



**Návod, jak
výhodně,
bezpečně a rychle
prodat nemovitost**

Ing. Daniel Kotula

Obsah

Úvod	strana 3
Pravidla trhu	strana 4
Udělejme z nemovitosti závodního koně	strana 5
Jak udělat naši nemovitost důvěryhodnou	strana 9
Jak stanovit cenu, abychom získali co nejvíce	strana 12
Jak udělat, abychom měli co největší odezvu na inzerát a každý případný kupující o nemovitosti věděl	strana 16
Chodí nám zájemci, jak mezi nimi odhalit správné kupující?	strana 19
Máme solidního kupujícího, jak dále?	strana 21
Závěr	strana 23

Návod Vás naučí

Jaké úpravy nemovitosti na zájemce nejvíce působí a jsou zároveň levné.

Jak mám nastavit cenu, abych prodal co nejvýhodněji.

Kdy je nejlepší nemovitost začít nabízet.

Co vše pro úspěšný prodej potřebujeme.

Jak udělat úspěšný inzerát a **mnoho dalšího...**

Návod, jak výhodně, bezpečně a rychle prodat svojí nemovitost

Úvod

Většina Čechů zažije prodej nemovitosti maximálně jednou dvakrát za život. Nemovitost rovněž velmi často představuje většinu jmění, které rodina nebo celé generace dokázali nashromáždit. Utržené peníze pak odpovídají výdělků za řádově desítky let.

Je tedy s podivem, že tak málo se o tématu „jak správně prodat nemovitost“ napsalo a že standardy kvalitního realitního zprostředkování nejsou stanoveny.

V návodu popisují veškeré důležité momenty prodeje nemovitosti, tak abyste dokázali prodat za co nejlepší cenu, v krátkém čase a bezpečně a mohli jste si říci „udělal jsem to fakt dobře“.

Tak hurá na to.



Ing. Daniel Kotula

září 2016



Pravidla trhu

Než se pustíme do praktického návodu, je potřeba si vyjasnit několik základních pravidel a souvislostí, které na nemovitostním trhu fungují.

Za jak dlouho jsme schopni prodat, nezáleží jen na ceně, za kterou nemovitost nabízíme. Rychlost prodeje závisí z velké části na lokalitě. Nejrychleji nemovitost prodáme v bohatých oblastech, kde je vysoká zaměstnanost, lidé se do těchto míst stěhují a usazují se, tedy i poptávka po vlastnění nemovitosti je zde vyšší. V těchto lokalitách si můžeme být jisti, že pokud nemovitost nabízíme za smysluplnou cenu, prodáme jí relativně rychle, např. do jednoho až tří měsíců. Naopak v lokalitách, kde je vysoká nezaměstnanost a tzv. „chcípí pes“, je prodej značně pomalejší a ani velmi dobrá kupní cena nemusí znamenat rychlý prodej.

Poptávka po nemovitostech podléhá sezónním výkyvům, nejvyšší zájem je v měsících březen až červen a září až listopad. Prodáme i v ostatních měsících, zájemců však bude o něco méně. Stejně tak je poptávka závislá na hospodářském vývoji. Více se o tomto tématu věnuji na mém blogu, v krátkosti mohu napsat, že hodnota nemovitosti se v čase vyvíjí, může několik let růst, klesat nebo stagnovat. Pokud máme možnost volby, je určitě výhodnější s prodejem vyčkávat na růstové období a v mezičase nemovitost například pronajímat.

Určitě bychom měli začít prodávat včas, abychom získali peníze do doby, než je budeme potřebovat. Prodávat tzv. pod tlakem je velmi stresující a často končí prodejem pod cenou. Proto si zapamatujme, když začneme dnes nabízet nemovitost za smysluplnou cenu a bude to v oblasti, kde je po nemovitostech poptávka, pak peníze z prodeje získáme až za tři až čtyři měsíce, a to jen pokud vše půjde dobře.

**LOKALITA NÁM URČUJE RYCHLOST PRODEJE,
PRODÁVAT BYCHOM MĚLI JEN V SILNÝCH LETECH
A ZAČÍT NABÍZET NA JAŘE NEBO NA PODZIM,
PENÍZE ZÍSKÁME AŽ ZA 3-4 MĚSÍCE PO ZAČÁTKU NABÍZENÍ.**

Udělejme z nemovitosti závodního koně

O naší nemovitosti si zpravidla myslíme, že je výjimečná. Není divu, pojí nás k ní často velká část životních událostí, srostli jsme s ní, zvykli jsme si na ni, museli jsme jí získat, zaplatit, atd. Potenciální kupující ji budou posuzovat jinak. Budou vidět věci, které my nevidíme a které ovlivní jejich rozhodnutí. Je důležité si uvědomit, že koupě je zejména emotivní rozhodnutí, a jako prodávající musíme zajistit, aby zájemci měli možnost projevit při prohlídce jen ty pozitivní emoce.

Pro představu si napíšeme základní vlastnosti nemovitosti ovlivňující pohled kupujících na nemovitost:

Atraktivitu obecně zvyšuje	Atraktivitu obecně snižuje
novostavba, cihlová stavba	panelová stavba, okál
v osobním vlastnictví	družstevní vlastnictví, kondominium, s.r.o.
kultivované okolí domu	stav před rekonstrukcí
pěkný výhled	nehezky nebo žádný výhled
orientace oken na jih či jihovýchod	orientace na sever či severozápad
nízký počet pater v domě	mnoho pater v domě
méně bytů na jednom patře	mnoho bytů na jednom patře
výtah v domě s větším počtem pater	chybějící výtah u vyšších domů
parkovací stání v domě či u domu	byt v posledním patře panelového domu
klidné místo	rušná ulice či "problémová" čtvrť
balkon / terasa	bez balkonu/terasy, příp. sklepa
nízké měsíční poplatky	vysoké provozní náklady
blízkost obchodů, supermarketu, lékaře, školy atd.	větší vzdálenost občanské vybavenosti
blízkost MHD či dopravy	větší vzdálenost dopravy
vyšší patro s výtahem	přízemí či suterén domu, vyšší patro bez výtahu

Tedy vykročíme z našeho bezvýhradného vztahu k nemovitosti a podívejme se na ni objektivně jako kdokoliv neznámý z ulice a sepišme si seznam

- všech pozitivních vlastností nemovitosti
- všech negativních vlastností nemovitosti

Seznam vlastností nám poslouží v kapitole týkající se správného stanovení nabídkové ceny a stejně tak nám pomůže přijmout posouzení nemovitosti některými zájemci.

Zamysleme se, jak při nabízení nemovitosti zvýraznit všechny pozitivní vlastnosti a jak naopak zmírnit vnímání všech negativních vlastností. Patro, ve kterém se byt nachází, nezměníme, ale leccos změnit můžeme.

Podívejme se na přehled několika nejdůležitějších úprav prodávané nemovitosti, které nejsou nákladné, nemusíme si kvůli nim objednávat experta na homestaging a opravdu pomohou nemovitost prodat výhodně. Takto připravenou bychom nemovitost měli mít na fotografování a při prohlídkách nemovitosti.

Uklidme a všechny osobní věci uložíme skrytu oka zájemce

Zhlédnutí fotografií na jednom nabídkovém portálu mě přimělo zařadit jako základní bod i tuto, pro mnohé samozřejmou, radu. Koupě nemovitosti je emotivní rozhodnutí, tedy bychom měli vše připravit tak, abychom v zájemci vzbudili co nejlepší dojem. Důkladně uklidit je naprosto zásadní. Stejně tak sklidit veškeré osobní věci do skříní, polic, komor atd., aby zájemce jimi nebyl rozptylován a mohl rozvinout svojí představitost, jak se do nemovitosti zabydlí, případně, jak jí před zabydlením upraví. Zahradu u domu nebo pozemek na prodej vyklidme od harampádí.

Nejnutnější opravme a čerstvě vymalujme

Pokud chceme prodávat nemovitost v původním stavu, nemá zásadní cenu jí na prodej rekonstruovat. Měli bychom však odstranit všechny do očí bijící nedostatky, které mohou umocňovat negativní pocit ze špatného stavu nemovitosti. Typicky to mohou být rozbitá okna a dveře, díry ve zdi, chybějící světla, protékající záchod apod. Dále vymalujme celou nemovitost na bílo. Nic nedodá větší pocit čistoty a

upravenosti než nová čerstvá bílá malba. A pokud chceme prodávat novostavbu nebo nemovitost po rekonstrukci, zamalujme fleky na stropě od vyplavení souseda a zahladíme praskliny na zdech. Zahradu u domu nebo pozemek na prodej posekejme.

Žádné bizarnosti

Můžeme mít rádi sytě červenou barvu stěn v ložnici, grafity nebo korkové obložení koupelny. Podobnou zálibu však nemusí mít zájemci o koupi. Vyplatí se nemovitost zbavit všech zvláštností, které se líbí jen výjimečně a které by mohli bránit představitosti zájemců se s nemovitostí sžít.

Co s nábytkem a vybavením

Často se prodávají nemovitosti z pozůstalostí, jsou zpravidla plné nábytku a vybavení, které je na naši dobu již zastaralé. Pohled na ně odlákává zájemce od vlastní představy o nemovitosti, nehledě na to, že přeplněnost nábytkem zmenšuje pocitově velikost nemovitosti. Pokud je to jen trošku možné, zanecháme pouze hodnotné kusy nábytku či vybavení na míru, a ostatní nábytek a vybavení vyklidíme.

Aktivujme opomíjené smysly

Veškeré zbraně ovlivňující vnímání nemovitosti zájemci se vyplatí použít, jde přeci o naše peníze. Investujme do vůně podporující pocit útulného domova, jako je například vůně jablečného koláče, vanilky nebo kávy. Psychiku ovlivňuje zásadně také to, co slyšíme. Při prohlídkách pusťme potichu relaxační hudbu do pozadí. Do kaváren se přeci těšíme mimo jiné kvůli hezké vůni a příjemné hudbě.

Vše jsme již pro focení nemovitosti a prohlídky připravili, v ideálním případě jsme již měli nemovitost rekonstruovanou, vkusně vybavenou, uklizenou a voňavou, můžeme pokročit dále. Měl bych však zmínit ještě jeden aspekt přípravy nemovitosti a to aktuální právní stav.

Aktuální právní stav

Existuje několik problémů v oblasti právního stavu nemovitosti, které bychom měli před prodejem vyřešit nebo se spokojit s tím, že jsou neřešitelné a případně upravit nabídkovou cenu, aby cena nedostatek dostatečně reflektovala. Zde je několik klasických právních vad

- pozemek pod nemovitostí není ve vlastnictví nebo není ve výlučném vlastnictví prodávajícího;
- nemovitost je přístupná přes nemovitost jiného vlastníka a není zřízeno věcné břemeno či jiné právo umožňující přístup k nemovitosti;
- nemovitost má omezené užívání plynoucí z věcného břemena jiného subjektu nebo osoby nebo plynoucí z nájemní smlouvy;
- nemovitost je omezená předkupním právem, exekučním titulem, poznámkou spornosti vlastnictví apod.;
- nemovitost je omezená zástavním právem nebankovního subjektu.

**KOUPĚ NEMOVITOSTI JE EMOTIVNÍ ROZHODNUTÍ.
NEMOVITOST ZHODNOŤME REALISTICKY,
UPRAVME TO, CO LZE UPRAVIT
S MINIMÁLNÍMI NÁKLADY,
PROVĚŘME PRÁVNÍ STAV NEMOVITOSTI.**

Jak udělat naši nemovitost důvěryhodnou

Naše nemovitost bude důvěryhodná, když budeme mít předem připravenou veškerou dokumentaci k nemovitosti, na kterou se zájemci a advokáti zájemců běžně ptají. Je to další střípek k pozitivní emoci spouštějící rozhodnutí koupit.

Jedná se o celkem značné množství dokumentů, Abychom nemuseli opakovaně připravovat svazky kopií pro jednotlivé zájemce, je možné zvolit formu úložiště na internetu, např. Google Drive a zájemcům posílat e-mailem přístup ke složce. Možností se nabízí samozřejmě více. Důležité je mít informace a dokumenty k dispozici, když přijde zájemce. Není nic horšího, než když potenciální kupec projeví zájem a my ztrácíme čas a oslabujeme jeho rozhodnutí pro naši nemovitost tím, že sháníme dva týdny jím vyžádané dokumenty. Zájemce nám může v mezičase vychladnout a rozhodnout se pro koupi jiné nemovitosti.

Zde je přehled toho, co byste měli mít pohromadě:

Prodej bytu ve vlastnictví

- list vlastnictví
- nabývací titul
- prohlášení vlastníka
- evidenční list
- vyúčtování služeb a energií za uplynulý rok
- průkaz energetické náročnosti
- potvrzení SVJ o bezdlužnosti na zálohách
- půdorys
- návrh rezervační smlouvy, smlouvy o smlouvě budoucí kupní či kupní smlouvy
- návrh procesu převodu
- přehled oprav udělaných v domě, přehled plánovaných oprav
- údaje o stavu hospodaření SVJ

Převod členských práv a povinností v družstvu

- list vlastnictví domu
- nabývací titul

- nájemní smlouva
- evidenční list
- vyúčtování služeb a energií za uplynulý rok
- potvrzení družstva o bezdlužnosti na zálohách
- prohlášení družstva, že proti členovi není vedeno žádné řízení, které by vedlo k jeho vyloučení
- potvrzení družstva o výši zůstatku anuity nebo jeho plném splacení
- půdorys
- návrh rezervační smlouvy, smlouvy o převodu členských práv a povinností v družstvu
- návrh procesu převodu
- přehled oprav udělaných v domě, přehled plánovaných oprav
- údaje o stavu hospodaření družstva
- stanovy
- v případě převodu do vlastnictví také prohlášení vlastníka, prohlášení družstva o termínu převodu, procesu převodu a poplatků za převod

Prodej domu

- list vlastnictví
- nabývací titul
- kolaudační rozhodnutí
- vyúčtování služeb a energií za uplynulý rok
- průkaz energetické náročnosti
- půdorys
- návrh rezervační smlouvy, smlouvy o smlouvě budoucí kupní či kupní smlouvy
- návrh procesu převodu
- územní plán obce

Prodej pozemku

- list vlastnictví
- nabývací titul
- doklady k zasíťování
- výpis z katastrální mapy
- návrh rezervační smlouvy, smlouvy o smlouvě budoucí kupní či kupní smlouvy
- návrh procesu převodu
- územní plán obce nebo územní rozhodnutí
- případně stavební povolení a projektová dokumentace, pokud existuje

**PŘIPRAVME PŘED NABÍZENÍM VEŠKEROU DOKUMENTACI
K NEMOVITOSTI A POSKYTNĚME JI ZÁJEMCŮM
K PROSTUDOVÁNÍ.**

Jak stanovit cenu, abychom získali co nejvíce

Stanovení správné nabídkové ceny je jeden z nejzásadnějších okamžiků úspěšného prodeje. Jednak můžeme cenu nastavit příliš nízko a zbytečně prodělat, jednak můžeme nastavit cenu příliš vysoko a ztratit čas a nervy.

Nejdříve bych chtěl zmínit, že cena je výsledkem poptávky po koupi a nabídky na prodej. Důvody koupě jsou subjektivní a projevují se v ochotě koupit, stejně tak důvody na prodej jsou subjektivní a projevují se v ochotě prodat. Prakticky tedy, pokud kupující má zájem koupit např. byt, který je ve stejném domě jako má kamarád, nebo je blízko práce, nebo na koupi spěchá nebo má byt jakoukoliv jinou subjektivní výhodu, bude ochotný za byt zaplatit více než kupující, který byt chce mít jen na investici a následný pronájem, a bude tedy tlačit na kupní cenu, aby mu investice co nejvíce vynesla. Viděno ze strany prodávajícího - kdo na prodej nespěchá a může vyčkávat na kupujícího ochotného zaplatit vyšší cenu, pak se nemovitost prodá draže, než když prodávající je v časové tísní, např. z důvodu nutnosti splatit jiný závazek, a čekat si tedy nemůže dovolit.

Pokud mluvíme o tržní ceně nemovitosti, bude se zpravidla jednat o interval cen. Za cenu na nižším okraji intervalu jsme schopni prodat ve většině lokalit v krátké době několika týdnů. Takovou cenu jsou ochotni zaplatit i kupující bez subjektivního ocenění nemovitosti. Za cenu na horním okraji intervalu můžeme nemovitost prodat spíše v řádu měsíců, kdy musíme čekat na toho správného zájemce, který bude v nemovitosti vidět tu jedinečnou hodnotu. Na většině území České republiky a u většiny nemovitostí bude mít tento interval rozpětí hodnoty max. 10%, obzvláště pak u typových nemovitostí jako jsou byty na panelových sídlištích. U nemovitostí jedinečných svojí lokalitou nebo historickou hodnotou pak může být interval 20%, výjimečně až 30%. Pokud budeme nemovitost nabízet za cenu zásadně nad tento interval prodejnosti, pravděpodobnost prodeje je velmi malá a strategie „vyčkávaní“ nebude fungovat.

Abychom interval hodnoty nemovitosti určili co nejpřesněji, musíme shromáždit dostatek dat o prodejkách co nejpodobnějších nemovitostí v nejbližším

okolí a v nedávné době. Tato data můžeme získat ze tří zdrojů, ideálně ze všech tří, a navzájem je porovnat.

Prvním zdrojem jsou lokálně aktivní realitní kanceláře, které si vedou databázi prodeju právě za účelem kvalifikované analýzy hodnoty prodávaných nemovitostí. Kromě ceny nemovitosti mají realitky i fotografie nemovitostí, popisky nebo informaci, jak dlouho se nemovitosti prodávali.

Dále je možné vycházet z nabídkových cen v dané lokalitě. Z nabídkových cen posuzuje hodnotu většina odhadců, znalců a průměrných realitek. Mějme ale na paměti, že nabídková cena nemusí být zdaleka cenou, za kterou bude prodej realizován. Někdy jsou nabídkové ceny správně oceněné, jindy předražené o desítky procent, nebo i podceněné. Těžko z nich tedy paušálně vycházet. Obecně se traduje, že nabídkové ceny jsou o cca 10% vyšší než tržní a proto můžeme pro náš výpočet nabídkové ceny vzorku nabízených nemovitostí o 10% snížit. Nejobsáhlejší vzorek nabízených nemovitostí získáme naserveru sreality.cz.

Posledním zdrojem dat je katastr nemovitostí, kde jsou uloženy veškeré kupní smlouvy, tedy i informace o reálných prodejních cenách nemovitostí. Z tohoto zdroje jsme schopni získat informací nejvíce. Může nám k tomu posloužit aplikace www.cenovamapa.org, která funguje pro území všech krajských měst pro byty a domy. Data jsou velmi reprezentativní a důkladně jsou zde zpracované developerské projekty. Nebo můžeme použít aplikaci www.1cenovemapy.cz, kde jsou data sice z celé České republiky a všech druhů nemovitostí, jejich relevance je však v mnohých případech nižší a data se musí třídít a vyloučit nesmyslné hodnoty. Na konci sběru dat bychom měli mít 10-15 srovnatelných prodejů, ze kterých pak můžeme usuzovat na hodnotu oceňované nemovitosti.

Dále je si potřeba uvědomit, že každá nemovitost má svoje stránky, které hodnotu zvyšují (např. výhledy, terasa atp.) anebo snižují (nízké patro, rušná ulice atp.), a tyto parametry nemovitosti musíme zahrnout do cenové analýzy. K tomu nám pomůže seznam pozitivních a negativních vlastností nemovitostí, který jsme si udělali v první kapitole návodu.

Kromě toho bychom neměli zapomenout na změnu hodnoty nemovitosti v čase. Pokud právě dochází k růstu cen nemovitostí a náš vzorek srovnatelných

prodejů pokrývá období uplynulých 2 let, může být dnešní cena nemovitosti např. o 10% vyšší. Naopak, pokud právě dochází k útlumu na realitním trhu, odhadovaná cena nemovitosti bude spíše nižší než cena vzorku srovnatelných prodejů uplynulých období.

Tržní cenu jsme již analýzou získali, jak ale nastavit nabídkovou cenu? Nebudou kupující vždy žádat nějakou slevu a není tedy lepší nastavit cenu trochu výše, než nám vyšla analýzou a pak jim slevit? Nebo je lepší vždy nabízet za cenu dle naší analýzy? Je možné jít v zásadě dvěma cestami:

Nabídkovou cenu nastavím výše, než mi vyšlo tržní analýzou

Určitě je možné nabízet cenu výše, než se prodaly srovnatelné nemovitosti v nejbližším okolí a v nedávné době. Dnes je tato myšlenka ještě aktuálnější vzhledem k obecně vysoké poptávce. Tento postup funguje zejména pokud

- 1) nemovitost je unikátní, např. má jedinečné výhledy a orientaci, dům je luxusní, byt je po dokonalé rekonstrukci a nadstandardně vybaven, je zde terasa atp., tedy potenciální zájemce nenajde v dané lokalitě jinou srovnatelnou nemovitost ke koupi a akceptuje vyšší cenu; zájemci vyhledávající nadstandardní kvalitu jsou ochotni zaplatit nadstandardní cenu.
- 2) máme na prodej dostatek času; jak bylo zmíněno dříve, najít člověka ochotného zaplatit vyšší cenu vyžaduje čas, může to být klidně půl roku, či rok nebo dva.

Naopak kombinace neunikátnosti nemovitosti, časové tísně a vyšší ceny může vést k tomu, že z důvodu nedostatku zájemců neseženeme kupujícího, začneme být nervózní a nakonec přistoupíme na nabídku nižší než je realizovatelná tržní cena naší nemovitosti, protože nebudeme už mít čas vyjednávat. „Chtít více“ pro nás ve výsledku představuje „mít méně“.

Tendence nabízet nemovitost draž, protože kupující budou stejně chtít slevu, je sebenaplňující očekávání. Když budeme nemovitost nabízet za cenu přiměřenou, slevu dávat nebudeme muset, protože s pravděpodobností hraničící s jistotou získáme kupujícího, který cenu bude rád akceptovat, aby při případné licitaci o ceně nekoupil nemovitost jiný zájemce.

Nabídková cena je stanovena ve výši tržní analýzy

Je to cesta jistoty. Při nabízení nemovitosti za tuto cenu si můžeme být jisti, že v řádu týdnů či několika málo měsíců kupujícího vždy najdeme, aniž bychom museli slevovat. Na zájemcích o nemovitost při prohlídkách uvidíme, že o koupi přemýšlí, zvažují, mají dodatečné otázky. Zároveň zájemců je dostatek, každý týden se nám hlásí jeden až pět zájemců o prohlídku. Měli bychom však dávat pozor, zda jsme cenu nedali příliš nízkou, optimálně by se na nemovitost nemělo slétnout hned několik zájemců, kteří jsou ochotni hned koupit, to je znak příliš nízké ceny. Nemovitost za správně nastavenou cenu vezme nejdříve pátý až desátý zájemce.

Jak přistoupit k výběru z většího množství zájemců

Co ale máme dělat, když jsme analýzou dospěli k nižší ceně, než je aktuálně tržní, ať už je to z důvodu nedocenění dobré doby nebo nějaké dobré vlastnosti nemovitosti, a máme hned několik zájemců najednou? Určitě bychom se neměli hned dohodnout s prvním zájemcem, ale rozhodnout se pro jednu z následujících cest

- 1) mezi vícero zájemců vybrat toho, který má například vlastní zdroje na koupi nebo je nějak bezproblémový či nám poskytne nějakou subjektivní výhodu (např. nás nechá bydlet v nemovitosti ještě půl roku po prodeji),
- 2) upravit inzerát zvýšením nabídkové ceny a čekat, že zájem bude v přirozené výši,
- 3) využít rivalitu mezi zájemci a uskutečnit aukci, což ve výsledku může dopadnout lépe než stanovení ceny akorát, protože rivalita zájemců vyvolá nedostatkost nemovitosti a zájemci jsou pak ochotni nemovitost přeplatit.

**CENU NASTAVME REALISTICKY NA ZÁKLADĚ CEN
SKUTEČNÝCH PRODEJŮ SROVNATELNÝCH NEMOVITOSTÍ
V NEJBLIŽŠÍM OKOLÍ A V NEDÁVNÉ DOBĚ.**

Jak sestavit inzerát a kde inzerovat, abychom dosáhli plošného šíření informace a maximální odezvy na inzerát

Přípravná fáze

Předpokládám, že jsme nemovitost již připravili, sehnali jsme si všechny podklady, udělali si reálnou analýzu tržní ceny a můžeme pokračovat dále. Potřebujeme získat co nejvíce zájemců. Pokud v této fázi něco nemáme podcenit, tak jsou to fotografie., Fotografie jsou na inzerátu opravdu nejdůležitější. Máme možnost si najmout profesionála, který nám nemovitost vyfotí tak, že v konkurenci ostatních inzerátů naše fotografie budou zářit. Náklady na focení bytů dosahují cca 300,- - 1.000,- Kč.,

Pokud nechceme investovat do profesionála, porozhlédněme se, zda existuje v našem okolí někdo, kdo má fotografování jako koníček, má kvalitní fotoaparát a dokáže udělat lepší fotky než je běžné., Za uznání kamarádova umění a pozvání na pivo nebo sklenku vína nemovitost jistě s chutí nafotí.

V inzerátu by se měly objevit fotografie všech místností, výhledy, chodba domu a domu zvenku. Dále určitě vložte do inzerátu také půdorys. Pokud ho nemáte, nemovitost si přeměřte a vytvořte sami, nakreslete ručně nebo existuje mnoho programů zdarma na vytváření půdorysů. Půdorys ukazuje dispozice a ty jsou pro zájemce hned po ceně a lokalitě nejdůležitější vlastností nemovitosti, kterou při hledání posuzují. U rodinných domů a pozemků jsou mimořádně efektní pro inzerci fotografie z dronu. Můžete si nechat také natočit videoprohlídku.

Dále vytvoříme kompletní popis nemovitosti, nezapomeneme na ulici, patro, typ a stav domu nebo bytu, velikost, popis dispozic, popis lokality, nákladovost, dopravní spojení, cena nemovitosti a co vše obsahuje atd. Popisek udělejme věrně a pokud možno objektivně. Mají-li zájemci na prohlídce vlivem neodpovídajícího popisu vyšší očekávání než je realita, odcházejí zklamaní.

Akční fáze

Existuje celá řada možností, jak oslovit potencionální kupující. Začneme tou nejčastěji používanou, současně nejméně pracnou a nejjednodušší, a sice inzercí na internetu. Budu pokračovat méně častými cestami, ze zkušeností však velmi efektivními a aktuálními.

Inzerce na internetu

Největšími realitními portály, kterými projdou všichni zájemci o koupi, kteří hledají na internetu, jsou sreality.cz, reality.idnes.cz, realitymix.centrum.cz a bezrealitky.cz. Když zde umístíte inzerát s profesionálními fotografiemi a kompletním popisem, udělali jsme pro internetovou prezentaci vše podstatné.

Lokální inzerce

Většina kupujících se rekrutuje z blízkého okolí prodávané nemovitosti. Buď v místě již bydlí a hledají něco jiného ke koupi, nebo se v místě pohybují, jezdí za prací, za kamarády, za koníčky nebo zábavou. A ne každý hledá pravidelně nemovitosti na internetu. Tedy zacílení na místo prodeje má je opravdu opodstatněné. Můžeme to udělat několika způsoby:

- rozešleme dopisy na vlastníky sousedních nemovitostí s tím, že svoji nemovitost chceme prodat a pokud by měli o ni zájem nebo někdo z jejich známých, ať se ozvou; informace o vlastních sousedních nemovitostech získáme z katastru nemovitostí;
- rozneseme po okolí letáky s informací o zamýšleném prodeji nemovitosti, letáky umístíme na frekventovaná místa;
- umístíme na nemovitost plachtu „na prodej“;
- oslovíme makléře, který nabízí srovnatelnou nemovitost ve stejné lokalitě, a nabídneme mu odměnu, pokud svým klientům nabídne i námi inzerovanou nemovitost;
- umístíme inzerát v lokálním periodiku.

Okruh vlivu

Rozhlásíme informaci o zamýšleném prodeji našemu okolí. Umístíme post na facebook, promluvíme s kolegy v práci, s kamarády v hospodě nebo kavárně, zmíníme se příbuzným.

**PREZENTACE BY MĚLA PŮSOBIT PROFESIONÁLNĚ,
NEZAPOMEŇME NA LOKÁLNÍ MARKETING
A SVŮJ OKRUH VLIVU.**

Jak mezi zájemci odhalit správné kupující?

Jak bylo řečeno, ne každý, kdo o naši nemovitost projeví zájem, ji opravdu koupí. Počet 3-5 zájemců týdně nám napovídá, že nemovitost nabízíme za správnou cenu. V prvních týdnech inzerce bude zájem vyšší než ve druhém měsíci a později. Mezi zájemci najdeme tyto typy:

Nováčci

Naše nemovitost bude pro ně první prohlídkou a je zde nízká pravděpodobnost, že by se pro ni rozhodli, i kdyby to byla nejlepší možná nabídka v lokalitě. Tito zájemci nemají srovnání, co je dobrá a co špatná nabídka.

Turisti

Je to pro ně patnáctá prohlídka či ještě více, hledají již dva roky a nemohou stále na nic narazit. Nemají ujasněný záměr, jednou chtějí koupit byt, pak dům a nakonec chtějí koupit pozemek a postavit si něco sami. Takoví zájemci hledají pravděpodobně něco, co ani najít nejde.

Zralí

Zájemci, kteří si prohlídli tři až deset nemovitostí, a už přesně vědí, co chtějí a za kolik to chtějí. Již jim také zpravidla nějaká nemovitost utekla, protože nereagovali dostatečně rychle nebo žádali slevu. Takoví zájemci jsou nejlepší, v případě že naše nemovitost je správně oceněná, jsou schopni se rychle rozhodnout a nebudou tlačit na cenu.

Proto na prohlídkách (nebo ještě možná předem telefonicky) dáváme následující otázky, abychom si zájemce zařadili do správné skupiny a věděli, kdo je perspektivní.

- Proč potřebujete nemovitost koupit nebo proč jste reagovali na moji nabídku? Touto otázkou zjišťujeme sílu motivace.

- Kolikátá je to Vaše prohlídka? Touto otázkou si zařadíme zájemce mezi nováčky, turisty nebo akorát vyzrálé.
- Už se Vám něco z předešlých prohlídek líbilo? Zjistíme, co nejvíce cení na nemovitosti, abychom při prezentaci naší nemovitosti tyto klady prezentovali.

Pokud je vše správně nastaveno, pátý až desátý zájemce by měl mít o nemovitost seriózní zájem. Možná zkusí ještě vyjednat nějakou slevu, tu však nemusíme poskytnout nebo můžeme dát slevu pouze symbolickou.,

Vždy bychom si však měli být jistí, než se uvážeme jakoukoliv smlouvou, že zájemce bude mít na koupi dostatek prostředků. Když má hotovost, není co řešit. Většina kupujících však kupuje na hypotéku a nemůžete mít nikdy předem jistotu, že kupující hypotéku získá. Co nás může uklidnit a zvyšuje pravděpodobnost získání hypotéky, je výše vlastních zdrojů, kterou má zájemce na koupi k dispozici. Měl by mít připraveno minimálně 10-15% z kupní ceny nemovitosti, ideálně však 25% a více, kdyby náhodou bankovní odhad nemovitosti nevyšel v takové výši, jako je její kupní cena, což nebývá až tak neobvyklé.

**PODLE OHLASU POZNÁME SPRÁVNOST STANOVENÍ
NABÍDKOVÉ CENY,
JEN MALÁ ČÁST ZE ZÁJEMCŮ JSOU PERSPEKTIVNÍ KUPUJÍCÍ,
VYBERME MEZI ZÁJEMCI TY SOLVENTNÍ.**

Máme solidního kupujícího, jak dále?

S kupujícím bychom měli sepsat rezervační smlouvu nebo smlouvu o smlouvě budoucí kupní, než se vyřídí veškeré formality k tomu, aby se mohla uzavřít kupní smlouva. Takovou smlouvou se kupující zaváže nemovitost koupit a složí zálohu na kupní cenu, minimálně v řádu desítek tisíc nebo i více. Záleží na ceně nemovitosti. A kdyby z prodeje nakonec sešlo z důvodů na straně kupujícího, získáme tuto zálohu jako satisfakci za promeškaný čas. Pokud by k prodeji nedošlo z důvodů na straně prodávajícího, záloha se musí vrátit kupujícím a prodávající mu musí zaplatit pokutu za zmařenou koupi. Termín pro podpis kupní smlouvy by měl být stanoven minimálně na 14-30 dní od uzavření rezervační smlouvy nebo smlouvy o smlouvě budoucí kupní a to pro případ, kdy se jedná o koupi výhradně z vlastních zdrojů. Pokud, si kupující sjednává hypotéku, termín pro podpis kupní smlouvy by měl být minimálně 45-60 dní.

V mezičase si zvolíme advokáta, dohodneme se na formě úschovy a připomínkujeme si kupní a úschovní smlouvu. Jakmile má kupující prostředky připraveny a smluvní dokumentace je odsouhlasena, přikročíme k podpisu smluv. V případě koupě na hypotéku je potřeba počítat, že jako prodávající budeme podepisovat také zástavní smlouvu hypoteční banky. Po složení kupní ceny do úschovy vložíme kupní smlouvy na katastr nemovitostí a čekáme na provedení vkladu. Nejkratší lhůta je 20 dní, provedení vkladu můžeme očekávat zpravidla za 25-30 dní nejdéle. Po provedení vkladu uschovatel uvolní kupní cenu na účet prodávajícího. Kupující pak musí ještě podat daňové přiznání a zaplatit daň z nabytí nemovitosti a to ve lhůtě tří měsíců, která začíná první den následujícího měsíce po provedení vkladu na katastru nemovitostí.

V případě, že prodáváme družstevní byt, uzavíráme smlouvu o převodu členských práv a povinností v družstvu, platby za převod můžeme řešit samostatnou smlouvou o finančním vypořádání a složení prostředků a výplatu převodci úschovní smlouvou, obdobně jako u standardního převodu vlastnictví. Převod práv probíhá na družstvu a kupující se stane členem v den doručení smlouvy o převodu členských práv a povinností na družstvo. Daň z nabytí zde kupující neplatí.

Při předání nemovitosti sepíšeme předávací protokol, kde budou zaznamenány veškeré stavy měřičů energií, vody a tepla, také si uděláme jejich fotky pro případ nesrovnalostí, zapíšeme počty předaných klíčů a podrobný soupis majetku, který v nemovitosti zůstává, dále je možné při předání rovnou podepsat formuláře na převod energií.

**UZAVÍREJME S KUPUJÍCÍM NEJDŘÍVE REZERVAČNÍ SMLOUVU
NEBO SMLOUVU O SMLouvĚ BUDOUCÍ KUPNÍ.**

Závěr

A to je prozatím vše. Mám pro Vás přichystaných několik bonusů, které dostanete v následujících týdnech e-mailem. Pokud Vám tento manuál poslal kamarád a nemám tedy Vaši e-mailovou adresu, stáhněte si manuál na [mém webu](#) a bonusy Vám pošlu také. Jinak budu rád za každou zpětnou vazbu na mém facebooku, webu či kdekoliv jinde.

Přeji úspěšný prodej!

REALITNÍ MAKLEŘ, KTERÉMU MŮŽETE DŮVĚŘOVAT

Ing. Daniel Kotula na realitním trhu působí od roku 2009 a dlouhodobě patří k nejúspěšnějším makléřům realitní kanceláře RE/MAX. Nebylo by tomu tak, kdyby neměl důvěru svých klientů a to zejména díky znalostem, zkušenostem, proaktivnímu přístupu a profesionalitě. Výsledkem jeho práce pak jsou bezproblémové prodeje za dobrou cenu v krátkém čase, v hodnocení zákazníků souhrnně do dneška získal 9,73 bodů z deseti.

Pana Kotulu jsem poznal v roli kupujícího a jeho profesionalita a přístup k zákazníkovi mě natolik zaujal, že jsem jeho služeb využil i v případě prodeje vlastní nemovitosti

Jan Puška

Makléř Daniel Kotula je výjimečný v tom, že na rozdíl od ostatních makléřů se věnuje prodeji nemovitosti individuálně. A tudíž pečlivě zváží potřebné kroky k jejímu prodeji a zvolí tu nejvhodnější strategii. Daniel Kotula není ten typ makléře, který Vám řekne: Tak mi pošlete fotky a já to vyvěsím. Je to naprostý profesionál a to ho odlišuje od 99,9% makléřů. Nejednou jsem o jeho kvalitách mluvil s různými lidmi.

Jiří Polenta

Velmi vstřícné, ochotné a rychlé jednání, kompletní servis včetně komplikovaného jednání s Katastrem nemovitostí, dokonalá znalost problematiky.

Miloslav Kapsa

CHCI PRODAT NEMOVITOST

Ing. Daniel Kotula, tel.: 739 343 871, email daniel@kotula.cz

www.kotula.cz

Na Perštýně 342/1, 110 00 Praha 1