

MARCEL ZAJÍC

Myslet jako realitní makléř

Copyright © 2025 by Marcel Zajíc

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, scanning, or otherwise without written permission from the publisher. It is illegal to copy this book, post it to a website, or distribute it by any other means without permission.

First edition

This book was professionally typeset on Reedsy.

Find out more at reedsy.com

1

Úvod

Komentáře mých kolegů: „Marceli, nemůžeš tu knihu publikovat, je tam toho příliš.“

Jmenuji se Marcel Zajíc a jsem realitní makléř. Jaká byla tedy moje motivace napsat tuto knihu, ve které najdete detailní návod, jak prodat svoji nemovitost, přitom maximalizovat zisk a vyhnout se zbytečným problémům?

Jednoduše — v České republice si stále 50 % lidí prodává nemovitost bez realitní kanceláře. Ve většině případů jsou nemovitosti nekvalitně nafoceně, s nicneříkajícím popisem a pouze na neplacených inzertních serverech typu Bazoš, kde si zájemce o nemovitost nemůže ani pořádně vyfiltrovat to, co právě hledá. Inzerát se navíc za pár dní propadne tak hluboko, že ho zájemce o nemovitost dohledá opravdu jen s velkým štěstím — nebo na něj budou volat realitní makléři, kteří mají speciální programy na sledování inzerce.

Takhle špatně zainzerovaná nemovitost obvykle dopadne následovně:

1. vůbec se neprodá,
2. prodá se pod cenou,
3. nebo ji do prodeje nabere realitní kancelář.

Samozřejmě existují i výjimky — a pokud moji knihu přečtete až do konce, garantuji vám, že vy budete ta výjimka.

Stále tady ale není odpověď na otázku, proč jsem se rozhodl napsat tuto knihu. Na trhu je spousta realitních kanceláří, které nepostupují úplně korektně vůči zákazníkovi. Co to znamená?

Jde jim pouze o jejich zisk — jsou ochotní nemovitost nabrat do prodeje bez smlouvy, naslibují prodávajícímu hory doly jen proto, aby zakázku získali, a poté nesplní, co slíbili.

Těch příběhů, jak takové kanceláře ošidily prodávajícího, by vydalo na samostatnou knihu — ale to není tématem této knihy.

Když jsem se rozhodl stát se realitním makleřem, dal jsem si jednoznačný cíl: k prodeji každé nemovitosti budu přistupovat tak, jako bych prodával nemovitost svým rodičům.

To znamená — s důrazem na maximální bezpečí, poctivost a zisk.

Rozhodnutí prodat – kdy je správné načasování?

Rozhodnutí prodat nemovitost nikdy nebývá jednoduché. Každý prodej má svůj příběh a za každým rozhodnutím stojí jiná životní situace. Ve své praxi realitního makléře se setkávám s různými motivacemi, které lidi k prodeji přivedou. Mezi ty nejčastější patří:

- prodej nemovitosti z dědictví,
- prodej kvůli rozvodu,
- stěhování do většího prostoru z důvodu rozrůstající se rodiny nebo změny životního stylu,
- případně finanční důvody, jako je potřeba snížit závazky nebo získat kapitál pro nové investice.

Každá z těchto situací má svá specifika a vyžaduje jiný přístup. Důležité je ale vždy jedno: mít jasno v tom, proč prodáváte, a kdy je prodej pro vás opravdu výhodný.

1. Prodej nemovitosti z dědictví
2. Pokud jste zdědili nemovitost, první krok by měl být čistě praktický – spočítejte si měsíční náklady na její provoz.

Setkal jsem se s případy, kdy se rodina rozhodla ponechat si prázdný byt „na později“, jenže náklady na energie, fond oprav, pojištění a služby činily téměř 15 000 Kč měsíčně. Taková částka už dokáže citelně zatížit rodinný rozpočet, zvláště pokud v bytě nikdo nebydlí a nepřináší žádný příjem.

V takové situaci je potřeba jednat rychle. Možnosti jsou v zásadě dvě:

1. Nemovitost pronajmout, a tím pokrýt náklady či dokonce vytvořit pravidelný příjem.
2. Nemovitost prodat a peníze použít efektivněji – například investovat nebo splatit vlastní hypotéku.

Každý měsíc, kdy prázdná nemovitost „leží ladem“, je totiž ztrátou.

A pokud se jedná o rodinný dům, situace je ještě vážnější.

Z vlastní praxe mohu potvrdit, že dlouhodobě prázdný dům začíná rychle chátrat – a to i tehdy, když je na první pohled v dobrém stavu. Když se v domě netopí a nevětrá, začne se držet vlhkost, vznikají plísně, dřevěné části nasávají vodu.

Navíc je nutné udržovat minimální teplotu, aby v zimě nepraskly rozvody vody nebo topení, což může vést k nákladným opravám.

Zažil jsem i případy, kdy dům ponechaný bez péče jen dvě zimy potřeboval později rekonstrukci za stovky tisíc korun.

Prázdný dům tedy není „bezpečně uložený majetek“, ale naopak závazek, který časem ztrácí hodnotu.

1. Prodej kvůli rozvodu
2. Rozvod patří k těm nejnáročnějším životním situacím, a to nejen emočně, ale i finančně.

Společný majetek je často potřeba rozdělit a nemovitost bývá jeho největší částí. V takových případech není prostor na zbytečné otálení – jasná a rychlá dohoda o prodeji bývá nejlepší cestou, jak situaci uzavřít a oběma stranám umožnit nový začátek.

1. Stěhování do většího (nebo menšího)
2. Mnoho lidí prodává svou nemovitost jednoduše proto, že už jim prostor nestačí – rodina se rozrůstá, děti potřebují vlastní pokoj, nebo naopak děti odešly z domova a velký dům už není potřeba.

Pokud se ocitnete v této situaci, zvažte, zda je nutné současnou nemovitost ihned prodat. Někdy se vyplatí ponechat si ji jako investici – můžete ji pronajmout a výnos z nájmu použít na splácení hypotéky nové nemovitosti.

Samozřejmě pouze v případě, že současná nemovitost není zatížena dalším úvěrem.

Takto si vytvoříte pasivní příjem, který může být v budoucnu cenným finančním polštářem.

1. Jak poznat, že je správný čas prodat?
2. Často dostávám otázku: „Jak poznám, že je teď vhodná doba pro prodej?“
3. Jednoduchá odpověď zní – když jsou ceny na vrcholu.

V posledních letech jsme viděli růst cen nemovitostí s občasnými

propady. Tyto propady nebývají nutně dlouhodobé. Dá se na ně dobře reagovat, pokud sledujete trh a máte po boku odborníka.

Co sledovat konkrétně:

- Úrokové sazby hypoték – když rostou, klesá kupní síla zájemců.
- Počet nabídek v okolí – čím více nemovitostí se prodává, tím větší tlak na cenu.
- Reálné časy prodeje – pokud se byty ve vaší lokalitě prodávají během několika týdnů, trh je stále silný.

Z praxe mohu potvrdit, že většina lidí má tendenci čekat „až ceny ještě trochu stoupnou“. Jenže to „ještě trochu“ se může snadno změnit v pokles. Proto je lepší prodat v momentě, kdy je poptávka silná a trh aktivní, než riskovat, že se situace obrátí.

1. Shrnutí
2. Rozhodnutí prodat by mělo vycházet nejen z aktuální tržní situace, ale hlavně z vaší životní situace a cílů.
3. Pokud nemovitost zatěžuje váš rozpočet, blokuje peníze nebo vám brání v posunu dál, pak je správný čas na prodej právě teď.
4. Naopak, pokud dokáže generovat zisk, přináší stabilní příjem a není pro vás zátěží, může být někdy výhodnější ještě chvíli počkat.
5. Důležité je mít plán. Neprodávejte jen proto, že „by se možná dalo dobře prodat“, ale proto, že víte, proč to děláte a co tím chcete vyřešit.

Jak určit reálnou cenu nemovitosti

Stanovit správnou cenu nemovitosti je jeden z nejzásadnějších kroků celého prodeje. Cena rozhoduje o tom, jak rychle se nemovitost prodá, kolik z prodeje opravdu získáte, a jestli se o ni kupující vůbec začnou zajímat.

Mnoho prodávajících má tendenci začít „vysoko“ – s myšlenkou, že zlevnit se přece dá vždycky.

Z praxe ale vím, že přestřelená cena je nejčastější důvod, proč se nemovitost prodává měsíce nebo dokonce roky. Takové nemovitosti se postupně stávají tzv. „ležáky“.

Majitel, který se snaží prodat sám, je po čase unavený z náhodných prohlídek, ztrácí motivaci a často se stává snadným cílem pro zkušené kupující, kteří přesně vědí, kam mířit.

Zažil jsem například situaci, kdy se zájemce vydával za různé osoby – volal prodávajícímu z několika různých čísel a pokaždé se představil jinak, jen aby navodil dojem, že „trh reaguje negativně“ a cena je příliš vysoká. Po několika týdnech takového tlaku nakonec prodávající ustoupil natolik, že prodal pod skutečnou tržní hodnotou.

Takovým chybám se dá předejít – stačí vědět, jak cenu stanovit realisticky a s rozvahou.

Tržní vs. emocionální cena

Každý majitel má ke své nemovitosti osobní vztah. Mnozí do ní investovali roky práce, pečovali o ni, vychovali v ní děti, nebo ji získali dědictvím po rodičích. To všechno má emocionální hodnotu – ale ta se na trhu nepromítá do ceny.

Kupující se na vaši nemovitost dívá úplně jinou optikou. Je to pro něj investice za všechny úspory + hypotéka na 20–30 let. Zajímá ho stav nemovitosti, lokalita, dispozice, dopravní dostupnost a hlavně poměr cena/kvalita. Ne vaše vzpomínky.

Proto je klíčové oddělit emoce od reality a stanovit cenu na základě dat, ne pocitů.

Jak tedy určit reálnou cenu?

Na internetu existuje několik online nástrojů pro odhad tržní hodnoty nemovitosti. Já osobně nejčastěji používám Valuo.cz nebo Cemap.cz.

Je však nutné s těmito nástroji pracovat opatrně.

Základem je správně porovnávat skutečně prodané nemovitosti, ne pouze ty nabízené.

Někdy se totiž může stát, že někdo nabízel byt nebo dům za přemrštěnou cenu, prodej se mu nikdy nepodařil – ale systém jeho nabídku mylně vyhodnotí jako uskutečněný obchod. To může výslednou průměrnou cenu výrazně zkreslit.

Než začnete používat jakýkoli srovnávač, doporučuji:

- podívat se na instruktážní video, jak s nástrojem správně pracovat,
- pečlivě ověřit aktuální nabídky na největších inzertních portálech – zejména Sreality.cz,
- zkontrolovat, za jaké ceny se nemovitosti ve vaší lokalitě

skutečně prodaly, nikoliv jen nabízejí.

Příklad z praxe

Pokud se například ve vašem nebo sousedním domě nabízejí dva byty po rekonstrukci za 5 milionů korun, je velmi nepravděpodobné, že dostanete 5,5 milionu za byt v původním stavu.

Naopak, pokud víte, že se ve vaší lokalitě už delší dobu nic neprodává a poptávka je silná, můžete si dovolit cenu nastavit o něco výš a následně s ní pracovat při osobním jednání se zájemci.

Shrnutí kapitoly druhé

- Nepřestřelte cenu. Přehnaně vysoká cena udělá z vaší nemovitosti „ležák“, který vás vyčerpá a nakonec vás donutí prodat pod cenou.
- Nepodceňujte ji. Příliš nízká cena vás může připravit o desítky až stovky tisíc korun.
- Porovnávejte reálná data, ne dojmy. Srovnávejte jen prodané, ne nabízené nemovitosti.
- Zvažte odborný odhad. Profík vidí nejen cenu, ale i dynamiku trhu.

Tip z praxe: Správně nastavená cena přitáhne víc zájemců, vytvoří přirozený tlak a často vede k vyšší konečné částce.

Příprava nemovitosti k prodeji (úklid, staging, fotografie, video)

Správná příprava nemovitosti je klíčem k úspěšnému prodeji. I ta nejlepší lokalita a realisticky nastavená cena ztrácí význam, pokud nemovitost nezaujeme kupujícího na první dojem.

Mnoho lidí se mylně domnívá, že první dojem vzniká až při osobní prohlídce. Není to tak. První dojem dnes vzniká už v online prostoru – v inzerátu nebo na sociálních sítích. Tam kupující získává první pocit, zda má o nemovitost zájem, nebo ne.

Z praxe mohu potvrdit, že dobře připravená nemovitost se často prodá nejen rychleji, ale i za vyšší cenu – klidně o 5 až 10 % víc.

1. Úklid – základ, bez kterého to nejde
2. Uklizená nemovitost působí prostorněji, světleji a příjemněji. Kupující si v ní mnohem snadněji představí svůj vlastní život.

Před nafocením proto doporučuji:

- odstranit osobní věci – rodinné fotografie, magnetky, suvenýry, oblečení,
- uklidit všechny plochy (kuchyňská linka, koupelna, parapety),
- vyčistit okna, světla a podlahy.

Čistota je signál. Kupující si často podvědomě říká:

„Když se tady udržuje pořádek, určitě se starali i o technický stav.“

1. Home staging – ukažte nemovitost v tom nejlepším světle
2. Staging neznamená utrácet desetitisíce za designéra. Jde o to vytvořit atmosféru, ve které se kupující cítí příjemně a dokáže si prostor představit jako svůj domov.

Na YouTube najdete spoustu návodů, jak byt připravit, případně si můžete najmout profesionála na home staging.

Já osobně spolupracuji se šikovnou slečnou, která má věci na home staging doslova až po strop v autě – polštáře, deky, lampy, květiny. Tyhle „detaily“ dělají rozdíl.

Doporučuji:

- zjemnit interiér – doplňky, světlo, čisté textilie,
 - vpustit světlo – roztáhnout žaluzie, rozsvítit lampy, vytvořit pocit světla a tepla.
1. Profesionální fotografie – váš nejdůležitější prodejní nástroj
 2. Fotografie jsou první kontakt kupujícího s vaší nemovitostí. Většina lidí se rozhodne, jestli na prohlídku půjde, během několika vteřin.

Špatně nafocený byt (tmavý, křivý, přeplněný věcmi) může zabít jinak dobrou nabídku.

Naopak kvalitní fotky umí zvýšit počet vážných zájemců několikanásobně.

Doporučení z praxe:

- využijte profesionálního fotografa – investice pár tisíc se vám vrátí,
- foťte přes den,
- nezapomeňte na detailní záběry kuchyně, koupelny a výhledu,
- pokud má nemovitost terasu nebo zahradu, vždy ji ukažte,
- velmi dobře fungují i záběry z dronu.

1. Profesionální video – silný nástroj pro emoce i rozhodování
2. Video o nemovitosti je dnes jeden z nejsilnějších prodejních nástrojů. Ovlivňuje rozhodování kupujících víc, než si většina prodávajících uvědomuje.

A zapamatujte si jednoduché pravidlo:

Čím víc lidí vám zavolá, tím větší šance na prodej.

Čím větší šance na prodej, tím větší šance na lepší cenu.

Video by mělo ukázat nejen samotnou nemovitost, ale také okolí:

- školky a školy,
- hřiště a parky,
- obchody, služby, dopravu,
- možnosti trávení volného času.

Představte si rodinu, která hledá nový domov. Nemusí nutně

lpět na konkrétní adrese – ale chce klid, dostupnost školy a místo, kde budou děti vyrůstat. Pokud jim to video ukáže, jste napřed.

1. Shrnutí kapitoly třetí
2. Příprava nemovitosti není zbytečná práce. Je to investice.
3. Díky dobré prezentaci můžete:
4. • prodat rychleji,
5. • prodat draž,
6. • eliminovat „realitní turisty“, kteří jen chodí koukat.
7. Vaším cílem je, aby se zájemce zamiloval ještě před první fyzickou návštěvou.

Dokumenty, které musíte mít připravené

Dokumenty potřebné k prodeji se liší podle toho, zda prodáváte rodinný dům, byt v osobním vlastnictví, družstevní byt nebo pozemek. Každý typ nemovitosti má svá specifika a jiné náležitosti, které bude kupující nebo banka při koupi vyžadovat.

Mít všechny potřebné dokumenty připravené předem vám ušetří čas, nervy i riziko, že se prodej zdrží nebo zkomplikuje.

1. List vlastnictví
2. List vlastnictví (LV) je oficiální dokument, který dokládá, kdo je vlastníkem nemovitosti a jaká práva či omezení jsou s ní spojena – například hypotéka, zástavní právo, věcné břemeno nebo exekuce.

Lze ho získat na katastrálním úřadě nebo dálkovým přístupem.

List vlastnictví budete potřebovat u všech typů nemovitostí v osobním vlastnictví (byt, dům, pozemek).

U družstevního bytu budete potřebovat místo toho nájemní smlouvu, členský doklad a stanovy družstva.

1. Prohlášení vlastníka
2. Týká se pouze rozdělených bytových jednotek.
3. Určuje, jak je dům rozdělen na jednotlivé byty a společné části, včetně výměr a příslušenství (sklep, parkovací stání apod.).
4. Energetický štítek budovy (PENB)
5. Prodávající má zákonnou povinnost mít při prodeji platný průkaz energetické náročnosti budovy.
6. Platí standardně 10 let, pokud mezitím neproběhla zásadní rekonstrukce (zateplení, nová okna, střecha apod.).
7. U bytových domů ho obvykle má SVJ. U rodinného domu je potřeba ho zajistit.
8. Rozpisy plateb
9. Připravte si evidenční list s rozpisem všech plateb a faktury za energie (elektrina, voda, plyn).
10. V případě bytu doporučuji požádat předsedu SVJ také o informaci o aktuálním zůstatku fondu oprav a potvrzení o bezdlužnosti. Potvrzení o bezdlužnosti většinou řeším cca týden před podpisem kupní smlouvy, aby bylo aktuální.
11. Technická dokumentace
12. U rodinného domu je potřeba technická / projektová dokumentace – výkresy, povolení, kolaudace.
13. Pokud dokumentaci nemáte, začněte na stavebním úřadě (často tam mají archiv).
14. Když není, je možné nechat zpracovat novou dokumentaci nebo pasportizaci stavby.
15. Dokumenty ke stavebním pozemkům
16. Pokud prodáváte stavební pozemek, připravte:
 17. • územní plán (textová i výkresová část),
 18. • informaci o inženýrských sítích (voda, elektrina, kanalizace, plyn),

19. • potvrzení o přístupu – tedy že k pozemku vede legální přístupová cesta.

Tohle všechno zásadně ovlivňuje hodnotu pozemku a rychlost prodeje. Kupující a banky to budou chtít vědět.

Shrnutí kapitoly čtvrté

- Čím lépe máte připravené dokumenty, tím seriózněji působíte.
- Připravené dokumenty znamenají méně odkladů, méně nejistoty a menší prostor pro vyjednávání „dolů“.
- Doporučuji vytvořit si složku „Prodej nemovitosti“, kde budete mít LV, PENB, technickou dokumentaci, měsíční náklady na provoz, atd. Budete působit profesionálně – a kupující vám bude víc věřit.

Jak a kde inzerovat nemovitost

Dnešní doba je rychlá. Lidé chtějí všechno hned, ideálně naservírované na zlatém podnose a bez námahy. Není se čemu divit – žijeme v době blahobytu a neustálého přetlaku informací. Na sociálních sítích lidé tráví hodiny denně a schopnost soustředění se zkrátila na pár vteřin.

Co si myslíte, že se stane, když dáte inzerát třeba na portál anonce.cz, kde si zájemce může zobrazit vaše telefonní číslo teprve poté, co zaplatí 15 Kč?

Nestane se vůbec nic.

Na takový inzerát prostě nikdo nezavolá – většina lidí tu zpoplatněnou bariéru nepřekoná.

Z mé praxe realitního makléře mohu s klidem říct, že mnoho lidí je dnes pohodlných. Raději napíší e-mail přes formulář pod inzerátem než aby zvedli telefon.

Co z toho plyne?

Pokud chcete prodat nemovitost, musíte zájemcům cestu maximálně usnadnit. Vaším cílem je odstranit všechny překážky, které by je mohly odradit.

Dva největší realitní portály: Sreality.cz a iDNES Reality

Pokud se rozhodnete prodávat nemovitost svépomocí, soustředte se na dva nejdůležitější portály – Sreality.cz a Reality iDNES. Mají největší návštěvnost a oslovíte na nich většinu skutečných kupujících.

Než ale inzerát zveřejníte, ujistěte se, že vaše prezentace je perfektní. Právě kvalita zpracování často rozhoduje o tom, jestli lidé projeví zájem – nebo inzerát jednoduše přeskochí.

Profesionální fotografie – základ úspěchu

Jak jsem psal už ve druhé kapitole, kvalitní fotografie jsou naprostý základ. Doporučuji využít služeb profesionálního fotografa – rozdíl mezi amatérskými a profi snímky je obrovský. Dobré fotky totiž prodávají emoci, ne jen prostor.

Fotografie si pak pečlivě seřadte v logickém sledu, aby prohlížení dávalo smysl: vstupní dveře → předsíň → obývací → kuchyň → ložnice → koupelna → výhled → dům → okolí.

Zájemce by se neměl cítit zmatený – když po fotce sklepa následuje kuchyně, působí to neprofesionálně a ztrácí se dojem návaznosti.

Video – nechte prostor ožít

Video je dnes silný nástroj. Krátké, dynamické a přirozené video dokáže prodat víc než deset fotek.

Nahrajte ho na YouTube a vložte do inzerátu pomocí vygenerovaného kódu.

Půdorys – malý detail, který dělá velký rozdíl

Nechte si vytvořit půdorys bytu.

Může být 2D nebo 3D, já osobně preferuji 2D, protože podle mě působí přehledněji a elegantněji.

Kupující si díky němu lépe představí dispozici a ujasní si, jak do prostoru zapadne jejich život a nábytek.

Popis nemovitosti – napište ho sami, ať zní jako vy

Popis bývá často podceňovaný, přitom právě on dokáže rozhodnout, jestli se zájemce ozve.

Rozepište se o tom, co dělá vaši nemovitost výjimečnou:

- Co je v okolí (školy, parky, doprava, kavárny).
- Jaké má byt nebo dům benefity (orientace, dispozice, výhled).
- Jak je vybavená kuchyně – je na míru, jaké má spotřebiče?
- Jaká je atmosféra – klidná lokalita, dobří sousedé, spousta světla?

Popisu věnuji osobně hodně času. Upravuji, ladím, přemýšlím, jak text působí na čtenáře.

Ačkoliv dnes máme umělou inteligenci, která zvládne napsat téměř cokoli, doporučuji napsat text vlastními slovy. Denně čtu desítky inzerátů a poznám, které texty psala AI – chybí jim lidskost a autenticita.

UKÁZKOVÝ TEXT INZERÁTU:

— — —

Kouzelná roubená chalupa, která se nachází nedaleko Českého ráje v poklidné vesničce Dolní Rokytňany, kde vládne naprostý klid a pohoda.

Nabízíme vám jedinečnou příležitost ke koupi kouzelné roubené chalupy na krásném, slunném pozemku v obci Dolní Rokytňany. Nechte se unést jedinečnou atmosférou Dobřenky, kde se snoubí klid venkova s pohodlím moderního bydlení, a užijte si harmonii přírody v blízkosti Českého ráje. Chalupa je ideálním místem pro rodinnou rekreaci, romantické víkendy i

celoroční bydlení v srdci české krajiny.

Dominantou chalupy je prostorná světnice, jejímž srdcem jsou ručně stavěná kachlová kamna s možností spaní na samostatně vyhřívané lavici (peci). Toto oblíbené místo všech návštěvníků nabízí příjemné teplo sálajícího ohně a pohádkovou atmosféru. Interiér je citlivě sladěný do posledního detailu. Nádherný strop z bílých palubek s přiznanými dřevěnými trámy podtrhuje kouzlo tradiční řemeslné práce a dřevěné prvky navozují útulnou a příjemnou atmosféru.

Celý dům disponuje pěti ložnicemi, jedna se nachází v přízemí a čtyři v patře. Díky tomu nabízí pohodlné ubytování i pro větší rodinu či více hostů. Díky skvělým tepelně-izolačním vlastnostem roubenky jsou provozní náklady na vytápění překvapivě nízké a srovnatelné s náklady na provoz bytu.

Kouzlo této nemovitosti umocňuje i její okolí. Jen pár kroků od domu se nachází prakticky nevyužívané sportovní hřiště, ideální pro volnočasové aktivity s dětmi či přáteli. V blízkém okolí najdete řadu možností k relaxaci i výletům, například rybníky, lesy, Jawa muzeum, pivovary, zámek Dětenice, vinný sklep, vyhlášenou středověkou krčmu a samozřejmě samotný Český ráj, který je vzdálen jen pár minut jízdy.

Výborná je i dopravní dostupnost. Z Prahy jste na místě za pouhých 45 minut, nájezd na dálnici je vzdálen jen 15 minut jízdy.

Nemovitost je připravena k okamžitému nastěhování, nový majitel tak na nic nemusí čekat.

Pokud vás nemovitost zaujala, ozvěte se nám. Rádi vám ji osobně představíme.

Sociální síť – síla, kterou nelze ignorovat

Když říkám, že inzeruji na sociálních sítích, nemyslím tím

Facebook Marketplace.

Využívám krátká videa – horizontální i vertikální. Ve videu nemovitostí projdu, představím ji, zmíním základní informace o okolí a vždy přidám výzvu k akci:

„Zavolejte mi.“

„Napište mi zprávu.“

Tato videa následně šířím placenou propagací. Sociální sítě umožňují přesné cílení – podle věku, lokality, zájmů i chování. Pokud algoritmus rozpozná, že někdo nedávno hledal nemovitost ve vaší oblasti, vaše video se mu začne zobrazovat opakovaně – dokud se jeden den neodhodlá a nezavolá.

Velká výhoda sociálních sítí je, že osloví i lidi, kteří aktivně nic nehledají. Možná jen tuší, že jejich 1+1 už přestává stačit – a když uvidí vaše video, začnou o změně reálně přemýšlet. A od myšlenky k akci už bývá jen krůček.

Shrnutí kapitoly páté

- Vaší povinností je udělat cestu kupujícímu co nejjednodušší.
- Inzerujte tam, kde jsou kupující (Sreality, iDNES), ne tam, kde je to „zadarmo“.
- Prezentace rozhoduje: fotky, video, půdorys, text.
- Sociální sítě nejsou jen Facebook Marketplace – je to cílená distribuce obsahu lidem, kteří jsou reálně schopní koupit.

Prohlídky s kupujícími – co říkat a co raději neříkat

Ještě než se pustíme do samotného průběhu osobních prohlídek se zájemci, chci vás upozornit na jednu věc: obrňte své nervy.

Lidé jsou různí. Někdo přijde pozdě, jiný nepřijde vůbec a ani se neomluví. Někomu bude vadit, že po něm chcete, aby se vyzul. Jiný se zase neostýchá kritizovat váš vkus, zařízení bytu nebo dokonce rodinné fotky.

A to všechno se vás může dotknout — je to přece váš domov, místo, ke kterému máte vztah. A najednou v něm máte „vetřelce“, který komentuje, srovnává a hledá chyby. To je pro majitele často velký stres.

Samozřejmě, ne všichni zájemci jsou takoví. Mnozí se chovají slušně, upřímně pochválí, ocení, co jste na nemovitosti udělali.

Přesto si zapamatujte jedno zásadní pravidlo:

Obrňte své nervy.

I když vám kupující nebude sympatický a na pivo byste s ním asi nešli, nehádejte se. Nikdy nevíte, jestli právě on nebude tím, kdo vaši nemovitost nakonec koupí.

Čekat na „ideálního kupce“, který bude váš domov milovat

stejně jako vy, se většinou nevyplácí. Takové čekání vás totiž stojí peníze. Tečka.

1. Uklidte. A pak ještě jednou – uklidte!
2. Uklizená nemovitost je naprostý základ. Vyčistěte podlahy, umyjte okna, schovejte přebytečné věci, schovejte rodinné fotografie.
3. Vůně domova
4. Nemluvím o chemickém spreji z drogerie. Mluvím o vůni domova. Káva, skořice, jablko se skořicí... jemné a přirozené. Čich je jeden z nejsilnějších spouštěčů emocí.
5. Co říkat a co raději neříkat
6. • Oblečte se slušně. Nemusí to být oblek, ale také ne vytahané domácí tričko.
7. • Vyhněte se politice, osobním soudům a hádkám.
8. • Pokud nějakou informaci o nemovitosti nevíte, je lepší říct „ověřím a dám vědět“.
9. • Dávejte lidem prostor se dívat. Nechte je chodit, měřit, přemýšlet.

Prohlídku vždy končím na nejhezčím místě v nemovitosti. Tam se ptám:

„Jak se vám tady líbilo?“

A pak dodám:

„Je to velké rozhodnutí. V pátek si zavoláme a řeknete mi, jak jste se rozhodli.“

Tím jim dáte prostor – ale i závazek, že se ozvou.

Shrnutí kapitoly šesté

- Uklizený, vyvětraný a voňavý byt prodává líp.
- Chovejte se profesionálně, i když je druhá strana nepří-

jemná.

- Držte emoce na uzdě – čím klidnější budete, tím víc působíte jistě.
- Vždy zakončete prohlídku pozitivně a nechte kupujícího představit si v bytě svůj život.
- Neprodáváte jen metr čtvereční. Prodáváte pocit domova.

Vyjednávání o ceně

Vyjednávání o ceně nemusí být vždy o slevách. Existují i příjemnější situace – například když se po prohlídce ozve několik vážných zájemců a vy najednou řešíte opačný problém: komu nemovitost prodat a za kolik.

Představte si, že jste uskutečnili pět prohlídek a minimálně dva lidé projevili skutečný zájem o koupi. Jak budete postupovat? Vyberete kupujícího podle sympatií? I to je možnost – mnoho lidí chce po sobě v domě zanechat dobré sousedské vztahy. Já říkám: ano, i to může hrát roli, ale buďte obezřetní. Nikdy nevíte, jestli dotyčný byt za pár měsíců znovu neprodá dál, nebo jestli vás jen nevodí za nos. Může se stát, že byste mohli mít o několik desítek – možná i stovek – tisíc korun víc. Peníze, které by mohly umořit část hypotéky, zaplatit dovolenou nebo pořídit druhé auto do rodiny. Nejde o to být lakomí. Ani já sám nejsem člověk, kterého zajímá materiálně. Ale při prodeji nemovitosti hájím zájmy svých klientů – a ti mají právo získat férovou cenu.

Když máte více zájemců

Pokud se vám sejde víc nabídek, máte dvě možnosti, jak situaci řešit férově a přitom efektivně.

1. Aukce
2. My v naší realitní kanceláři máme speciální online aukční systém, který celý proces řídí transparentně. Zájemci vidí aktuální nabídky a sami určují, jak daleko chtějí jít.
3. Tohle řešení jako samoprodejce běžně k dispozici nemáte.
4. Obálková metoda
5. Jednodušší řešení je tzv. obálková metoda (klidně e-mailem). Kupujícím řekněte například:
6. „Vážím si vašeho zájmu, ale o nemovitost se uchází více zájemců. Poprosím vás proto, abyste mi do pátku do 18:00 zaslali svou nabídku e-mailem – tedy částku, kterou nabízíte, způsob financování a jak rychle byste mohli jednat.“

Tím získáte reálný přehled o situaci.

Někdy vás může lákat i nižší částka, pokud je to hotovost. Jindy je lepší vyšší částka s hypotékou. Rozhodnutí je na vás – ale mělo by být racionální, ne emoční.

Když se jedná o slevu

Druhá, častější situace je ta, kdy kupující žádá slevu.

A tady je potřeba mít se na pozoru. Na realitním trhu působí spousta „vlčáků“, kteří mají propracované taktiky. Samoprodejci jsou pro ně snadný cíl.

Proto říkám: vydržte a nenechte se utahat.

Než kývnete na slevu, vraťte se ke kapitole druhé a položte si otázku:

„Opravdu jsem stanovil prodejní cenu správně?“

Buďte k sobě upřímní. Zkontrolujte si znovu odhady na Valuo.cz nebo Cemap.cz, projděte aktuální nabídky na Sreal-ity.cz, porovnejte lokalitu, stav, dispozici.

A položte si zásadní otázku:

„Kde je moje nejnižší hranice, pod kterou už nepůjdu?“

Tohle si musíte říct dřív, ne až pod tlakem.

Doporučení

Vyjednávání o ceně není hra nervů, ale proces, který vyžaduje přípravu.

Doporučuji knihu Radima Paříka: Umění vyjednat cokoliv. I když se z vás nestane profesionální vyjednaváč přes noc, pochopíte základní principy, které používají zkušení obchodníci. A díky tomu snáz poznáte, kdy se vás někdo snaží dostat pod tlak.

Shrnutí kapitoly sedmé

- Více zájemců = možnost navýšit cenu.
- Pokud chtějí slevu, nepanikařte – zkontrolujte si data a trh.
- Nepodléhejte emocím a sympatiím, i „milý“ kupující může být tvrdý obchodník.
- Určete si spodní hranici ceny ještě před vyjednáváním.
- Vyjednávání je dovednost. Čím víc víte, tím méně ustupujete.

Rezervační smlouva, kupní smlouva, advokátní úschova

Jakmile se najde kupující, přichází fáze, kde se začínají „lámat chleby“. Právě teď se ukáže, jestli vše proběhne v klidu a bezpečně — nebo jestli se z prodeje stane stres, tahanice a právní problém.

Rezervační smlouva – první jistota na obou stranách

Rezervační smlouva je dokument, který zajišťuje, že kupující i prodávající mají vážný zájem obchod dokončit. Kupující zpravidla skládá rezervační zálohu, kterou po podpisu smlouvy nelze jednoduše stáhnout zpět.

Z pohledu prodávajícího je důležité:

- mít přesně definováno, za jakých podmínek propadne nebo se vrátí,
- trvat na jasně stanovené lhůtě, do kdy má být podepsána kupní smlouva.

Kupní smlouva – klíčový dokument celého prodeje

Kupní smlouva je právní základ celé transakce. Musí přesně

vymezit, co se prodává, za kolik a jakým způsobem budou převedeny peníze i vlastnické právo.

Vždy se vyžaduje písemná forma a notářsky ověřené podpisy obou stran.

Na co si dát pozor:

- Přesnost údajů – chybně uvedené číslo parcely nebo bytu znamená, že návrh katastr zamítne.
- Sankce a termíny – uveďte, co se stane, pokud některá strana nedodrží termíny.

Advokátní úschova – neutrální půda pro vaše peníze

Advokátní úschova funguje jako bezpečný most mezi prodávajícím a kupujícím. Kupující pošle kupní cenu na účet advokátní úschovy, advokát ji uvolní až poté, co je v katastru nemovitostí zapsán nový vlastník.

Proč je to důležité:

- máte jistotu, že kupní cena existuje a je připravena k vyplacení,
- kupující má jistotu, že peníze neodejdou, dokud opravdu nezíská nemovitost,
- advokát vede úschovu na samostatném účtu.

Vyberte si advokáta, který:

1. má zkušenosti s realitními převody,
2. je pojištěn pro případ škody,
3. má dobré reference.

Předání nemovitosti – obchod nekončí podpisem

Jakmile je nový vlastník zapsán v katastru, následuje předání nemovitosti.

Z právního pohledu to znamená, že prodávající odevzdá klíče, předávací protokol a případně veškeré dokumenty (revizní zprávy, záruční listy, plány apod.).

Pamatujte: pokud jste slíbili, že byt bude vyklizený, skutečně ho vyklidíte. Nic nenaruší dojem z obchodu víc než plná garáž nebo sklep plný věcí, které „tam přece mohou zůstat“.

Přepis energií a služeb

Dnes už je přepis energií otázkou několika minut.

- ČEZ i ostatní dodavatelé umožňují přepis online – v aplikaci nebo přes webové formuláře.
- Pokud dáváte přednost osobnímu jednání, stačí zajít na pobočku s kupní smlouvou a protokolem o předání.
- S předstihem kontaktujte i dodavatele vody, plynu nebo předsedu SVJ, který vám poradí, jaké formuláře k převodu potřebují.

Vyplatí se vše udělat hned – předejdete tomu, že vám za měsíc přijde faktura za elektřinu, kterou už dávno spotřeboval někdo jiný.

Shrnutí kapitoly osmé

Fáze po nalezení kupce je právně i procesně nejnáročnější část celého prodeje. Je to období plné termínů, ověřených podpisů, úschov, návrhů na vklad do katastru. Tady už se opravdu nevyplatí spoléhat na „nějak to dopadne“.

Minimálně si zaplatte advokáta. Jeho role je chránit vaši jistotu, vaše peníze a vaše jméno v kupní smlouvě.

Jedna špatně napsaná věta vás může stát stovky tisíc.

ZÁVĚR KNIHY

Teď na konci si položte otázku, která je možná ta nejdůležitější z celé knihy:

Vyplatí se vám pouštět se do prodeje nemovitosti na vlastní pěst?

V téhle knize jste dostali zrychlený návod, jak zvýšit šanci na úspěšný a bezpečný prodej. Probrali jsme správné načasování prodeje, stanovení ceny, přípravu nemovitosti, právní dokumenty, inzerci, prohlídky, vyjednávání a samotné dotažení obchodu až po předání klíčů.

Naliji vám čistého vína. Ze statistik víme, že nemovitost prodaná přes realitní kancelář se většinou prodá o 5 až 10 % dráž, než když ji prodává majitel sám na vlastní triko.

A proč to tak je?

Za prvé: značka RE/MAX. RE/MAX funguje celosvětově už více než 50 let a působí v podstatě na všech velkých trzích. Jedete na dovolenou do Chorvatska, Turecka, Španělska? Narazíte tam na pobočku RE/MAXu. A to v podvědomí kupujícího automaticky buduje důvěru. Když kupující vidí, že nemovitost nabízí RE/MAX, podprahově počítá s tím, že proces bude bezpečný a

profesionální.

Za druhé: každý detail má dopad do ceny. Nechci podceňovat ničí schopnosti, ale je fér říct nahlas, že každá i drobná chyba v celém řetězci prodeje vás stojí peníze. Špatně nafocená nemovitost, špatně vybraný inzertní server, slabý popis, špatně nastavená cena, chyba ve smluvní dokumentaci, neuhlídané termíny... to všechno se rovná ztráta peněz.

A teď si to pojďme spočítat. Pokud víte, že služby profesionálního realitního makleře vás budou stát 2 až 5 %, ale zároveň je díky zkušenostem, znalosti trhu, vyjednávání, marketingu a právní jistotě reálně prodat vaši nemovitost o 5 až 10 % draž, je to jednoduchá matematika.

Jinými slovy: makleř se vám nejen zaplatí, ale často vám ještě vydělá peníze navíc.

A k tomu navíc ušetříte nervy, čas a riziko. Nejjednodušší cesta s nejmenším odporem je ta, kdy vedle sebe máte makleře, který ví, co dělá.

Pokud se rozhodujete zda využijete služeb realitního makleře, neváhejte mi zavolat nebo napsat e-mail, velice rád s vámi nezávazně proberu všechny možnosti. Pokud se rozhodnete nemovitost prodat po vlastní ose upřímně vám přeji hodně štěstí a zdaru! Budu velice rád když mi potom dáte zpětnou vazbu, zda vám tato krátká příručka pomohla.

S přátelským pozdravem. Marcel Zajíc – realitní makleř RE/MAX Future.

Mobil: + 420 605 146 198

E – mail: marcel.zajic@re-max.cz



