v úmyslu zakrývat vady nebo obcházet realitu stavu nemovitosti
- hledají rychlé zkratky a okamžitý výdělek
- staví prodej na tlaku nebo manipulaci

Ing. Miroslav Kubiček – kdo jsem?

V realitách se pohybuji od studií, ale můj přístup formoval až život sám. Po smrti mého otce jsem si uvědomil, že v byznysu pro mě nemá smysl nic jiného než absolutní férovost a odpovědnost. Dnes v realitní kanceláři Mrkni na reality propojuji odbornost s lidskými hodnotami:

- Odbornost z ČVUT a MENDELU: Rozumím technické stránce domů. Baví mě dřevostavby a vidím pod povrch materiálů a chráním své klienty, před skrytými vadami a námitkami kupujících.
- Lidský rozměr a nadhled: Šest let v koučinku mě naučilo naslouchat a vést obchod s klidem a respektem k vaší životní situaci.
- Vize do budoucna: Moje vášeň pro dřevo a design sahá dál než k papírování. Mým snem je jednou stavět a prodávat treehousy – místa, kde se technická preciznost setkává s absolutním klidem přírody.

při prodeji nemovitostí se opakují stále stejné situace.

Před časem mě oslovil majitel domu v Hanušovicích, který se chystal nemovitost prodat. Dům byl v dobré lokalitě, dispozice dávala smysl, ale celkový dojem nebyl dobrý. Na zahradě byl nepořádek, přerostlé dřeviny. Dům sloužil jako skladiště. Majitel původně uvažoval o tom, že půjde s cenou dolů, aby přilákal zájemce.

Když jsem si nemovitost prošel, bylo hned jasné, že problém není v ceně, ale v tom, jak nemovitost působí. Místo snižování ceny jsme se zaměřili na základní věci. Dům jsme uklidili, vyklidili zbytečné věci, posekali zahradu, upravili okolí domu a odstranili přerostlé dřeviny – **3 plné kontejnery odpadu a majitel neplatil nic předem.**

Výsledek? Během 14 dnů přišlo přibližně 10 poptávek a nemovitost jsme prodali za cenu o 400 000 Kč vyšší, než majitel původně zvažoval.

Majitelé často řeší cenu nebo velké investice, ale přehlížejí základní věci, které mají na výsledek mnohem větší vliv. Ukážu vám konkrétní kroky, které mají na prodej skutečný dopad, a zároveň i věci, do kterých lidé často investují zbytečně.

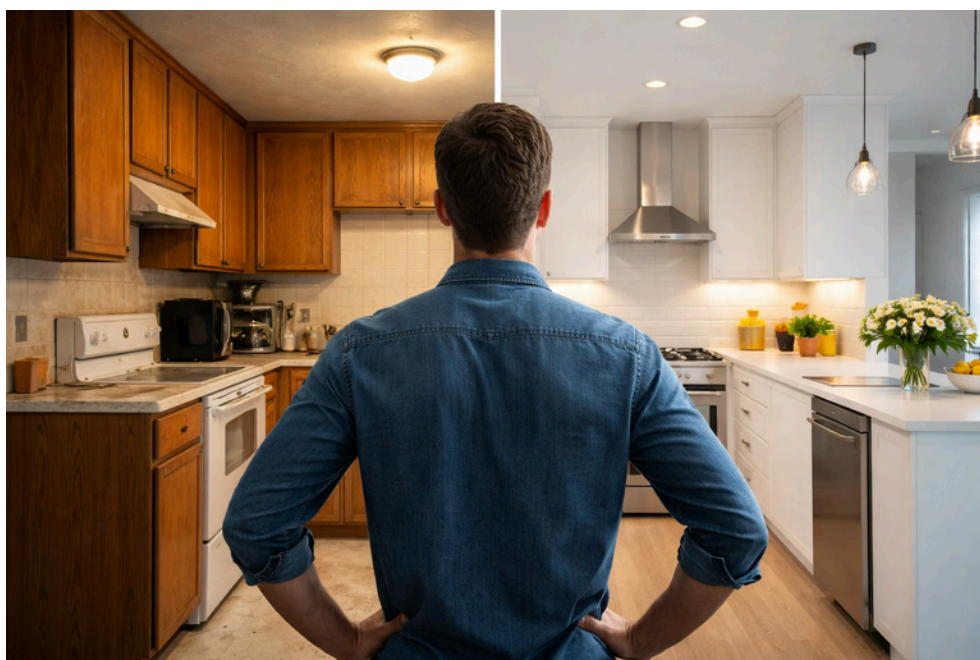
Investice nebo ztráta? <

Máte dům, který chcete prodat. Rozhodnete se, že do něj před prodejem investujete **100 000 Kč**, protože věříte, že se vám tato investice **vrátí ve vyšší prodejní ceně**.

Dává to smysl, ne? Když do domu investujete peníze, měl by mít vyšší hodnotu. Jenže realita realitního trhu funguje trochu jinak.

Investujete 100 000 Kč třeba do nových podlah. Podlahy jsou moderní, designové a na první pohled vypadají skvěle. **Znamená to ale automaticky, že prodáte nemovitost o 100 000 Kč dráž?**

NE



Investice nebo ztráta? <

KUPUJÍCÍ ANI ODHADCE TOTIŽ NEVIDÍ ÚČTENKY ZA NOVÉ PODLAHY. NEVIDÍ, KOLIK PRÁCE, ČASU NEBO PENĚZ JSTE DO DOMU INVESTOVALI. VIDÍ JEN SAMOTNOU NEMOVITOST A POROVNÁVAJÍ JI S OSTATNÍMI NABÍDKAMI NA TRHU.

MŮŽETE HODNOTU ZLEPŠIT NEPŘÍMO A ZVÝŠIT PRODEJNÍ CENU O PÁR TISÍC, ALE **NE V POMĚRU 1:1 K INVESTICI, TAKŽE NIKDY NEZÍSKÁTE ZPĚT NÁVRATNOST PODOBNÝCH INVESTIC.**

A co zahrada?

Vydláždíte chodníky, zasadíte nové rostliny, pořídíte osvětlení, zaplatíte zahradníky a upravíte celý pozemek tak, aby vypadal perfektně a příjemně.
Utratíte za to 200 000 Kč.

Znamená to, že cena domu automaticky vzroste o 200 000 Kč?

NE



A co zahrada?

ANI ÚPRAVY ZAHRADY NEZVYŠUJÍ SKUTEČNOU HODNOTU NEMOVITOSTI, ALE MOHOU VÝRAZNĚ OVLIVNIT VNÍMANOU HODNOTU. PĚKNĚ UPRAVENÁ ZAHRADA MŮŽE ZPŮSOBIT, ŽE NEMOVITOST PŮSOBÍ „HOTOVĚ“. KUPUJÍCÍ MÁ POCIT, ŽE SE MŮŽE ROVNOU NASTĚHOVAT A NIC ŘEŠIT NEMUSÍ.

NEŘEKNE SI: „MAJITEL DO ZAHRADY INVESTOVAL 200 000 KČ, TAKŽE BYCH MĚL ZAPLATIT O 200 000 KČ VÍC.“

ALE SPÍŠ:

„TEN DŮM VYPADÁ SKVĚLE. NĚKDO DO NĚJ DAL SPOUSTU PRÁCE I PENĚZ A JÁ TO VŠECHNO DOSTANU ZDARMA NA TALÍŘI.“

Skutečná hodnota vs. vnímaná hodnota

Při prodeji nemovitosti existují 2 různé věci, které se často zaměňují.

První je skutečná hodnota nemovitosti, kterou ovlivňuje lokalita, velikost, dispozice, technický stav nebo situace na trhu.

Druhá je vnímaná hodnota. To je dojem, který si kupující vytvoří, když poprvé otevře inzerát nebo přijde na prohlídku.

Některé investice mohou zvýšit skutečnou hodnotu domu, jiné ale pouze zlepší dojem, který z nemovitosti kupující má. A právě proto někdy investice za desítky nebo stovky tisíc korun cenu téměř nezmění, zatímco drobné úpravy nebo dobrá prezentace mohou výrazně zvýšit zájem kupujících.

A kolik má tedy smysl investovat?

Z praxe se opakuje jeden vzorec:

Menší investice do 47 000 Kč, dává smysl téměř vždy.

Větší investice, například kompletní rekonstrukce bytu, dokáže nemovitost posunout do úplně jiné kategorie.

Pak je tu investice někde mezi, která působí jako rozumný kompromis.

„Něco málo upravím, něco vyměním, něco vylepším.“

Jenže právě tady vzniká nejvíc zbytečných nákladů, kdy investujete desítky nebo stovky tisíc korun, ale nemovitost se zásadně neposune. Nezmění se její pozice na trhu, nezmění se cílový kupující, a často ani výrazně nevzroste zájem.

Kupující ty změny vidí, ale nezaplatí za ně.

Jak se tedy kupující rozhoduje? <

Většina majitelů přemýšlí jako majitel. Kupující ale reaguje úplně jinak. Rozdíl totiž není v tom, co se líbí majiteli, ale v tom, **co dává smysl kupujícímu.**

Univerzální odpověď neexistuje, protože záleží na typu nemovitosti, lokalitě a cílovém kupujícím. Jedno je ale společné téměř vždy: Kupující se primárně nerozhodují podle toho, kolik práce, peněz a času do nemovitosti majitel vložil. Řeší hlavně to, jaký dojem na ně nemovitost udělá. A ten dojem vzniká mnohem dříve, než přijedou na prohlídku. Vzniká ve chvíli, kdy poprvé otevřou inzerát.

**POJĎME SE PODÍVAT NA 4 KONKRÉTNÍ TIPY,
KTERÉ MAJÍ PŘI PRODEJI SKUTEČNÝ VLIV:**

Video-Prezentace

Nekonečné hodiny scrollování. **Hledáte nový dům nebo byt?** Otevřete realitní portál a během pár minut projdete několik inzerátů. V jednom jsou běžné fotografie, v tom druhém krátké video, které vám ukáže celý prostor.

U kterého z nich se zastavíte?

Většina lidí otevře video, které dokáže během krátké chvíle ukázat to, co fotografie často neumí:

- **jak na sebe místnosti navazují**
- **jak působí prostor**
- **kolik je v interiéru světla**
- **jak vypadá okolí domu**

Kupující dnes tráví na realitních portálech velmi málo času, a pokud nabídka nezaujme během několika vteřin, pokračují dál. Díky inzerátu si dokáže mnohem lépe představit, jak by v prostoru fungoval a získá pocit, že už nemovitost trochu zná. A právě tahle představa rozhodne, jestli přijde na prohlídku.

Takže může videoprezentace ovlivnit prodejní cenu nemovitosti?

Odpověď je: **ANO**

Video samo o sobě sice nezvyšuje hodnotu domu, ale dokáže něco jiného: **zvýšit zájem kupujících.**

Příprava Nemovitosti

Představte si 2 stejné nemovitosti ve stejné ulici. Obě mají stejnou cenu.

Do které z nich byste šli na prohlídku raději?

- A) Nemovitost plná věcí, osobních předmětů a nábytku
- B) Nemovitost uklizená, vzdušná a připravená na prohlídku



Většina kupujících si vybere **B. Proč?**

Příprava Nemovitosti

Protože kupující si potřebuje představit, že v prostoru bude bydlet ON. A to jde mnohem hůř v prostoru, který je plný cizích věcí.

Když přijdete do bytu, kde jsou na stěnách rodinné fotografie, na stole dětské hračky a v každém rohu stojí nábytek, který zaplňuje prostor, vaše pozornost se soustředí na věci majitele.

Nevidíte už tolik samotný byt a místo toho přemýšlíte:

„Kam bych dal svůj nábytek?“

„Vešel by se sem náš jídelní stůl?“

„Kolik práce bude všechno vyklidit?“

Soustředíte se na problémy, ne na samotnou nemovitost.

Proto stačí relativně malé změny:

- Vyklidit přebytečný nábytek, který prostor zmenšuje
- Uklidit místnosti tak, aby působily vzdušně a přehledně
- Opravit drobnosti, které na první pohled kazí dojem
- Odstranit osobní věci, jako fotografie, suvenýry, osobní dekorace

A najednou stejné prostory, které ještě včera působily přeplněně, vypadají větší, světlejší a příjemnější.

Nastavení Funkční Prodejní Ceny

Prodáváte dům a rozhodnete se nastavit cenu o něco výše, než je běžné.

„Když nastavím vyšší cenu, prodám dráž.“

Při prodeji nemovitosti se velmi často opakuje jedna situace. Majitel se rozhodne nastavit vyšší cenu, než za kolik se podobné nemovitosti běžně prodávají, přičemž je logika jednoduchá.

Když nastavím vyšší cenu, nechám si prostor pro vyjednávání a možná nakonec prodám dráž.

Na první pohled to zní rozumně. Představte si například dům, kde se podobné nemovitosti v okolí prodávají přibližně za sedm milionů korun. Majitel se rozhodne nastavit cenu o **700 000 Kč dráž** a říká si, že když někdo přijde a bude chtít slevu, mohou se potkat někde uprostřed.

Dává to smysl?

Realita trhu funguje jinak. Kupující dnes velmi pečlivě porovnávají nabídky, a pokud je cena výrazně vyšší než u podobných nemovitostí, často ani **nepřijdou na prohlídku**. Nemovitost pak zůstává v nabídce déle a **po čase začnou kupující přemýšlet:**

„Proč se ještě neprodala? Je tam nějaký problém?“

Najednou začne působit jako nabídka, kterou ostatní kupující odmítli.

Je proto lepší začít s realistickou cenou, která vyvolá zájem trhu. Správné nastavení ceny je jeden z nejdůležitějších kroků na začátku.

Drobné Opravy

Přijdete na prohlídku domu nebo bytu, který na první pohled působí velmi dobře. Dispozice dává smysl, místnosti jsou světlé, lokalita je příjemná a v okolí máte všechno, co potřebujete. Během prohlídky si ale začnete všimnout drobných detailů.

V koupelně kape baterie.

Vezmete za kliku a skoro vám zůstane v ruce.

Chcete si rozsvítit na chodbě, ale je prasklý vypínač nebo světlo nefunguje.

Každá z těchto věcí je maličkost, jejíž oprava většinou stojí jen několik set nebo tisíc korun. Problém ale není v samotné opravě, ale v tom, **jak tyto drobnosti působí na kupujícího.**

Ten si totiž velmi rychle začne klást otázku:

„Pokud nejsou opravené ani tyto malé věci, v jakém stavu budou ty větší, které nejsou na první pohled vidět?“

Najednou už nepřemýšlí jen o tom, jestli se mu nemovitost líbí. **Začne si v hlavě počítat možné budoucí náklady a přemýšlí také o tom, o kolik by měla být cena nižší.**

Proto mají drobné opravy při prodeji větší význam, než si mnoho majitelů uvědomuje.

Nejde o velké rekonstrukce ani o nákladné úpravy interiéru. Naopak, velké investice se před prodejem spíš nevyplatí. Smysl mají menší zásahy, které odstraní věci, které mohou vyvolat pochybnosti.

Typicky jde například o opravu kapajících baterií, dotažení klik, výměnu nefunkčních světel, opravu drobných poškození zdí nebo lišt, případně výměnu starých silikonů v koupelně.

Tyto úpravy samy o sobě možná nepřidají statisíce k ceně nemovitosti, ale pomohou vytvořit dojem, že nemovitost je dobře udržovaná a funkční.

Drobné Opravy

Nejde o velké rekonstrukce ani o nákladné úpravy interiéru. Naopak, velké investice se před prodejem spíš **nevypatí**. Smysl mají menší zásahy, které odstraní věci, které mohou vyvolat pochybnosti.

Typicky jde například o opravu kapajících baterií, dotažení klik, výměnu nefunkčních světel, opravu drobných poškození zdí nebo lišt, případně výměnu starých silikonů v koupelně.

Tyto úpravy samy o sobě možná nepřidají statisíce k ceně nemovitosti, ale pomohou vytvořit dojem, že nemovitost je **dobře udržovaná a funkční**.



Zavolejte si řemeslníka, malíře, instalátéra a investujte do menších oprav.

KDE ZAČÍT?

Možná si teď říkáte:

„Dobře, rozumím tomu, co může prodej ovlivnit, ale kde vlastně začít?“

„Co bych měl před prodejem upravit a co je naopak zbytečné?“

Někdo investuje statisíce do rekonstrukce kuchyně, jiný vymění podlahy nebo koupelnu, a pak se ukáže, že tyto investice prodejní cenu téměř neovlivnily.

Každá nemovitost je totiž jiná. Jiná lokalita, typ domu, stav nemovitosti i jiný typ kupujícího. To, co pomůže jednomu domu prodat se rychleji a za lepší cenu, nemusí fungovat u jiného.

Pokud právě přemýšlíte o prodeji nemovitosti a nejste si jistí, kde začít, rád se na ni podívám společně s vámi. Pro čtenáře tohoto e-booku nabízím nezávazné posouzení nemovitosti před prodejem, kde spolu projdeme:

- **co má největší vliv na cenu vaší nemovitosti**
- **které úpravy mají smysl**
- **jak správně nastavit cenu**
- **a jak připravit nemovitost tak, aby zaujala kupující**

Cílem je jediné:

prodat nemovitost co nejlépe, bez zbytečných chyb a zbytečných investic.

Prodej totiž není jen o tom nafotit nemovitost a vložit inzerát na realitní portál. Je to kombinace několika kroků, které dohromady vytvářejí dojem, podle kterého se kupující rozhoduje.

A právě tyto detaily často určují, jestli se nemovitost prodá rychle, nebo zůstane na trhu dlouhé měsíce.



JSTE READY

na profesionální
prodej vaší
NEMOVITOSTI?

NAPIŠTE MI A PŘESVĚDČTE SE