

NIERUCHOMOSCISZYBKO.PL

Jak szybko sprzedać nieruchomość?



Spis treści

Wprowadzenie	3	3 Przygotuj nieruchomość do sprzedaży – home staging, depersonalizacja, sesja fotograficzna	30
Sprawdzenie dokumentacji – co jest czym?	5	Jak w praktyce wygląda home staging?	31
Księga wieczysta	5	Home staging – podstawowe porady praktyczne	36
Zaświadczenie ze spółdzielni mieszkaniowej	6	Przedpokój:	36
Podstawa nabycia	6	Kuchnia:	36
Zaświadczenie o niezaleganiu z opłatami	7	Salon:	37
Zaświadczenie z banku o saldzie zadłużenia	7	Sypialnia:	37
Pozwolenie na użytkowanie	8	Łazienka:	38
Wypis i wyrys z rejestru gruntów lub kopia mapy ewidencyjnej	8	Czy warto zdecydować się na profesjonalną sesję zdjęciową?	39
Wypis z rejestru gruntów	8	Stworzenie oferty – nie bój się opisu!	43
Wyrys z rejestru gruntów	9	Zasada nr 1	43
Zaświadczenie z planu zagospodarowania przestrzennego	9	Zasada nr 2	44
Zaświadczenie o braku zameldowanych	10	Zasada nr 3	44
		Zasada nr 4	45
Ustal powód i cele sprzedaży	11	Jak prezentować nieruchomość?	46
Analiza rynku i cen	13	Zaliczka czy zadatek?	49
Analiza SWOT	18	Ostatnie porady	51
Poznaj klienta, czyli po co mi osoby?	21	O autorze	53
Kim jestem?	24		
Jaki mam charakter?	24		
Moje życiowe cele:	25		
Czego się boję?	25		
Co jest dla mnie ważne?	25		
Gdzie szukam informacji?	26		
Ustalenie strategii sprzedaży	27		



Wprowadzenie

Sprzedaż nieruchomości wydaje się być prostym zadaniem. Przecież każdy zna kogoś, kto wystawił mieszkanie lub dom na portalu z ofertami i niedługo potem pozbył się problemu. Znajomy sąsiada, sąsiad kolegi, brat mamy, wujek narzeczonej. Nie dociekamy, czy naprawdę był to prosty proces, ile udało się na nim zyskać, ile kosztował sił, czasu i pieniędzy. Przyjmujemy za pewnik, że to równie łatwe jak sprzedaż znaczków pocztowych na OLX lub pchnięcie Golfa IV lekko poniżej rynkowej średniej.

Tymczasem prawda okazuje się zupełnie inna. Sprzedaż nieruchomości to proces obarczony naprawdę dużym ciężarem. Obszerna i niezrozumiała dokumentacja, cały ten marketing, trudni klienci i negocjacje z nimi, zdjęcia, prezentacje, notariusz i inni urzędnicy... Nie okłamujemy się, mamy tendencję do koloryzowania rzeczywistości. Zwłaszcza wtedy, gdy przysporzyła nam wiele bólu i trudności. Takie samo podłoże ma również mit o łatwości sprzedaży nieruchomości.

W tej publikacji pokażę Ci, jak naprawdę wygląda ten proces i jakie kroki czekają Cię po kolei – od wyznaczenia celu sprzedaży po przygotowanie skutecznej oferty. Wiedza, która pozostanie z Tobą po przeczytaniu tego e-booka będzie też przydatna jako punkt odniesienia. Jeśli planujesz sprzedaż nieruchomości, prędzej czy później z pewnością spotkasz na swojej drodze doradców. Warto wtedy wiedzieć, jak odróżnić



profesjonalistów od amatorów. Jeżeli już sprzedajesz, to z pewnością wiesz, o czym mówię ;-)

Jestem pewien, że będziesz wiedział o skutecznym doprowadzeniu do transakcji znacznie więcej niż 75% sprzedających samodzielnie. Niewykluczone, że przebijesz też nie jednego pośrednika. Żebyś z kolei lepiej zapamiętał i lepiej wdrożył pozyskaną wiedzę, kilka rozdziałów wzbogaciłem o praktyczne narzędzia.

Życzę Ci zatem owocnej lektury i trzymam kciuki za Twoje efekty. Pamiętaj! Jeśli na którymś z etapów poczujesz, że potrzebujesz mojego wsparcia – dzwoń. Pomogę Ci tak szybko, jak tylko to możliwe.



Leszek Markiewicz

📞 798 919 415 ✉️ markiewicz@nieruchomosciszybko.pl



Sprawdzenie dokumentacji – co jest czym?

Na pierwszy ogień wrzucam to, co jest podstawą. Wydaje się logiczne? Często takim, niestety, nie jest. W praktyce sprzedający zaglądną w dokumenty w momencie, kiedy znajdzie się potencjalny kupiec. Ten wyciekany, ten idealny. Musisz bowiem wiedzieć, że w znakomitej większości to właśnie pierwszy zainteresowany jest statystycznie najlepszym klientem i to z nim najczęściej finalizuje się transakcję. Jeśli nie zabezpieczyliśmy się wcześniej, nie sprawdziliśmy, co “siedzi” w naszej dokumentacji, może się okazać, że ze sprzedaży nici, bo nie jesteśmy nawet właścicielem nieruchomości. Kuriozum? Owszem, ale zdziwiłbyś się jak często spotykane. Co więc sprawdzić, aby szybko nie pożałować i czym są poszczególne dokumenty?

Księga wieczysta

Absolutna podstawa! Sprawdzisz w niej, co dokładnie sprzedajesz – np. czy jest to prawo własności, czy spółdzielcze własnościowe prawo do lokalu. Dowiesz się też, jakie są dokładne prawne oznaczenia, np. ilość pomieszczeń i wielkość. Sprawdź koniecznie, czy treść KW jest zgodna ze stanem faktycznym. Nieruchomość mogła być dla przykładu daro-

wana w spadku, a w KW zmiana właściciela nie została uwzględniona. Jeśli już jesteśmy przy kwestiach właścicielskich – księga wieczysta odpowie nam na pytanie: do kogo należy mieszkanie lub dom i czy jest to tylko jedna osoba. Dowiemy się też, czy sprzedawana nieruchomość jest czymś obciążona, np. kredytem hipotecznym lub roszczeniami osób trzecich. Te wszystkie informacje znajdziemy w dziale trzecim i czwartym księgi wieczystej. Jeżeli ws. nieruchomości toczy się jakieś postępowanie – np. egzekucyjne, służebności lub dożywocia – również znajdziemy o nich wzmianki we wspomnianych działach. Co ważne, z treścią KW możemy zapoznać się online.

KLIKNIJ I SPRAWDŹ KW

Zaświadczenie ze spółdzielni mieszkaniowej

Potrzebne jest w przypadku spółdzielczego własnościowego prawa do lokalu. Potwierdza właściciela tego prawa oraz jego oznaczenie.

Podstawa nabycia

Może to być np.: akt notarialny zakupu, darowizny nieruchomości, protokół dziedziczenia, a także postanowienie sądu o nabyciu spadku, przydział spółdzielczego własnościowego prawa do lokalu. Jeśli nabycie nieruchomości nastąpiło

w drodze spadku bądź darowizny (po 01.01.2007 r.), sprzedający powinien okazać nam również zaświadczenie z Urzędu Skarbowego, potwierdzające rozliczenie z tego tytułu. Zaświadczenie takie wydaje na pisemny wniosek właściciela lub jego pełnomocnika właściwy ze względu na położenie nieruchomości Urząd Skarbowy. Warto złożyć wniosek o wydanie ww. zaświadczenia odpowiednio wcześniej, gdyż organ, który będzie je wydawał, ma na to 7 dni.

Zaświadczenie o niezaleganiu z opłatami

Pozyskanie tego zaświadczenia zalicza się do dobrych praktyk na rynku nieruchomości. Otrzymamy je od zarządcy lub spółdzielni mieszkaniowej. Co w nim znajdziemy? Przed wszystkim bieżące rozliczenia dotyczące nieruchomości oraz wysokość zaliczek na poczet użytkowania mediów w danym okresie rozliczeniowym.

Zaświadczenie z banku o saldzie zadłużenia

Potrzebne w przypadku sprzedaży nieruchomości, która obciążona jest kredytem hipotecznym. Otrzymamy je wraz z promesą, która stwierdza, że bank, po spłacie zadłużenia, wyda zgodę na wykreślenie hipoteki. Termin na wydanie tego dokumentu wynosi 14 dni, więc warto zadbać o nie odpowiednio wcześniej.

Pozwolenie na użytkowanie

Niezwykle ważny dokument w przypadku sprzedawania nowego domu, który nie został jeszcze ujawniony w księdze wieczystej. Z prawnego punktu widzenia, jeśli nie otrzymaliśmy takiego dokumentu, oznacza to, że budowa domu nie została rozliczona. Co się z tym wiąże? Przede wszystkim kupujący nie otrzyma kredytu na zakup takiej nieruchomości. Bank może wtedy udzielić jedynie kredytu na dokończenie budowy. Co więcej! Jeśli budynek, z powodów formalno-prawnych, ciągle jest w budowie, to kupujący zostaje obarczony odpowiedzialnością za odbiór techniczny budynku oraz wszelkie nieprawidłowości z tym związane. Przykład? Jeżeli dom jest wynikiem samowoli budowlanej, to właśnie kupujący poniesie koszty legalizacji.

Wypis i wyrys z rejestru gruntów lub kopia mapy ewidencyjnej

Potrzebne w przypadku sprzedaży nieruchomości gruntowych zabudowanych lub niezabudowanych.

Wypis z rejestru gruntów

Ten dokument jest bardzo istotny dla notariusza, który na jego podstawie ustala zgodność pomiędzy danymi w księdze wieczystej a stanem faktycznym, wykazanim w ewidencji. Zawiera on między innymi dane właściciela, oznaczenia działek z ich powierzchniami czy informacje dotyczące ozna-

czenia ksiąg wieczystych prowadzonych dla przedmiotowych działek.

Wyrys z rejestru gruntów

Wyrys to nic innego jak kopia mapy ewidencyjnej, zawierającej granice i numery działek, oznaczenia klas i użytków, budynki. Jest on potrzebny do zakładania nowych ksiąg wieczystych bądź aktualizacji już istniejących. Często żąda go również bank, który będzie kredytować zakup. Na sporządzenie tego dokumentu urzędy mają do 7 dni.

Zaświadczenie z planu zagospodarowania przestrzennego

Określa on przeznaczenie, warunki zagospodarowania i zabudowy terenu, a także rozmieszczenie inwestycji celu publicznego. Znajdziemy w nim także informację, czy dana działka znajduje się w obszarze objętym rewitalizacją. Po taki dokument należy udać się do Urzędu Miasta lub Urzędu Gminy właściwej ze względu na położenie nieruchomości. Coraz częściej, jeżeli zakup nieruchomości finansowany jest z kredytu bankowego, może być on niezbędny do wydania decyzji kredytowej. Z uwagi na powyższy fakt nie warto zwlekać w wystąpieniem do odpowiedniego organu o wydanie takiego zaświadczenia, aby nie przedłużać czasu finalizacji sprzedaży nieruchomości.

Zaświadczenie o braku osób zameldowanych

Koszt wydania dokumentu wynosi 17 zł, a sama procedura trwa około 15 minut. Warto, by dokument ten był „świeży” na dzień podpisania notarialnej umowy sprzedaży, najlepiej wydany 1-2 dni wcześniej. To jedna z dobrych praktyk, która pozwala czuć się bezpieczniej stronie kupującej.



Ustal powód i cele sprzedaży

Zastanawiasz się, dlaczego w ogóle poruszam taką oczywistość? Już spieszę z wytłumaczeniem. Na rynku mamy kilka najbardziej popularnych powodów sprzedaży nieruchomości:

- długi,
- rozwód,
- zbędny spadek,
- chęć przeprowadzenia swojej rodziny do większego/ bardziej komfortowego wnętrza lub na bezpieczniejsze osiedle.

Każdy ma swój powód i teoretycznie nikomu nic do tego. To fakt, nikogo nie powinno interesować, dlaczego postanowiłeś pozbyć się swojej nieruchomości. Ty jednak musisz doskonale zdawać sobie z tego sprawę.

Inaczej bowiem wygląda proces sprzedaży, jeśli środki z niej uzyskane mają służyć spłacie zobowiązań, a inaczej, jeśli w tle występuje druga transakcja. W związku z tym, w jednej sytuacji celem sprzedaży będzie uzyskanie jak najwyższej ceny, w drugiej pewna i bezpieczna finalizacja, a w trzeciej jak najszybsze tempo. I nie chodzi tylko o odpowiednie doku-

menty i kolejność załatwiania formalności. Cel sprzedaży ma największy wpływ na planowane działania marketingowe.

– Co? Jakie tam marketingi, Panie! Toć to zwykłe mieszkanie na Bródnie!

Zwykłe mieszkanie jakich na Bródnie pełno. Zresztą nie tylko tam. W całej Warszawie mamy tysiące mieszkań na sprzedaż. Ich liczba stale się uzupełnia. Jedne z rynku schodzą, inne wchodzi. Jest jeszcze trzeci zbiór – mieszkań i domów, które na rynku leżą w nieskończoność, aż sprzedający obniży cenę do takiego poziomu, że cała gra przestaje być warta świeczki. Ta trzecia grupa to właśnie nieruchomości sprzedawane bez planu.



Analiza rynku i cen

Przed Tobą jeden z najważniejszych punktów. Od tego momentu wszystko może iść po Twojej myśli lub układać się kompletnie przeciwko Tobie. Zanim przejdziemy do konkretów, czyli skutecznych sposobów na wycenę nieruchomości, zastanówmy się przez chwilę, dlaczego na rynku jest tak wiele “wiszących” ofert i źle oszacowanych cen.

Powodów jest kilka. Pierwszy z nich to **sugerowanie się niesprawdzonymi lub przestarzałymi informacjami.**

– *Wujek Mietek sprzedał takie samo mieszkanie 5 lat temu za 450 000 zł. Wystawię za 470, żeby było się z czego targować.*

Znasz to? Niestety, wycena tak nie działa. Dane “odwujkowe” nie mogą służyć jako punkt odniesienia. Po pierwsze – minęło 5 lat. Na obecnym rynku to przepaść. Po drugie – zmieniły się nie tylko ceny, ale i popyt. Po trzecie – naprawdę było takie samo? Miało identyczny metraż, rozkład, te same meble, okna, drzwi, zużycie... sąsiadów? Nie ma dwóch takich samych nieruchomości na rynku wtórnym. Po prostu.

Powód drugi: **nieznajomość trendów.** W Sieci dostępnych jest mnóstwo raportów, które pokazują jak zmienia się popyt i jak kształtują się ceny w danej okolicy. Tylko w taki sposób sprawdzisz, czy tendencja jest wzrastająca, czy wręcz przeciwnie. Pomoże Ci to wstępnie sklasyfikować szanse na sprzedaż.

Powód trzeci: “moje mieszkanie jest najmojsze”. Do realnej wartości nieruchomości (jeśli już ją poznaliśmy) zawsze dodajemy trochę od siebie. W końcu przychodziły tu na świat nasze dzieci, na futrynach są nawet jeszcze ślady po odmierzaniu ich wzrostu. W dodatku włożyliśmy w tą nieruchomość tyle czasu, wysiłku i pieniędzy...

– *Odmalowaliśmy salon dwa lata temu, wymieniliśmy kafelki w ubikacji, jest nowa kuchenka. Standard? Wysoki!*

Pamiętaj, że Twoje wspomnienia nic nie znaczą dla kupującego. Brutalne, wiem. Niestety taka jest prawda i lepiej żebyś poznał ją teraz, póki nic Cię to nie kosztuje.

Zanim przejdziemy do części praktycznej, jeszcze jedna ważna informacja.

– *Skąd w ogóle takie zamieszanie wokół tej ceny? Przecież mogę ją w każdej chwili obniżyć...*

Owszem, możesz. Natomiast poszukiwanie odpowiedniej nieruchomości to nie wyjście po nowe radio do samochodu. Każdy, kto poważnie rozważa kupno mieszkania lub domu, sprawdza wiele portali, przynajmniej raz w tygodniu. Twoja oferta zdąży się opatrzeć. Jeżeli zaczniesz ją regularnie obniżać, wyślesz jasny komunikat: “Z moją nieruchomością jest coś nie tak. Nikt jej nie chce”. Nie na tym nam zależy, prawda?

Druga sprawa to fakt, że największe szanse na sprzedaż mamy na początku, dopóki oferta jest świeża. Nie warto samemu obniżać wtedy swoich szans zawyżoną wyceną.

Analiza rynku i cen

- #praktyka

Jak się do tego zabrać, żeby nasza wycena znalazła się możliwie jak najbliżej profesjonalnej? Postępuj według następujących kroków:

1. Wejdź na popularne portale z ogłoszeniami. Przesortuj listę wyników, używając następujących kryteriów: lokalizacja, metraż, piętro, ilość pokoi, rok budowy. Sprawdź i zapisz następujące informacje:
 - ile jest takich ofert
 - w jakich są cenach (przedział od-do)
 - jak długo na portalu są oferty w konkretnych cenach (zwróć uwagę na datę dodania ogłoszenia)
 - ile ofert jest w niższym, a ile w wyższym standardzie niż Twoje
2. Wypisz dokładnie wszystkie mocne strony swojej konkurencji i Twojego mieszkania.
3. To samo zrób ze stronami najtańszymi. Skup się przede wszystkim na swojej nieruchomości. Zobacz, które jej cechy mogą najbardziej utrudnić sprzedaż. To wszystko wpłynie na ostateczną cenę.



4. Poszukaj jak największej ilości aktualnych raportów cenowych. Przede wszystkim tych, które traktują o cenach transakcyjnych. Sprawdź tendencje cenowe (rosną czy spadają?) oraz informacje o ilości sprzedanych mieszkań i domów w Twojej okolicy w ostatnim okresie.
5. Skonsultuj swoją wycenę ze specjalistą. To wcale nie musi być droga usługa, a może bardzo Ci się opłacić.





NIERUCHOMOSCISZYBKO.PL

**Szybka i zyskowna
sprzedaż mieszkań
i domów w Warszawie
i okolicach**

**Wycena
nieruchomości**

Zadzwoń

 798 919 415



Analiza SWOT

Analiza SWOT to nic innego, jak zebranie w jednym miejscu wszystkich słabych i mocnych stron oraz szans i zagrożeń, które może postawić przed nami proces sprzedaży. To proste narzędzie pozwoli usystematyzować całą wiedzę, którą udało Ci się zdobyć do tego momentu.

Po co to robić? Przede wszystkim będzie Ci to potrzebne do ustalenia dobrej strategii marketingowej, która – jak już wcześniej ustaliliśmy – uchroni Cię przed stworzeniem oferty, która się nie sprzeda. Po drugie przygotujesz się dzięki niej na wszelkie ewentualności. Jeśli dobrze poznasz swoje szanse i pozycję na rynku, przybierzesz też lepszą postawę w późniejszych negocjacjach.

Na kolejnej stronie zobaczysz, jak może wyglądać analiza SWOT dla konkretnej nieruchomości.



Przykładowa nieruchomość:



2 pokoje



38 m²



2 piętro



Warszawa, Żoliborz
okolice Sądów Żoliborskich



wielka płyta
z 1965 roku



417 000 zł
(10 974 zł/m²)



Analiza SWOT

- #praktyka

mocne strony:

- Dobra lokalizacja
- Wysoki standard
- Dobra komunikacja z każdą częścią miasta
- Prestiżowa dzielnica
- Bardzo dobra infrastruktura
- Spokojna i cicha dzielnica
- Bliskość centrum
- Niskie piętro
- Komórka lokatorska w cenie
- Niski czynsz
- Cena za metr niższa od średniej żoliborskiej

słabe strony:

- Niewielki metraż
- Stare budownictwo
- Brak balkonu
- Mało miejsc parkingowych
- Konieczność zmiany nieruchomości w przypadku narodzin potomstwa
- Cena bardzo wysoka jak na możliwości naszej grupy docelowej (single i młode pary)

szanse:

- Klienci, którym zależy na szybkim wprowadzeniu na gotowe
- Popularny i modny standard wykończenia trafia w gusta dość dużej grupy
- Dobrej jakości materiały przedstawiające piękne wnętrza (zdjęcia lub video) pomogą zyskać znaczną przewagę na listingach ofert
- Wyróżniająca się oferta na tle żoliborskich mieszkań (lepszy standard przy zbliżonej cenie za mkw.)
- Niski czynsz i niewielkie opłaty mogą być ważnym argumentem dla kupujących, którzy będą posiłkować się kredytem hipotecznym

zagrożenia:

- Obawy klientów o stan instalacji w samym mieszkaniu oraz w wiekowym budynku
- Wysoki standard mieszkania, który podnosi cenę nieruchomości, może nie przypaść do gustu wszystkim
- Nowe osiedla, które powstają w okolicy i ich konkurencyjne stawki
- Dla naszej grupy docelowej (single i młode pary), która nie szuka nieruchomości na całe życie, bardziej opłacalne może być na tę chwilę kupno mieszkania w którejś z ościennych dzielnic (Bemowo, Białołęka)



Poznaj klienta, czyli po co mi persona?

Czym jest persona? To po prostu stworzenie profilu klienta, do którego będziesz kierować swoją ofertę. Zabieg ten jest jedną z podstawowych czynności w marketingu i w procesie budowania marki.

Po co to robić? Przede wszystkim po to, żebyś wiedział, w jaki sposób przygotować nieruchomość, jej opis i sesję fotograficzną. Jeśli poznasz dokładnie grupę osób, która może być zainteresowana Twoją nieruchomością, będziesz mógł stworzyć ofertę dostosowaną do ich potrzeb.

Skąd masz wiedzieć, do kogo będziesz mówić? Spójrz na swoją nieruchomość chłodnym i analitycznym okiem. Część z tych informacji powinienś uzyskać już podczas analizy SWOT. Dysponujesz małym mieszkaniem blisko centrum? Z dużym prawdopodobieństwem będzie się cieszyć zainteresowaniem wśród singli lub przedsiębiorców. Masz przestronne M-4 na bezpiecznym, ogrodzonym osiedlu? To doskonały wybór dla rodzin z dziećmi. Przeanalizuj swoje mieszkanie lub dom i jego najbliższe otoczenie. Sam też wybrałeś tą nieruchomość z określonych powodów, prawda? Spisz wszystkie powody, dla których ktoś mógłby być zainteresowany tą właśnie ofertą. Z pewnością wyklaruje Ci się obraz Twojej osoby. Aby łatwiej było Ci zrozumieć to narzędzie, na kolejnej stronie umieściłem



ćwiczeniową osobą do nieruchomości, którą użyliśmy jako przykładową w przypadku analizy SWOT.

Dla przypomnienia: naszą nieruchomością jest 2-pokojowe mieszkanie na warszawskim Żoliborzu, wykończone w wysokim standardzie, na 2 piętrze bloku z wielkiej płyty. Jak już wcześniej wspomnieliśmy, naszą ofertę będziemy kierować do singli i młodych par. Zobacz teraz, w jaki sposób stworzyć osobę, która odpowie na potrzeby Twojej grupy docelowej. Ja zajmę się w niej naszym potencjalnym "singlem", a Tobie, w ramach ćwiczeń, zostawiam stworzenie osoby "młodej pary".

WAŻNE

Stworzenie osoby to naprawdę ważny punkt sprzedaży. Łatwo podejść do tego problemu "po macoszemu" i uzyskać fałszywy obraz. Co jest ważne przy układaniu osoby? Poniższe zasady pomogą Ci ustrzec się wielu błędów:

1. Persona musi być **prawdziwa!** Nie myśl o idealnym kliencie. Pomyśl, kim jest Twój **potencjalny klient** i jak wygląda jego codzienne życie. Wciel się w jego życie, wejdź w jego buty i sprawdź, w którym miejscu są najbardziej niewygodne. Wniknij w jego umysł i odnajdź jego **realne potrzeby, największe obawy i marzenia.**
2. Myśląc o osobie, cały czas miej przed oczyma wyobraźni wizerunek **zwykłej osoby.** Pomoże Ci to urealnić Twoje przemyślenia. Dobrym pomysłem może być wycięcie



z gazety zdjęcia zwykłego człowieka i naklejenie go na kartkę, na której będziesz wszystko zapisywać.

3. Pamiętaj – **każdy podpunkt poniżej jest ważny i poświęć mu tyle samo czasu i uwagi.** Nawet jeśli któreś z punktów wydają Ci się śmieszne lub niepotrzebne.
4. Kiedy skończysz, koniecznie porozmawiaj o personie, którą stworzyłeś, z przynajmniej jedną osobą. Zderz swoje wyobrażenia o grupie docelowej ze zdaniem innych. Czy w żadnym z punktów nie oszedłeś od realnego obrazu?



Poznaj klienta, czyli po co mi osoby? - #praktyka



Kim jestem?

wiek: 28 lat

gdzie mieszkam: wynajmowana kawalerka na Muranowie

wykształcenie: wyższe

gdzie pracuję: międzynarodowa korporacja zajmująca się logistyką

stan cywilny: kawaler

zainteresowania: technologia – w szczególności fintech, zdrowy tryb życia, podróże, gotowanie

Jaki mam charakter?

Jestem silny i niezależny. Interesuję się wieloma aspektami życia, staram się być w pełni świadomym tego, co dzieje się na świecie. Zgłębiając swoją naturę – ciągle staram się być lepszym człowiekiem. Jestem ekstrawertykiem, który otacza się znajomymi. Jestem świetnie zorganizowany – codziennie uprawiam sport, przygotowuję sobie posiłki na cały dzień. Często wychodzę z domu, przeważnie do restauracji, na koncerty lub inne wydarzenia kulturalne. Nie lubię stać w miejscu i ciągle mnie gdzieś ciągnie. Obecnie żyję sam, ale myślę o założeniu rodziny w przyszłości.

Moje życiowe cele:

Na pewno nie zostanę na całe życie pracownikiem korporacji. Chcę osiągnąć coś więcej, być może założę własną firmę. Nigdy nie poprzestaję na tym, co mam. Dojdę w swoim życiu do wielkich rzeczy.

Czego się boję?

Boję się, że coś może mi się nie udać. Zwłaszcza na gruncie zawodowym. Lękam się, że moje umiejętności któregoś dnia mogą okazać się niewystarczające i będę musiał wiele zmienić. Z tego względu przeraża mnie wizja zaciągnięcia tak olbrzymiego zobowiązania finansowego, jakim jest kredyt hipoteczny. Obawiam się też, że wysoka rata, w połączeniu z czynszem i innymi opłatami, które ponoszę w trakcie miesiąca, spowodują, że będę musiał zmienić całkowicie swój styl życia. Nie chcę zrezygnować z tego, do czego się przyzwyczaiłem. Decyzja o kupnie mieszkania jest dla mnie przez to bardzo trudna i chcę mieć całkowitą pewność, że dokonuję słusznego wyboru.

Co jest dla mnie ważne?

Stawiam na jakość – zarówno samego życia, jak i tego, co mnie otacza. Lubię rzeczy wartościowe. To, na co wydaję swoje ciężko zarobione pieniądze, musi być warte swojej ceny. Ważna jest też dla mnie niezależność. Nie cenię samego posiadania, ważniejsze są dla mnie przeżycia. Chciałbym mieć



jednak swoje “miejsce na Ziemi” i nie chcę pomagać komuś w spłacaniu jego marzeń o własnej nieruchomości. Chcę być na swoim.

Gdzie szukam informacji?

Przede wszystkim w Internecie. Głównym źródłem informacji są dla mnie media społecznościowe. Ważne jest dla mnie to, co udostępniają moi znajomi i co o świecie mówią strony, które obserwuję. Zanim podejmę decyzję, sprawdzam opinie w Sieci, najlepiej kilka razy. Potem i tak rozmawiam o tym z bliskimi. Ich zdanie jest dla mnie niezmiernie ważne. Od dawna nie posiadam telewizora i nie miałem w ręku gazety od kilku lat.



Ustalenie strategii sprzedaży

Dotarliśmy do momentu, w którym powinniśmy wiedzieć już niemal wszystko na temat tego, w jaki sposób przebiegać będzie sprzedaż naszej nieruchomości. **Sprawdziliśmy dokumentację** – było tego dużo, ale możemy czuć się w pełni bezpieczni. Tak samo poczują się potencjalni kupujący, co znacznie ułatwi nam przekonanie ich do kupna właśnie naszej nieruchomości. **Przeanalizowaliśmy rynek i ceny**, co uchroni nas przed przeszacowaniem ceny. Przede wszystkim – **znamy dokładny powód i cel sprzedaży**. Wiemy, na ile możemy sobie pozwolić w trakcie negocjacji i na czym nam zależy. Zrobiliśmy **analizę SWOT**, dzięki czemu jesteśmy lepiej przygotowani na wszelkie ewentualności i potencjalne zarządzanie ceną sprzedaży. Następnie **poznaliśmy dokładnie naszego potencjalnego klienta**. Dzięki temu nie będziemy strzelać w ciemno i kierować oferty do zbyt dużej grupy odbiorców. Słowem – mamy wszystko, aby zaplanować skuteczne działania.

Przyszedł czas na wyciągnięcie wniosków. W Twoim przypadku **strategia sprzedaży** nie musi być rozbudowanym dokumentem, nie sprzedajesz przecież całej inwestycji deweloperskiej. Na jakie pytania musisz udzielić samemu sobie odpowiedzi?



1. Od jakiej ceny zacznę i do jakiej kwoty jestem w stanie zejść?
2. Na których portalach umieszczę swoje ogłoszenie i ile jestem w stanie przeznaczyć na promocję?

„Z reguły rekomenduję umieszczenie oferty na 2 największych portalach i intensywną promocję w pierwszym okresie – tj. pierwsze 2–3 miesiące – gdyż wtedy mamy największą szansę na zainteresowanie kupujących naszą nieruchomością. Ile przeznaczyć na promowanie? Nie ma jednej reguły, natomiast staraj się ciągle być na pierwszej stronie wyników. Wiem, że to dość drogie, ale uwierz mi – efekty są tego warte.

3. Jakie jeszcze kanały wykorzystam w promocji ogłoszenia? Jaką rolę odegrają w nich media społecznościowe?

„Jeżeli kompletnie nie rozumiesz działania mediów społecznościowych, poproś kogoś o pomoc. Ominięcie tego kanału odbierze Ci naprawdę dużą liczbę potencjalnych zainteresowanych!

4. Jak przygotuję nieruchomość?

„O tym już za moment!

5. Jakie materiały promocyjne stworzę, aby wyróżnić swoją ofertę?

Profesjonalne zdjęcia to po prostu obowiązek, jeśli chcesz sprzedać nieruchomość szybko i zyskownie. Wydatek ten nie jest tak duży, jak może Ci się wydawać, a efekty zdecydowanie są tego warte. O zdjęciach piszę chwilę później.

6. Do kogo kieruję swoją ofertę i kto jest moją grupą docelową?

Wykorzystaj opis oferty, aby podkreślić rzeczy ważne dla Twojej osoby. Wypunktuj wszystkie istotne dla niej korzyści. Więcej porad na temat pisania znajdziesz poniżej.

7. Jak będę prezentować nieruchomość?

Ustalenie tego na początku pozwoli Ci jeszcze bardziej przyspieszyć sprzedaż. Szczególnie opłacalną techniką są Dni Otwarte, o których też za chwilę.

Przygotuj nieruchomość do sprzedaży – home staging, depersonalizacja, sesja fotograficzna

Żeby szybko i sprawnie sprzedać nieruchomość, musisz sprawić, że Twoje mieszkanie lub dom zdecydowanie wyróżni się na tle konkurencji. Nie od dziś wiadomo, że kupujemy oczami. Potwierdzają to też statystyki – profesjonalne zdjęcia zwiększają szansę na zainteresowanie klienta o dobre 70%. Jak więc sprawić, żeby to nasza oferta była tą wyjątkową, która zatrzyma wzrok i uwagę przeglądających?

Przede wszystkim musisz zdać sobie sprawę z tego, że to już nie jest Twoja nieruchomość. W tym momencie dysponujesz produktem na sprzedaż. Pamiętaj, że potencjalny kupiec będzie starał się wyobrazić sobie życie swojej rodziny we wnętrzu, które zobaczy na zdjęciach. Utrudnią mu to wszelkie rodzinne zdjęcia lub porozrzucane rzeczy osobiste. Jeżeli nie chcesz bezsensownie tracić zainteresowanych, przeprowadź zabieg depersonalizacji nieruchomości, czyli wyrzucenia lub uprzątnięcia z niej wszystkiego, co mogłoby świadczyć o czyjejs obecności. Będzie to też doskonały wstęp do home stagingu – uznanej metody, pozwalającej znacznie przyspieszyć tempo sprzedaży. Czym on jest i jak sprawić, żeby nasze wnętrza wpisywało się w jego założenia?



Home staging to szereg technik i zabiegów, pozwalających na uwypuklenie wszystkich zalet naszej nieruchomości i jednocześnie odwrócenie uwagi od mniej pozytywnych aspektów. Musimy mieć jednak jasność – home staging to nie przesadne retuszowanie zdjęć i ukrywanie za meblami wszystkich defektów mieszkania czy domu. W przypadku tej metody przygotowania wnętrza mówimy o pokazaniu jego funkcjonalności oraz pełnego potencjału oferty.

Jak w praktyce wygląda home staging?

Jak wygląda efekt końcowy prac home stagera i fotografa zobaczysz na następnej stronie. Później przedstawię Ci z kolei kilka zabiegów, które możesz wykonać samodzielnie.

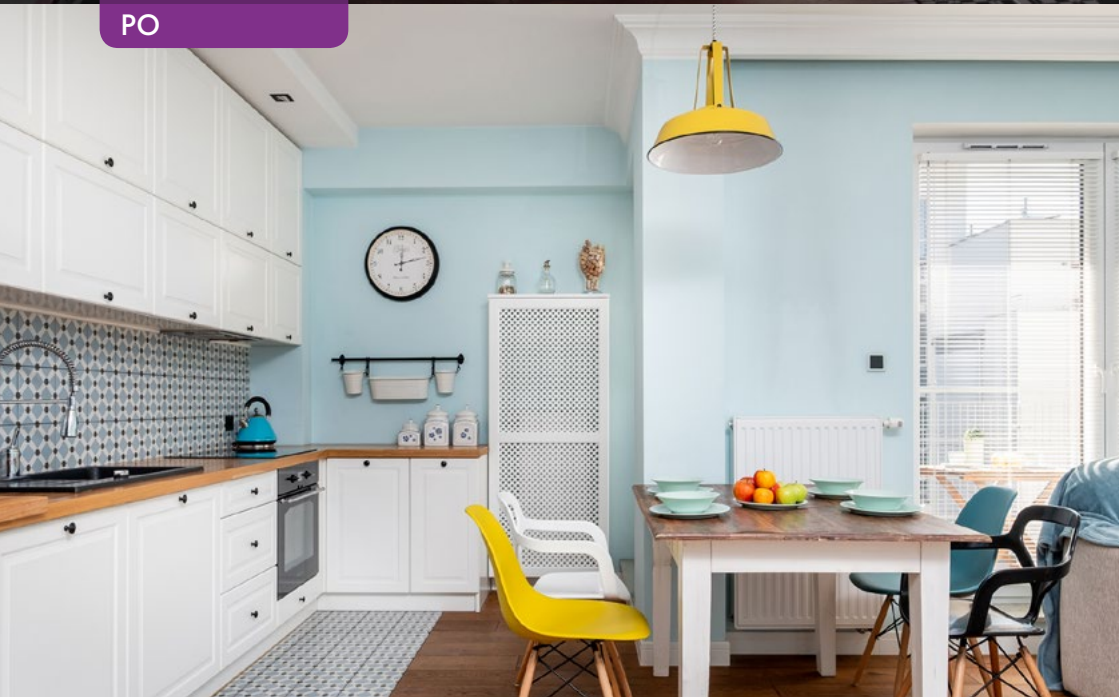
#poradapośrednika

Pamiętaj, żeby przed wykonaniem zdjęć, a tym bardziej przed pierwszymi prezentacjami, naprawić wszystkie mankamenty i drobne usterki. Zależy Ci przecież na jak najlepszym zaprezentowaniu nieruchomości. Popraw więc luźne gniazdka, dokręć karnisze, odmaluj brudne ściany, dobrze wyczyść podłogę i okna. Zwróć uwagę na każdy mały drobiazg, który może kłuć w oczy.





PRZED
PO





PRZED
PO





PRZED
PO





PRZED
PO



Home staging

– podstawowe porady praktyczne

Przedpokój:

- Pochowaj buty i kurtki – zostaw tę przestrzeń czystą. Niech klienci mają całkowitą swobodę w powieszeniu swoich okryć wierzchnich

Kuchnia:

- Pochowaj środki chemiczne
- Zadbaj o idealną czystość, zwłaszcza zlewu i sprzętów AGD
- Odmroź i dokładnie wyczyść lodówkę
- Wypierz firanki i wszelkie zasłonki lub obrusy
- Postaw koszyk ze świeżymi owocami lub wypiekami
- Włącz cicho relaksacyjną muzykę
- Posprzątaj we wnętrzach szafek i dokładnie umyj ich fronty

Salon:

- Usuń wszelkie przedmioty osobiste, zwłaszcza zdjęcia domowników i pamiątki
- Pozbądź się kurzu z szafek i witryn
- Wyczyść kanapy, fotele i wszystko inne, na czym mogą pozostawać ślady użytkowania
- Dokładnie odkurz wszelkie zakamarki
- Zadbaj o czyste okna i wpuść do pomieszczenia dużą ilość światła
- Wykorzystaj takie przedmioty jak koce czy książki, żeby wskazać strefę relaksu i odpoczynku

Sypialnia:

- Zadbaj o przytulność wnętrza – pościel łóżko, połóż na nim atrakcyjną narzutę i poduszki. Niech wszystko razem sprawia, że w tym pomieszczeniu ludzie po prostu poczują się dobrze
- Zapal światła – pokaż jak może wyglądać nastrój w tym pomieszczeniu.
- Usuń wszystkie zbędne meble i przedmioty – pokaż przestrzeń, która niczym nie przytłacza

Łazienka:

- Usuń kosmetyki
- Dokładnie umyj lustra i armaturę, niech wszystko błyszczy, jakby dopiero co przyjechało z salonu
- Możesz pokusić się również o świece zapachowe
- Dokładnie wyszoruj płytki, niech będą zwierciadłem dla światła aparatu i oczu oglądających.



Czy warto zdecydować się na profesjonalną sesję zdjęciową?

Nieważne, co sprzedajesz, profesjonalna sesja zdjęciowa zawsze znacznie zwiększy Twoje szanse. Sam przejrzyj jeszcze raz portale z ogłoszeniami i zobacz, na których ofertach zatrzymuje się Twój wzrok. Są to mieszkania lub domy z niedoświetlonymi zdjęciami, zrobionymi telefonem, czy raczej jasne i wyraźne fotografie, które od razu wyglądają jakby właściciel sprzedawał naprawdę wartościowe dobro?

Statystyki mówią jasno – profesjonalna sesja zdjęciowa to szanse na szybką sprzedaż większe o 70%. Pamiętaj też, że największe szanse masz w momencie, kiedy Twoja oferta jest świeża. Jeżeli zaniedbamy tak podstawowy element, stracimy znaczną część potencjalnych klientów już na początku. Pomyśl teraz, ile kosztuje Cię każdy miesiąc utrzymywania nieruchomości, która się nie sprzedaje? Czy w świetle tych kwot nie warto zainwestować w odpowiedniej jakości zdjęcia?









Stworzenie oferty – nie bój się opisu!

Nie wszyscy lubimy pisać. Panuje też powszechne przekonanie, że nie czytamy zbyt wiele, zwłaszcza książek, instrukcji, gwarancji, umów i opisów na aukcjach. Nic bardziej mylnego! Zastanów się sam – zamierzasz wydać kilkaset tysięcy złotych, pewnie będziesz się też wspierać długoterminowym kredytem hipotecznym. Naprawdę nie przeczytasz opisu nieruchomości? No właśnie. Twój potencjalny klient zrobi to samo.

Niestety, przekonania i swego rodzaju lenistwo sprawiają, że na portalach z ogłoszeniami mamy do czynienia z opisami niespójnymi z rzeczywistością, chaotycznymi, trudnymi do przeczytania i zrozumienia. Często są też naszpikowane prostymi błędami ortograficznymi. Pamiętaj, w tym miejscu budujesz wizerunek swój – jako sprzedającego – oraz Twojej nieruchomości. Chyba nie chcesz wyjść na kogoś, komu nie można wierzyć i kogo nie warto traktować poważnie?

#praktyka – jak pisać, aby szybciej sprzedać nieruchomość?

Zasada nr 1

Używaj zasad webwritingu.

W uproszczeniu: pisz jak najkrótsze zdania, używaj tylko formy



czynnej, dziel tekst na akapity po maksymalnie 5 wersów i wyróżniaj najważniejsze informacje. Możesz też umieścić je na początku opisu.

Zasada nr 2

Sprzedawaj jak spec od reklamy.

Buduj zdania jak wprawny copywriter. Używaj modelu cecha–zaleta–korzyść. Jak wygląda przykład takiego przekazu?

Mieszkanie ulokowane jest 3 minuty od centrum miasta, co znacznie skróci Twoje dojazdy do pracy i na zakupy. Dzięki temu zyskasz więcej czasu na zabawę ze swoimi dziećmi.

Pamiętaj jednak, że naprawdę łatwo tu przesadzić. Nie opieraj na tym całego tekstu i staraj się zachować umiar.

Zasada nr 3

Bądź poprawny.

Myślisz, że to trudne? Z jednej strony tak, ale z drugiej masz naprawdę mnóstwo ułatwień i pomocnych narzędzi. Z czego możesz skorzystać?

- LanguageTool – prosta strona, na której wklejasz swój tekst i otrzymujesz listę korekt do wdrożenia.
- Jasnopis – jak sprawdzisz już swój tekst, wklej go do tego narzędzia. Pokaże Ci jak bardzo zrozumiałe jest to, co napisałeś



- Znajomi ;-) Podesłij gotowy tekst do znajomego, niech rzuci na niego okiem i zaproponuje zmiany lub wskaże błędy, których nie wyłapały poprzednie narzędzia. To niewiele, a może dać Ci naprawę dużo.

Zasada nr 4

Zadbaj o konstrukcję przekazu.

Staraj się w każdym akapicie przekazywać inne informacje, zaczynając od tych najważniejszych, a przechodząc do tych najmniej istotnych. Zakończ podaniem danych kontaktowych.

#poradapośrednika:

Zawrzyj informację o preferowanych sposobach i godzinach kontaktu. Napisz też, kiedy możesz pokazywać nieruchomość. To ułatwi Ci życie i zaoszczędzi odrobiny nerwów.



Jak prezentować nieruchomość?

Przede wszystkim pamiętaj o wizerunku swoim i nieruchomości. Sam ubierz się elegancko i potraktuj oglądających jako potencjalnych partnerów biznesowych. Pamiętaj o sile pierwszego wrażenia, które w relacjach opartych na sprzedaży znaczą jeszcze więcej niż normalnie. Po drugie dokładnie wysprzątaj nieruchomość i postaraj się, aby wyglądała dokładnie tak, jak na zdjęciach. Wykorzystaj wszelkie zabiegi home stagingowe, które zdążyłeś opanować do tej pory.

Dobrym zabiegiem jest zapewnienie odpowiedniego aromatu (możesz np. upiec wcześniej ciasteczka) oraz nastroju. Świetnie nada się do tego delikatny jazz lub muzyka relaksująca. Pamiętaj – wrażenia Twojego klienta są bezcenne, więc atakuj subtelnie wszystkie jego zmysły.

Pozbądź się też sentymentów i daruj sobie opowiadanie o osobistych rzeczach związanych z nieruchomością. Prezentuj ją rzeczowo, wyczerpując temat tylko w granicach niezbędnego minimum, na które pozwoliby sobie profesjonalny pośrednik. Pamiętaj też, żeby niczego nie ukrywać. Klient od razu spostrzeże takie zachowanie i nabierze dystansu, który może Ci utrudnić dalsze działania.

Warto postawić też na tzw. Dzień Otwarty. Jak to działa?



Wybierasz jeden dzień w tygodniu, w którym pokazujesz nieruchomość zainteresowanym. Pozwala Ci to zaoszczędzić mnóstwo czasu i lepiej przygotować się do prezentacji. Zaplanuj wizyty kupców w taki sposób, aby wychodząc mijali się w drzwiach. Wywrze to na nich zdrową presję i znacznie przyspieszy ich procesy decyzyjne.





NIERUCHOMOSCISZYBKO.PL

Chcesz dowiedzieć się, jak negocjować cenę nieruchomości?

CHCĘ WIĘCEJ



Zaliczka czy zadatek?

Czym w ogóle różnią się te dwie formy? Przede wszystkim to zadatek jest jedyną formą zabezpieczającą interesy obu stron transakcji i określa ją Kodeks Cywilny. Tylko on pełni funkcję sankcji w przypadku nie wywiązywania się z umowy przez którąś ze stron. Zaliczka to zwykła zwrotna forma płatności. Jeżeli coś się wydarzy i transakcja nie dojdzie do skutku, nawet z winy kupujących, będziemy musieli zwrócić całość kwoty.

Zadatek to zwyczajowo 10% wartości nieruchomości, ale może być go zarówno mniej, jak i więcej. Wszystko pozostaje w kwestii ustaleń poczynionych przez strony transakcji. Oczywiście, jeśli wszystko skończy się pomyślnie, zadatek zaliczany jest na poczet ceny. Jak ustalić jego ostateczną wysokość?

Należy po prostu zastanowić się, jak bardzo zależy nam na sfinalizowaniu transakcji i jaka kwota spowoduje, że kupującemu nie będzie opłacało się wycofać w ostatniej chwili i stracić swoich pieniędzy na rzecz innej znalezionej okazji.

Mimo, że to zaliczka jest zwrotną formą płatności, to zadatek również może nim być. Po pierwsze, Kodeks Cywilny wskazuje trzy sytuacje, w których możliwy jest zwrot:

- kiedy nie dojdzie do aktu notarialnego z powodu niezależnego od obu stron lub takiego, za który winę ponoszą obie strony,

- jeżeli niemożliwe jest zaliczenie zadatku na poczet ceny.
- zwrot zadatku jest również możliwy w przypadku nieotrzymania kredytu przez kupujących, jeśli strony wcześniej umówią się zgodnie na takie rozwiązanie.



Ostatnie porady

Jak widzisz, proces sprzedaży nieruchomości nie należy do tak prostych i szybkich, jak zwykle się o nim mawiać. Pamiętaj też, że każdy z podpunktów nie wyczerpuje wiedzy potrzebnej do sukcesu. Pomiędzy poszczególnymi krokami znajdują się również mniejsze, choć równie ważne, czynności, takie jak choćby składanie wniosków o konkretne dokumenty w odpowiednim czasie.

Moim celem było przede wszystkim pokazanie Ci, jak wygląda profesjonalna sprzedaż nieruchomości i zainspirowanie Cię do skutecznego działania. Jeśli chcesz się dowiedzieć więcej o całym procesie, skontaktuj się ze mną. Nawet jeśli nie jesteś przekonany do powierzenia całego procesu pośrednikowi, z pewnością uda mi się pomóc Ci z jakimś konkretnym problemem. Tymczasem, zanim się pożegnamy, chciałbym przedstawić Ci jeszcze krótką listę ostatnich porad:

1. Podczas dnia pokazowego pozwól klientom czuć się swobodnie – zachęcaj do otwierania szafek, zostawiaj ich samych na kilka chwil w danym pomieszczeniu. To wszystko pozwoli im szybciej poczuć się jak u siebie.
2. Pamiętaj o wywieszeniu banera reklamowego na nieruchomości! To jedna z najbardziej skutecznych form reklamy, zwłaszcza dla ludzi, którzy szukają mieszkania lub domu w konkretnej lokalizacji.

3. Przygotuj prosty folder reklamowy dla swojej nieruchomości – zamieść w nim zdjęcia i podstawowe informacje, nie zapominając o liście korzyści. Ważne jest też dodanie rzutu. Utrwali to obraz Twojej nieruchomości w pamięci klienta. To ważne, gdyż często klienci jednego dnia oglądają kilka mieszkań lub domów. Dobrze jest dać się im zapamiętać z jak najlepszej strony.
4. Do oferty – jak już wspomniałem przed momentem – zawsze warto dodać rzut z uwzględnieniem stron świata. Pomaga on potencjalnemu klientowi w wyobrażeniu sobie układu funkcjonalnego i rozmieszczenia mebli.
5. I najważniejsze – pamiętaj o zachowywaniu dobrego nastawienia i panowania nad emocjami. Nie pozwólmy, aby wzięły nad nami górę i przeszkodziły w transakcji, np. na etapie negocjowania ceny.

Do usłyszenia!



O autorze



Leszek Markiewicz

798 919 415 markiewicz@nieruchomosciszybko.pl



Skuteczny agent nieruchomości i kreatywny praktyk szybkiej sprzedaży. Związany z markami: NieruchomosciSzybko.pl oraz Freedom Nieruchomości, w której pełni funkcję Dyrektora ds. Inwestycji Deweloperskich. Cały czas pracuje również jako pośrednik na rynku wtórnym.

Specjalizuje się we współpracy z klientami sprzedającymi i deweloperami. Dzięki autorskiemu Systemowi Skutecznej Sprzedaży Nieruchomości uzyskuje ceny sprzedaży wyższe o 10% i sprzedaje o 30% szybciej w porównaniu z agencjami i działami sprzedaży działającymi w standardowy sposób.

