

Vysoká škola logistiky o.p.s.

Služby realitních kanceláří

(Bakalářská práce)

Přerov 2020

Ilona Katrušáková



Vysoká škola
logistiky
o.p.s.

Zadání bakalářské práce

studentka	Ilona Katrušáková
studijní program obor	Logistika Logistika služeb

Vedoucí Katedry bakalářského studia Vám ve smyslu čl. 22 Studijního a zkušebního řádu Vysoké školy logistiky o.p.s. pro studium v bakalářském studijním programu určuje tuto bakalářskou práci:

Název tématu: Služby realitních kanceláří

Cíl práce:

Na základě provedené analýzy služeb nabízených realitní kanceláří předložit z hlediska zvolených logistických charakteristik návrhy na zlepšení služby.

Zásady pro vypracování:

Využijte teoretických východisek oboru logistika. Čerpejte z literatury doporučené vedoucím práce a při zpracování práce postupujte v souladu s pokyny VŠLG a doporučeními vedoucího práce. Části práce využívající neveřejné informace uveďte v samostatné příloze.

Bakalářskou práci zpracujte v těchto bodech:

- Úvod
- 1. Služby realitních kanceláří a jejich teoretická východiska
- 2. Služby nabízené vybranou realitní kanceláří
- 3. Analýza poskytovaných služeb
- 4. Návrhy a doporučení
- Závěr

Rozsah práce: 35 – 50 normostran textu

Seznam odborné literatury:

GROS, Ivan. Velká kniha logistiky. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, 2016. ISBN 978-80-7080-952-5.

SYRUČEK, Vladimír a Vencislav SABOTINOV. Realitní právo. V Praze: C.H. Beck, 2018. Praktická knihovna (C.H. Beck). ISBN 978-80-7400-701-9.

TYLL, Ladislav. Podniková strategie. Praha: C.H. Beck, 2014. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-507-7.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Růžena Caletková

Datum zadání bakalářské práce:

31. 10. 2019

Datum odevzdání bakalářské práce:

5. 5. 2020

Přerov 31. 10. 2019



Ing. et Ing. Iveta Dočkalíková, Ph.D.
vedoucí katedry



doc. Ing. Ivan Hlavoň, CSc.
rektor

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a že jsem ji vypracovala samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a že jsem v práci neporušila autorská práva ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o autorském právu, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Prohlašuji, že jsem byla také seznámena s tím, že se na mou bakalářskou práci plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo. Beru na vědomí, že Vysoká škola logistiky o.p.s. nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro pedagogické, vědecké a prezentační účely školy. Užiji-li svou bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Vysokou školu logistiky o.p.s.

Prohlašuji, že jsem byla poučena o tom, že bakalářská práce je veřejná ve smyslu zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 47b. Taktéž dávám souhlas Vysoké škole logistiky o.p.s. ke zpřístupnění mnou zpracované bakalářské práce v její tištěné i elektronické verzi. Tímto prohlášením souhlasím s případným použitím této práce Vysokou školou logistiky o.p.s. pro pedagogické, vědecké a prezentační účely.

V Přerově, dne 05. 05. 2020

.....

Podpis

Poděkování

Děkuji své vedoucí bakalářské práce, Ing. Růženě Caletkové, za ochotu vést mou bakalářskou práci, vstřícný přístup, zpětnou vazbu a odborné rady, které mi při psaní mé práce poskytla.

Dále bych ráda poděkovala všem, kteří svými informacemi nebo jinými podněty přispěli k tvorbě této práce.

Anotace

Bakalářská práce je zaměřena na téma služeb realitních kanceláří. Teoretická část práce se věnuje současnému stavu realitního trhu v České republice a seznamuje veřejnost s problematikou trhu s nemovitostmi. Soustředí se na vybranou realitní skupinu, její společnosti a jimi poskytované služby. Praktická část práce obsahuje uvedení aktuálních specifíků na trhu nemovitostí, analýzu vývoje cen, formulování vlastních návrhů a doporučení v orientaci na realitním trhu.

Klíčová slova

Realitní trh, nemovitosti, realitní zprostředkovatelé, realitní kancelář, vývoj cen.

Annotation

The bachelor thesis is focused on services of real-estate agencies. The theoretical part of the thesis is intended to the current situation of the real-estate market in the Czech Republic and it is got to know public with problems of the real-estate market. This part is concentrated on the selected real-estate group with its offered services. The practical part is introduced current specifics, the analysis the progress of prices, formulating own proposal and the recommendation in the real-estate market.

Keywords

Real-estate market, real-estate, real-estate brokers, real-estate agency, progress of real-estate prices.

Obsah

Úvod	9
1 Služby realitních kanceláří a jejich teoretická východiska.....	11
1.1 Realitní trh a jeho specifika.....	11
1.2 Nemovitost, pozemek a stavba	11
1.3 Právní normy realitního trhu	13
1.4 Obchodní smlouvy spojené s výkonem realitní činnosti	15
1.4.1 Smlouva zprostředkovatelská	16
1.4.2 Rezervační smlouva	16
1.4.3 Smlouva o smlouvě budoucí.....	16
1.4.4 Smlouva o zřízení předkupního práva.....	17
1.4.5 Zástavní smlouva k nemovitosti	17
1.4.6 Kupní smlouva	17
1.4.7 Smlouva o úschově finančních prostředků.....	18
1.5 Katastr nemovitostí.....	18
1.5.1 Návrh na vklad do katastru nemovitostí.....	19
1.5.2 Výpis z katastru nemovitostí	20
1.6 Realitní kancelář	22
1.7 Služby poskytované realitními kancelářemi	23
2 Služby nabízené vybranou realitní kanceláří.....	26
2.1 Obecně o službách.....	26
2.2 O skupině STING	28
2.2.1 Společnosti ve skupině	30
2.3 Poskytované služby	32
2.3.1 Zprostředkování prodeje/pronájmu nemovitosti určené k rezidenčnímu bydlení	34
2.3.2 STING Detektiv	36

2.3.3	Specifické služby	36
3	Analýza poskytovaných služeb.....	42
3.1	Analýza veřejných nabídek nemovitostí.....	43
3.1.1	Zadání parametrů	43
3.1.2	Vývoj počtu nabídek v období Q1/2019 – Q1/2020.....	44
3.1.3	Průměrná doba inzerce, vývoj poptávky	45
3.1.4	Vývoj nabídkové ceny.....	46
3.1.5	Zhodnocení	47
4	Návrhy a doporučení	49
4.1	Ukazatele správného výběru realitní kancelář	49
4.1.1	Velikost.....	50
4.1.2	Internetové stránky.....	50
4.1.3	Služby spojené s realitami	50
4.1.4	Reference	50
4.1.5	Prostředí.....	50
4.1.6	Komunikace s klientem.....	50
	Závěr.....	51
	Seznam zdrojů.....	53
	Seznam obrázků	57
	Seznam grafů	58
	Seznam tabulek	59
	Seznam příloh	60

Úvod

„Konejme jen takovou práci, která slouží veřejnosti. Obchod je služba lidu. Čím důkladněji pochopí obchodník tuto pravdu, tím více bude rozšiřovat okruh lidí, kteří budou stát o obchodní spojení.“

Tomáš Baťa

Rok 1989 představoval milník v realitním trhu na území ČR, začíná se krystalizovat realitní nabídka a poptávka, tak jak ji známe dnes. Příčinou byl přechod z centrálně plánované ekonomiky k tržní. Proces transformace bytové politiky, kdy se trh orientoval především na obnovu trhu s byty, bytovými domy a domy rodinnými, byl doprovázen státními restrukturalizacemi zchátralých objektů, privatizacemi a deregulacemi nájemného. Se vznikem soukromého podnikání se obchod s nemovitostmi stal „velice dobrým byznysem“, ve kterém se ale s postupem času vykristalizovala silná konkurence. Stoupající životní úroveň a progresivní ekonomika zavdala růstu cen, který vyvrcholil mezi lety 2004 a 2007. V uvedeném období poptávka převyšovala nabídku a ceny nemovitostí se vyšplhaly do rekordních výšin. Následoval rok 2008, který utnul situaci bizarních cen realit neodpovídající jejich hodnotě. Došlo k ekonomické krizi, útlumu a propadu cen. Rok 2010 sice přinesl krátkodobý refresh v podobě poptávkových stimulů, ale opětovné probuzení trhu přichází až s rokem 2013, který se charakterizuje stabilizací cen a opětovným růstem. Růst trval ve své podstatě až do doby velice nedávné, s výraznou eskalací kolem let 2018–2019 - až k počátkům roku 2020. Zahraniční klientela mající zájem o nákup nemovitostí v ČR, zvyšovala poptávkovou křivku, developerské projekty se rojily jako houby po dešti, a byty byly rozprodány roky před samotným zahájením stavby. Praha zažívala svou zlatou realitní epochu. S příchodem Pandemie COVID-19 na našem území na počátku března 2020, a následně vyhlášený nouzový stav, vývoj a situaci na realitním a ekonomickém trhu zásadně ovlivnil, a jaký přesně dopad tato celá záležitost na realitní trh bude mít, není v současné době možné přesně definovat. Co je ale pozorovatelné již nyní, je situace okolo krátkodobých pronájmů a služeb na bázi AirBnB, které musely být zastaveny, v návaznosti na omezení a uzavření hranic. Celý realitní sektor zabývající se touto činností je nyní takříkajíc nucen se přeorientovat na dlouhodobý pronájem. Lu-

krativnost bytů v centru a v prominentních částech města klesá na významu, neboť značná část ekonomiky těchto míst, která těžila z turismu, nyní o ni přišla. Spekuluje se, že se dá očekávat pokles cen na realitním trhu napříč všemi sférami. Zda samotná poptávka klesne, je zatím nejasné. Může naopak nastat zvýšený zájem v návaznosti na pokles cen, což může způsobit zajímavý efekt na tržní křivce realitního trhu. Vše záleží na délce nouzového stavu, na vládních a bankovních opatřeních, na následující ekonomické situaci jak České republice, tak ve světě.

Cílem bakalářské práce je analýza služeb a činností poskytovaných realitními kanceláři v rámci českého realitního trhu, uvedení specifik na trhu nemovitostí, ilustrace prostřednictvím vybrané realitní kanceláře, včetně návrhu a doporučení při výběru realitní kanceláře.

Bakalářská práce je tematicky rozdělena do tří částí, kdy první část je věnována obecnému osvětlení pojmů a realitního prostředí. Druhá část je zaměřena na vybranou realitní kancelář a rozbor jejich služeb, třetí analyzuje vývoj nabídky a cen a čtvrtá formuluje doporučení.

Bakalářská práce přináší poznatky ze současného realitního prostředí podpořené vlastním průzkumem a úvahami. Podklady a informace zde použité byly čerpány z odborné literatury, legislativy ČR, odborných výstupů odpovídajících orgánů, a dále z důvěryhodných zdrojů, ať už internetových, či vlastních.

1 Služby realitních kanceláří a jejich teoretická východiska

V této kapitole budou vysvětleny základní pojmy a právní úpravy týkající se **realitního trhu, nemovitostí a realitních kanceláří**.

1.1 Realitní trh a jeho specifika

Realitní trh, podobně jako trh obecně, je prostor, kde se střetává nabídka s poptávkou. Hlavním objektem zájmu nabídky a poptávky na realitním trhu je nemovitost, respektive vlastnická práva k ní.

Realitní trh je neustále se vyvíjející fenomén, měnící se s aktuálními potřebami klientů. Požadavky a kritéria, které klienti kladou na nemovitosti, jsou spojeny s unikátností a variabilitou nemovitostí. A právě unikátnost, tedy naprostá jedinečnost každé nemovitosti je jedním z důvodů, proč je tento trh velice specifickým [1].

Realitní trh díky tomu, že zasahuje do dalších ekonomických systémů, je tvořen mnoha subjekty. Mezi dotčené subjekty patří: vlastníci nemovitostí, nájemci, bytová a stavební družstva, stavební podniky a firmy, finanční podniky, investoři, realitní kanceláře, stavební úřady, finanční úřady, katastrální úřady, banky a stavební spořitelny, pojišťovny atd. [1].

1.2 Nemovitost, pozemek a stavba

Dle § 498 zákona č. 89/2012 Sb., nového občanského zákoníku, jsou definovány pojmy movitých a nemovitých věcí:

- *„Nemovité věci jsou pozemky a podzemní stavby se samostatným účelovým určením, jakož i věcná práva k nim, a práva, která za nemovité věci prohlásí zákon. Stanoví-li jiný právní předpis, že určitá věc není součástí pozemku, a nelze-li takovou věc přenést z místa na místo bez porušení její podstaty, je i tato věc nemovitá.“*
- *„Veškeré další věci, ať je jejich podstata hmotná nebo nehmotná, jsou movité.“*

I přes to, že každá nemovitost slouží k jinému účelu, lze stanovit parametry, na základě kterých lze rozdělit nemovitosti do kategorií, které slouží k účelové segmentaci trhu s nemovitostmi. Mezi hlediska, která se posuzují, patří **lokalita, využitelnost, typ nemovitosti, stav a stáří nemovitosti**, druh **vlastnictví** a další.

Podle zákona č.151/1997 Sb., o oceňování majetku jsou **nemovitosti rozděleny** na pozemky a stavby s příslušnými podkategoriemi. Jinou variantou, jak lze členit nemovitosti, velice oblíbenou u laické veřejnosti, je podle využitelnosti nemovitosti. Jednotlivé segmenty trhu jsou tvořeny realitami podobného typu a podobných užitných vlastností, s cílem být snadno rozpoznány pro určitou skupinu poptávajících. Obvyklé členění nemovitostí vypadá přibližně takto:

- **Rezidenční nemovitosti** (pozemky pro bytovou výstavbu, rodinné domy, nájemní obytné domy s vícero bytovými jednotkami, byty, rekreační objekty).
- **Komerční nemovitosti** (pozemky pro komerční výstavbu, hotely, motely a penziony, průmyslové objekty, skladovací prostory, kanceláře, obchodní prostory, ateliéry a jiné nebytové prostory).
- **Zemědělské nemovitosti** (zemědělské pozemky určené k prvovýrobě, objekty určené pro živočišnou a rostlinnou produkci).
- Další typy nemovitostí určené k specifickým účelům (vodní nádrže, doly, lomy, lesy...).

Pozemek charakterizuje § 27 zákona č. 344/1992 Sb., katastrálního zákona. Rozumí se jím individualizovaná část zemského povrchu, bez ohledu na to, jakým povrchem či substrátem je pokryta (může být jak zemědělské půda, tak i vodní tok aj.) [1]. V ustanovení zmíněného katastrálního zákona je stanoveno, že pozemek jako předmět právních vztahů je zpravidla určen jako pozemková parcela, který je geometricky a polohově určen, zobrazen v katastrální mapě a označen parcelním číslem.

Pozemek je oddělen od sousedních částí hranicí územněsprávní jednotky nebo hranicí katastrálního území, hranicí vlastnickou, hranicí držby, hranicí druhů pozemků, popř. rozhraním způsobem využití pozemků [2].

Stavba je považována za stavební objekt až ve stadiu rozestavěnosti do takové míry, že je možné poznat alespoň dispoziční řešení 1. nadzemního podlaží. Stavba je vždy samostatnou věcí, tzn., není součástí pozemku, ale až od okamžiku, kdy je věcí v právním smyslu [1].

1.3 Právní normy realitního trhu

Realitní služby a realitní trh upravuje řada zákonů a norem. Nejčastěji využívanými zákony na realitním trhu jsou:

- Zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitých věcí, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 586/1996 Sb., o dani z příjmu, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 256/2013 Sb., o katastru nemovitostí, ve znění pozdějších předpisů.
- Vyhláška č. 357/2013, o katastru nemovitostí, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 340/2013 Sb., o nabytí nemovitých věcí, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 67/2013, o poskytování plnění spojených s užíváním bytů a nebytových prostorů v domě s byty, který upravuje zákon 104/2015 Sb. (účinný od 1. 1. 2016), ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 183/2006 Sb., stavební zákon, ve znění pozdějších předpisů.

Po dlouhém vyjednávání a aktivitě Ministerstva pro místní rozvoj, a na základě analýzy současné situace na realitním trhu v oblasti podnikání realitních kanceláří, byly identifikovány hlavní podněty pro legislativní změny, které vyústily v přijetí nového zákona o realitním zprostředkování. Při vypracování zákona Ministerstvo pro místní rozvoj pracovalo se čtyřmi oblastmi, které se jeví jako nejvíce problematické [3]:

- **Volný vstup subjektů** na realitní trh a jejich nízká a někdy zcela chybějící odborná způsobilost, nízká konkurenceschopnost v rámci EU.
- **Neúčinná ochrana práv spotřebitelů** a nedostatečný dohled a kontrola nad realitními zprostředkovateli.
- **Absence definice rozsahu** poskytovaných služeb a náležitostí zprostředkovatelských smluv.

- **Nedůvěra spotřebitelů** v realitní služby a nízká prestiž zprostředkovatelů.

Tyto problémy na realitním trhu vzaly za své a právní úprava realitního trhu v oblasti podnikání realitních zprostředkovatelů vyústila v přijetí zákona č. 39/2020 Sb., o realitním zprostředkování a o změně souvisejících zákonů (zákon o realitním zprostředkování).

Zákon o realitním zprostředkování byl zčásti reakcí na skutečnost, že realitní kanceláře v České republice nemají dobrou pověst. I když existují i ty poctivé, a naštěstí jde snad o převažující praxi, našly se i takové, které neváhaly podvést své klienty, kteří jim svěřili své celoživotní úspory. Hlavním cílem tohoto nového realitního zákona bylo definovat **pojem realitní služby**, **zkvalitnit** práci realitních kanceláří a makléřů, a obecně **odstranit spekulanty** a jejich nešvary v podobě nekalých praktik, které se na českém realitním trhu pohybují.

V České republice v současné době existuje nevyšší průměrný počet realitních makléřů na obyvatele než kdekoliv jinde v Evropské unii [4]. Tento fenomén vznikl na základě toho, že realitní zprostředkování je volnou živností, kterou je možno získat bez nutnosti doložení vzdělání, a také díky chybějícímu zákonu, který by tento segment podnikání obecně právně reguloval. Bylo tedy nutností nastavit minimální požadavky na výkon profese realitních zprostředkovatelů a celkově definovat, co vlastně realitní zprostředkování znamená a jaké služby přesně obnáší.

Zákon č. 39/2020 Sb., o realitním zprostředkování, upravuje některé podmínky poskytování realitního zprostředkování a některá práva a povinnosti s tím související. Zákon například upravuje následující pravidla:

- Poskytnutí inzertní služby.
- Posouzení stavu nemovité věci a zpracování návrhu nabídkové ceny.
- Zpracování marketingu nemovité věci.
- Zajištění prohlídky nemovité věci.
- Obstarání stavebně technické dokumentace související s nemovitou věcí.
- Zprostředkování poskytnutí právních služeb.
- Zprostředkování úschovy za účelem zajištění plnění z realitní smlouvy.

Právě poslední bod byl v realitní praxi častokrát zneužíván realitními zprostředkovateli vůči spotřebiteli. Klienti se například rozhodli uložit peníze za nemovitost do úschovy realitní kanceláře. Notářská, bankovní nebo advokátní úschova peněžních prostředků

je zpoplatněna, a klientům tak vznikaly další výdaje, proto se častokrát rozhodli pro uložení finančních prostředků právě u realitní kanceláře. RK pak tyto prostředky využívala jako zdroj svého cash flow. V případě, že se RK dostala do finančních potíží, nastala pro klienta problémová situace, jak získat své peníze zpět. Objevily se dokonce případy, kdy RK peníze klientů cíleně vytunelovaly. Neexistence povinného pojištění RK a nedostatečná vymahatelnost těchto zneužitých finančních prostředků ochranu spotřebitele ještě více komplikovala.

Nový realitní zákon č. 39/2020 Sb., o realitním zprostředkování, se tedy snaží reagovat na výše zmíněné a mnoho dalšího, a přináší řešení některých problémů a situací. Definice zprostředkovatelských služeb, požadavky na výkon realitních makléřů, ochrana spotřebitele a jeho financí, ale i větší jistota na straně realitních kanceláří. To vše by mělo přispět ke zlepšení situace na trhu s nemovitostmi.

Dle zákona č. 39/2020 Sb., o realitním zprostředkování, je realitní zprostředkování definováno jako: „*činnost, která zahrnuje vyhledání toho, kdo má zájem o uzavření realitní smlouvy se zájemcem*“. Z volné živnosti bude živnost vázaná, realitní zprostředkovatel nemůže nabízet úschovu peněžních prostředků, realitní makléř a kanceláře nyní musí být pro výkon činnosti pojištěni, smlouva o realitním zprostředkování nyní musí být písemná, realitní zprostředkovatelé musí poskytnout zájemci informace o závadách a omezeních, které vážnou na nemovitosti.

Realitní zákon č. 39/2020 Sb., o realitním zprostředkování, je v mnoha směrech krokem správným směrem, avšak je zde ponecháno i mnoho spekulativního prostoru, který je zákonu vytýkán. Například: zákon vůbec nerozlišuje mezi realitními makléři a realitními kancelářemi, stanovuje jen minimální povinnosti, které musí realitní zprostředkovatelé splňovat, a neustanovuje, kdo je autoritou v oboru realitního zprostředkování a má právo vydávat potřebné certifikace. Mezi odborníky panuje lehká skepse, zda nový realitní zákon dokáže skutečně změnit prostředí realitního trhu směrem k přívětivějšímu místu, ale to se ukáže časem [4].

1.4 Obchodní smlouvy spojené s výkonem realitní činnosti

Tato část práce bude pojednávat o smlouvách a smluvních typech, které jsou nejvíce využívány zejména při prodeji a nákupu nemovitosti. Příprava a vyjednání obsahu smluv je jednou z klíčových činností každého realitního makléře, potažmo realitní kanceláře,

a na nich většinou stojí celý obchod, neboť udávají charakter a podmínky jednání všech tří stran – tzn. **kupujícího, prodávajícího a zprostředkovatele**. Smlouvy nájemní a podnájemní v rámci zachování stručnosti budou z této práce vynechány [5].

1.4.1 Smlouva zprostředkovatelská

Ujednáním této smlouvy se zprostředkovatel zavazuje za odměnu obstarat zájemci uzavření smlouvy, za což je mu zájemce zavázán poskytnout odměnu, byl-li výsledek dosažen přičiněním zprostředkovatele, jak udává § 774 občanského zákoníku. Toto ukládá na zprostředkovatele povinnost vyvíjet aktivní činnost (vyhledání třetích osob), která povede k tomu, že zájemce bude mít příležitost uzavřít určitou smlouvu se třetí osobou [5].

1.4.2 Rezervační smlouva

Rezervační smlouva není v žádném právním předpise specificky vymezena, ale obvykle k jejímu uzavření dochází před koupí nemovitosti a rámcově je řízena jako smlouva nepojmenovaná dle § 51 občanského zákoníku. Uzavírá se typicky před samotným prodejem a ujednáním smlouvy kupní, a to mezi kupujícím a realitní kanceláří, ale povinná není. Rezervační smlouvou si kupující jistí loajálnost realitní kanceláře k němu, jakožto k vážnému zájemci, že nebude po sjednanou dobu jednat s jinými zájemci. Tímto si kupující získává čas na zajištění finančních prostředků a kontrolu právního a fyzického stavu nemovitosti. Součástí smlouvy je úhrada rezervačního poplatku, který se odvíjí od celkové částky ceny nemovitosti. Ve smlouvě musí být uvedeno, zda dojde k vrácení rezervačního poplatku a za jakých podmínek [5].

1.4.3 Smlouva o smlouvě budoucí

Smlouvu o smlouvě budoucí upravuje § 50a občanského zákoníku. Podpisem této smlouvy se účastníci zavazují uzavřít smlouvu do předem dohodnuté doby, s tím, že se také dohodnou o jejich podstatných záležitostech. Pokud jedna ze stran smlouvu neuzavře do dohodnuté doby, lze se uzavření domáhat soudním rozhodnutím. Závazek na uzavření smlouvy zaniká pouze v případě, že se okolnosti, ze kterých účastníci smlouvy vycházeli, do té doby změnily natolik, že již nelze spravedlivě požadovat, aby byla smlouva uzavřena [2].

Tato smlouva se využívá hlavně v případech, kdy prodávající chce prodat a kupující chce koupit (nemovitost), ale z nějakých důvodů nelze obchod uskutečnit ihned, buď čistě kvůli nedostatku peněz na straně kupujícího, či z důvodu potřeby prověření právního a fyzického stavu nemovitosti. Avšak obě strany mají prostřednictvím této smlouvy větší jistotu [2].

1.4.4 Smlouva o zřízení předkupního práva

Předkupní právo upravuje § 602 občanského zákoníku. Je to právo oprávněné osoby požadovat, aby při prodeji byla nemovitost nejprve nabídnuta ke koupi této osobě. Oprávněná osoba předkupní právo využít nemusí. Toto právo ale neumožňuje domáhat se prodeje věci (nemovitosti), ale uplatňuje se tehdy, když je prodávající již rozhodnutý svou věc (nemovitost) prodat. Rozlišujeme dva druhy předkupního práva z hlediska jeho povahy. V prvním případě se jedná o předkupní právo věcné a v druhém případě o právo obligační.

Předkupní právo lze dohodnout smluvně, což znamená, že bude zapsáno do katastru nemovitostí a katastrální úřad je tedy povinen při převodu nemovitosti vždy přihlídnout k předkupnímu právu a v případě pochybnosti nepovolit zápis převodu vlastnictví na jinou osobu [2].

1.4.5 Zástavní smlouva k nemovitosti

Zástavní smlouva k nemovitosti je smlouva mezi věřitelem a dlužníkem, který jejím prostřednictvím pro zajištění, že svůj závazek splní, dá věřiteli nemovité věci do zástavy. Pokud jsou do zástavy dány nemovité věci někoho jiného než dlužníka, je smluvní stranou také tato osoba, která je označována jako zástavce, jelikož žádná věc nemůže být dána do zástavy bez souhlasu jejího vlastníka. Zákon pro zástavní smlouvu k nemovitosti stanoví nutně písemnou podobu a tato smlouva se přikládá k návrhu na vklad zástavního práva do katastru nemovitostí. Uzavření zástavní smlouvy k nemovitosti je například jedna z podmínek získání hypotečního úvěru [6].

1.4.6 Kupní smlouva

Pokud jde o nemovitost, kupní smlouvy se uzavírají dle zákoníku občanského. Náležitosti takové smlouvy se jeví: specifikace předmětu koupě, prodejní cena a způsob

úhrady, plus další náležitosti průběhu obchodu a předání nemovitosti. Vedle těchto náležitostí se v případě potřeby uvádějí případná práva třetích osob vázaných k nemovitosti, jsou-li nějaká (věcná břemena, zástavy apod.). Je důležité úředně ověřit podpisy na alespoň jednom vyhotovení kupní smlouvy [5].

1.4.7 Smlouva o úschově finančních prostředků

Tato smlouva se uzavírá mezi složitелеm a schovatelem a je upravena § 747 – 753 občanského zákoníku. Dle ustanovení vzniká složiteli právo, aby schovatel od něj převzatou movitou věc řádně opatroval. Složitel je za takové opatrování povinen schovateli uhradit nezbytné náklady, které s takovou činností vznikají. Schovatel se zavazuje zdržet se užívání movité věci [5].

Tato smlouva se v praxi většinou váže na bankovní, notářskou či advokátní úschovu. V souladu s platnou právní úpravou lze realizovat úschovu i na úschovné bankovní účty realitní kanceláře.

1.5 Katastr nemovitostí

Katastr nemovitostí je ve stručnosti řečeno veřejný seznam nemovitých věcí. Občanský zákoník definuje v § 498 nemovitou věc, ale ne všechny nemovité věci jsou předmětem evidence v katastru.

Definice katastru nemovitostí podle § 1 odst. 1 zákona č. 256/2013 Sb., o katastru nemovitostí zní: *„Katastr nemovitostí (dále jen „katastr“) je veřejný seznam, který obsahuje soubor údajů o nemovitých věcech (dále jen „nemovitost“) vymezených tímto zákonem zahrnující jejich soupis, popis, jejich geometrické a polohové určení a zápis práv k těmto nemovitostem“.*

Předmětem zápisu do katastru nemovitostí jsou právní vztahy týkající se nemovitostí. Zákon č. 256/2013 Sb., o katastru nemovitostí, rozeznává tři druhy zápisů:

- *Vklad (vklad věcných práv).*
- *Záznam (zapisuje se vznik, změna nebo zánik věcných práv).*
- *Poznámka (úkon katastrálního úřadu).*

Zákon č. 256/2013 Sb., o katastru nemovitostí, také stanovuje, co se v katastru nemovitostí eviduje. Pro toho, kdo se zabývá problematikou spojenou s nemovitostmi, je velmi

důležité vědět, které nemovitosti se zapisují do katastru, a které údaje se o nich zapisují. Zápis v katastru se odvíjí od toho, zda stavba je součástí pozemku nebo práva stavby, nebo zda se jedná o samostatnou budovu, která je samostatným předmětem evidence. Podle toho, zda je, či není konkrétní budova součástí pozemku, se odvíjí i nakládání s ní [7].

V katastru nemovitostí se evidují (§ 3 zákona č. 256/2013 Sb., o katastru nemovitostí):

- *Pozemky v podobě parcel.*
- *Budovy, kterým se přiděluje číslo popisné nebo evidenční, pokud nejsou součástí pozemku nebo práva stavby.*
- *Budovy, kterým se číslo popisné ani evidenční nepřiděluje, pokud nejsou součástí pozemku ani práva stavby, jsou hlavní stavbou na pozemku a nejde o drobné stavby.*
- *Jednotky vymezené podle občanského zákoníku.*
- *Jednotky vymezené podle zákona č. 72/1994 Sb., kterým se upravují některé spoluvlastnické vztahy k budovám a některé vlastnické vztahy k bytům a nebytovým prostorům.*
- *Právo stavby.*
- *Nemovitosti, o nichž to stanoví jiný právní předpis.*

Nikdy se však neevidují drobné stavby.

1.5.1 Návrh na vklad do katastru nemovitostí

Obsah **návrhu na vklad práva do katastru nemovitostí** popisuje zákon č. 265/1992 Sb., o zápisech vlastnických a jiných věcných práv k nemovitostem. Návrh na vklad do katastru nemovitostí je úkon, kterým lze provést změnu na listu vlastnictví např. převod, koupě, prodej nebo darování nemovitosti [8].

Návrh na zahájení řízení musí mít tyto náležitosti:

- *Označení katastrálního úřadu, kterému je **návrh na vklad** určen.*
- *Jméno a příjmení.*
- *Trvalý pobyt.*
- *Rodné číslo fyzických osob nebo název, sídlo a identifikační číslo právnických osob, které jsou účastníky řízení.*

- Označení práv, která mají být zapsána do katastru.

Součástí **návrhu na vklad** do katastru jsou přílohy:

- Smlouva.
- Plná moc pokud je jedna ze stran zastupována),
- Výpis z obchodního rejstříku, pokud je jednou ze stran právnická osoba zapsaná v OR.
- Geometrický plán v případě, že dochází převodem k dělení pozemků.
- Další přílohy ve specifických případech.

Kromě vkladů práv k nemovitostem se mohou z katastru nemovitostí některé skutečnosti odstranit. Jde například o výmaz údajů o stavbě, která byla odstraněna demolicí, o zánik věcného břemene nebo o výmaz zástavního práva (např. pro ty co koupili nemovitost s pomocí hypotečního úvěru a svůj dluh splatili). K výmazu zástavního práva musí dlužník požádat banku o vystavení dokumentu tzv. **kvitance** (potvrzení o zaplacení, ukončení, zaniknutí a splnění dluhu) s úředně ověřeným podpisem, na jejímž základě dochází podle občanského zákoníku k zániku pohledávky. Návazně na to Katastrální úřad provede výmaz zástavního práva z listu vlastnictví do 30 dnů od doručení žádosti [8].

1.5.2 Výpis z katastru nemovitostí

„*Výpis z katastru nemovitostí (list vlastnictví – LV) je veřejnou listinou, která prokazuje stav dané nemovitosti evidované v katastru nemovitostí k okamžiku vyhotovení LV. Je označen číslem listu vlastnictví a jako veřejná listina musí být opatřen datem, otiskem kulatého razítka katastrálního úřadu se státním znakem, jménem a podpisem zaměstnance úřadu a kolkem nebo doložkou o úhradě správního poplatku.*

Některé informace o LV můžeme najít na online nahlížení do katastru nemovitostí. Můžeme zde najít číslo listu vlastnictví, na kterém je budova zapsána, čísla listů vlastnictví příslušných každé bytové jednotce. Jednotlivé listy vlastnictví ani katastrální mapy však na těchto stránkách, Online nahlížení do katastru nemovitostí, prohlížet nelze. Tyto informace můžeme využít další online službu tzv. dálkový přístup, kde je nutná registrace a získání informací je zpoplatněno. Kromě těchto online aplikací si můžeme vyzvednout list vlastnictví osobně na příslušném katastrálním úřadu.“ [9]

1.5.2.1 Popis výpisu z katastru nemovitostí neboli listu vlastnictví (LV)

Tato podkapitola vysvětluje obsah jednotlivých částí listu vlastnictví.

„Část A

Obsahuje podrobné informace o osobě vlastníka nemovitosti, v případě, že vlastníků je více, tak o vlastnících a jejich podílech.

Část B

Obsahuje přesnou identifikaci nemovitosti (parcelní čísla, jejich výměry, popisná či evidenční čísla budov, druh a způsob využití pozemku apod.). Zvýšenou pozornost věnujte tomu, zda daný vlastník vlastní pouze budovu bez pozemku, nebo zda vlastní i pozemek, na kterém stavba stojí. V druhém případě bude v listu vlastnictví poznámka „vlastnictví pozemku a stavby“.

Část C

Obsahuje údaje o omezení vlastnického práva, které se k nemovitosti váže. Jedná se například o věcná břemena, předkupní práva nebo o zástavní práva k nemovitosti. U vlastníků právnických osob zde nalezneme například i zápis o konkurzu dané právnické osoby.

Část D

Současně s částí A nám tato část slouží pro zjištění právních vztahů k dané nemovitosti. Najdeme zde tzv. poznámky, které nás informují o tom, že byla například u soudu podána žaloba na určení vlastnictví, že nemovitost je předmětem společného vlastnictví manželů nebo že bylo zahájeno vyvlastňovací řízení apod.

Část E

Nalezneme zde nabývací tituly, na jejichž základě vlastnické právo k nemovitosti vzniklo (např. kupní smlouvy, kolaudační rozhodnutí, darovací smlouvy aj.).

Část F

tato část je vyhrazena pro případné uvedení vztahu bonitovaných půdně ekologických jednotek k parcelám.

Na konci výpisu z katastru nemovitostí jsou uvedeny informace o řízení, kterými jsou dotčeny právní vztahy k nemovitostem. Listiny k plombám, číslo jednací, název katastrálního úřadu nebo pracoviště, datum a čas, kdy byl výpis vyhotoven, a rovněž jméno, příjmení a podpis vyhotovitele výpisu. Nesmí chybět razítko!“ [9]

1.6 Realitní kancelář

Rok 1989 se stal zlomovým pro celou naši společnost. Vznik soukromého podnikání, silné společenské změny, start zásadních majetkových transferů. Možnost soukromě nabývat movitý majetek, spolu s procesy privatizace a restituce, daly vzniknout fenoménu realitních kancelářů. Věnovat se této činnosti přilákalo řadu odborníků z příbuzných oborů, ale zároveň i mnoho spekulantů. Až s postupem času vznikala pravidla pro práci realitních kancelářů, postupně se prosazovala makléřská etika a vznikaly pravidla spolupráce mezi RK, které vyústily ve vznik asociací s poměrně specifickými pravidly, které regulovaly rozsah poskytovaných služeb, ceny za tyto služby a v neposlední řadě přístup k zákazníkovi. Časem se vyprofilovali kvalifikovaní profesionálové, kteří rozuměli nejenom ekonomice nemovitostí, ale i práci s lidmi – realitní makléři [10].

Nařízení vlády č. 278/2008 Sb., v příloze č. 4, obsahová náplň živnosti volné podle jednotlivých oborů činností, v čísle 58, specifikuje realitní činnost jako obor živnosti volné následujícím způsobem: „*Nákup nemovitostí za účelem jejich dalšího prodeje, prodej nemovitostí, zprostředkování nákupu, prodeje a pronájmu nemovitostí, bytů a nebytových prostor. ...*“

Jak již bylo zmíněno dříve, nedávno byl navíc vydán zákon č. 39/2020 Sb., zákon o realitním zprostředkování a o změně souvisejících zákonů, který reguluje realitní činnost ještě precizněji.

K tomu, aby realitní makléř, či člověk věnující se klasické realitní činnosti, tedy zprostředkovatelské činnosti uspokojil své podnikatelské potřeby, může se věnovat i dalším aktivitám, které podpoří vytváření zisku. Mezi tyto aktivity může patřit: správa nemovitostí, oceňování nemovitostí, marketingové studie a prognózy, právní služby spojené

s problematikou převodu nemovitostí, činnost developerská, pojistné smlouvy či služby technického rázu, jako je například inženýrská či projektová činnost.

V posledních letech se český realitní trh začal značně proměňovat, a to hlavně díky vstupu zahraničních realitních sítí na území České republiky. V roce 2005 se objevil původně americký RE/MAX, v roce 2008 pak CENTURY 21, a poté mnoho dalších: Svoboda & Williams, LEXXUS, Home Real Estate, Engel & Völkers, atd. [11].

Vedle franchisingových sítí a velkých realitních kanceláří, které svoji působnost strategicky rozmisťují do měst České republiky, se na trhu dále vyskytují realitní kanceláře v právní formě společnosti s ručením omezeným, nebo jako fyzické osoby podnikající například na živnostenský list jako realitní zprostředkovatelé. Vývoj počtu realitních kanceláří a subjektů poskytující realitní služby má stoupající tendenci [11].

1.7 Služby poskytované realitními kancelářemi

Realitní kancelář je subjekt nabízející řadu služeb na trhu s nemovitostmi. Nejčastěji se jedná o **zprostředkování koupě, projede nebo pronájmu nemovitosti**. Vedle toho realitní kanceláře nabízejí také **správu nemovitostí, zprostředkování finančního obchodu, poradenství, konzultační činnost** apod.

Realitní kanceláře mohou mít různý charakter. Některé jsou **samostatně působící** v rámci jediné či několika málo poboček. Jiné například **spolupracují s týmem** realitních makléřů, kteří nejsou v kanceláři přímo zaměstnáni, ale spolupracují s ní na základě dohody o spolupráci v různých lokalitách České republiky. Další možnou formou, jak realitní kanceláře fungují, je princip (nadmárodní) **franchisingové sítě**. Pobočky a zprostředkovatelé působí v síti, mají možnost širšího pole působnosti a zaměřují se na celé spektrum služeb v oblasti realit. Vznik se od RK, které nejsou členy franchisingové sítě, liší především v zakoupení licence a dodržování koncepce pravidel na základě franchisingové smlouvy. Tyto realitní kanceláře mají vymezena pravidla a povinnosti při jednání v rámci své kanceláře/pobočky než jiné, například povinnost spolupracovat s advokáty, či v rámci sítě. Kontrola takového dodržování se většinou uskutečňuje buď v podobě auditu, či v podobě mystery shoppingu. Kontrolou se zjišťuje korektnost procesního a profesního jednání realitních makléřů a kanceláře jako celku. Pravidlem pro franchisingové realitní kanceláře bývá spolupráce s ostatními kancelářemi v rámci značky ve formě sdílení inzerce nemovitostí nejen v rámci jednoho státu, ale i mezinárodně. To je zajištěno

prostřednictvím databáze, v níž jsou transparentně uvedeny údaje o prodáváných i poptávaných nemovitostech. Realitní kanceláře poskytují majitelům, tedy **prodávajícím**, zpravidla tyto nejčastěji užívané služby [2]:

- Bezplatné konzultace ohledně možností prodeje nemovitosti.
- Přípravu prodejní strategie.
- Stanovení vhodné formy a způsobu propagace.
- Kompletní zpracování prodejní prezentace nemovitosti/marketing realit.
- Zajištění všech dokladů potřebných pro prodej nemovitosti.
- Odhad tržní ceny.
- Efektivní inzerci v rámci nejnavštěvovanějších realitních online serverů a tištěných periodik.
- Nabídku vhodných zájemců z vlastních databází poptávajících.
- Zajištění převodu energií (voda, elektřina, plyn, apod.).
- Právní servis (vypracování nájemní a podnájemní smlouvy, překlad do cizího jazyka, vypracování kupní smlouvy, vypracování návrhu na vklad nemovitostí do katastru nemovitostí, vypracování smlouvy o převodu členských práv a povinností, zajištění odhadů/zpracování znaleckého posudku, a jiné.).
- Zprostředkování prodeje či pronájmu nemovitosti – celého procesu.
- Zajištění pojištění nájemného proti neplacení nájmu na nekomerčních nemovitostech.

Služby poskytované naopak zájemcům o nemovitosti, tedy **kupujícím**, by se daly stručně shrnout do následujících nejfrekventovanějších činností [2]:

- Prezentace vhodné nemovitosti dle představ zájemce ze široké nabídky portfolia realitní kanceláře.
- Smluvně ošetřené zakázky a právně ověřené (pravdivé) informace.
- Zasílání pravidelných newsletterů a novinek s nejčerstvější nabídkou nemovitostí dle představ zájemce.
- Vyhledávání nemovitosti na míru.
- Vyřizování hypotečního úvěru ve kterékoliv klientem preferované bance.
- Kompletní zajištění financování pomocí hypotečního úvěru a stavebního spoření.
- Organizace konzultační nezávazné schůzky s hypotečním poradcem.
- Zprostředkování koupě či nájmu nemovitosti a exekuce celého procesu.

Služby poskytované **oběma** stranám [2]:

- Právní ošetření transakce prostřednictvím externí advokátní kanceláře.
- Bezpečné a pojištěné úschovy kupních cen.
- Zajištění souvisejících doplňkových služeb jako např.: stěhování, malování, vyklízení, zajištění rekonstrukce či drobných přestaveb apod.
- Investiční a developerská činnost.
- Správa nemovitostí.

Pojem „správa nemovitostí“ zastřešuje celou řadu služeb. Jedná se především o vedení komplexního účetnictví, včetně zprostředkování daňových a statistických formulářů, komunikaci s finančním úřadem, sledování novel zákonů týkajících se realitní činnosti a nemovitostí, evidenci příjmů, výdajů a plateb jednotlivých zúčastněných v realitním obchodu apod. Dále to může být vyúčtování služeb tepelných energií a dodávky vody, které se řídí vyhláškou č. 371/2001 Sb. a vyhláškou č. 428/2001 Sb., zajišťování správcovských organizací věnujícím se opravám, údržbě a správě domu, revize a dokonce i havarijní služby. Správa nemovitostí se může týkat i právních služeb a stavebního dozoru [12].

Co se zprostředkování obchodu s nemovitostmi týče, je samotný pojem zprostředkování velice zajímavý. Jde o to, že samotné realitní kanceláře se přímo neúčastní právního vztahu, ale pouze hledají adekvátní nabídku pro určité klienty nebo naopak. Dále připraví dokumenty a realizují obchod, za cenu sjednané provize. Provize se pohybují mezi 3 – 6 % z celkové ceny obchodu. Zákazníci využijí služeb realitních kanceláří s vidinou rychlejšího, spolehlivějšího, efektivnějšího a celkově legislativně podloženého obchodu. Jedná se především o úsporu času prodávajícího, zejména při komunikaci a následných prohlídkách s kupci. Je nutno zmínit, že procento provize realitní kanceláře je stanoveno smluvně a dohodou mezi zúčastněnými stranami. Existuje několik variant úhrad provize (hradí prodávající, kupující, oba, nájemce, pronajímatel atd.).

2 Služby nabízené vybranou realitní kanceláří

2.1 Obecně o službách

Služba je jakákoliv aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví. Její produkce může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem [13].

Služby jsou samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží [13].

Služby zákazníkům jsou hlavním cílem řízení dodavatelských systémů. Jejich koncept jako hlavní filozofie funkce organizací, je souhrnem činností přinášející hodnotu zákazníkům, kterou je možné se diferencovat od konkurence. Koncept je založen na dlouhodobém sledování požadavků zákazníků, měření dosahované úrovně za pomoci soustavy ukazatelů a srovnávání jejich úrovně s konkurencí. Zásadním problémem v oblasti služeb je stanovení jejich konkurenceschopnosti. Poskytovanou úroveň služeb je nutné rozlišovat dle různých částí trhu určených podle požadované úrovně služeb [14].

Specifikace **vlastností služeb**:

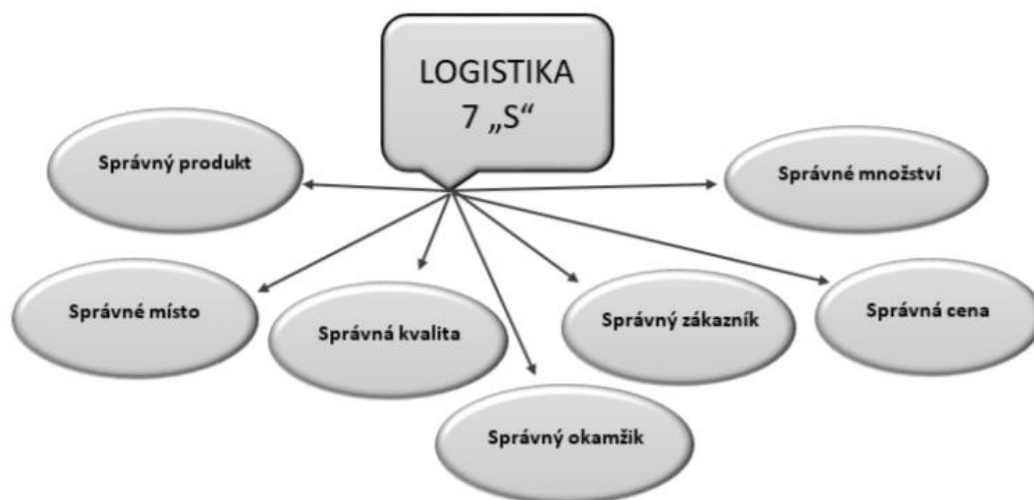
- Nehmotnost.
- Neoddělitelnost.
- Heterogenita (proměnlivost).
- Zničitelnost (pomíjivost).
- Vlastnictví (absence vlastnictví).

Odvětví služeb je z národohospodářského hlediska každé vyspělé země zdrojem více jak 50 % hrubého domácího produktu a více jak 50 % průceschopného obyvatelstva je zaměstnáno ve službách. V nejvyspělejších zemích EU představují služby dynamicky se rozvíjející odvětví. Česká republika v současné době tak výrazného poměru nedosahuje. Odvětví služeb je heterogenní a z hlediska statistického sledování se dělí na služby **tržní** a **netržní** [15].

Dle **odvětvového hlediska** vše, co nespadá do odvětví průmyslu a zemědělství je součástí **odvětví služeb**. Tyto se pak dělí na pododvětví finančních služeb, dopravních služeb, služeb pro domácnost, kulturních služeb, sociálních služeb, služeb zdravotnictví, telekomunikačních služeb atd. [15].

Pomocí metody tzv. „7 x S“ (Pravidlo 7 s. Resp. seven Rs) můžeme specifikovat jednotlivé faktory procesu tak, aby byla poskytnuta [16]:

- Správná služba.
- Na správném místě.
- Ve správném čase.
- Ve správném množství.
- Ve správné kvalitě.
- Za správnou cenu.
- Správnému zákazníkovi.



Obr. 2.1 Klíčové faktory logistiky 7 „S“

Zdroj: [16], vlastní úprava

Logistika v odvětvích služeb je v dnešní době součástí moderního přístupu ke všem službám.

Liberalizované služby (služby v odvětvích tržního charakteru) jsou poskytovány na společném evropském prostoru, v rámci volného přeshraničního pohybu, jak umožňuje konvenční program. V rámci ČR je poskytování těchto služeb stanoveno zákonem č. 222/2009 Sb., o volném pohybu služeb. Institut tzv. **Jednotného kontaktního místa** umožňuje získat a zajistit veškeré informace spojené s podnikáním v oblasti služeb jak podnikům, tak spotřebitelům. Jde zejména o [15]:

- Služby poskytované podnikům, např.: manažerské a poradenské služby, certifikace a testování, správa budov včetně údržby, reklamní služby, služby nábory pracovníků, služby obchodních zástupců.
- Služby poskytované podnikům i spotřebitelům, tj. pracovní poradenství, daňové poradenství, služby v oblasti nemovitostí vč. realitních kanceláří, distribuce, pronájem vozidla, cestovní kanceláře.
- Služby stavebnictví vč. služeb architektů.
- Služby poskytované spotřebitelům, např.: služby cestovního ruchu, služby průvodců, služby pro volný čas, sportovní střediska a zábavní parky, podpůrné služby pro domácnosti (péče o starší občany).

Pro demonstraci **liberalizované služby** jsem si vybrala realitní a investiční skupinu **STING** a jí poskytované služby.

2.2 O skupině STING

Realitní kancelář STING, s.r.o. se sídlem v Třinci, byla založená v roce 1997 Martinem Zarembou jako společnost s ručením omezeným. Patří k významným společnostem na českém realitním trhu, ale není členem Asociace realitních kanceláří [17].

Název realitní kanceláře STING je odvozen od anglického **sting** (tedy žihadlo) a má symbolizovat dravost, útočnost. Včela v logu má asociovat pracovitost. Žlutá barva z logotypu také dominuje interiérům poboček. Od roku 2007 firma užívá slogan „*Lidé na prvním místě*“, který nahradil dřívější „*Hledáte bydlení, máme řešení*“ [18].

STING je v současné době skupinou společností, které poskytují služby ve všech oblastech provázaných s realitním trhem a oblastech spojených se zprostředkováním nemovitostí, s výkupy nemovitostí, s oddlužením nemovitostí, a s financováním nákupu nemovitostí.

Hodnota zobchodovaných nemovitostí za celou skupinu činí téměř šedesát miliard korun [19]. Své služby poskytují prostřednictvím 250 zkušených profesionálů s různou specializací a zkušenostmi. Jejich obchodníky jsou realitní a hypoteční makléři, specialisté na trh s nemovitostmi, specialisté na výkupy a oddlužení a specialisté na komerční nemovitosti. Obchodníky podporuje tým právníků, odborníků z oblasti IT, marketingu, PR, personalistů, ekonomů a techniků. 200 obchodníků je proškolených v rámci atestačního programu. Ten zahrnuje soubor odborných zkoušek z oboru práva, daní, stavebnictví a obchodních postupů, a po jejím úspěšném složení obdrží obchodník certifikát. Nabytou kvalifikaci obchodníci využívají v rámci produktů celé Realitní a investiční skupiny **STING** [20].

Dle interpretace RK **STING** na vlastních webových stránkách, je její vize orientována především na to, být pro zákazníky a širokou veřejnost číslem „jedna“. To znamená být jasnou, vhodnou a preferovanou volbou, protože poskytuje kvalitní a transparentní služby ve všech oblastech souvisejících s realitami: *„Naším společným cílem je bezpečí, jistota a komfort našich klientů při řešení jejich bytových potřeb. Neustálým zvyšováním odborných znalostí a dovedností zajišťujeme vysokou kvalitu našich služeb, za což nás klienti odměňují pozitivními referencemi vůči své rodině a přátelům.“* [20]

Vize má sloužit k následovnému: *„V rámci vize firma dává odpověď na otázku: Čeho chceme dosáhnout?“* [21, s. 6].

Vize měla být [21]:

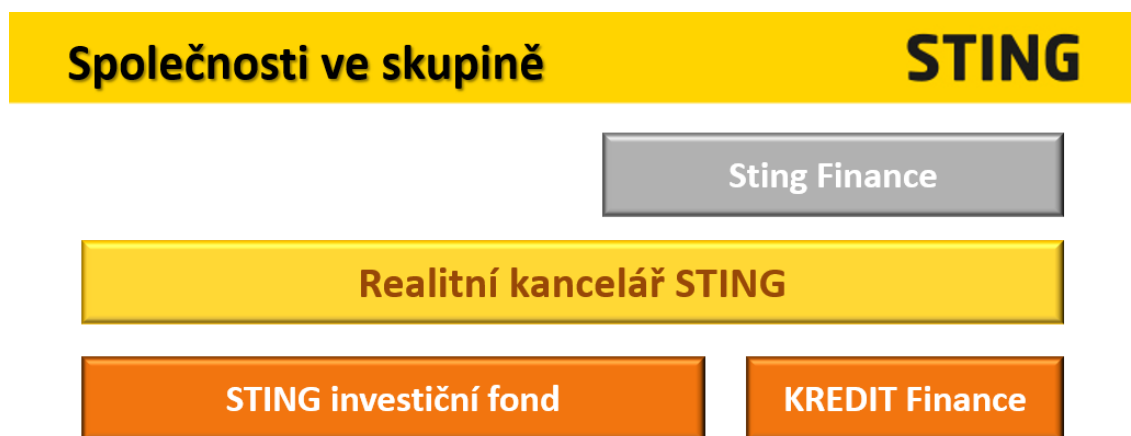
- Představitelná – měla by obsahovat, čeho chce firma v budoucnu dosáhnout a jakou chce mít na trhu místo.
- Žádoucí – měla by splňovat požadavky a očekávání firemních investorů.
- Dosažitelná – je třeba být v souladu s finančními možnostmi podniku.
- Specifická – je důležité zvolit konkrétní parametry a vyhnout se zobecnování.
- Flexibilní – možnost firmy adaptovat se ve stále se vyvíjejících podmínkách.
- Sdělitelná – je zapotřebí sdělit lidem vizi podniku nanejvýš v horizontu patnácti minut.

STING působí na většině území České republiky prostřednictvím sítě 30 vlastních poboček. V současné době má dvě pobočky také na Slovensku. Sídlo skupiny **STING** je v Třinci, kde je umístěna také centrála a servisní podpora.

Všichni spolupracovníci Realitní skupiny **STING** se řídí etickým kodexem, který je závazný a je součástí podepsované mandátní smlouvy či smlouvy o obchodním zastoupení. Pro případy porušení kodexu či jinému jednání odporující dobrým zásadám, je možno zahájit reklamační řízení kontaktováním manažera kvality, který reklamaci posoudí a navrhne způsob řešení.

2.2.1 Společnosti ve skupině

Tato část bakalářské práce stručně popisuje jednotlivé společnosti skupiny STING, jejich historii a náplň činností.



Obr. 2.2 Grafické znázornění společností ve skupině STING

Zdroj: Vlastní zpracování

2.2.1.1 STING Finance s.r.o.

Společnost STING Finance s.r.o. (dříve MAX Finance, s.r.o.) zajišťuje svým klientům komplexní služby v oblasti hypotečních úvěrů, včetně kombinací a složitých případů, pojištění nemovitostí a domácností, popř. pojištění různých rizik. STING Finance také pro své klienty zprostředkovává možnosti investování osobních finančních prostředků do různých druhů investičních a spořicíh nástrojů. V roce 2017 společnost zprostředkovala celkem 1877 hypotečních úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření v celkovém objemu přesahující 1,9 miliardy Kč. V roce 2018 se jejich počet zvýšil na 1951 a celkový objem zprostředkovaných hypotečních úvěrů a úvěrů ze stavebního spoření překročil částku

2,1 miliardy Kč. Hypoteční specialisté společnosti STING Finance byli několikrát oceněni prvním a druhým místem Hypoteční bankou každoročně vyhlašující ocenění za kvalitu zpracování hypotečních úvěrů [22].

2.2.1.2 Realitní kancelář STING, s.r.o.

Realitní kancelář STING patří mezi realitní kanceláře, které se již 23 rokem významnou měrou podílejí na rozvoji a dynamickém růstu českého trhu s realitami. Díky této tradici se řadí mezi tvůrce realitního prostředí a dalších oblastí, které jsou s realitami spjaty. Úspěchy, kterých již dosáhla, jsou podloženy důvěryhodností, která je v tomto oboru více než nutností, cílevědomostí a tvrdou prací. Firemní kultura, postavená na základech etiky podnikání a respektování zákazníka a jeho potřeb a požadavků, učinila z Realitní kanceláře STING spolehlivého a osvědčeného partnera ve světě realit.

Realitní kancelář STING od svého založení zobchodovala více než 35 000 nemovitostí v hodnotě desítek miliard korun.

Rezidenční nemovitosti jako jsou rodinné domy, pozemky a bytové jednotky, jsou v nabídce Realitní kanceláře STING nejrozšířenější komoditou. Pravidelně je neustálá možnost vybírat mezi dvěma tisíci nabídek, díky čemuž se STING řadí mezi pět největších realitních kanceláří na českém trhu [23].

2.2.1.3 STING investiční fond s proměnným kapitálem, a.s.

V roce 2009 vznikla společnost **STING investiční fond a.s. (SIF)** s proměnným základním kapitálem. Jako první a jediná realitní kancelář v České republice tehdy společnost založila svůj uzavřený investiční fond. SIF provádí svou činnost na základě povolení ČNB a řídí se zákonem o kolektivním investování a zákonem o investičních společnostech a investičních fondech a je pod přímým dohledem České národní banky. Investuje zejména do nemovitostí. Všechna investiční aktiva fondu jsou v úschově u depozitáře Komerční banky, který kontroluje soulad obchodních transakcí s právními předpisy a Statutem SIF. Celkové vlastní kapitálové zdroje SIF činí téměř 300 mil. Kč. SIF je tedy schopen vykoupit nemovitost klienta v řádu dnů v rámci téměř celé ČR a vyhovět tak klientům, kteří požadují urychlený prodej nemovitosti nebo je jejich nemovitost zatížena exekucemi. V lednu 2016 SIF uvedl své investiční akcie k obchodování na Burze CP Praha. Získal tak jedinečnou možnost vstupu externího kapitálu k financování nákupu

nemovitostí za účelem prodeje, ale také nemovitostí pořízených za účelem výnosů z nájmů [23].

2.2.1.4 KREDIT Finance, s.r.o.

Společnost **KREDIT Finance, s.r.o. (KREDIT)** se od roku 1999 zabývá poskytováním finančních prostředků vlastníkům nemovitostí a komplexním řešením dluhů, exekucí a omezením vlastnických práv k nemovitostem. Společnost je schopna zajistit kompletní oddlužení nemovitosti a vyplatit klientům potřebné finance ještě před realizací prodeje [23].

KREDIT Finance, s.r.o. poskytuje spotřebitelské úvěry klientům prostřednictvím svých vázaných zástupců, kteří jsou oprávněni jednat na základě zápisu vázaného zástupce do registru vedeného Českou národní bankou [23].

2.3 Poskytované služby

V rámci Realitní skupiny STING je možné využít široké škály nabízených služeb. V rámci zprostředkování prodeje nemovitostí RK nabízí veškerý servis – všeobecné **poradenství, právní servis, finanční služby, obchodní služby, informační služby a propagační servis** [24].

V úvodní fázi zprostředkování prodeje nemovitosti stojí proces **poradenství**. Tam se klientovi navrhne optimální cena jeho nemovitosti, seznámí ho s možnými riziky spojenými s prodejem či koupí nemovitosti, analyzují se možnosti prodeje, vyhledají se nejvýhodnější alternativy pro klienta (prodat či pronajmout?), doporučí se způsob financování nemovitosti, konzultuje se s právníkem či finančním manažerem, posoudí se, či dokonce odstraní právní vady [24].

Mezi **finanční služby** nabízené RK patří již zmiňované zajištění financování nemovitostí, tedy hypoteční servis a zařízení úvěrů ze stavebního spoření, také je možnost zajistit refinancování hypoték, ke kterému dochází ke konci garantované fixní úrokové sazby. Pokud má klient více půjček, přichází na řadu zajištění konsolidace úvěrů, což zajistí sloučení více druhů půjček do jedné, a tím možnost podstatně ušetřit na splátkách. Dále je možnost zajistit pojištění nemovitosti či pojištění zdraví, movitého i nemovitého majetku, zabezpečení proti škodám a živelným pohromám, úschovu peněz na speciálním

pojištěném účtu realitní kanceláře, úschovu daně z nabytí nemovitých věcí, advokátní úschovu se slevou u právníků, s nimiž RK spolupracuje, notářskou úschovu a zajištění jistotního účtu. Realitní kancelář v případě potřeby také zprostředkuje výkup nemovitostí, oddluží klienta (pokud vlastní nemovitost), dále vyplacení úvěrů, exekucí či zástav, vyhledá zajímavé investiční příležitosti, pro prodávajícího prověří kupujícího a jeho schopnost zaplatit. Po realizaci prodeje nemovitosti následuje převod vlastnického práva nemovitosti v katastru nemovitostí či převod družstevního podílu. Taktéž se bezplatně vypracuje daňové přiznání k dani z nabytí nemovitých věcí [24].

K nabízeným **obchodním službám** RK patří vyhledání klienta, vyhledání nemovitosti, oslovení klientů, zastoupení klienta ve všech činnostech souvisejících s koupí nemovitostí, posouzení či odstranění právních vad, které brání prodeji – může se jednat o výskyt věcných břemen, zástavy, exekuce, insolvence a jiných omezení. RK může celkově eliminovat rizika spojená s pronájmem nemovitostí, s kaucí či s právní ochranou. Dále se zabývá věcnými břemeny, předkupním právem, dělením pozemků, výmazem zástav a omezení. A také může zajistit soudního znalce, inspekci nemovitosti atd. [24].

Zabezpečení kvalitního **právního servisu** je klíčovým činitelem každé realitní kanceláře, neboť je to často tento faktor, kvůli kterému si klienti sami řeší záležitosti okolo nemovitostí netroufají a volí spolupráci s realitními kancelářemi. Sem patří vyhotovení všech typů smluv, které byly zčásti jmenovány a vysvětleny v předchozí části této bakalářské práce. Jmenovitě tedy se jedná o možnosti vyhotovení smlouvy o smlouvě budoucí, kupní smlouvy, zástavní smlouvy, smlouvy o úvěru, smlouvy o zřízení věcného břemene, či výmazu zástav a jiných omezení [24].

Samozřejmostí je i **informační a propagační servis**. Klienti jsou pravidelně informováni o novinkách, o sjednaných prohlídkách, o bonitě kupujícího klienta (tedy platební schopnosti), o stavu vyřizovaných úvěrů atd. Propagace a marketing nabízené nemovitosti a služeb probíhá přes více propagačních kanálů: internetové stránky RK, realitní servery, outdoorové prezentace v podobě plachet, billboardy, cedule, vitríny, výlohy poboček, polepy na autech, atp. Dále je možná propagace v podobě tištěné inzercie v rámci lokality i celé ČR a osobní nabídky a prezentací [24].

Zajištění průkazu energetické náročnosti budov je další důležitý bod služeb. Při převodu či pronájmu budovy či bytové jednotky je již při jejich inzerci nutné mít k dispozici průkaz energetické náročnosti budov – **PENB**. Je to ukazatel, který dává celkovou představu

o spotřebě energií v nemovitosti, kterou klient hodlá koupit. Z toho plyne povinnost realitního makléře předložit PENB možnému kupujícímu či nájemníkovi při prohlídce, předat PENB kupujícímu či nájemníkovi při podpisu smlouvy a zveřejnit údaje z průkazu v informačních a reklamních materiálech dané nemovitosti. U bytových jednotek lze PENB nahradit předložením vyúčtování za všechny energie, tzn. za elektřinu, plyn a tepelnou energii, a to za poslední tři roky. Z vyúčtování lze také poměrně dobře získat představu o energetické náročnosti budovy a mít tak přehled kolik daného klienta vyjdou náklady na energie [24].

V následující části bych chtěla na několika vybraných příkladech nabízených služeb realitní kanceláře STING demonstrovat postupy a podmínky jednání kanceláře při výkonu daných, velice komplexních služeb.

2.3.1 Zprostředkování prodeje/pronájmu nemovitosti určené k rezidenčnímu bydlení

Jedná se o nejčastěji využívaný produkt realitní kanceláře. Může jít jak o exkluzivní, tak neexkluzivní prodej/pronájem nemovitosti na základě smlouvy o zprostředkování prodeje nemovitosti s Realitní kanceláří STING, s.r.o. Provize za zprostředkování pro RK se pohybuje mezi 2 – 6 % z prodejní ceny, minimálně však 40 tis. Kč + DPH. V případě nájmu pak 1 – 2měsíční nájmy [25].

K tomu, aby RK mohla zprostředkovat prodej rodinných domů, chat či bytů si realitní makléř potřebuje nejprve obstarat následující podklady: List vlastnictví (ne starší 3 dnů), listiny věcných břemen, katastrální mapu, zajištěný právní přístup k nemovitosti, plány nemovitosti, potvrzení o prováděných revizích elektřiny, plynu a popř. komínu, vyúčtování nákladů na energii za poslední 3 roky nebo PENB, v případě družstevních bytů nájemní smlouvu s družstvem, rozpis plateb a stanovy.

V případě prodeje pozemku se pak jedná o tyto podklady: list vlastnictví, katastrální mapa, zajištěný právní přístup k pozemku, potvrzení o zařazení pozemku do zóny určené k výstavbě, znalost regulačního plánu obce – vhodnost zástavby (např. podmínka stavby domů se sedlovou střechou v horských obcích, nebo podmínka minimální velikosti pozemku pro stavbu jednoho RD), existence a kapacita sítí – elektřina, plyn, voda, kanalizace, existence ochranných pásem – vysoké napětí, vysokotlaké vedení vody, plynu, les, cest a železničních tratí.

Dále obchod pokračuje tak, že realitní makléř si musí připravit, zajistit a ohlídat podpis těchto dokumentů: zprostředkovatelská smlouva, předmluvní informace, souhlas se zpracováním osobních údajů, souhlas manžela/ky s prodejem (pokud není nemovitost ve společném jmění manželů, ale existuje „rodinná domácnost“) a náběrový list.

Obchodními zástupci při takovém typu služby se jeví následující činitelé: realitní makléř, specialista na trh s nemovitostmi, specialista na výkup a oddlužení, specialista na komerční nemovitosti na základě podepsané smlouvy o obchodním zastoupení a plné moci. Provize každého obchodního zástupce neboli její procentuální výše se pak řídí produktovou provizní sazbou, viz níže v tabulce.

Tab. 2.1 Přehled sazeb a odměn za vlastní činnosti obchodníka

Typ odměny	Zprostřed.	Výkupy		Odkaz
		Specialisté	Obchodníci	
Základní sazba	37%	34%	29%	kap. 2.1.1
Seniorita (růst podle výše obratu)	1 – 10%			Kap. 2.1.2
Odměna za aktivitu	2%	-	-	kap. 2.1.3
Příspěvek na vzdělání a marketing *)	1%			kap. 2.1.4
	50%	45%	40%	
Příspěvek za doporučení obchodníka	2%			kap. 2.1.5
Příspěvek za STING polep auta	500 - 2 000 Kč			kap. 2.1.6

Zdroj: [25]

Odměna realitnímu makléři za zprostředkování prodeje či pronájmu nemovitosti se vyplácí z čisté provize Realitní kanceláře. Orientační příklady výpočtů uvádím opět níže v tabulce.

Tab. 2.2 Příklady výpočtů odměny makléře (výpočet je pouze orientační)

prodejní cena	500 000	800 000	1 500 000	3 000 000
provize RK 2 - 10% Z TRŽNÍ CENY, min. 50 tis. Kč	50 000	68 000	95 000	120 000
- náklady (KS, + ostatní skutečné náklady)	5 000	5 000	5 000	5 000
čistý obrat	45 000	63 000	90 000	115 000
odměna makléře z RK (37%)	16 650	23 310	33 300	42 550

Zdroj: [26]

2.3.2 STING Detektiv

Jedná se o jedinečnou službu na poli realitních služeb. Slouží pro prodávající klientelu, která nechce jen nečinně svěřit svou nemovitost do rukou realitního makléře a čekat, až mu zavolá a bude vysvětlovat, jak danou nemovitost propaguje, jak se prodeji zatím vede atp. Tato služba nabízí prodávajícímu možnost samostatně sledovat on-line z pohodlí domova stav prodeje své nemovitosti. Díky **STING** Detektivovi je možnost vidět, na jaké exportní servery byla zakázka exportována, kolikrát byla zobrazena, kolik přišlo poptávek, kolik bylo provedeno prohlídek a s jakým výsledkem a podobně. Tato služba je přístupna díky on-line klientskému servisu, do kterého se zákazník přihlásí na základě zákaznické karty, kterou automaticky získává s podpisem výhradní smlouvy s RK **STING** na prodej jeho nemovitosti [27].



Obr. 2.3 Reklamní banner

Zdroj: [28]

2.3.3 Specifické služby

V rámci obchodních případů RK STING řeší i řadu nestandardních situací nebo faktických či právních vad, jako například:

- Nařízení exekuce, nařízení dražby.
- Oddlužení nemovitosti před dražbou s následným prodejem za tržní cenu.
- Výkup nemovitostí, zadlužených či nezadlužených.
- Vyjednání a odkup nemovitostí, kdy je v exekuci pouze jeden či více podílů.
- Vyjednání a realizace odkupu pohledávky.
- Zajištění rozdělení, sloučení, směny pozemků.
- Zajištění právního přístupu k nemovitostem, věcná břemena, pasporty, odkup podílů.

- Vyjednání a výmaz věcných břemen, které jsou překážkou v prodeji či snižují cenu nemovitosti např. věcné břemeno užívání.
- Prodeje nemovitostí nezletilých osob v rámci opatrovnického soudu.
- Rekonstrukce vykoupených nemovitostí.

Tyto situace mohou být řešeny za pomoci těchto produktů:

- **Výkup družstevního bytu.**
- **Úvěr s obstaráním prodeje nemovitostí.**
- **Výkup nemovitostí.**
- **Odkup pohledávky s následným prodejem.**

2.3.3.1 Výkup družstevního bytu

Jedná se o vykoupení družstevního podílu k bytu ve vlastnictví stavebního bytového družstva (SBD) nebo bytového družstva (BD) za účelem dalšího prodeje. Tento „produkt“ je především určený klientům; členů družstva s omezením družstevního podílu, či klientům; členům družstva, kteří potřebují finanční prostředky a nechtějí čekat na prodej nemovitosti standardním způsobem. Žadatelem je v takovém případě vlastník družstevního podílu k bytu, tedy člen družstva a nemovitostí se jeví byt ve vlastnictví SBD či BD. Vlastník takové nemovitosti je SBD nebo BD. Členem SBD nebo BD je fyzická osoba, která vlastní družstevní podíl k bytu a má podepsanou nájemní smlouvu. Maximální cena výkupu by neměla překročit 5 mil. Kč, částka vyšší pak podléhá schválení majitele společnosti. Realitní kancelář v tomto případě zprostředkuje facilitaci celého procesu výkupu družstevního bytu pro klienta, který jak bylo výše zmíněno, buď potřebuje poskytnout úvěr, či pomocnou ruku při právních procesuálně korektních postupech výkupu takového bytu.

2.3.3.2 Úvěr s obstaráním prodeje nemovitosti

Tato služba zahrnuje poskytnutí krátkodobého úvěru s fixní sazbou a jednorázovou splatností za účelem oddlužení nemovitosti, s následným prodejem nemovitosti. Žadatelem v takovém případě je fyzická osoba či podnikající fyzická osoba (IČO) a nemovitostí může být jak byt, tak RD, stavební parcely či i komerční nemovitosti. Kancelář je schopná

klientovi poskytnout úvěr v rozmezí od 100 tis. Kč do 3 mil. Kč. List vlastnictví a jeho zatížení je realitní kancelář schopná akceptovat v těchto variantách [26]:

- Zástavní právo smluvní ve prospěch banky, nebankovní společnosti, fyzické osoby.
- Zástavní právo soudcovské, zástavní právo z rozhodnutí státního orgánu.
- Zahájení exekuce, exekučním příkazem k prodeji, zástavním právem exekutorským.

Poplatek za zpracování takové služby si kancelář účtuje až do 10 % z výše úvěru, minimálně však 15 000 Kč. Výše úrokové sazby je pro klienta nastavena na 2 % měsíčně a doba splatnosti činí 12 měsíců. Čerpání úvěru může proběhnout jednorázově, či postupně, a to buď bezhotovostní platbou na účet klienta, exekutora či zástavního věřitele. Způsob, jakým kancelář úvěr zajišťuje je přes zástavní právo smluvní s notářským zápisem se svolením k přímé vykonatelnosti úvěru na peněžité plnění [26].

Následné obstarání prodeje nemovitosti probíhá na základě exkluzivní smlouvy o obstarání prodeje nemovitosti s Realitní kanceláří STING s.r.o. Provize za takové obstarání pak činí 8 – 10 % z prodejní ceny, minimálně však 50 tis. Kč + DPH. Je vyžadováno pojištění nemovitosti. Dokumenty, které musí makléř v takovém případě připravit a ohlídat podepsání jsou následující [26]:

- Smlouva o obstarání prodeje nemovitých věcí s RK STING s.r.o.
- Ověřená smlouva o úvěru a žádost o čerpání úvěru.
- Ověřená smlouva o zřízení zástavního práva.
- Návrh na vklad zástavního práva.
- Předmluvní informace ke spotřebitelskému úvěru.
- Informace a prohlášení žadatele o úvěr.
- Pojistná smlouva včetně kalkulace na KREDIT Finance, s.r.o. (společnost, která poskytuje úvěr).
- Notářský zápis se svolením k přímé vykonatelnosti úvěru na peněžité plnění.
- Žádost o přerušování vkladového řízení.
- Žádost o pokračování v řízení.
- Zpětvzetí návrhu na vklad zástavního práva.
- Vzdání se práva na odvolání.

K provedení takto komplexní machinace musí obchodní zástupci Realitní kanceláře STING prokázat **odbornou způsobilost podle § 60 zákona č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru**, tj. vysvědčením o maturitní zkoušce nebo dokladem o dosažení vyššího vzdělání prokazujícím získání všeobecných znalostí a osvědčením o úspěšném vykonání **odborné zkoušky podle § 70, téhož zákona, prokazujícím odborné znalosti a dovednosti**.

Ve shodě s § 60, zákona č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru, odst. 4 písm. c), je odbornými znalostmi a dovednostmi pro poskytování nebo zprostředkování spotřebitelského úvěru KREDIT FINANCE, který je spotřebitelským úvěrem na bydlení. Ve smyslu tohoto zákona se rozumí pro tuto skupinu odbornosti [29]:

- Znalosti v rozsahu odborného minima o finančním trhu.
- Základní znalosti o struktuře, subjektech a fungování trhu spotřebitelského úvěru na bydlení.
- Znalosti regulace trhu spotřebitelského úvěru na bydlení.
- Znalosti etických standardů trhu spotřebitelského úvěru na bydlení, pokud existují.
- Znalosti úvěrování a produktů spotřebitelského úvěru na bydlení.
- Znalosti doplňkových služeb souvisejících se spotřebitelským úvěrem na bydlení.
- Základní znalosti zásad procesu posuzování úvěruschopnosti spotřebitele.
- Základní znalosti zásad postupu a způsobu oceňování věcí, práv a jiných majetkových hodnot poskytnutých jako zajištění spotřebitelského úvěru na bydlení.
- Znalosti trhu nemovitých věcí.
- Znalosti postupu při koupi nemovité věci.
- Základní znalosti uspořádání a fungování katastru nemovitostí.
- Schopnosti řádně produkty spotřebitelského úvěru spotřebiteli vysvětlit, provést základní analýzu produktů spotřebitelského úvěru a nabídnout spotřebiteli produkt, který vyhovuje jeho potřebám.

2.3.3.3 Výkup nemovitosti

Realitní kancelář provádí na žádost klienta vykoupení nemovitosti v osobním vlastnictví za účelem jejího dalšího prodeje. Takovou službu využívají především klienti, kteří mají

různá omezení na Listu vlastnictví, v podobě exekucí či zástavního práva. Anebo ti, kteří potřebují finanční prostředky a nechtějí čekat na prodej nemovitosti standardním způsobem. Žadatelem je v takovém případě tedy sám vlastník nemovitosti, a může se jednat o byt, RD či komerční nemovitosti. List vlastnictví v takovém případě může být omezen [26]:

- Zástavním právem smluvním ve prospěch banky, nebankovní společnosti či fyzické osoby.
- Zástavním právem soudcovským, zástavním právem z rozhodnutí státního orgánu.
- Dražební vyhláškou.
- Zahájením exekuce, exekučním příkazem k prodeji, zástavním právem exekutorským.
- Omezením insolvenčního správce.

Realitní makléř se dohodne s prodávajícím o uvolnění nemovitosti a vyplatí kupní cenu buď bezhotovostně na účet klienta, exekutora, zástavních věřitelů či insolvenčního správce. A to buď jednorázově, nebo postupně, po podpisu kupní smlouvy a návrhu na vklad kupní smlouvy, případně Notářského zápisu na vyklizení.

Nabyvatelem nemovitosti se stává STING investiční fond s proměnným základním kapitálem, a.s. (SIF), případně RK STING.

2.3.3.4 Odkup pohledávky s následným prodejem

Odkup pohledávky probíhá při této službě od věřitele (banky či nebankovního subjektu) a je realizován společností KREDIT FINANCE s.r.o. za účelem dalšího zisku při realizaci výkupu či prodeje nemovitosti. Z povahy tohoto produktu vyplývá, že na něj vždy navazuje výkup či prodej nemovitosti. Odkupy pohledávek v rámci Realitní společnosti vždy realizuje k tomu nominovaná Manažerka investic [26].

Věřitelem tedy může být buď banka či nebankovní subjekt. Zajištění pohledávky probíhá prostřednictvím zástavního práva smluvního, či v druhé řadě doplňujícím Notářským zápisem se svolením k přímé vykonatelnosti úvěru na peněžité plnění. Nemovitostí může být byt, RD, RN, stavební parcely či komerční nemovitosti. Realitní kancelář také nabízí službu odkupu pohledávky bez prodeje [26].

Bylo demonstrováno, že Realitní kancelář STING se zabývá jak běžnými realitními úkony, jako je prodej/pronájem nemovitosti, tak mnohdy velice komplikovanými a komplexními záležitostmi jako je výkup, oddlužení či odkup pohledávky. V každém případě ale realitní makléř musí ohlídat spoustu dílčích kroků a neopomenout jediný dokument či podklad, což v praxi znamená, že makléři Realitní kanceláře musí být velice ostražití a mít perfektně nastudováno, jak jednat. RK STING skutečně poskytuje širokou škálu produktů a klient tak může přijít téměř s jakoukoliv žádostí o specifickou, a mnohdy sebevíce komplikovanou službu, která bude mít co do činění s realitní problematikou. Realitní kancelář si je vědoma procesuálních rozsáhlostí a komplikovanosti nabízených služeb, a tak svým realitním makléřům připravila „tahák“, neboli metodickou pomůcku, jak si vše ohlídat a na nic nezapomenout. Jedná se o „Manuál obchodníka“ – „návod“, který popisuje postupy realizace obchodních případů, náběr nemovitosti, aktivní práci se zakázkou, vedení prohlídek, realizaci prodeje, ukončení obchodního případu a také, jak argumentovat vybrané námitky, které někteří spotřebitelé mají vůči realitním kancelářím a makléřům obecně. Tento manuál je nejenom cenným zdrojem informací, ale i zajímavým čtením, a je proto přiložen jako příloha této bakalářské práce (viz Příloha A).

3 Analýza poskytovaných služeb

Základní službou poskytovanou realitní kanceláří je zprostředkování prodeje/koupe nemovitosti. Jedním z ukazatelů správně fungující služby RK je **velikost a úroveň nabídky** zakázek k prodeji.

Úroveň nabídky zakázek RK závisí na těchto faktorech:

- **Rozsahu a kvalitě** služeb RK (popsáno v přechozích kapitolách).
- **Množství** nabízených nemovitostí na trhu v daném čase.

Pro účely zpracování této bakalářské práce jsem zvolila analýzu vývoje nabídky a cen bytů dle zvolených parametrů jako ukazatel vývoje trhu s byty, a vliv této situace na služby a nabídku realitních kanceláří.

Pro tuto analýzu jsem využila data ze zdroje realitního webu **Valuo.cz**. Jedná se o zpoplatněnou službu, která na jednom místě nabízí přehled téměř všech bytů a domů, které jsou aktuálně nabízeny v ČR na prodej. U každého prodeje uvádí odhad jejich skutečné ceny. Zájemci je tak díky speciálnímu algoritmu ihned dána informace o tom, zda je cena za nabízenou nemovitost průměrná nebo zda se výrazně liší. Dále tento projekt shromažďuje data o již prodaných nemovitostech a jejich cenách, a na základě těchto informací zpřesňuje své výpočty a odhady [30].

Valuo.cz není jen databáze realitních nabídek s historií. Každý inzerát, který byl na internetu nalezen, prochází kontrolou stavu nemovitosti na základě fotodokumentace.

Projekt Valuo.cz byl ve vývoji něco málo přes jeden rok. V září 2017 projekt získal investici od Pale Fire Capital, za kterým stojí zkušení investoři, jako jsou Jan Barta, Dušan Šenkypl nebo David Holý. Za vývojem projektu stojí Kryštof Honsů (CTO), Daniel Soukal (vývoj algoritmu pro výpočet), Denis Lademberger (programátor), Jan Vašek (UX a design) a Radek Šitera (CEO) [31].

3.1 Analýza veřejných nabídek nemovitostí

Součástí nabízených služeb RK je **poradenství v oblasti stanovení ceny** nemovitosti. Správné stanovení tržní ceny je základem pro realizaci celého obchodního případu. Existuje několik způsobů, jak tržní cenu stanovit, jedním z nich je možnost využití **analýzy vývoje cen** v dané lokalitě a čase.

Na základě vyhodnocení této analýzy je poté klientovi doporučena cena a stanovena strategie obchodního případu.

V názorné ukázce je porovnán **vývoj cen a nabídky bytů** ve městech Olomouc a Zlín za uplynulé období Q1/2019 – Q1/2020 na základě těchto kritérií:

- Počet nabídek.
- Doba inzerce.
- Vývoj ceny.

3.1.1 Zadání parametrů

Pro potřebnou analýzu byly zadány tyto parametry:

- Porovnávaná lokalita: město Olomouc a město Zlín.
- Typ nemovitosti: byt.
- Stav nemovitosti: dobrý a velmi dobrý, všechny byty.
- Podlahová plocha: 40 až 80 m².
- Konstrukce: cihla a panel.
- Vlastnictví: osobní.

Typ nemovitosti	Podlahová plocha	Konstrukce (u bytů)	Vlastnictví (u bytů)
<input checked="" type="radio"/> Byt	<input type="checkbox"/> do 40 m ²	<input checked="" type="checkbox"/> cihla	<input checked="" type="checkbox"/> Osobní
<input type="radio"/> Dům	<input checked="" type="checkbox"/> 40 až 80 m ²	<input checked="" type="checkbox"/> panel	<input type="checkbox"/> Družstevní
Stav	<input type="checkbox"/> 80 až 150 m ²	<input type="checkbox"/> jiné	
<input type="checkbox"/> Před rekonstrukcí	<input type="checkbox"/> 150 až 300 m ²		
<input checked="" type="checkbox"/> Dobrý	<input type="checkbox"/> nad 301 m ²		
<input checked="" type="checkbox"/> Velmi dobrý			

Obr. 3.1 Zadání požadovaných parametrů

Zdroj: [30]

3.1.2 Vývoj počtu nabídek v období Q1/2019 – Q1/2020

Na těchto grafech jsou zaznamenány počty inzerátů (aktivních, přidaných a smazaných), které byly zveřejněny (dle zadaných parametrů). Je možné vysledovat, že zatímco u Olomouce mají všechny křivky **klesající** tendenci, ve Zlíně došlo v 4Q/2019 k situaci, kdy počet nových nabídek byl **vyšší** než počet smazaných nabídek.

Aktivní inzerát = probíhající nabídka.

Přidaný inzerát = nová nabídka.

Smazaný inzerát = odebraná nabídka.

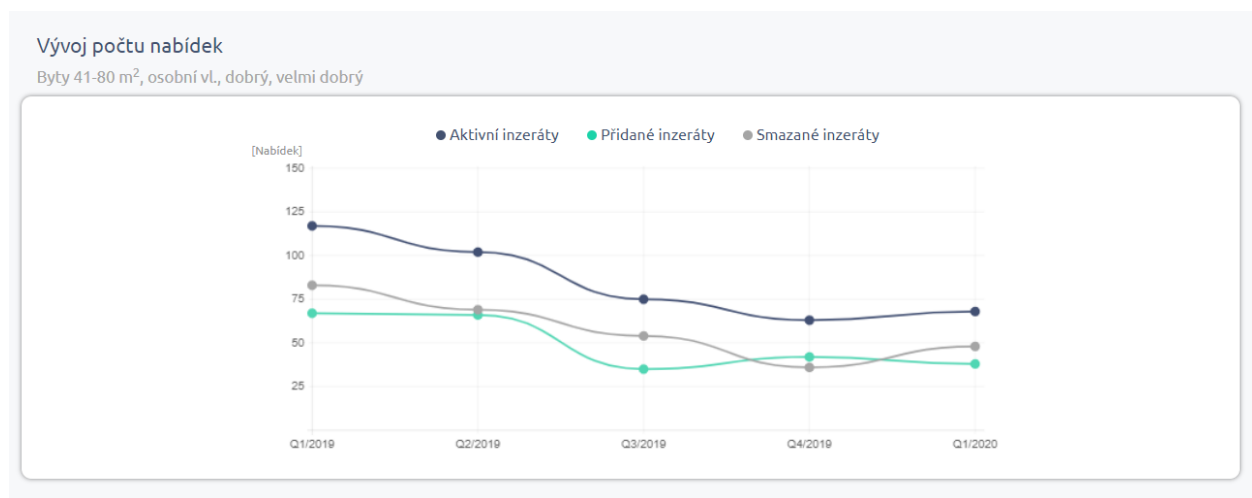
Olomouc



Graf 3.1 Vývoj počtu nabídek v Olomouci

Zdroj: [30]

Zlín



Graf 3.2 Vývoj počtu nabídek ve Zlíně

Zdroj: [30]

3.1.3 Průměrná doba inzerce, vývoj poptávky

Tyto tabulky nám vyhodnocují průměrnou délku inzerce dané nabídky v jednotlivých kvartálech sledovaného období. Na základě tohoto ukazatele můžeme konstatovat, že ve Zlíně se byt, dle zadaného parametru: všechny byty, inzeroval v průměru **54 dní**, kdežto v Olomouci **89 dní**.

Olomouc

Tab. 3.1 Průměrná doba inzerce v Olomouci

Průměrná doba inzerce					
Vývoj poptávky					
	Q1/2019	Q2/2019	Q3/2019	Q4/2019	Q1/2020
Byty 41-80 m ² , osobní vl., dobrý, velmi dobrý	75 dní	84 dní	74 dní	80 dní	88 dní
Byty 41-80 m ²	75 dní	81 dní	79 dní	75 dní	84 dní
Všechny byty	75 dní	83 dní	89 dní	75 dní	89 dní

Zdroj: [30]

Zlín

Tab. 3.2 Průměrná doba inzerce ve Zlíně

Průměrná doba inzerce					
Vývoj poptávky					
	Q1/2019	Q2/2019	Q3/2019	Q4/2019	Q1/2020
Byty 41-80 m ² , osobní vl., dobrý, velmi dobrý	77 dní	54 dní	66 dní	54 dní	59 dní
Byty 41-80 m ²	75 dní	59 dní	68 dní	47 dní	57 dní
Všechny byty	75 dní	60 dní	71 dní	49 dní	54 dní

Zdroj: [30]

3.1.4 Vývoj nabídkové ceny

Následné grafy nám znázorňují obecně známý jev, a to růst cen bytů. U Olomouce můžeme konstatovat, že růst cen byl u všech kategorií bytů (dle zadaných parametrů) obdobný, kdežto ve Zlíně převažoval růst cen u bytu v kategorii: dobrý, velmi dobrý, a to zvláště v Q4/2019.

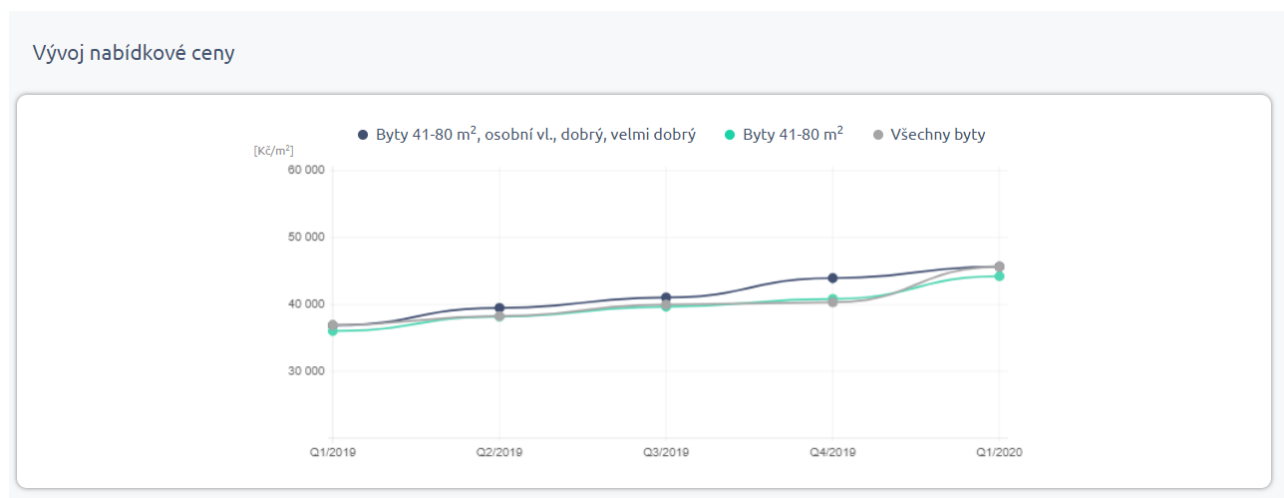
Olomouc



Graf 3.3 Vývoj nabídkové ceny v Olomouci

Zdroj: [30]

Zlín



Graf 3.4 Vývoj nabídkové ceny ve Zlíně

Zdroj: [30]

3.1.5 Zhodnocení

Na základě analyzovaných dat můžeme tedy konstatovat, že v porovnávaných městech Olomouci i Zlíně došlo k nárůstu průměrné ceny bytů (dle zadaných parametrů). V Olomouci o 15 % a ve Zlíně o 24 %.

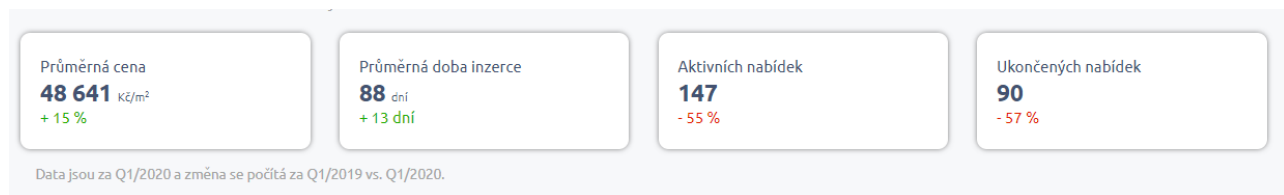
Průměrná doba inzerce bytů (dle zadaných parametrů) se v Olomouci prodloužila o 13 dnů, kdežto ve Zlíně se průměrná doba inzerce zkrátila o 18 dnů.

Počet aktivních nabídek klesl v Olomouci o 55 %, ve Zlíně byl zaznamenán pokles o 42 %.

Počet ukončených nabídek ve sledovaném období se snížil v Olomouci v průměru o 57 %, v porovnání se Zlínem, kde toto snížení bylo o 42 %.

Pokud by tedy imaginární klient vlastnil dva byty (odpovídají zadaným parametrům), a zvažoval by prodej, můžeme na základě analýzy konstatovat, že ačkoliv se nabídka bytů v Olomouci zmenšila a počet obchodů je vyšší než ve Zlíně, ceny bytů ve Zlíně rostly naproti tomu více a doba inzerce (prodeje) byla kratší. Tyto informace pak mohou být využity jako podklad pro konečné rozhodnutí a vyřešení dané situace klienta.

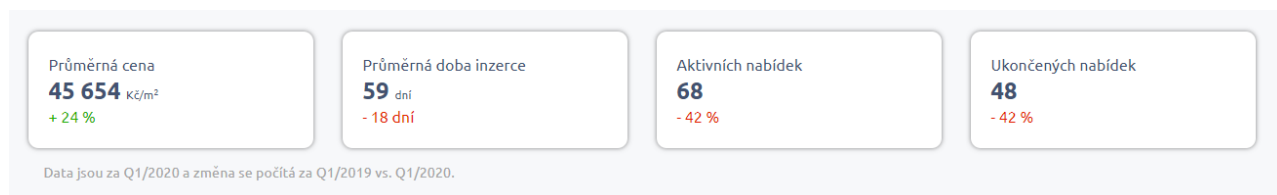
Olomouc



Obr. 3.2 Rekapitulace hodnocených kritérií v Olomouci

Zdroj: [30]

Zlín



Obr. 3.3 Rekapitulace hodnocených kritérií ve Zlíně

Zdroj: [30]

4 Návrhy a doporučení

V předchozí kapitole byl demonstrován vývoj nabídky a ceny bytů (dle zadaných parametrů). Poptávka na realitním trhu obecně byla v uplynulých letech vysoká a stabilní, a souvisela zejména s konjunkturou ekonomiky, růstem mezd a s pozitivním očekáváním kupujících. Největší zájem byl obecně o byty. Nabídka starších bytů se totiž snížila a novostaveb byl v Olomouci a ve Zlíně nedostatek.

Trh a vývoj cen určovali prodávající, i když rozdíl mezi nabídkovou a realizovanou cenou se začal opět mírně zvyšovat.

Ceny pokračovaly v růstu i u nemovitostí v neatraktivních lokalitách, a to důsledkem chybějících atraktivních nemovitostí.

Zájemci o byt si nemohly příliš vybírat, nabídka bytů totiž nestačila uspokojovat poptávku.

Každopádně bydlení je jednou ze základních lidských potřeb a v každé společnosti je na ně kladen větší či menší důraz. Vždy však zůstává důležitou podmínkou pro zajištění spokojenost obyvatelstva. A právě realitní trh je místo, kde se setkává zájem kupujících po získání vysněného bydlení a touha prodávajících výhodně prodat svoji nemovitost.

Aby realitní kanceláře a služby jimi poskytované byly v této situaci klesající nabídky pro prodávající a kupující přidanou hodnotou, a ti jejich služby využívali, musí realitní kanceláře zajistit perfektně fungující „živý“ systém, který je schopný se rychle přizpůsobit a reagovat na co nejvíce dílčích faktorů vstupujících do celkové problematiky v oblasti nemovitostí.

4.1 Ukazatelé správného výběru realitní kancelář

Jak bylo v této práci popsáno, problematika spojená s oblastí realit a jejich zprostředkováním se může jevit jako složitá, a ne vždy přehledná. Pro spotřebitele tak vyvstává otázka správné volby, komu svěřit prodej či nákup nemovitosti. Vodítkem pro klienty ke správnému výběru realitní kanceláře mohou být i tyto ukazatelé.

4.1.1 Velikost

Velké společnosti realizující velké množství prodejů podnikají obvykle transparentně. Znamená to například, že pravidelně zveřejňují výsledky svého hospodaření. Z praktického hlediska lze pak u větších kanceláří očekávat i větší poptávku, eventuálně nabídku, což pro klienta může znamenat buď rychlejší prodej, nebo možnost získání zajímavějšího bydlení. Na druhou stranu i lokální/regionální realitní kanceláře mají mnoho zkušeností z daného místa a mohou pomoci. Stejně tak najdeme i velmi kvalitní samostatné makléře.

4.1.2 Internetové stránky

Úroveň zpracování nabídky nemovitostí, tj. kvality fotografií, množství informací o jednotlivých zakázkách, společnosti atd.

4.1.3 Služby spojené s realitami

Finanční služby, pojištění, právní služby, informační servis, propagační služby, PENB, Homestaging atd.

4.1.4 Reference

Zveřejněná zpětná vazba bývalých klientů, na základě, které je možnost udělat si představu o způsobu a úrovni nabízené služby

4.1.5 Prostředí

Při vlastní návštěvě realitní kanceláře je dobré si všimnout, v jakém prostředí její obchodníci pracují. Dobře fungující kancelář má léty zavedené pracovní postupy, její pracovníci jsou schopni srozumitelně a dopodrobna zodpovědět všechny otázky klienta a všude panuje klid. Chaos a nepořádek by měly být jednoznačně varujícími signály.

4.1.6 Komunikace s klientem

Je vhodné se také zaměřit na to, jestli kancelář nechává vše čistě na obchodníkovi, nebo zda využívá další možnosti a komunikační kanály k tomu, aby klientům byly podávány pravidelné reporty o provedených činnostech, které vedou k prodeji/nákupu jeho nemovitosti, a aby klienti mohli podávat zpětnou vazbu již v průběhu obchodu atd.

Závěr

Profesionálové z asociací, odborná literatura i „zdravý selský rozum“ předkládají názor, že by si klienti měli vybírat tu realitní kancelář, která na trhu působí již delší dobu a nejsou s ní veřejně spojeny žádné skandály či jiné negativní zprávy. Ale i tato fakta nedávají klientovi vždy pevnou záruku. Důvěra českých klientů v realitní kanceláře není příliš velká, a realitní kanceláře si to zapříčinily mnohdy samy. Donedávna v České republice neexistoval žádný právní předpis, který by upravoval realitní činnost, od 3. 3. 2020 vstoupil v platnost zákon, který realitní činnost upravuje, ale zda se něco podstatně změní, je otázka do budoucnosti. Již v současné době vznikají komplikace se zavedením a dodržováním tohoto zákona v praxi. Nyní je to hlavně zapříčiněno výskytem Pandemie COVID-19. Část makléřů a realitních zprostředkovatelů totiž kvůli opatřením nouzového stavu nemůže skládat profesní zkoušky, které z realitního zákona vycházejí. Makléři potřebují profesní zkoušky k tomu, aby svoji živnost změnili z volné na vázanou. Dle aktuálních informací mohou realitní makléři prokázat odbornost pro svou práci až do začátku března příštího roku. Poslanci dále schválili uvolnění podmínek pro nové zprostředkovatele, kteří by chtěli provozovat své podnikání pod velkými realitními kancelářemi. Půl roku od nabytí účinnosti zákona (březen 2020) tak mohou působit na základě původní volné živnosti, nemohou ale poskytovat službu úschovy peněz [32].

Pandemie COVID-19 obecně hýbe celým realitním trhem. Zejména v Praze zlevňuje nájemné v bytech výrazným způsobem a nabídka bytů přibývá v návaznosti na kolaps AirBnB a krátkodobých pronájmů turistům. V nabídkách pražských realitních kanceláří přibývají denně stovky nově nabízených bytů k pronájmu – podle portálu Sreality.cz se jen mezi 24. březnem a 8. dubnem v Praze zvýšil počet bytů nabízených k dlouhodobému pronájmu z 5 963 na 7 436, což odpovídá zhruba třetině. Na Praze 1 nabídka narostla o 45 %, na Praze 2 o 33 %. Ceny prodávaných bytů se ale zatím příliš nemění. Odhaduje se, že realitní trh celkově spíše zpomalí, nežli spadne, debatují experti [33].

Je možné, že pražský realitní trh koronavirová krize zřejmě poznamená už nevratně. Trh krátkodobých pronájmů se výrazně pročistí a řada podnikatelů v tomto oboru odejde z byznysu úplně. Nabídka nájemního bydlení se tak má naději stát přístupnější pro širší lokální veřejnost. Naopak u bytů prodávaných do osobního vlastnictví odborníci trhu zatím cenový pád příliš nečekají, poptávka po bytech je pořád silná. V Praze totiž dlouho-

době chybí na trhu několik tisíc bytů, což díky silné poptávce tlačilo ceny rekordně vysoko, toto se ale prý krizí nezmění: „*Chybějící dostupné bydlení přežije bohužel i covid-19*“ nechal se slyšet ředitel největšího rezidenčního developera v zemi Central Group, Tomáš Pardubický [33]. Je ale očekávatelné, že kvůli obavám z budoucnosti, z výše platů a strachem z nezaměstnanosti, může hodně spotřebitelů s nákupem bytů spíše otálet, i kdyby nabídka byla. Dalším nejasným bodem je zvažované zrušení daně z nabytí nemovitosti. Ministryně financí Alena Schillerová se na začátku dubna nechala slyšet, že návrh je součástí „daňového balíčku“, a tím dokonale zmátla odbornou i laickou veřejnost. Kupující teď přirozeně čekají na další vývoj této záležitosti, neboť zrušení této 4% povinnosti a dalších daňových možností ovlivňuje jejich ekonomické rozhodování [33].

Cílem bakalářské práce bylo popsat fungování realitního trhu a seznámit se službami nabízené realitní kanceláří. K vypracování práce byly použity relevantní zdroje – odborná literatura, sekundární zdroje; především internet, a analýza interních dokumentů šetřené realitní kanceláře STING.

Bakalářská práce se postupně věnovala všem vytyčeným cílům a v závěrečné části shrnula současný charakter českého realitního trhu a předešla pravděpodobný vývoj a trendy pro budoucnost několika následujících let. Došla k závěru, že trh se bude vyvíjet. Ceny budou nejspíše stagnovat a počty transakcí by mohly mírně klesnout. Dříve nebo později se ale určitě projeví následky „koronavirové krize“, která ovlivní křivky realitního trhu. Kdy však k tomu dojde a jak rychle se trh rozeběhne do nečekaných směrů, to už zůstává otázkou budoucnosti.

Seznam zdrojů

- [1] BRADÁČ, A., FIALA, J. a HLAVINKOVÁ, V. *Nemovitosti - oceňování a právní vztahy*. 4. vydání. Praha : Linde, a.s., 2007. str. 740. ISBN 978-80-7201-679-2.
- [2] JANKŮ, M. *Nemovitosti, byty prodej a koupě*. 1. vydání. Praha : Computer Press, 2003. str. 254. ISBN 80-7226-899-6.
- [3] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ, ODBOR VEŘEJNÝCH DRAŽEB. *Analýza současné situace v oblasti podnikání realitních kanceláří a návrh variant řešení*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu, Ministerstvem financí a Ministerstvem spravedlnosti, Květen 2012.
- [4] MUJ-PRAVNIK.CZ. *Realitní zákon*. [Online] 2010-2020. [Citace: 7. Duben 2020.] <https://muj-pravnik.cz/realitni-zakon/>.
- [5] ŠVESTKA, J., a další. *Občanský zákoník I: Komentář*. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2008. str. 1221. ISBN 978-80-7400-004-1.
- [6] BANKY.CZ - Největší a nejprehlednější informační server o bankách v ČR. *Zástavní smlouva k nemovitosti - Definice Zástavní smlouva k nemovitosti*. [Online] Web design & web development Profit Visions, 2020. [Citace: 15. Duben 2020.] <https://www.banky.cz/realitni-slovník/zastavni-smlouva-k-nemovitosti/>. ISSN 2464-4579.
- [7] SYRUČEK, V., SABOTINOV, V. a kol. *Realitní právo*. Praha : C. H. Beck, Praktická knihovna (C. H. Beck), 2018. ISBN 978-80-7400-701-9.
- [8] NAHLÍŽENÍ DO KATASTRU NEMOVITOSTÍ ONLINE - katastr nemovitostní online, výpisy z katastru nemovitostní, katastrální mapy, katastrální úřad ČR. *Návrh na vklad do katastru nemovitostí*. [Online] [Citace: 10. Duben 2020.] <http://www.katastr.net/navrh-na-vklad-do-katastru-nemovitosti>.
- [9] NAHLÍŽENÍ DO KATASTRU NEMOVITOSTÍ ONLINE - katastr nemovitostní online, výpisy z katastru nemovitostní, katastrální mapy, katastrální úřad ČR. *Výpis z katastru nemovitostí - LV list vlastnictví*. [Online] [Citace: 10. Duben 2020.] <http://www.katastr.net/vypis-z-katastru-nemovitosti-online>.
- [10] BRADÁČ, A., FIALA, J. a kol. *Rádce majitele nemovitosti*. 2. aktuální vydání. Praha : Linde, a.s., 2006. str. 1055. ISBN 80-7201-582-6.

- [11] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. [Online] 12. Duben 2020. [Citace: 12. Duben 2020.] <https://www.czso.cz>.
- [12] SPRÁVA NEMOVITOSTÍ - rady společenství vlastníků. *Služby v oblasti správy nemovitostí*. [Online] ANTstudio. [Citace: 7. Duben 2020.] <http://www.nemovitosti-sprava.cz/sluzby-spravcu-nemovitosti.htm>.
- [13] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha : Grada, 2014. str. 272. ISBN 978-80-247-5037-8.
- [14] GROS, I. *Velká kniha logistiky*. Praha : Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, 2016. ISBN 978-80-7080-952-5.
- [15] HALÁSEK, D. a kol. *Logistika v odvětvích služeb*. 1. vydání. Přerov : Vysoká škola logistiky, 2013. str. 335. ISBN 978-80-87179-30-7.
- [16] SIXTA, J. a MAČÁT, V. *Logistika teorie a praxe*. Brno : Computer Press a. s., 2005. str. 316. ISBN 80-251-0573-3.
- [17] ARK. *Asociace realitních kanceláří České republiky*. [Online] 2019. [Citace: 7. Duben 2020.] https://www.arkcr.cz/?r_id=14.
- [18] WIKIPEDIA - Otevřená encyklopedie. *Realitní kancelář STING*. [Online] Creative Commons, 14. Červen 2019. [Citace: 7. Duben 2020.] https://cs.wikipedia.org/wiki/Realitn%C3%AD_kancel%C3%A1%C5%99_STING#Kontroverze.
- [19] STING. *Realitní kancelář STING*. [Online] Realitní kancelář STING, s. r. o., 1997-2020. [Citace: 7. Duben 2020.] <https://www.rksting.cz/o-nas/>.
- [20] STING. *Naše Vize a Poslání na trhu realit*. [Online] Realitní kancelář STING, s. r. o., 1997-2020. [Citace: 7. Duben 2020.] <https://www.rksting.cz/o-nas/vize-a-poslani/>.
- [21] TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*. Praha : C. H. Beck, Beckova edice ekonomie, 2014. ISBN 978-80-7400-507-7.
- [22] STING. *STING Finance*. [Online] STING Finance s.r.o., 2018. [Citace: 9. Duben 2020.] <https://www.stingfinance.cz/onas>).
- [23] STING, REALITNÍ A INVESTIČNÍ SKUPINA. *Grafická mapa produktů a služeb*. Třinec : Realitní a investiční skupina STING, Říjen 2016. Marketingový propagační materiál.

- [24] STING. *Komplexní servis*. [Online] Realitní kancelář STING, s. r. o., 1997-2020. [Citace: 10. Duben 2020.] <https://www.rksting.cz/produkty-a-sluzby/komplexni-servis/>.
- [25] CIESLAROVÁ, Taťána. Provizní systém. *Obchodníci_Reality*. [Tisk]. Třinec : Realitní a investiční skupina STING, 1. Leden 2020. Interní směrnice skupiny STING. S150401.
- [26] GAJDICOVÁ, D. a KONDZIOLKOVÁ, H. Katalog produktů Realitní skupiny STING (produktové listy). [editor] Kupčáková Renáta. [Tisk]. Třinec : Realitní a investiční skupina STING, 17. Září 2019. S140326. Interní směrnice skupiny STING.
- [27] STING. *STING Detektiv*. [Online] Realitní kancelář STING, s. r. o., 1997-2020. [Citace: 25. Duben 2020.] <https://www.rksting.cz/klientsky-servis/sting-detektiv/>.
- [28] STING. *STING Detektiv*. [Online] Realitní kancelář STING, s. r. o., 1997-2020. [Citace: 10. Květen 2020.] <https://www.rksting.cz/reklama/sting-detektiv/>.
- [29] KUPČÁKOVÁ, Renáta. Pravidla a postupy při poskytování služeb poskytovatele spotřebitelského úvěru. *Směrnice, Výkupy a řízení rizik, Kredit Finance s. r. o.* Třinec : Realitní a investiční skupina STING, 17. Září 2019. 08_04_01122018. Interní směrnice skupiny STING.
- [30] VALUO. *Analýza veřejných nabídek nemovitostí*. [Online] Valuo Technologies, 2020. [Citace: 13. Duben 2020.] <https://www.valuo.cz/statistics/detail>.
- [31] REFLEX. *Odstartoval nový porovnávač cen nemovitostí Valuo.cz, investovali do něj zakladatelé ePojištění.cz*. [Online] Copyright CZECH NEWS CENTER a.s., 24. Říjen 2018. <https://www.reflex.cz/clanek/zajimavosti/90720/odstartoval-novy-porovnavac-cen-nemovitosti-valuo-cz-investovali-do-nej-zakladatele-epojistení-cz.html>.
- [32] SEZNAM ZPRÁVY. *Sněmovna v noci schválila, jak se má změnit život v Česku kvůli koronaviru*. [Online] Seznam.cz, a.s., 9. Duben 2020. [Citace: 10. Duben 2020.] <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/snemovna-schvalila-jak-se-ma-zmenit-zivot-v-cesku-kvuli-koronaviru-99002?seq-no=1&dop-ab-variant=&source=article-detail>.
- [33] SEZNAM ZPRÁVY. *V Praze krize sráží ceny nájmu. Zlevnění bytů ale nečekejte*. [Online] Seznam.cz, a.s., 9. Duben 2020. [Citace: 12. Duben 2020.] <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/v-praze-krize-srazi-ceny-najmu-zlevneni-bytu-ale-necekejte>

98868?dop_ab_variant=0&dop_source_zone_name=zpravy.sznhp.box&seq_no=7&source=hp&utm_source=www.seznam.cz&utm_medium=z-boxiku&utm_campaign=null.

Právní předpisy

- Zákon č. 39/2020 Sb., o realitním zprostředkování a o změně souvisejících zákonů (zákon o realitním zprostředkování).
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.
- Zákon č. 256/2013 Sb., o katastru nemovitostí.
- Zákon č. 151/1997 Sb., o oceňování majetku.
- Nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností.
- Zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru.

Seznam obrázků

Obr. 2.1	Klíčové faktory logistiky 7 „S“	27
Obr. 2.2	Grafické znázornění společností ve skupině STING.....	30
Obr. 2.3	Reklamní banner	36
Obr. 3.1	Zadání požadovaných parametrů.....	44
Obr. 3.2	Rekapitulace hodnocených kritérií v Olomouci.....	48
Obr. 3.3	Rekapitulace hodnocených kritérií ve Zlíně	48

Seznam grafů

Graf 3.1	Vývoj počtu nabídek v Olomouci.....	45
Graf 3.2	Vývoj počtu nabídek ve Zlíně	45
Graf 3.3	Vývoj nabídkové ceny v Olomouci	47
Graf 3.4	Vývoj nabídkové ceny ve Zlíně.....	47

Seznam tabulek

Tab. 2.1	Přehled sazeb a odměn za vlastní činnosti obchodníka	35
Tab. 2.2	Příklady výpočtů odměny makléře (výpočet je pouze orientační)	35
Tab. 3.1	Průměrná doba inzerce v Olomouci	46
Tab. 3.2	Průměrná doba inzerce ve Zlíně	46

Seznam příloh

Příloha A Manuál obchodníka

MANUÁL OBCHODNÍKA**Manuál obchodníka****M 190701****Manuál obchodníka**

Účinnost od: 1. 7. 2019

OBSAH

1.	POSTUP REALIZACE OBCHODNÍHO PŘÍPADU	5
2.	NÁBĚR NEMOVITOSTÍ.....	6
2.1.	Zdroje náběrů.....	6
2.2.	Domluvení schůzky.....	8
2.3.	Příprava na náběr.....	9
2.4.	Cíle náběru.....	9
2.5.	Doporučený postup na náběru nemovitosti.....	11
2.6.	Seznam analytických otázek	14
2.7.	Používané smlouvy při prodeji nemovitosti	16
2.8.	Nastavení provize.....	25
2.9.	Fotografování nemovitostí.....	26
2.10.	Video prohlídky	28
2.11.	Virtuální prohlídky	31
3.	AKTIVNÍ PRÁCE SE ZAKÁZKOU	34
3.1.	Vložení zakázky do intranetu	34
3.2.	Párování zakázek.....	34
3.3.	Vkládání poptávek.....	35
3.4.	Práce se zakázkami	35
3.5.	Práce s kontakty	36
4.	PROHLÍDKY	37
4.1.	Příprava na prohlídku nemovitostí	37
4.2.	Prohlídka.....	38
4.3.	Ukončení prohlídky	38
5.	REALIZACE PRODEJE	39
5.1.	Rezervace	39
5.2.	Smlouva o smlouvě budoucí, Kupní smlouva.....	40
5.3.	Předání nemovitosti.....	41

6.	UKONČENÍ OBCHODNÍHO PŘÍPADU.....	41
6.1.	Uzavření obchodního případu.....	41
6.2.	Hodnocení obchodníka.....	42
7.	VYBRANÉ NÁMITKY A ARGUMENTY.....	42
8.	OTÁZKY K ATESTACI.....	48

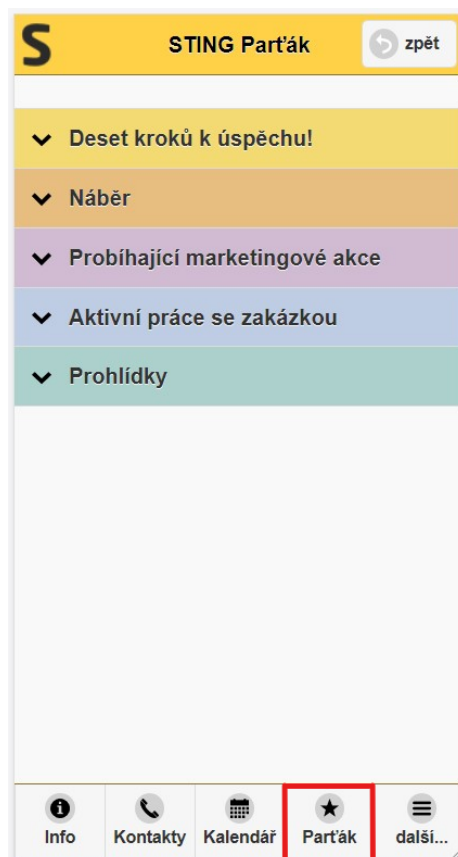
Toto je manuál, který slouží jako vodítko – pomocný nástroj a měl by Ti ulehčit práci.

Stojí také za to otevřít odkaz STING Parták, ve kterém najdeš veškeré návody, rady, formuláře a vždy aktuální informace.

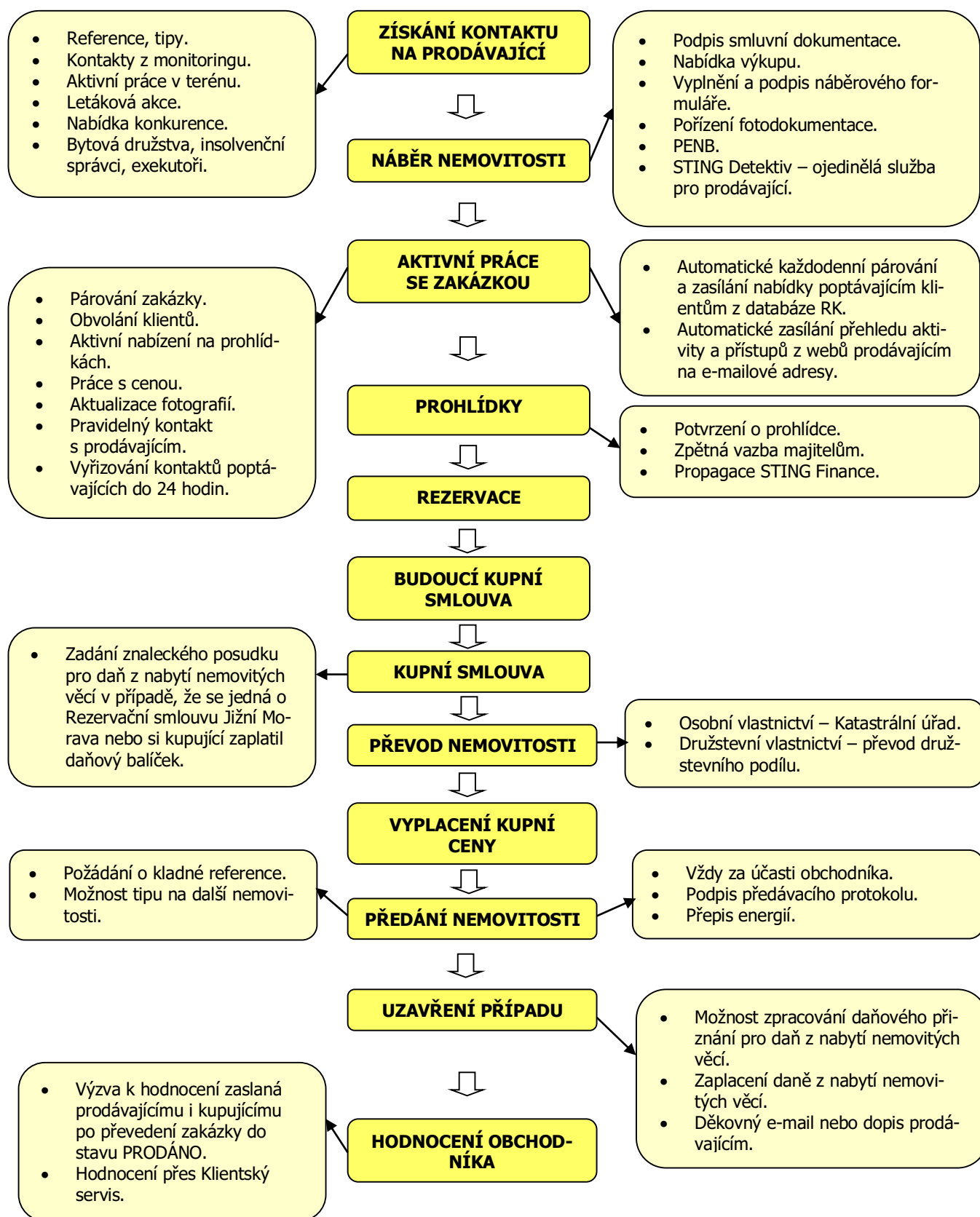
Vhodné je použít tablet v terénu.

STING Parták je jedna ze záložek mobilního intranetu (viz. obrázek). Do mobilního intranetu se dá přihlásit:

- internetovým prohlížečem (v počítači nebo mobilu na adresu https://intranet.rksting.cz/mobile_login)
- mobilní aplikací Android (aplikace je ke stažení z přihlašovacího dialogu na stránce https://intranet.rksting.cz/mobile_login) nebo iPhone (vyhledat STING Makléř na AppStore)



1. POSTUP REALIZACE OBCHODNÍHO PŘÍPADU



2. NÁBĚR NEMOVITOSTÍ

2.1. Zdroje náběrů

Při získávání náběrů je důležitá aktivita obchodníka ve vyhledávání možných obchodních příležitostí. Uvedený výčet zdrojů náběrů zahrnuje všechny možné způsoby získání nemovitosti do své nabídky. Důležité je nezaměřit se pouze na některé způsoby, ale naopak průběžně využívat všechny možnosti, díky kterým lze docílit požadovaného počtu náběrů.

- **AKTIVNÍ OBCHODNÍK**

Nejzkušenější obchodníci se zaměřují na způsob náběru, kdy jsou u prodávajícího dříve než ostatní, tedy v době, kdy prodávající ještě nezačal aktivně oslovovat realitní kanceláře nebo nezačal samostatně inzerovat na realitních serverech. Při tomto způsobu náběru je daleko vyšší úspěšnost při vyjednávání o smlouvě a je pravděpodobná i možnost nastavení vyšší provize. Obchodník je u prodávajícího první a jedná s ním bez konkurence ostatních RK.

- **AKTIVNÍ PRODÁVAJÍCÍ**

Je ten prodávající, který aktivně vyhledává zájemce o svou nemovitost. Dělá si výběrová řízení na vhodnou RK, oslovuje své okolí s nabídkou prodeje, následně inzeruje nemovitost na realitních serverech a vývěskách v obchodních domech. Mezi tyto servery patří např. Bazoš, Bezrealitky, Annonce, Avízo. Díky inzerování na těchto serverech se prodávající prostřednictvím monitoringu Adol a Octopus dostane k realitním makléřům většiny RK, kde se následně vytváří konkurenční boj o nabízení jeho nemovitosti.

- **ZDROJE NÁBĚRŮ**

- ❖ reference spokojených klientů – po ukončení případu požádat prodávající a kupující o kladné hodnocení a rozšíření pozitivních referencí ve svém okolí
- ❖ osobní marketing v lokalitě, kde obchodník působí – plachty s fotografií a tel. číslem na obchodníka
- ❖ automobil s firemním polepem
- ❖ inzerce tištěná, lokální, celorepubliková, denní tisk, speciální přílohy novin, inzertní časopisy (tištěná inzerce, pokud není i v internetové verzi, se neobjeví ani v monitoringu soukromé inzerce)
- ❖ on-line informace o nabídkách soukromých inzerentů z webových zdrojů jsou přístupné v intranetu v oddíle **„volné nabídky“**
 - a) nové nabídky – u nových nabídek je důležitá rychlost kontaktování prodávajícího
 - b) starší nabídky – vyhledávání nabídek nabízejících se delší dobu, nabídka výkupu – v těchto případech bývá prodávající unaven dlouhým nabízením
- ❖ poptávkový inzerát

příklad č. 1: „Hledám byt/RD v blízkosti Ostravy, právní servis zajistím.“

příklad č. 2: „Nutně hledám byt v této lokalitě, platím hotově.“

- ❖ sledování zakázek u konkurence na internetu
 - a) spolupráce
 - b) nalezení nemovitosti + aktivní oslovení klienta
- ❖ vyhledání neobydlených nemovitostí, prázdných bytů, nezastavěných pozemků – zjištění bydliště majitele či majitelů a jejich následné oslovení (nejvhodnější je zjištění telefonického kontaktu od sousedů, na obecním úřadě nebo vyhledáním na internetu – pokud se to nepovede, zašlete na adresu majitele korespondenční lístek nebo dopis s prosbou o kontaktování – je vhodné bez uvedení důvodu, pak je úspěšnost zavolání zpět vyšší)
- ❖ spolupráce s notáři – vyhotovení posudku o ceně nemovitosti pro dědické řízení (v případě, že následně bude zrealizován prodej přes RK, je možné udělat posudek zdarma – úspora cca 5 tis. Kč oproti posudku vyhotovenému znalcem)
- ❖ spolupráce s menšími RK za předem domluvenou provizi
- ❖ exekutoři a jejich aktivní oslovení, spolupráce, řešení zadlužených nemovitostí, půjčka, výkup
- ❖ insolvenční správci přes prodej nemovitosti z majetkové podstaty dlužníka, odkoupení nebo zprostředkování prodeje – provize je možná od insolvenčního správce (max. 5 % včetně DPH) nebo od kupujícího, o změně ceny nebo způsobu prodeje rozhoduje zajištěný věřitel (ten, kdo má na nemovitosti zástavní právo)
- ❖ tipaři, jakožto fyzické osoby spolupracující za provizi, např. doručovatel/ka, číšník/servírka z místní restaurace, obecní úřad, obsluha v místním obchodě, **bývalí klienti – prodávající nebo kupující**
- ❖ tipaři, u kterých jsou již navázané dlouhodobé spolupráce za dělení provize z případu, poskytovatelé finančních půjček, makléři ostatních RK, zástupci bytových družstev, finanční poradci
- ❖ soukromé letáky, které se mohou vylepit ve vlastní svěřené lokalitě (mezi strategická místa patří např. zastávka, obchod, lékař, databáze letáků, která je dostupná na intranetu)
- ❖ firemní letáky zaměřené na známost značky a podporu nákupů
- ❖ informace od klientů na prohlídkách a náběrech – dotazovat se, jaké nemovitosti už viděli, kde byli na prohlídkách
- ❖ sféra osobního vlivu – informuji své známé, rodinu, ve fitku o tom, že dělám v realitách. Nejlepší náběry jsou na doporučení
- ❖ inzerce výkupů a možnosti hotovosti do 24 hod. v rubrice finance (finanční produkty)
- ❖ obvolání poptávajících, u kterých je potřeba si ujasnit, co hledají, nabídnout jim své nemovitosti, zeptat se, jak hodlají nemovitost financovat (pokud prodejem jiné nemovitosti, pak se snažit nabrat, pokud hypotékou, doporučit STING Finance)
- ❖ zelená linka, osobní návštěva pobočky, plachty RK STING v lokalitě
- ❖ vývěsky v obchodních centrech, vitríny, soukromé inzeráty
- ❖ bytová družstva
- ❖ lustrace ČÚZK, kde dle čísla popisného zjistím č. p. s exekucemi, dražbou

- ❖ sociální sítě – Facebook, Instagram - založím si svůj makléřský profil a informuji všechny své virtuální přátele o novinkách v nabídce, o dění na realitním trhu a vystupuji jako profík v realitách

2.2. Domluvení schůzky

• TELEFONICKÝ KONTAKT

Hovor musí být krátký a efektivní. **Cílem rozhovoru je dohodnutí osobní schůzky na nemovitosti v co nejkratším časovém horizontu – nejlépe ihned.** V telefonickém rozhovoru se nediskutuje o ceně a podmínkách prodeje. Nemovitost je nutné nejdříve shlédnout a teprve poté přijde na řadu odhad tržní ceny. Následně je klient seznámen s postupem při využití služeb RK.

Díky zjištění přesné adresy nemovitosti může jít obchodník na náběr nemovitosti vybaven informativním výpisem z ČÚZK. Obchodník bude působit profesionálně, a navíc na výpisu může zjistit spoustu důležitých informací o nemovitosti, majitelích a právních vadách.

Pokud je klient nepřístupný, může obchodník vždy vystupovat za přímého kupujícího, tedy jako zástupce společnosti STING investiční fond s proměnným základním kapitálem, a.s. (dále jen SIF), která nakupuje zajímavé nemovitosti. V tomto případě jde obchodník shlédnout nemovitost, zda odpovídá představám fondu. Obchodník je tedy mimo jiné také možným konečným kupcem. Pokud nedojde k domluvě na ceně, může obchodník nabídnout spoustu jiných služeb od půjček přes zálohu na kupní cenu až po klasické zprostředkování.

Úspěšný obchodník se telefonátů nebojí a nenechá se odradit prvním neúspěchem. Vždy volá na všechny inzeráty, i když se jedná na první pohled o předraženou nemovitost a nesmysl. Dobrou argumentací může obchodník získat zajímavou nemovitost do nabídky. Úspěšný obchodník se liší od obchodníků konkurence. Je třeba být zdravě sebevědomý, usmívat se, a to i do telefonu – klient i přes telefon cítí, zda jste v dobré náladě nebo zda jste nejistí.

7 pravidel úspěšného telefonátu:

1. **RYCHLOST:** telefon zvedejte po druhém až třetím zazvonění. Ne okamžitě a ne déle (není příjemné, když Vám do ucha vyzvání telefon)
2. **ZDVOŘILOST:** zdvořile klienta uvítejte – omluvte se, pokud to vyplynulo z hovoru, za jakékoli pochybení - nabídněte mu pomoc či řešení - **musí být slyšet Váš úsměv**
3. **PŘÍPRAVA:** mějte po ruce všechny potřebné informace - charakteristika nemovitosti, klady i nedostatky, cena
4. **PŘESNOST:** buďte přesný/á a držte se faktů, klient si toho váží více než bezzubého tlachání
5. **PROFESIONALITA:** klient chce řešit své vlastní problémy, ne Vaše....
6. **PRAKTIČNOST:** poskytněte klientovi jen to co chce, na podrobnosti bude prostor při osobním jednání
7. **POZITIVNÍ PŘÍSTUP:** ved'te hovor tak, aby měl klient prostor s Vámi souhlasit

- **OSOBNÍ NÁVŠTĚVA POBOČKY KLIENTEM**

Klient osobně navštíví kancelář a vždy musí dostat vyčerpávající informace od makléře, asistentky a případně také manažera. Klient by v tomto případě neměl mít potřebu hledat pomoc jinde, protože přišel do profesionální firmy. Takový klient by měl skončit s exkluzivní smlouvou.

2.3. Příprava na náběr

- **DOKUMENTY**

Aktuální LV, kopie katastrální mapy (z dálkového přístupu ČÚZK, www.cuzk.cz), veškeré typy smluvní dokumentace (výhradní Zprostředkovatelská smlouva, Smlouva o obstarání, Ujednání o smlouvě, Předmluvní informace, Souhlas o nakládání s osobními údaji, Náběrový leták) a obdobné nabídky nemovitostí v dané lokalitě (tyto nabídky si vytiskněte pro prodávajícího, protože se jedná o výborný nástroj pro získání výhradnosti).

- **MARKETINGOVÉ MATERIÁLY**

Prezentace služeb RK STING – náběrová trojskládačka, grafická mapa produktů, srovnání služeb podle zasmělnění, produktový leták Zpětný leasing, vizitky.

2.4. Cíle náběru

Před každým náběrem je potřeba si uvědomit, čeho chci na schůzce dosáhnout.

Náběr = tržní cena + výhradní smlouva + dobrá provize

- **TRŽNÍ CENA**

Podle cenové mapy, při které používáme data z KÚ o prodaných nemovitostech (data jsou tvořena zakázkami z Sreality a dalších realitních serverů ve stejné nebo srovnatelné lokalitě, zakázkami zrealizovanými přes naši RK), a ze začátku pomůže makléři také rada zkušenějších obchodníků či manažera.

Dalšími důležitými aspekty jsou lokalita (dostupnost, prostředí, povodňová mapa, hlučnost, prašnost, vybavení obce či místa, ale také např. sousedé či pověst a povědomí o dané lokalitě). Je dobré mít pro nastavení tržní ceny tyto podklady vytištěné s sebou.

Pravidlo vyřčení prodejní ceny nechejme vždy na vlastníkovi nemovitosti. Pokud by měl vyšší představu o ceně a obchodník mu sdělí reálnou cenu, může nastat situace, kdy se klient urazí a bude volit dalšího zprostředkovatele, který mu za vidinou podpisu Zprostředkovatelské smlouvy odsouhlasí jeho požadavek. Pokud by měl klient představu o nižší ceně, může zprostředkovatel nabídnout okamžitý odkup nemovitosti a využít tak obchodní příležitost. Z tohoto důvodu musí chtít obchodník vždy nejdříve slyšet představu o ceně od klienta.

Vhodným argumentem na vysokou prodejní cenu je např.: *„Zcela rozumím Vašemu požadavku, z našich zkušeností se pohybuje tržní cena v částce XY, a proto navrhuji, ať vyzkoušíme prodej Vaší nemovitosti za Vámi představovanou cenu na první měsíc či na dva měsíce. Vyzkoušíte si zpětnou vazbu trhu, budete moci sledovat návštěvnost své nemovitosti v Klientském servisu naší společnosti a budete mít jistotu, že jste si vyzkoušel prodejnost dle Vašich potřeb. Pokud by zájemci na takovou nabídku nereagovali, vydali bychom se směrem k námi navrhované ceně, souhlasíte?“*

Pokud i přes naše argumenty majitel trvá na nastavení ceny, o které víme, že je mimo realitu, je na našem uvážení, zda má cenu tuto nemovitost prezentovat a dělat jí reklamu.

• SMLOUVA

Pro klidný a jistý průběh obchodu je prioritou odejít z naběru s **výhradní smlouvou**. Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to na dobu ... měsíců. Pokud kterákoliv ze stran neoznámí písemně druhé straně alespoň 15 dní před uplynutím sjednané doby určité, že netrvá na prodloužení smlouvy, její trvání se opakovaně prodlužuje o dobu, na níž byla tato smlouva uzavřena.

Výhradnost zajistí dostatečný čas pro kvalitní péči o prodej nemovitosti a eliminuje prodej prostřednictvím jiného subjektu, či obcházení RK ze strany klientů.

Pokud není možno klienta přesvědčit na výhradní spolupráci na první schůzce, nevzdáváme se a podepíšeme **smlouvu nevýhradní**. Poté bude rozhodující první prohlídka a samotná práce se zakázkou a klientem. Samozřejmostí by měl být telefonát klientovi každý týden se zhodnocením situace (i kdyby

to měly být informace typu: na Vaši zakázku se podívalo 250 lidí, z toho mi dva volali, jednomu nevyhovuje místo, druhý chce jít na prohlídku apod.). Majitel tímto způsobem zjistí, že pro něj pracujete a pomáháte najít vhodného kupce, zapamatuje si Vás a také Vám se s tímto klientem bude lépe realizovat další kroky.

U této smlouvy se potýkám v roli obchodníka s rizikem prodeje prostřednictvím majitele, či jiného zprostředkovatele. Stále mám ale příležitost tento smluvní vztah převrátit do výhradní spolupráce díky svému přístupu k vlastníkovi nemovitosti.

Nejjednodušší variantou, jak přesvědčit klienta, ať podepíše alespoň něco, je **Ujednání o obsahu smlouvy**. Jedná se o nejméně jistý obchodní vztah a používáme ho v krajním případě u klientů, u kterých nelze podepsat klasickou smlouvu. Pamatujme, že právní vymáhání případných pokut je velmi těžké a nejisté. Tato varianta s sebou přináší to největší riziko s vyplacením provize. Investujeme energii do prodeje a máme nízkou jistotu celé realizace prodeje. Mějme na paměti, že „gentlemanské dohody v realitách jsou jen slova“.

- **PROVIZE**

Každý obchodník musí na začátku obchodu vědět, jaká bude jeho odměna v případě naplnění požadavku majitele, tedy úspěšného prodeje. Nízká provize vede ke kanibalizaci realitního trhu. Zprostředkovatel, který pracuje za nízké provize, nemá šanci dlouhodobě ustát tempo nízkého příjmu – často dochází k velkému výdeji energie spojené s prodejem a následné demotivaci obchodníka. Obchod je o vztahu win-win, tedy hledání řešení, které je výhodou pro obě strany. Pokud se s klientem domluvíte na výši provize, klient předpokládá, že je v provizi zahrnuta kompletní práce týkající se služeb spojených s prodejem jeho nemovitosti. Pokud se vyskytnou nečekané komplikace, např. dělení pozemku, sjednávání věcných břemen, dodatečná pasportizace staveb a další, jsou to práce, které nejsou standardní u všech zakázek. Následná žádost o dodatečné zvýšení provize může zanechat v klientovi nepříjemný pocit, že na něm chce obchodník vydělat. Je proto vhodné si už na počátku nastavit provizi vyšší, a pokud se vyskytnou komplikace při prodeji, obchodník ví, že je má již předem zakalkulovány v provizi.

2.5. Doporučený postup na náběru nemovitosti

Před samotným náběrem a schůzkou na nemovitosti nám pomůže **pravidlo 3×3**:

- **3 minuty před schůzkou je třeba se pozitivně naladit** – např. na nemovitosti mne čeká sympatický manželský pár, který ji chce prodat. Sportovci se před důležitým výkonem také soustředí na výkon. Stanovení si jasného cíle na schůzce – **TRŽNÍ CENA, PROVIZE, SMLOUVA**.
- **3 sekundy prvního dojmu rozhodují**, kde začneme, zda nastavíme vysoký standard, který udržujeme, stupňujeme a gradujeme nebo se propadneme do šedi konkurence, ze které se budeme horko těžko dostávat na výsluní.

Co nám v tom pomůže? Základní smysly, kterými vnímáme okolí:

ZRAK – obchodník je oblečen přiměřeně k situaci, kdy prodávající svěřuje do jeho rukou prodej nemovitosti, která je výsledkem jeho celoživotní snahy, je upravený a vzbuzuje důvěru.

HMAT – podání rukou při představení o ledasčem napovídá.

SLUCH – tón hlasu má být příjemný a přesvědčivý, oslovujte klienta jeho příjmením často, získáte si tím jeho sympatie.

ČICH – působte příjemně.

- **3 minuty komunikace** – co sdělujete klientovi je vnímáno takto:

OBSAH 7 %

TÓN HLASU 38 %

ŘEČ TĚLA 55 %

Důležité je věřit produktu. Pokud máš pochybnosti ty, pak těžko budeš přesvědčovat klienta o výhodnosti spolupráce s námi.

Jedním ze základních stavebních kamenů obchodníka je zjištění potřeb klienta a navrhnutí řešení jeho situace. Toho lze dosáhnout jednoduchým způsobem – **vhodným kladením otázek, nasloucháním jeho potřeb a navedení klienta k tomu, aby si sám vyhodnotil důležitost spolupráce s námi.**

TEN, KDO KLADE OTÁZKY, TEN TAKÉ VEDE ROZHOVOR!

Po příchodu na nemovitost, vzájemném představení a předání vizitky se snažíme odlehčenou formou o prolomení ledů. Poslouží nám k tomu vnímání okolí domu a úprava zahrady, např.: „Vidím, že máte krásně udržovanou zahradu, to je Váš koníček nebo Vaší ženy?“ nebo „S manželkou máme již strašně dlouho dilema, zda si pořídít bazén či ne, jak jste spokojen?“

Snažíme se projít zahradu, pohledem zkontrolovat stav domu z venku, opláštění, střechu, svody, světové strany. Výborným pomocníkem je technický formulář, kam si všechny tyto informace zaznamenáváme. Zanecháme dojem profesionála, který potřebuje znát detaily o domě. Navíc je technický formulář skvělým vodičkem, díky kterému nezapomeneme na žádný detail.

Pokud už jsme seznámeni se stavem nemovitosti, můžeme s majiteli začít domloutvat podmínky prodeje.

V této části obchodu je dobré představit firmu – jak dlouho jsme na trhu, jaké služby nabízíme, jak bude probíhat obchod v jednotlivých krocích, co pro klienta uděláme, jaké produkty jsme schopni nabídnout atd. Představíme také služby jako Záloha na kupní cenu nebo Nákup nemovitosti prostřednictvím SIF.

Postupným kladením analytických otázek zjišťujeme situaci klienta. Nesmí to sklouznout do roviny výsledku, tady je důležitý cit pro jednání s klientem (viz kapitola 2.6.).

PRVNÍ CÍL NÁBĚRU – TRŽNÍ CENA

Jakou máte představu o ceně? Zde platí pravidlo, kdo první vysloví cenu, prohrává. Pokud jsme tlačeni do vyslovení ceny, je na makléři otočit dotaz na majitele, např.: „Je to Váš majetek, pro Vás má určitou cenu.“ nebo „Už to nabízíte dva měsíce, měl jste tady určitě zájemce, s jakou cenou jste pracovali?“

Při vyslovení tržní ceny pokračujeme dále v jednání. V případě vyšší představy o ceně nemovitosti je čas na další otázky, které nám pomohou zjistit důvody této ceny:

- Jak jste přišel k této ceně?
- Máte zkušenost s prodejem nemovitosti?
- Co si myslíte, že ovlivňuje cenu nemovitosti?
- Pokud byste hledal podobnou nemovitost v této lokalitě, koupil byste ji za tuto cenu, když Vás čeká oprava střechy, výměna oken, aj.?
- Víte, jaký je rozdíl mezi nabídkovou cenou na Sreality a skutečnou tržní cenou?

Při stanovování tržní ceny je výborné podložit to konkrétními prodanými nemovitostmi v této lokalitě za posledního půl roku, buď formou katalogu prodaných nemovitostí nebo mobilní aplikací intranetu v mobilu, kde můžeme tyto zakázky vyfiltrovat. Obrázek totiž dokáže více než tisíc slov! Nebojme se pro nováčky použít prodané nemovitosti od kolegů, stačí se zeptat kolegy, který nemovitosti prodal na pár důležitých informací ke stavu a průběhu prodeje.

DRUHÝ CÍL NÁBĚRU – PROVIZE

Nebojte se říci si o solidní provizi hned na začátku případu. Snížit ji můžete v případě nouze vždy, ale když si nastavíte nízkou provizi hned na začátku, nedostanete pak ani o korunu více. Doporučenou výši máme zpracovanou v kapitole 2.8.

Zkušenost z jednání s klienty je taková, že klientům se zdá být provize vysoká vždy, ať si řekneme o 8 % nebo 5 %. Rozdíl je v tom, že pokud skončíme na 7 % v prvním případě, tak nás to nebude tolik bolet jako v druhém případě.

Uvědomme si, že v této fázi obchodu rozhodujeme o tom, jaká nás čeká odměna na konci případu. Příklad: provize 100 000 Kč a odměna makléři 30 000 Kč nebo provize 50 000 Kč a 15 000 Kč odměna makléři za stejně odvedenou práci.

I v této části obchodu mějme na paměti, že vhodným kladením otázek se dostaneme k cíli mnohem rychleji a elegantněji.

„Jakou máte představu o výši provize RK za úspěšně dokončený případ?“ Často bývají odpovědi, které nám velmi dobře nahrají na smeč. 20 % a podobně padá docela často, pak je jen na nás, jak to obchodně využijeme. „A to si představte, že já si vezmu za perfektně odvedenou práci a úspěšný prodej pouze 8 %. Co na to říct, to je férová nabídka, že?“

Pokud jsme úspěšně zvládli dosavadní kroky, pak přecházíme k probrání Zprostředkovatelské smlouvy, kde probereme s klientem, co jednotlivé body znamenají pro něj a pro nás. Podrobný popis smluv, které používáme při prodeji nemovitosti, najdeme v kapitole 2.7.

TŘETÍ CÍL NÁBĚRU – VÝHRADNÍ SPOLUPRÁCE

Zbývá nám třetí cíl náběru, a tím je výhradní spolupráce. Pokud jsme precizně zvládli celý proces jednotlivých kroků náběru, měla by být výhradní spolupráce logickým vyústěním.

Doporučení: nahrad'te slovo výhradnost slovem písemný souhlas s nabízením nemovitosti za jasně stanovených podmínek ve smlouvě.

„Spolupracujete při prodeji s jinou RK? Ne?“ Tím pádem máme bod 12 Zprostředkovatelské smlouvy a nemovitost budeme nabízet výhradně my.

Argumentace výhodnosti výhradní smlouvy pro klienta:

- ❖ realitní kancelář investuje nejvíce prostředků do výhradních zakázek
- ❖ garantovaná cena, možné snížení pouze se souhlasem majitele
- ❖ předem daná provize
- ❖ přednostní nabízení zakázky novým poptávajícím
- ❖ přístup do Klientského servisu, možnost využití STING Detektiva s možností sledovat vývoj zakázky

- ❖ klient obdrží Sphere card
- ❖ jedná pouze s jedním realitním makléřem – pro prodávající bude jistě příjemnější a bezpečnější setkávat se při prohlídkách nemovitosti s jedním vybraným makléřem, který bude plně respektovat časové možnosti prodávajícího i důvěrné informace spojené s prodejem
- ❖ díky nabízení jednou kanceláří neztrácí zakázka na exkluzivitu
- ❖ je pravidelně informován makléřem o stavu zakázky, sledovanosti, počtech dotazů, aj.
- ❖ makléř zprostředkovává zpětnou vazbu prodávajícímu od klientů, kteří byli na prohlídkách
- ❖ makléř informuje o aktuální situaci na realitním trhu
- ❖ makléř zajišťuje aktuálnost fotografií (zimní, letní foto)
- ❖ označení nemovitosti plachtou na prodej, zvýšení počtu poptávajících
- ❖ možnost vypovězení spolupráce v případě nespokojenosti s prací makléře bez sankcí a úhrady vynaložených nákladů ze strany RK
- ❖ po podpisu Zprostředkovatelské smlouvy, Technického formuláře o stavu nemovitosti, Předmluvních informací a Souhlasu se zpracováním osobních dat zřekapitulujeme jednotlivé kroky obchodu, jejich posloupnost, nastavení četnosti zpětné vazby reportu o stavu prodeje, zanecháme veškeré podepsané smlouvy v papírových složkách spolu s letáky a vizitkou
- ❖ fotografování nemovitosti, viz bod 2.9.
- ❖ podpisem smluv celý obchod začíná, čeká nás ještě spousta mravenčí práce, která je popsána v dalších bodech

2.6. Seznam analytických otázek

V praxi se setkáváme s celou řadou typů a druhů otázek. Každou z nich je vhodné použít v určité fázi hovoru s klientem. Účelem těchto otázek je **zjistit potřeby a přání klienta**. Na základě zjištění těchto potřeb pak můžeme navrhnout pro klienta „řešení na míru“. Při jejich kladení je dobré využít intuici, logickou návaznost, empatii a otázky přizpůsobit situaci a osobnosti klienta. Při komunikaci s klientem je důležité, abychom to byli právě my, kdo povede rozhovor.

- ❖ Jakou cenu si představujete za prodej Vaší nemovitosti? Jak jste dospěl k této ceně?
- ❖ Jste jediným vlastníkem? (toto již znáte z informativního LV) Souhlasí s prodejem další spoluvlastníci? Z jakého důvodu nesouhlasí? Máte plnou moc partnera?
- ❖ Máte nějakou dokumentaci k nemovitosti (např. list vlastnictví, snímek pozemkové mapy, nabývací titul, odhad)?
- ❖ Co Vás vedlo k rozhodnutí prodávat Vaši nemovitost? Z jakého důvodu prodáváte svou nemovitost?

- ❖ Co je pro Vás důležitější, cena nebo rychlost prodeje? Líbilo by se Vám, kdybychom Vaši nemovitost prodali rychle (včas)?
- ❖ Jak byste si představoval prodej? Na co kladete největší důraz?
- ❖ Už jste někdy prodával nemovitost?
- ❖ Máte Vy nebo někdo z Vašich přátel zkušenost s prodejem nemovitosti? Jaká byla ta zkušenost?
- ❖ Jak jste byli spokojeni se službami jiných realitních kanceláří? Jaké Vám nabídli služby v rámci jejich provize?
- ❖ Co bylo hlavním impulsem, že jste se mnou setkal? Co očekáváte od naší spolupráce?
- ❖ Víte o tom, že jsme před měsícem úspěšně prodali nemovitost v této lokalitě?
- ❖ Máte vyřešeno další bydlení? Jaké máte požadavky na další bydlení?
- ❖ Máte vyřešeno financování dalšího bydlení?
- ❖ Spolupracujete nyní ještě s jinou realitní kanceláří?
- ❖ Kolik zájemců o koupi Vám zajistili?
- ❖ Máte nějaké požadavky na potenciální kupce?
- ❖ Jste pracovně vytížený člověk? Kolik času Vám zabere denně Vaše zaměstnání?
- ❖ Pracujete do večera, budete mít ještě čas a chuť věnovat se prodeji?
- ❖ Přivítali byste, kdybychom za Vás připravili a vyřídili všechny podklady, smlouvy a další náležitosti potřebné při prodeji Vaší nemovitosti?
- ❖ Jistě Vás bude zajímat, co získáte prodejem nemovitosti přes realitní kancelář?
- ❖ Co všechno jste již udělal pro úspěšný prodej Vaší nemovitosti?
- ❖ Myslíte si, že je pro klienty příjemná možnost využití bezplatné linky? Kdo si myslíte, že této služby nejvíce využívá?
- ❖ Myslíte si (souhlasíte s tím), že je možné, aby profesionální realitní kancelář pro Vás zajistila vyšší zisk z prodeje nemovitosti?
- ❖ Máte představu, jak bude budoucí kupující financovat koupi Vaší nemovitosti? Víte, jakým způsobem se dnes koupě nemovitosti financuje?
- ❖ Máte ještě nějaké otázky? Je Vám vše jasné?
- ❖ Mohu ještě jednou shrnout, na čem jsme se dnes domluvili?
- ❖ Je ještě něco, s čím bych Vám mohl pomoci?

2.7. Používané smlouvy při prodeji nemovitosti

1. ZPROSTŘEDKOVATELSKÁ SMLOUVA

- Výhradní
- Nevýhradní

2. SMLOUVA O OBSTARÁNÍ PRODEJE

3. UJEDNÁNÍ O SMLOUVĚ

Při komunikaci s klientem používejme namísto slova „SMLOUVA“ slova jako Dohoda, Souhlas s prodejem/ nabízením nemovitosti.

• ZPROSTŘEDKOVATELSKÁ SMLOUVA VÝHRADNÍ

Po sjednanou dobu jsme jediná RK, která může nemovitost nabízet k prodeji. Nehrozí tedy, že obchodník stráví měsíc času intenzivní prací na zakázce, kterou pak prodá konkurenční kancelář.

Výtěžnost exkluzivních smluv v RK STING je cca 90 %, tzn. devět z deseti výhradních zakázek obchodník prodá. Pracuje tedy velmi efektivně.

• ZPROSTŘEDKOVATELSKÁ SMLOUVA NEVÝHRADNÍ

Jednu zakázku nabízí více RK, které mezi sebou často soupeří i podbížením a snižováním provize.

Z nevýhradní zakázky má tedy obchodník obvykle nižší odměnu, pokud ji prodá. Pokud ji prodá konkurenční kancelář, nemá obchodník nic.

Výtěžnost nevýhradních smluv v RK STING je cca 30–40 %, z čehož vyplývá, že obchodník pracuje výrazně méně efektivně než v případě výhradní smlouvy.

• SMLOUVA O OBSTARÁNÍ

Používáme u výkupů a oddlužování nemovitostí, příp. u souvisejících produktů. Smlouva je uzavírána na dobu určitou, zpravidla na jeden rok. Tento typ smlouvy lze využít rovněž u zprostředkování prodeje.

• UJEDNÁNÍ O OBSAHU SMLOUVY

Nenahrazuje Zprostředkovatelskou smlouvu, jedná se spíše o symbolický projev vůle prodávajícího, který podpisem stvrzuje, že má v úmyslu s námi spolupracovat. Jedná se o velice jednoduchou dohodu, která klienta k ničemu nezavazuje. Podpisem Ujednání o obsahu smlouvy s prodávajícím je splněna podmínka zasmluvnění zakázky s možností inzerce.

Ujednání se využívá pouze okrajově. Je to první krok, po kterém následuje podpis smlouvy nevýhradní nebo výhradní.

MÍSTO PODPISU SMLOUVY

• UZAVŘENÍ SMLOUVY NA POBOČCE

Mimo výše uvedené smlouvy není potřeba podepisovat žádné další dokumenty, pouze Poučení a Souhlas se zpracováním osobních údajů.

Smlouva je ihned platná a není zde prostor pro majitele, aby od smlouvy odstoupil bez udání důvodu v zákonné 14denní lhůtě.

• UZAVŘENÍ SMLOUVY MIMO POBOČKU

Kromě Smlouvy o zprostředkování prodeje je potřeba podepsat s majitelem ještě Předmluvní informace pro spotřebitele, které obsahují také Vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy.

Mimo výše uvedené musíme majitele také **VÝSLOVNĚ POUČIT** o jeho právu odstoupit od smlouvy v zákonné 14denní lhůtě. Pokud tak neučiníme, prodlužuje se lhůta pro odstoupení až na jeden rok!!!

Pokud uzavíráme **Zprostředkovatelskou smlouvu s právnickou osobou (s.r.o., a.s., atd.)**, nejedná se o Spotřebitelskou smlouvu a není tedy rozdíl v tom, jestli je smlouva uzavřena na pobočce nebo mimo pobočku. Neexistuje zde žádná zákonná lhůta pro odstoupení od smlouvy bez udání důvodu.

Doporučení: Při jednání s klientem o podpisu smlouvy je důležitým momentem vybídnutí k podpisu. Je možné zvolit následující formulace:

- Pojd'me písemně stvrdit to, na čem jsme se právě ústně dohodli.
- K tomu, abych mohl začít nabízet Vaši nemovitost, potřebuji písemný souhlas, že s prodejem souhlasíte za podmínek, které jsme si domluvili

STING

SMLOUVY

**ZPROSTŘEDKOVATELSKÁ
SMLOUVA**

UJEDNÁNÍ O SMLOUVĚ

**SMLOUVA O OBSTARÁNÍ
PRODEJE**

➤ **VÝHRADNÍ EXKLUZIVNÍ**

- ➔ Navýšená
- ➔ % procentuelní
- ➔ Fixní provize
- ➔ 50 : 50

➤ **NEVÝHRADNÍ NEEKLUZIVNÍ**

- ➔ Navýšená
- ➔ % procentuelní
- ➔ Fixní provize
- ➔ 50 : 50

➤ Navýšená

➤ % procentuelní



STING

POPIS EXKLUZIVNÍ SMLOUVY


SPHERE KARTA

STING DETEKTIV

**ZÁLOHA NA KUPNÍ
CENU**

➤ **SLEVY u více než 10 000 obchodníků po celé ČR**


5-30% na módu, sport, cestování a ubytování, gastronomii, kulturu, služby, knihy, jazykové kurzy, elektroniku, automobily, a mnoho dalšího...




➤ **Klientský servis**

➤ **Hodnocení makléře**

➤ **Zadej TIP na prodej**



➤ **100.000,- Kč ZDARMA na 3 měsíce**



SROVNÁNÍ VÝHRADNÍ X NEVÝHRADNÍ SPOLUPRÁCE

Jedna RK	Více RK
<p>Garance ceny Nemovitost inzerujeme za cenu, která je stanovena ve smlouvě. Nedochozí k podbizení ceny.</p>	<p>Některé RK nemovitost zlevňují bez vědomí majitele a až se jim přihlásí kupující, tlačí kupujícího s cenou dolů.</p>
<p>Garance sjednané odměny Odměna RK je písemně stanovena ve smlouvě jasně a předem víte, kolik za úspěšně zrealizovaný prodej zaplatíte.</p>	<p>V praxi se stává, že klient kontaktuje jednu RK, která mu podá základní informace o nemovitosti, ale neshodne se s makléřem na termínu prohlídky. Klient tedy zkusí jiného makléře, který má čas dříve a nemovitost klientovi fyzicky ukáže. Záleží pak na obsahu konkrétních dohod či smluv, ale teoreticky mohou mít nárok na odměnu obě dvě RK.</p>
<p>Prodej za vyšší cenu I. Je statisticky dokázáno, že pokud nemovitost nabízí jeden makléř, nemovitost se prodá za vyšší cenu, než když nemovitost nabízí více RK.</p>	<p>Makléři z různých RK inzerují nemovitost za různé ceny – s provizí, bez provize.</p>
<p>Prodej za vyšší cenu II. U jedné RK se soustřeďuje veškerá poptávka po dané nemovitosti a v případě více zájemců může makléř cenu vytáhnout výše, než byla původně nastavená cena.</p>	<p>Pokud se poptávka kupujících rozmělní mezi více RK, k navyšování ceny ze strany kupujícího nedojde. Naopak je tlak na snížení ceny.</p>
<p>Pravidelná zpětná vazba Po každé prohlídce dáme prodávajícímu zpětnou vazbu, jak se jeho nemovitost kupujícímu líbila. Můžeme tak pružně reagovat na námítky klientů a případně efektivně pracovat s cenou.</p>	<p>Zpětná vazba může být dosti zkreslená. Stává se, že jeden kupující, který má o nemovitost zájem a chce slevu, zkusí postupně během krátkého období kontaktovat více makléřů a tlačí na cenu z více stran. Prodávající tak může mít dojem, že musí cenu snížit, protože „reakce zájemců“ k němu přijdou z několika zdrojů.</p>
<p>Osobní realitní makléř Jednáte pouze s jedním makléřem. Díky tomu máte větší kontrolu nad prodejem a nad vývojem zakázky. Máte dohodnuté podmínky a způsob prodeje. Prioritní motivací makléře je prodat za co nejvyšší cenu v průběhu sjednaného období.</p>	<p>Pokud nabízí nemovitost více makléřů, jejich prioritní motivace je prodat co nejrychleji, a ne za co nejvyšší cenu, a to z obavy, aby dříve neprodala jiná RK – to se samozřejmě projeví v tlaku na rychlé snižování ceny.</p>
<p>Lustrace klienta Každého klienta, který s námi jde na prohlídku, zaevidujeme a máme přehled o všech návštěvách, které na nemovitosti proběhnou. Velká RK je schopna zájemce o koupi lépe „prověřit“, např. prostřednictvím vlastních hypotečních poradců nebo díky přístupu do registrů exekucí atd.</p>	<p>V případě nabízení přes více RK ztrácí prodávající přehled, kdo je makléř a kdo zájemce.</p>

Důvěryhodnost nabídky	V případě prodeje přes jednu RK se nemovitost inzercuje dle smluvně dohodnutých pravidel.	Nemovitost se v inzerci objevuje často za různé ceny nebo i pod cenou ve snaze makléře prodat dříve než ostatní. Také zákazníci často čekají, až stejnou nabídku naleznou za nižší cenu.
------------------------------	---	--

Jedna RK	Více RK	
Důvěryhodnost nabídky	V případě prodeje přes jednu RK uděláme z Vaší nemovitosti VIP exkluzivní nemovitost.	Nabídka, která se na každém realitním serveru objeví v x kopiích, se brzy na trhu „proflákne“ a stává se nedůvěryhodnou a hůře prodejnou. Kupující mají často pocit, že s nemovitostí musí být něco špatně a hledají vady, které neexistují, protože když nemovitost nabízí tolik RK, tak se asi nemůže prodat.
Prověření zájemce kupujícího	Díky společnosti STING Finance můžeme rychle prověřit bonitu kupujícího a neztrácíte zbytečně čas na prodej s někým, kdo na hypotéku nedosáhne.	
Prodej všem zájemcům v rámci ČR	Díky celorepublikové působnosti naší společnosti můžeme Vaši nemovitost nabídnout všem zájemcům v rámci ČR a rozšířit tak okruh potenciálních kupujících.	Je velmi obtížné motivovat kolegy z našich kanceláří v rámci celé ČR, aby trávili čas prací s poptávkou na nemovitost z jiného města, pokud nemáme zajištěno alespoň minimální období, po které můžeme nemovitost v klidu prodávat.
Prodej pod kontrolou	Díky tomu, že nám svěříte nemovitost výhradně, získáte přístup do Klientského centra a máte celý prodej pod maximální kontrolou.	Při prodeji přes více RK nejsou informace od makléřů týkající se návstěvnosti a sledovanosti příliš relevantní, protože nelze obdržet čísla jednoduše sečíst. Kupující často prohlíží nabídku jedné nemovitosti od více RK a Vy tak jako prodávající nemáte přesný přehled o tom, jak si zakázka vede na trhu zejména ve vztahu ke konkurenčním nabídkám.
Peníze před prodejem	Díky Vaší důvěře při exkluzivním zastupování Vám nabízíme 100 000 Kč na tři měsíce ZCELA zdarma.	Při prodeji přes více RK na začátku spíše platíte, než dostáváte, např. za energetický štítek, který byste mohli v případě exkluzivní spolupráce získat za výrazně výhodnější cenu nebo v některých případech i zcela zdarma v rámci služeb naší RK.
Spolupráce s jinými RK	Podpisem výhradního zastoupení si neuzavíráte dveře k ostatním RK. S těmi prověřenými spolupracujeme a v případě, že budou mít zájemce, rádi ho vezmeme na prohlídku.	V případě prodeje přes více RK není zájem makléře vybízet kolegy z jiných RK aktivně ke spolupráci.

Inzerce	Pokud nám svěříte důvěru, budeme maximálně efektivně inzerovat Vaši nemovitost. Všechny prezentované údaje budou kompletní včetně popisů, fotodokumentace a půdorysů.	Pokud nemovitost inzeruje více RK, některé ve snaze ochránit se před případným obejitím RK neinzerují celistvé informace, jako např. ulice, foto zvenčí atd. Kupující většinou tento druh inzerátu přeskakuje, protože chce mít naservírovanou komplexní prezentaci.
----------------	---	--

DOPORUČENÁ ARGUMENTACE JEDNOTLIVÝCH BODŮ ZPROSTŘEDKOVATELSKÉ SMLOUVY

Při podpisu Zprostředkovatelské smlouvy je velmi přesvědčivé, pokud obchodník dokáže jednotlivé body klientovi vysvětlit svými slovy. Stanou se tak pro klienta lépe pochopitelnými a zvyšuje se šance na podpis smlouvy přímo při náběru nemovitosti.

Popis bodů ZS (vzor **NEMOVITOST Zprostř smlouva.doc**):

Bod 1) Tento bod ve Zprostředkovatelské smlouvě blíže určuje prodávanou nemovitost. Klient potvrzuje, že je vlastníkem prodávaných nemovitostí. Realitní makléř by měl znát všechny okolnosti týkající se prodávaných nemovitostí tak, aby mohl pravdivě informovat případné zájemce. Vždy by měl přijet makléř na nemovitost připraven tak, že má informační výpis z ČÚZK, kde vidí právní vady, omezení, majitele apod. Ideální situace je taková, že makléř má o dané nemovitosti již při náběru více informací než sám majitel. Dnes lze již najít na internetu kromě informací z katastru také spoustu podkladů, např. ohledně možné využitelnosti nemovitosti (informace z platného územního plánu, o vedení inženýrských sítí, informace o okolních stavbách atd.). Specifikace nemovitosti musí být ve smlouvě uvedena přesně podle informačního výpisu z ČÚZK, u bytových jednotek je tedy vhodné si předem vytisknout kromě informací o jednotce také specifikaci bytového domu a souvisejících pozemků. Tímto bodem klient dále prohlašuje, že nezatajil žádné právní a věcné vady, které by mohly převod nemovitosti ohrozit či znemožnit. U tohoto bodu se zastavte a vyptejte se na možné právní vady, dluhy klienta, nesplacené závazky, které mohou zapříčinit znemožnění převodu tím, že před převodem uvalí exekutor na nemovitost exekuci apod. Pokud nějaká právní vada je, uveďte ji do smlouvy.

Bod 2) Tento bod určuje cenu, za kterou se bude nemovitosti prodávat. Je vhodné vyjednat a vepsat si již do této smlouvy povolenou slevu: „nabídková cena může být snížena až na XXX Kč“. Po prohlídce, kdy zájemce chce slevu a majitel kývne, nemusíme již podepisovat dodatky ZS, ale případnou slevu máme již vyjednanou v původní smlouvě. Pokud jsme si opravdu jistí, že nabíráme nemovitost za velmi dobrou cenu, můžeme sjednání tzv. snížené nabídkové ceny vynechat. V tomto případě bychom ale měli určitě zvážit, jestli není vhodnější použít

jiný typ smlouvy, kde je naše provize navýšena nad cenu požadovanou prodávajícím, případně se zamyslet také nad výkupem.

Je dobré klienta upozornit na to, že nabídková prodejní cena nezahrnuje daň z nabytí nemovitých věcí ve výši 4 % z kupní či odhadní ceny, jejímž plátcem je kupující. Je žádoucí si vše vyjasnit při náběru nemovitosti tak, ať nevznikají nepříjemná překvapení. Je více druhů smluv, proto jim věnujte zvýšenou pozornost. Některé smlouvy (s navýšenou provizí) v tomto bodu nemají napsáno, že v ceně, za kterou se nemovitosti prodávají, je zahrnuta provize. Provize se navyšuje nad tuto částku.

Dále tento bod určuje naši provizi. Zde je důležité upozornit při náběru klienta na to, že provize bude navýšena o DPH (DPH se počítá pouze z naší provize, nikoliv z celé kupní ceny). I zde vznikají často u kupních smluv či při vystavování faktur nepříjemná nedorozumění, kdy klient žije v představě, že provize uvedená v tomto bodě je konečná a neví, že bude navýšena o DPH. Je proto opět velmi důležité u náběru sdělit klientovi navýšení o DPH. Je sice pravdou, že někteří klienti i přes toto upozornění na to zapomenou, ale vy víte, že jste mu tuto informaci sdělili.

Bod 3) Tento bod určuje, na jakou dobu byla smlouva podepsána. Pokud se jedná o exkluzivní smlouvu, je výhodné pro klienta podepsat na tři měsíce, protože pak má nárok na zákaznickou kartu se službou STING Detektiv a se slevami u 10 000 společností zapojených do systému Sphere. Celý proces prodeje a koupě nemovitosti má v ČR svůj přirozený průběh, který včetně vyřízení hypotéky, převodu na katastru atd. lze těžko zkrátit pod dva měsíce, a to pouze pokud bychom na nemovitost zítra přivedli klienta, který ji bude chtít koupit.

Je tedy vhodné uzavírat smlouvy na min. dobu 3–6 měsíců (dle typu nemovitosti). Máme zde sjednanou i tzv. prolongaci – pokud jedna ze stran nevypoví smlouvu písemně alespoň 15 dní před uplynutím sjednané doby určité, smlouva se **opakovaně** prodlužuje o dobu, na níž byla smlouva uzavřena, maximálně však na dobu dvou let od podpisu.

Bod 4) V tomto bodě se definuje místo podpisu smlouvy. Pokud je smlouva uzavírána mimo pobočku, je nutné, aby makléř s klientem podepsal Předmluvní informace a předal mu Vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy. Jinak klient může odstoupit od smlouvy do jednoho roku od podpisu! V tomto případě může odstoupit pouze do 14 dnů. Toto je podrobněji vysááno v bodě 16.

Bod 5) Tento bod je ve Zprostředkovatelské smlouvě z důvodu, že ne vždy jsou u podpisu přítomni všichni spolumajitelé či oba manželé (je však snahou makléře, aby tomu tak bylo). Proto v případě, že u podpisu smlouvy nejsou oba, prohlašuje ten, který přítomen je, že je zplnomocněn jednat i jménem ostatních spolumajitelů. **UPOZORNĚNÍ:** je to spíše jen takový „bubák“, protože pokud nejsou podepsáni všichni spolumajitelé, tak je nedonutíme k podpisu Kupní smlouvy. Proto pokud podepisuje smlouvu klient za někoho jiného, tak by měl mít řádnou plnou moc k podpisu Zprostředkovatelské smlouvy. Pokud podepisuje smlouvu jen jeden z manželů – uvádět v hlavičce smlouvy pouze toho, který smlouvu podepisuje! V tomto případě sice opět nedonutíme oba k podpisu Kupní smlouvy, ale nárok na smluvní pokutu by nám vznikl.

Bod 6) V tomto bodě se makléř zavazuje vyvinout činnosti směřující k prodeji nemovitosti. Zde doporučujeme klientovi znovu zopakovat a zdůraznit, v čem spočívá náš servis.

Bod 7) Na základě tohoto článku se klient zavazuje sdělovat jakékoliv změny, které by mohly ovlivnit budoucí převod nemovitosti. Klient se zavazuje poskytnout potřebnou součinnost s prodejem, umožnit makléři prohlídku – to je ale v zájmu obou stran. Dále pak nesmí klient po dobu trvání smlouvy nemovitost zatěžovat právními vadami, činit zástavy na nemovitosti apod. – toto považujeme za samozřejmost, máme-li s klientem spolupracovat při prodeji.

Bod 8) V tomto bodě nás majitel zplnomocňuje k vybírání rezervačních záloh a záloh na kupní cenu až do výše celé kupní ceny. Na základě tohoto článku můžeme klienta zastupovat při jednáních předcházející uzavření Kupní smlouvy, např. ukázat prezentaci nemovitosti, sdělit podrobné údaje o nemovitosti, čímž klientovi šetříme především čas. Co se týče přijímání záloh až do výše 100 %, tak toto je opět ochrana prodávajícího – vezmeme-li od kupujícího zálohu ve výši např. 10 %, má prodávající mnohem větší jistotu, že se jedná opravdu o vážného zájemce, který po měsíci neřekne, že o nemovitost nemá zájem – tímto by mohl způsobit značné komplikace prodávajícímu i nám. Můžeme přijmout až 100 % kupní ceny, nicméně není to podmínkou. Na přání klienta můžeme zajistit advokátní úschovu kupní ceny. Kdyby vznikl v tomto bodě problém s majitelem, můžeme mu sdělit, že v případě, kdy klient složí rezervaci a poté si prodej rozmyslí, rezervace mu propadne a klient má nárok na polovinu pokuty po odečtení nákladů spojených s tímto případem.

Bod 9) Tento bod jasně naznačuje, kdy nám vzniká nárok na provizi. Je vždy nutné zdůraznit klientovi, že naše kancelář má nárok na provizi až po uzavření Kupní smlouvy nebo Smlouvy o budoucí smlouvě. V podstatě do té doby inzerujeme, jezdíme na prohlídky, vyhledáváme kupující apod. na naše náklady! Zde může mít klient **námítku**: „*Proč máte nárok na provizi už při podpisu Budoucí kupní smlouvy?*“ – je to jen určitá pojistka z naší strany – stalo se totiž, že si prodávající a kupující v Budoucí kupní smlouvě domluvili, že část kupní ceny doplatí do dvou let. Poté prodávající tvrdil, že nám zaplatí provizi až za dané dva roky...

Další námítkou v tomto bodě může být: „*Proč Vám vzniká nárok na provizi i v případě, že bude Kupní smlouva zrušena, nebo bude-li od ní odstoupeno?*“ – k vložení této věty do Zprostředkovatelské smlouvy nás vedla opět špatná zkušenost – může se totiž stát, že po roce z nějakého důvodu prodávající, kupující nebo po dohodě od Kupní smlouvy odstoupili a po nás pak žádali vrátit provizi – toto však není přípustné. Pokud svou službu odvedeme, nárok na provizi vzniká, i když je od Kupní smlouvy odstoupeno, či je zrušena – pravděpodobnost je ale velmi malá. Pokud to však tímto způsobem doargumentujete, neměl by být na straně

prodávajícího problém. V tomto bodě doporučujeme zdůraznit, že v provizi jsou zahrnuty veškeré náklady na právní servis, odhad, inzerci apod. – u mnohých RK tomu tak není!

Bod 10) V tomto bodě se píše, že máme nárok na provizi i v případě, že by po skončení smlouvy došlo k prodeji nemovitosti klientovi, který byl prokazatelně za dobu trvání smlouvy s námi na prohlídce a projevil tak zájem nemovitost koupit. Majitel tak nebude mít možnost spekulovat a dohodnout se např. s kupujícím na prodeji po skončení smlouvy bez účasti RK. Jsme přesvědčeni, že pokud odvedeme svoji práci, přivedeme kupujícího a splníme tím účel smlouvy, měli bychom obdržet sjednanou odměnu.

Bod 11) Zde uvádíme, že v provizi jsou již zahrnuty náklady na sepsání Smlouvy budoucí, Smlouvy kupní.

Bod 12) Zde musí makléř nejčastěji argumentovat. Argumentů, proč je výhodné podepsat exkluzivní smlouvu, je spousta a každý zkušený makléř jich má jistě mnoho. Exkluzivně jsme se věnovali výše. Naučte se argumentovat a znát všechny výhody exkluzivní spolupráce a nevýhody neexkluzivní spolupráce a spolupráce bez smlouvy! Poučte klienta, jak to probíhá, co bude následovat. Klienti většinou o prodeji téměř nic neví.

Bod 13) Tento bod je o smluvní pokutě a její případné splatnosti. Proč smluvní pokuta? Každá smlouva v podstatě na cokoli v sobě obsahuje ujednání o určitých sankcích, které budou uplatňovány pouze v případě nedodržení toho, co si obě strany ujednaly. Povinností klienta není mnoho a určitě každý uzná, že by se mělo dodržovat to, na čem se obě strany dohodnou. Povinnosti klienta jsou obsaženy vlastně pouze v článcích 2, 7 a 13. Můžete klienta uklidnit tím, že *„Smluvní pokuty se pochopitelně týkají pouze těch, kteří by měli v úmyslu nás obejít nebo jinak podvést, a to samozřejmě není Váš případ.“*

Bod 14 a 15) Tyto body jsou obecnými ustanoveními standardně obsaženými ve většině smluv. Obě strany zde prohlašují, že smlouva je uzavřena dle jejich předchozí dohody, řídí se platným Občanským zákoníkem a také si sjednávají způsob poštovní komunikace.

Bod 16) Tento bod poučuje klienta o jeho právu odstoupit v zákonné lhůtě od Zprostředkovatelské smlouvy, pokud byla smlouva uzavřena mimo pobočku.

Bod 17) V tomto bodě makléř vepíše veškeré dokumenty, které od klienta převzal, zejména pokud se jedná o originály dokumentů apod. Doporučujeme udělat si v tomto případě kopie a originály oproti podpisu co nejdříve vrátit majiteli.

Makléřova neznalost smlouvy může znamenat, že smlouvu klient nepodepíše a bude chtít časový prostor na detailnější seznámení se zněním smlouvy, což se může protáhnout i na více dnů. Makléř musí být o smlouvě přesvědčen a vědět o ní vše. Nemusíte procházet bod po bodu, klienta všechny body většinou nezajímají. Řekněte mu důležité body a nevyhýbejte se upozornění na smluvní pokutu.

2.8. Nastavení provize

Minimální doporučené provize:

Cena nemovitosti	Smluvní odměna bez DPH
0–2 000 000 Kč	6 %
2 000 000–3 500 000 Kč	5 %
3 500 000 Kč a výše	Individuální sazba

Nebojte se říci si o odpovídající provizi hned na začátku případu. Snížit ji můžete v případě nouze vždy, ale když si nastavíte nízkou provizi hned na začátku, těžce ji budete později zvyšovat. Ohodnoťte svou práci! Najít kupce bude stát dost peněz, spoustu času, telefonátů, náklady na pohonné hmoty, když budete jezdit na prohlídky, musíte zaplatit právníka, který vypracuje smlouvy, návrhy na vklad, vytažení LV z katastru, odhad nemovitosti. Když si tedy řeknete o provizi 30 tis. Kč, abyste se zalíbili klientovi, budete pak pracovat zdarma a množství práce na případu bude stejné, jako když si řeknete o 150 tis. Kč.

Nový obchodník by si měl udělat v prvním týdnu podrobnou cenovou mapu své lokality. Z Srealit by si měl zobrazit všechny byty 1+1, 2+1, 3+1, 4+1, jejich ceny a počty prodávaných nemovitostí. Pak bude moci argumentovat. Majitelé si neumí představit, že v jejich lokalitě se prodává dalších cca 600 bytů, z toho 280 bytů je 2+1. Podle cenové mapy, kterou máte s sebou, můžete říct, že pokud bychom akceptovali cenu (např. 1,2 mil. Kč), kterou požaduje klient, znamenalo by to, že by byla nemovitost na 250. místě. To znamená, že tato nemovitost na základě požadavků majitele je neprodejná. Argumentujte: „*Pokud byste byli kupující, šli byste se podívat nejprve na levnější nemovitosti, a pak teprve na ty dražší? Pokud chcete nemovitost prodat, musíme dostat cenu na hranici např. 990 tis. Kč. Ale s cenou 1,05 mil. Kč bude Vaše nemovitost v první padesátce a máme naději, že se klienti přijdou podívat.*“ Pak je to už na makléři, aby přesvědčil klienta, že právě tato nemovitost je ta pravá.

Mějte bohatý výběr nemovitostí. Pokud zavolá klient na byt 2+1, který máte v databázi, domluvte mu tři další prohlídky poblíž. Určitě si vybere, bude mile překvapen a nepůjde už jinam. Provizi nechá u nás! Makléř s přehledem zvládne portfolio **40–50** nemovitostí – bohatá nabídka znamená dostatek prohlídek a dostatek rezervací.

Zasmluvněná zakázka, nejlépe exkluzivní smlouva, znamená výplatu v horizontu tří měsíců! Naberte měsíčně min. **6–8** nových zajímavých zasmluvněných zakázek a budete úspěšní!

Nečekejte, až klient zavolá na inzerát! Buďte aktivní, vyhledávejte kupující a aktivně je oslovujte.

2.9. Fotografování nemovitostí

Vždy pamatujte na to, že musíte udělat minimálně jednu perfektní fotku, která bude jako hlavní a bude tahákem v inzerci. Špatné foto může opravdu odradit. Jako hlavní foto nedáváme WC, úzkou místnost, nehezku kuchyňskou linku apod. Pokud nemáme zakázku výhradně, dbáme na to, aby nebylo vidět číslo popisné a nenahrávali jsme tak konkurenci nebo samotným klientům, aby nás obešli a zazvonili sami. Na nemovitosti nefotíme nábytek, protože prodáváme nemovitost a klienty nezajímá, jakou má majitel televizi! Vždy se snažíme zachytit prostor, protože to je to, co kupujícího bude zajímat, dispoziční řešení a prostor. Zajistíme aktuálnost fotografií zejména na přechodu ročních období. **Fotografie prodávají.**

ZÁSADY SPRÁVNÉHO FOTOGRAFOVÁNÍ

- nastavení v režimu KRAJINA – je tak automaticky vyšší clonové číslo
- DOBRÉ SVĚTELNÉ PODMÍNKY – ne ráno ani večer
- snažte se pustit do bytu co nejvíce světla, v zimním období nejlépe v poledne
- byt orientovaný na sever fot'te v poledne
- proti oknu fotografujte vždy s bleskem – ne automat, ale nucený blesk
- domluvte se s majiteli na uklizení nemovitosti, přípravě zahrady (pokosení trávy atd.)
- místnosti fotografujte z rohu místnosti, vypadají pak prostorně
- fotografujte to, co nemovitost vyzdvihuje (nefot'te TV, skříňky, sedačky) – pro kupujícího je prioritou dispozice nemovitosti, stav koupelny, kuchyňské linky, výhled atd.
- fot'te interiér i exteriér
- všechny fotografie zkontrolujte a upravte v počítači

Příklady správného fotografování nemovitosti



ŠPATNĚ



DOBŘE



Špatně



Špatně



Dobře



2.10. Video prohlídky

- Spolupráce s firmou DeFib Production s pokrytím po celé ČR.
- Kamera, dron, grafické zpracování, hudba s licenci, profesionální nafocení, slide s vizitkou makléře, přečtení dodaného textu k prohlídce profesionálem.
- Unikátní zpracování půdorysu při video prohlídce (dále VP) s ukazatelem směru snímání kamery.
- Zpracování do sedmi pracovních dnů od návštěvy nemovitosti.
- Jednotná cena za video prohlídku + cena za dojezd rozdělená do tří pásem dle vzdálenosti.
- Objednávky přes sdílený kalendář vytvořený v Google.
- Náklady na VP z kreditů v e-shopu nebo přímou úhradou faktury, pokud nemá makléř dostatek kreditů nebo nákladem k zakázce viz provizní systém.

Postup objednání video prohlídky

Odkaz na objednávkovou tabulku

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1uouCrEBjTUVpCOC0G2ISJPI6HuYa_DiQodTTyNvENR4/edit?usp=sharing

1. Přes objednávkovou tabulku v Google se objedná VP.
2. Zhotovitel kontaktuje obchodníka a domluví s ním termín a čas natočení VP.
3. Po realizaci v terénu je VP do sedmi pracovních dnů zpracována a zaslána obchodníkovi.
4. Obchodník nahraje VP k zakázce.
5. Automat na IT oddělení připojí titulní stranu, vodoznak, formu zvolené vizitky a konec.
6. VP se nahraje na YouTube RK STING.
7. Zhotovitel zašle fakturu na marketing@rksting.cz a obchodníkovi.
8. Po potvrzení faktury je na pokyn marketingového oddělení faktura proplacena a provede se odpočet kreditů v e-shopu, případně je faktura započtena do nákladu zakázky, viz provizní systém.

Ceny:



- Exteriéry dronem, popř. kamerou
- Interiéry kamerou
- Mluvený komentář
- Střih
- Hudba s licencí
- Animace úvodního loga STING
- Finální slide pro každého makléře

Varianta A: 3500 Kč
VP byt, dům, chata.



- Exteriéry dronem
- Mluvený komentář
- Střih
- Hudba s licencí
- Animace úvodního loga STING
- Finální slide pro každého makléře

Varianta B: 2000 Kč
Pouze letecká VP běžné
nem. / pozemku.



- Exteriéry kamerou
- Interiéry kamerou
- Mluvený komentář
- Střih
- Hudba s licencí
- Animace úvodního loga STING
- Finální slide pro každého makléře

Varianta C: 2500 Kč
VP bez dronu, místa,
kde to není možné.



- Příplatek za dojezdovou vzdálenost dle pásme.
- Při jednodenním výjezdu do stejného regionu dělení nákladů na dojezd.
- Max. 3 VP za den.

Do 100 km od Prostějova ZDARMA
Od 101 do 200 km od Prostějova + 500 Kč.
Od 201 a více od Prostějova + 1000 Kč



GRAFIKA + 750 Kč
Dynamický půdorys
Obrysy pozemku
Rozparcelování celku



NAFOCENÍ NEMOVITOSTI
+ 500 Kč

Příklad výpočtu ceny:

VP varianta A – 3 500 Kč

- + grafika 750 Kč (rozšířená nabídka)
- + nafocení 500 Kč (rozšířená nabídka)

Umístění Praha, tj. nad 200 km od Prostějova + 1 000 Kč.

Celkem 5 700 Kč.

Pokud se budou realizovat v Praze nebo blízkém okolí v ten den tři prohlídky, pak se vydělí náklady na dojezd třemi.

Celkem 5 083 Kč.

Parametry prohlídek

- Rozměry: doporučeno 1 280x720 (ale ne méně, poměr stran 16:9), snímková frekvence alespoň 29,97 sn/s, přenosová rychlost (bitrate) 5 000 kb/s (5 Mb/s). Maximální velikost souboru je 200 MB. Při doporučeném bitrate stačí limit 200 MB na prohlídku o délce až 5 minut.
- Omezení: do prohlídky není dovoleno vkládat jiné textové nebo grafické prvky, než jsou titulky k prohlídce nebo grafické znázornění polohy v objektu, případně půdorys. Do prohlídek nekládejte textově nebo graficky zpracované kontaktní údaje, loga, vodoznaky. Veškerá korporátní grafika a kontaktní údaje jsou doplněny při automatickém zpracování a došlo by tak k nežádoucímu zdvojení nebo k překrytí.

- Titulek je doplněn automaticky z údajů zadaných při vkládání video prohlídky do intranetu.



- Možnost volby částečné nebo celkové vizitky makléře na konci VP.

Informační systém

STING Reality

titulek:

#dům #byt #pozemek #STING

Vizitka makléře

Částečná Celková

má být zachována zvuková stopa

Procházet... Soubor nevybrán.

Nahrát

- Vizitka makléře – částečná.
- Posledních 10 sekund VP je překryta levá třetina obrazu vizitkou makléře, tzn. ve zbývající ploše dál běží VP se zvukovou stopou.
- Při vytváření prohlídky je dobré brát v úvahu zakrytí levé třetiny vizitkou a v závěrečné scéně přizpůsobit kompozici, aby nedošlo k překrytí důležitých částí obrazu.



2.11. Virtuální prohlídky

- Spolupráce s firmou N-VIEW, www.nview.cz.
- Pokrytí celé ČR.
- Zpracování podkladů pro virtuální prohlídky.
- Možnost koupě sférického fotoaparátu z e-shopu bez omezení použití kreditů, 100 % úhrada.
- Zpracování virtuální prohlídky hrazeno kredity z e-shopu.

Realizace virtuální prohlídky

Instruktažní video <https://youtu.be/zZIsX643kRk>

Nástroje:



Sférický fotoaparát + laserový měřič + náčrt půdorysu.

1. Podle daného postupu se vyfotí sférickým fotoaparátem jednotlivé místnosti. Načrtne se půdorys nemovitost s rozměry, vyznačí se body, ze kterých byly realizovány fotografie, pojmenují jednotlivé místnosti.
2. Fotografie s náčrtem se zašlou na e-mailovou adresu: prohlidky@nview.cz
3. Po vyhotovení je zaslán obchodníkovi odkaz na virtuální prohlídku, který umístí do těla inzerátu.
4. Náklad na virtuální prohlídku je možné uhradit kreditem z e-shopu nebo jako náklad k zakázce.

Ceník:

ROZHLEDY	POZEMKY	BYTY	RODINNÉ DOMY	KOMERČNÍ P.
2x (1+kk/gars.)	160,- Kč	240,- Kč	320,- Kč	400,- Kč
3x (2+kk/1+1)	240,- Kč	320,- Kč	400,- Kč	480,- Kč
4x (3+kk/2+1)	320,- Kč	400,- Kč	480,- Kč	560,- Kč
5x (4+kk/3+1)	400,- Kč	480,- Kč	560,- Kč	640,- Kč
6x (5+kk/4+1)	480,- Kč	560,- Kč	640,- Kč	720,- Kč
7x (6+kk/5+1)	560,- Kč	640,- Kč	720,- Kč	800,- Kč
8x	640,- Kč	720,- Kč	800,- Kč	880,- Kč
9x	720,- Kč	800,- Kč	880,- Kč	960,- Kč
10x	800,- Kč	880,- Kč	960,- Kč	1040,- Kč

Doporučený postup:

The screenshot displays the N-view application interface with a grid of four columns. Each column shows a sequence of images: a person holding a camera, a close-up of the hand holding the camera, a 360-degree photo being taken, and the resulting 360-degree photo. Red 'X' marks indicate incorrect usage, while green checkmarks indicate correct usage.

- Column 1 (Incorrect):** Shows a person holding the camera at an angle. A red 'X' is in the bottom right corner.
- Column 2 (Incorrect):** Shows a hand holding the camera with the thumb on the shutter. A red 'X' is in the bottom right corner.
- Column 3 (Incorrect):** Shows a 360-degree photo with a person's head in the center. A red 'X' is in the bottom right corner.
- Column 4 (Incorrect):** Shows a 360-degree photo with a person's arm in the foreground. A red 'X' is in the bottom right corner.
- Column 1 (Correct):** Shows a person holding the camera straight up. A green checkmark is in the bottom right corner.
- Column 2 (Correct):** Shows a hand holding the camera with the index finger on the shutter. A green checkmark is in the bottom right corner.
- Column 3 (Correct):** Shows a 360-degree photo with a person's head in the center. A green checkmark is in the bottom right corner.
- Column 4 (Correct):** Shows a 360-degree photo with a person's arm in the foreground. A green checkmark is in the bottom right corner.

The N-view logo is in the top right corner of the app interface. Below the grid are four text boxes with instructions:

- Top Left:** kamera by měla být držena co nejrovněji přímo nad hlavou
- Top Middle:** tlačítko mačkáme ukazováčkem
- Top Right:** pozor na vyčuhující prsty
- Bottom:** při ořezávání fotografie, kvůli zakrytí fotografa, se tak můžete zbytečně připravit o část rozhledu.

3. AKTIVNÍ PRÁCE SE ZAKÁZKOU

3.1. Vložení zakázky do intranetu

Nový náběr zadává obchodník do intranetu v sekci „zakázky“ – „nový záznam“. Nenechávejte zadávání nemovitosti na intranet po náběru až na druhý den, poněvadž majitel se často již v daný den dívá na internetové stránky, zda se nemovitost už inzeruje. Každý makléř může zadat nemovitost z domova. Pokud je navíc nemovitost neexkluzivně, měli bychom ji zadat do inzerce jako první.

Obchodník vytváří zakázku a její popis sám, a to na základě Náběrového listu a informací z osobní prohlídky nemovitosti. Po zadání základních údajů je nutné nahrát fotografie. První tři by měly být ty nejatraktivnější a nejvíce vypovídající, protože právě ony jsou zobrazovány v seznamu nemovitostí na stránkách Sreality.cz, kde je největší sledovanost. Tyto fotky mohou rozhodovat o zájmu nebo nezájmu ze strany zájemců. U bytů je povinná položka – nahrát půdorys bytu z vytvořené databáze. Pokud se tam vhodný půdorys nenachází, je třeba si vytvořit nový, a to tak, že je nutné půdorys nakreslit se správnými proporcemi nebo využít stavební dokumentace a požádat prostřednictvím intranetu o vytvoření tohoto půdorysu. K zakázce lze nahrát také video prezentaci nebo video prohlídku. Ta se zobrazuje vždy jako první mezi fotkami. Takto připravená zakázka zůstává ve stavu PŘÍPRAVA. Pro uvolnění zakázky do stavu VOLNÝ je nutné naskenovat k zakázce podepsané smlouvy. Tuto činnost dělá asistentka, která rovněž doplní informace o smlouvě k zakázce, a pak jí dá do stavu volný, čímž se začne zakázka inzerovat. Toto může rovněž udělat i manažer pobočky.

Asistentka výhradní nabídku zařadí po konzultaci s makléřem do jednotlivých inzercí. Poté je založena do šanonu, vytvoří se nabídkové karty do vitrín a nabídky se exportují na naše internetové stránky a realitní servery.

Zakázka bez smlouvy je inzerována na realitních serverech po dobu 14 kalendářních dní. Pokud během této doby není k zakázce doplněna smlouva, dojde k převedení zakázky do stavu POZASTAVENO a zakázka je z realitních serverů odebrána.

3.2. Párování zakázek

Po zadání nového náběru do intranetu je párována nová zakázka s poptávkami zadanými v systému. Klientům, kterým dle zadaných parametrů nabídka vyhovuje a zobrazí se jejich seznam, po párování zavoláme a nabídneme novou zajímavou zakázku. Vzbudíme v klientovi zájem a domluvíme si prohlídku. Takto můžete mít ještě v den náběru několik kupujících. Rovněž se dá poslat všem poptávajícím e-mail s nabídkou nemovitostí. Pořád ale platí, že je vždy lepší zavolat než poslat e-mail. Pokud se podaří domluvit se zájemcem prohlídku, je nutné si ji vždy zapsat a naplánovat přímo u zakázky. Systém makléře vždy upozorní na to, že jí měl absolvovat a vyzve ho k doplnění výsledku prohlídky. Pokud si povedete u zakázky tento přehled, tak i za rok dokážete přehledně komunikovat s majitelem a objasnit mu, co bylo důvodem toho, že nemovitost prozatím nikdo nekoupil. Navíc při slevě máte opět přehled zájemců, které můžete zpětně obvolat. Povinnost zapisovat všechny zrealizované prohlídky má další důvod – každý klient dostává zprávy o prodeji, ve kterých je uvedená informace o počtu zrealizovaných prohlídek. Pokud byste je nezapisovali, může klient nabýt dojmu, že se zakázkou nepracujeme a můžeme o zakázku přijít.

3.3. Vkládání poptávek

Vytváření a neustálá aktualizace databáze s poptávkou je jedna z nejdůležitějších činností makléře. To, co je naší největší výhodou oproti soukromému prodeji nemovitosti nebo oproti konkurenci, je množství, kvalita a poptávky. Je to jedna z nejcennějších věcí každého zprostředkovatele. Pokud máme po vložení nové zakázky k dispozici spoustu potencionálních zájemců ve formě poptávky, můžeme tak okamžitě zareagovat, přivést zájemce a najít rychleji vhodného kupce. Přibližně 30 % poptávky vloží operátorky Zelené linky, a to na základě informací od zájemců. Zbylou část vytváří obchodníci samostatně. Poptávku čerpáme zejména z každého kontaktu se zájemci o koupi nemovitosti. Pro vložení do systému je nutné nejdříve zkontrolovat dle telefonního čísla, zda tento zájemce už není náhodou v systému vložený. Vyhneme se tak zbytečné duplicitní činnosti. Pokud v systému není, vytvoříme v kartě klienta poptávku, která by měla obsahovat přesné údaje o tom, co klient hledá. Není přínosem, pokud klientovi nabízíme nemovitosti, které mu vůbec nevyhovují. Platí, že každá nová poptávka by se měla hned po vytvoření spárovat se zakázkami makléře. Databáze s poptávkami je společná pro všechny obchodníky. Takto společně vytváříme silnou konkurenční výhodu a společně si nahráváme možné zájemce.

Aktualizaci databáze provádí makléř samostatně tím, že pokud ví, že už někdo něco koupil, poptávku ze systému vyřadí. Vyhneme se tak zbytečné práci a zasílání nabídek tam, kde to nemá význam. Aktualizaci zajišťují rovněž asistentky na pobočce, které pravidelně každé dva měsíce obvolávají všechny poptávky a zjišťují jejich aktuálnost. Rovněž při této činnosti spárují poptávku se zakázkami a následně posílají nabídku klientovi.

Klient, který k nám zadává poptávku prostřednictvím webového formuláře nebo prostřednictvím Zelené linky, čeká, že se mu někdo z RK STING ozve. Je nutné se ho alespoň zeptat, co přesně hledá, i když mu v současné době nemáme co nabídnout. Proto je potřeba na všechny poptávky hned volat! Klienta se při hovoru zeptejte, jak hodlá nemovitost financovat – pokud hypotékou, doporučte mu STING Finance – za tip pak máte peníze. Pokud financuje prodejem jiné nemovitosti, máte nový náběh či tip pro kolegu!

TIP: Máte málo poptávek? Zadejte si fiktivní inzerát za velmi zajímavou cenu. Zavolá třeba 50 lidí, kteří budou chtít prohlídku. Omluvte se, že nemovitost je již zarezervovaná, že to byla „pecka“, ale že máte jinou zajímavou nemovitost, i když trochu dražší, ale zase v lepším stavu. Poté si domluvte prohlídku a vždy запиšte poptávku!

Při vkládání poptávky dochází nevyhnutelně ke zpracování osobních údajů klienta. Od klienta je tedy třeba získat Souhlas se zpracováním osobních údajů pro účely kontaktování, zasílání obchodních sdělení (nabídek) a předání kontaktu poradci STING Finance pro účel nabídky zprostředkování úvěru. Zadává-li klient poptávku prostřednictvím webového formuláře na internetových stránkách RK STING, musí před vložení poptávky souhlas udělit. Volá-li klient na Zelenou linku, musí na dotaz operátorky výslovně udělit Souhlas se zpracováním osobních údajů. Hovory na Zelené lince jsou monitorovány a souhlas je tedy uložen. Vzniká-li poptávka jiným způsobem, je třeba souhlas od klienta získat a přiložit k dokumentaci.

3.4. Práce se zakázkami

Pokud chcete podpořit sledovanost své zakázky a zvýšit tak pravděpodobnost toho, že zakázku prodáte, můžete využít topování. Jedná se o posunutí inzerátu na vybraném inzertním serveru ve výpisu inzerátů dopředu.

Topování můžete provádět u zakázky v záložce Exports. Vedle konkrétního serveru je políčko TOP, které odškrtnete. Poté je dole pro potvrzení potřeba stisknout uložit. Topování je hrazeno kredity z osobního účtu Topování. Osobní účet Topování je možné naplnit kredity buď převodem kreditů z osobních účtů Propagace, nebo zakoupením produktu Topování ve firemním e-shopu (pro případ, kdy nemáte dostatek kreditů na osobním účtu

Propagace). Ceny topování na jednotlivých serverech jsou zobrazeny na úvodní stránce intranetu. Topování u výkupů běží automaticky, náklady na topování se pak promítnou do nákladů k zakázce.

Sledovanost svých zakázek můžete vidět na hlavní stránce seznamu zakázek. Na horní liště je tlačítko „návtěvnost“. Zakázky se tak seřadí od nejsledovanějších až po nejméně sledované. To znamená, že víte, na které zakázky se vyplatí zaměřit a věnovat jim větší úsilí a naopak, u kterých musíte začít s majitelem pracovat na lepší ceně. Sledovanost je možné také kontrolovat u každé zakázky v záložce Exports. Zde je v grafu znázorněná sledovanost na jednotlivých serverech a také počet kontaktů na konkrétní zakázku z jednotlivých realitních serverů.

Sledovanost zakázek můžeme zvýšit obměňováním fotografií. Pokud nabízíme nemovitost delší dobu, můžeme změnit úvodní fotku, čímž znovu zaujmeme zájemce, kteří by jinak již „profláknutou“ fotku hned přeskochili bez ohledu na cenu nebo popis. Důležité je také nemovitost inzerovat s hezkými, slunnými fotkami. Často je to totiž to, co rozhoduje. Povinností po zimě je přefotit co nejdříve všechny fotky se sněhem a zajistit, aby fotky byly aktuální.

Neustále je zapotřebí pracovat s majiteli nemovitostí. Každý majitel musí vědět a mít ten pocit, že skutečně pro něho pracujeme. Toho docílíme pravidelným telefonickým kontaktem. Je nezbytné podávat všem prodávajícím pravidelnou zprávu o tom, co jste pro ně udělali, jaký je zájem o jejich nemovitost a také Vaše doporučení. Kontaktujte všechny prodávající min. 1–2× měsíčně v závislosti na nemovitosti a situaci klienta. Je to nutné dělat i v případě, kdy o nemovitost za celý měsíc nikdo neprojevil zájem. Při této příležitosti je vždy dobré, abychom majiteli vysvětlili důležitost prodávat za tržní cenu a pokusili se snížit cenu až na hranici, kdy to prodáme.

Spousta úspěšných prodejů vzejde z úplně jiných nemovitostí, než na které se klienti přihlásili. **Přidaná hodnota makléře vychází právě z toho, že pokud se Vám o jednu nemovitost přihlásí zájemce a Vy zjistíte, že ho ta nemovitost nezaujala, můžete mu nabídnout něco jiného z Vaší nabídky, co lépe vyhovuje jeho požadavkům.** S poptávkou je potřeba pracovat. Právě z ní máme většinu prodejů, a to je ta nejlepší přidaná hodnota makléře. Z každé prohlídky bychom si měli odnést cenu, kterou by klienti byli ochotni zaplatit. Majitel by o tom měl vědět – díky tomu se mnohdy podaří domluvit snížení ceny, což je posledním krokem k rezervaci nemovitosti.

3.5. Práce s kontakty

Každý klient, který projeví zájem o prohlídku nebo bližší informace k nějaké nemovitosti nás kontaktuje prostřednictvím Zelené linky nebo webového formuláře. Tento klient je ihned zaevidován do intranetu a obchodníkovi přijde kromě nového kontaktu v intranetu i SMS zpráva na mobil, kde dostane informace

o klientovi. Můžė tak reagovat okamžitě na takovýto kontakt. **Rychlost reakce a obsluřnost klienta je v dnešní době velice důležitá a vychází z ní kvalita společnosti.** Proto máme neustálou kontrolu reakcí na dotazy klientů. Platí, že **na každý nový kontakt musíme reagovat nejpozději do 24 hod.**, přičemž je nutné tuto reakci zaznamenat v intranetu nebo prostřednictvím mobilního intranetu. Kontakt lze rozpracovat nebo přímo vyřídít.

4. PROHLÍDKY

4.1. Příprava na prohlídku nemovitostí

PRÍPRAVA DOKUMENTŮ K PROHLÍDCE – PRÍPRAVA NEMOVITOSTÍ K PROHLÍDCE – TELEFONICKÉ POTVRZENÍ ČASU PROHLÍDKY – PROHLÍDKA

Dokumenty

Nabídkový list (intranet), Potvrzení o prohlídce (intranet), vizitky své + hypotečního makléře, nabídkové listy podobných nemovitostí.

Příprava

Domluvte si již před prohlídkou s majitelem body, které zdůraznit a co raději nezmiňovat. Prohlídku si vždy cca dvě hodiny před realizací potvrďte jak s majitelem, tak s kupujícím. Na prohlídku chodte vždy o 10–15 minut dříve! Kupující se často dostaví dříve, aby si obešli blok, prohlédli si sami dům, lokalitu. Pokud pak čekají, není to příjemné. Navíc pokud makléř přijde pozdě (což je neakceptovatelné!), často zazvoní a prohlídku udělají s majitelem sami. Hrozí, že se mohou domluvit na koupi bez nás. Proto buďte na nemovitosti dříve a připravte majitele na prohlídku. Doporučte kuřákům, aby dobře vyvětrali a rozestřeli závěsy tak, aby byl byt co nejsvětlejší a nejvzdušnější. Před prohlídkou poproste majitele o úklid. Klienta nepořádek v nemovitosti často odradí, znemožní mu zapojit fantazii a zasnít se, jak by se mu bydlelo v novém bytě. **O koupi nemovitosti často rozhoduje první dojem.**

Na prohlídku si vezměte vytištěný nabídkový list nemovitosti z intranetu. Při prohlídce z něj můžete čerpat údaje o nemovitosti a po prohlídce společně s vizitkou předat klientovi vše v průhledné složce. Nabídkový list také slouží zájemci o nemovitost k připomenutí údajů o nemovitosti. V případě, že máte v nabídce i další podobné nemovitosti, vezměte je rovněž s sebou, a pokud klientovi nevyhovuje nemovitost, na které právě proběhla prohlídka, nabídněte mu je. V případě zájmu a časové rezervy, kterou si můžete s klientem dopředu domluvit, zajedte i na další nemovitosti. Pokud nejste domluvený s majiteli dané nemovitosti na prohlídce, upřesněte lokalitu, stav a domluvte si prohlídku na jiný termín.

4.2. Prohlídka

PODEPSÁNÍ POTVRZENÍ O PROHLÍDCE – PROHLÍDKA – DŮVOD ZÁJMU KLIENTA O NEMOVITOST – AKTIVNÍ PŮSOBNÉ OBCHODNÍKA NA PROHLÍDCE – TIPY NA NAVŠTÍVENÉ NEMOVITOSTI

Před prohlídkou VŽDY podepište se zájemci Potvrzení o prohlídce, a to i u výhradní smlouvy. Při případné snaze klienta o koupi nemovitosti mimo RK se jedná o důležitý dokument.

V průběhu prohlídky je velmi dobré zjistit u zájemců, co je na nemovitosti zaujalo, a podpořit tento důvod. Tato taktika zvyšuje pravděpodobnost prodeje.

Prohlídku vede obchodník – není žádoucí, aby provázeli sami majitelé. Ti mohou být k dispozici pro případné dotazy, ale hlavním organizátorem je obchodník. Vždy vyzdvihněte výhody prohlížené nemovitosti, informujte o provedených rekonstrukcích, neskrývejte závady a nedostatky, mějte k dispozici údaje o prováděných revizích, nákladech na energie a nutných rekonstrukcích. Projděte s klienty vždy celou nemovitost a dejte jim prostor pro dotazy.

Informujte zájemce nejen o nemovitosti, ale mějte také zjištěny informace o společenském životě v dané obci, zaměřte se na speciality obce nebo okresu (jako jsou vyhlášené kulturní akce apod.), zjistěte si dostupnost mateřské, základní a střední školy, možnosti kroužků pro děti, dostupnost MHD, ČD, možnosti sportovního vyžití – např. koupání, cyklostezky, lyžování, golf, ranč.

Klienti většinou absolvovali již několik předchozích prohlídek, a tak jsou zdrojem možných tipů na prodávané nemovitosti. Pokud hledají intenzivně, často ví o nemovitostech, které ještě nejsou v nabídce a mají výborný přehled v lokalitě.

4.3. Ukončení prohlídky

PŘEDÁNÍ NABÍDKOVÉHO LISTU – ZPĚTNÁ VAZBA NA NEMOVITOST – ZAPSÁNÍ POPTÁVKY KLIENTA – PŘEDSTAVENÍ STING FINANCE – ZADÁNÍ PROHLÍDKY DO INTRANETU

Po ukončení prohlídky a předání Nabídkového listu klientovi se zeptejte klienta na zpětnou vazbu na prohlídnutou nemovitost – zda odpovídala jeho představám, co ho zaujalo, co nikoliv. Zapište si představy klienta o kupované nemovitosti kvůli zadání poptávky. V případě, že klient potřebuje čas na promyšlení si zpětné vazby, domluvte si termín, kdy se ozve. V případě, že po domluvení termínu klient nezavolá, volá sám obchodník a zjistí, zda má klient o nemovitost zájem. Pokud ne, pak obchodník zjistí, z jakého důvodu, co ho odradilo, zda nemovitost nevyhovuje jeho potřebám, nebo zda dle jeho názoru neodpovídá nemovitost nabízené ceně. V případě, kdy klient rozporuje nabízenou cenu, je velmi důležitá otázka, za jakou cenu by nemovitost koupil. Často si klienti neřeknou sami o slevu a až po vyzvání obchodníkem sdělí, při jaké ceně by o nemovitost měli zájem. Zpětnou vazbu klienta vždy sdělujeme majitelům nemovitosti, často se jedná o velmi pádný argument pro práci s cenou nemovitosti.

Po prohlídce nabídněte služby našeho finančního specialisty, kterému zavoláte nejlépe ihned s klientem k domluvení schůzky. Snažte se namotivovat zájemce pro schůzku s finančním specialistou, a to i v případech, kdy

se klient nerozhodl, že si nemovitost koupí. V případě, že si koupí jinou nemovitost u jiné společnosti, má obchodník, který klienta doporučil, nárok na provizi z úvěru.

Snažte se domluvit schůzku u zájemců, kteří projevili zájem o koupi nemovitosti, a to i v případech, kdy klient tvrdí, že má předjednanou hypotéku, má vlastního finančního specialistu, vyjednanou výhodnou zaměstnaneckou hypotéku. Kontakt předávám dokonce i v případě, kdy avizuje kupující platbu v hotovosti. Při aktuálních, velmi nízkých úrocích u hypotečních úvěrů dokáže finanční specialista vysvětlit klientovi výhodnost ponechání si hotovosti a koupě nemovitosti na úvěr.

OBCHODNÍK VŽDY PŘEDÁVÁ KONTAKT NA KUPUJÍCÍHO FINANČNÍMU SPECIALISTOVI

Pokud projevili klient zájem o nabízenou nemovitost, vysvětleme mu nutnost složení zálohy a zarezervování si nemovitosti.

Po ukončení prohlídky informací vždy zadejte na intranetu v oddíle „zakázky“ – „události“. Zadání prohlídky a zpětné vazby klientů je důležité pro:

- následnou orientaci ve vývoji zakázky,
- argumentaci pro snížení ceny prodávajícím,
- možnost nabídnutí nemovitosti zadaným klientům po provedení slevy,
- předání kontaktu finančnímu specialistovi (možnost nastavení priority),
- prodávající, kteří využívají přístupu do Klientského centra, mohou online sledovat počty zadaných prohlídek.
-

5. REALIZACE PRODEJE

5.1. Rezervace

SLOŽENÍ REZERVAČNÍ ZÁLOHY – PODPIS REZERVAČNÍ SMLOUVY – FINANCOVÁNÍ

Dokumenty

Aktuální LV (Katastrální úřad), kopie katastrální mapy (možno z dálkového přístupu ČÚZK), veškerá dokumentace k nemovitosti, Rezervační smlouva, směnka, občanský průkaz kupujícího, výhradní zprostředkovatelská smlouva na prodej rezervované nemovitosti, PENB.

Marketingové materiály

Certifikát vrácení rezervačního poplatku při financování koupě nemovitosti s využitím služeb STING Finance, žlutá složka RK STING, informační leták pro kupující (průběh obchodu po rezervaci).

V případě, kdy má klient zájem o nabízenou nemovitost, je požadované složení rezervační zálohy v co nejkratším termínu – ideálně ve výši 10 % z prodejní ceny, minimálně do výše provize. Záloha je závazná, nemovitost se stahuje z nabídky a je rezervována pro kupujícího do termínu sjednaného ve smlouvě o rezervaci. Pokud klient nesložil ani 20 tis. Kč, nabídku nestahujeme z inzerce a nezobrazí se jako rezervovaná.

Před přijetím zálohy informujte majitele v případě, kdy není podepsaná výhradní smlouva, nebo pokud je rezervovaná nemovitost za jinou cenu než uvedenou ve Zprostředkovatelské smlouvě. Je nutné mít před složením rezervace podepsanou výhradní Zprostředkovatelskou smlouvu nebo dodatek upravující kupní cenu. Telefonické potvrzení snížení ceny majitelem nemovitosti není platné a následně je možno takto uzavřenou Rezervační smlouvu rozporovat.

U podpisu Rezervační smlouvy musí být již jasný způsob financování nákupu nemovitosti. Pokud bude vyřizována hypotéka, je kupující v kontaktu s finančním specialistou STING Finance, díky čemuž může využít doložky v Rezervační smlouvě o vrácení rezervačního poplatku v případě nevyřízení financování.

V případech, kdy si kupující řeší financování úvěrem u jiného subjektu, pozbývá výhody možnosti vrácení složeného rezervačního poplatku v případě nevyřízení.

5.2. Smlouva o smlouvě budoucí, Kupní smlouva

V případě, kdy je do podpisu Kupní smlouvy delší doba než 14 dnů, je nutné podepsat mezi kupujícím a prodávajícím **Smlouvu o smlouvě budoucí**, u družstevních bytů **Smlouvu o budoucí smlouvě o převodu družstevního podílu**.

Může se jednat o následující případy:

- kupující financuje nákup nemovitosti hypotečním úvěrem nebo úvěrem ze stavebního spoření,
- kupující financuje nákup nemovitosti prodejem své nemovitosti,
- kupující financuje nákup nemovitosti hotově, nicméně potřebuje čas ke shromáždění potřebných financí.

Smlouvu o smlouvě budoucí a Smlouvu o budoucí smlouvě o převodu družstevního podílu připravuje asistentka dle pokynů a zadání obchodníka. V případě složitějších prodejů je možné využít pro přípravu budoucí kupní smlouvy právní oddělení. Budoucí kupní smlouvu podepisuje přímo majitel nemovitosti – není, tak jako Rezervační smlouva, podepsaná obchodníkem na základě plné moci udělené ve Zprostředkovatelské smlouvě. Banky ve většině případů chtějí k podpisu úvěrové smlouvy právě budoucí kupní smlouvu. Zde nemusí být většinou ověřené podpisy, bance jde o informace o nemovitosti, ceně nemovitosti a toku peněz.

Kupní smlouva – zpracování požadavku na KS zadávají makléři průvodkou přes intranet. Pro zhotovení se předají podklady právníkovi nejpozději 48 hod. před termínem podpisu KS (aktuální výpis z katastru, nabývací titul, případně Smlouvu o budoucí kupní smlouvě, vyplíše se formulář – údaje pro sepis Kupní smlouvy a Návrhu na vklad do katastru nemovitostí), stanoví se termín podpisu Kupní smlouvy. Při vyplňování údajů pro sepis Kupní smlouvy se udávají e-mailové kontakty na účastníky transakce. Po vyhotovení návrhu kupní smlouvy je tento návrh zaslán oběma stranám a zprostředkovateli k připomínkování. Poté, co je Kupní smlouva odsouhlasena všemi zúčastněnými stranami, dojde k podpisu, buď současně za účastí všech nebo jednotlivě dle domluvy a možností. Podpisy na Kupních smlouvách vyžadují ověření. Smlouvy vyhotovuje právní oddělení RK STING, případně smluvní právníci dle lokalit. Právní oddělení nezasílá smlouvy všem stranám (kvůli GDPR), ale pouze je nahraje k zakázce a makléři napíše info do e-mailu, že mají připravené smlouvy u zakázky.

Úschova kupní ceny – doporučujeme prodávajícímu, aby si ponechal u nás v úschově kupní cenu do doby zapsání vkladu do katastru. Úschova na účtech RK je pro klienty zdarma, z placených služeb je možné využít notáře či advokáta. Můžeme nabídnout za zvýhodněných podmínek, rovněž je možný bankovní jistotní účet.

Znalecký posudek – plátcem daně z nabytí nemovitých věcí je dle zákona kupující. Vypracování **znaleckého posudku** znalcem je v případě Rezervační smlouvy Jižní Moravy v ceně provize, případně si kupující může objednat daňový balíček. Objednání znaleckého posudku zajišťuje obchodník, daňové přiznání připraví asistentka pobočky, klient jen podepíše a asistentka jej podá na finanční úřad (dále jen FÚ). Částku ve výši daně nám může kupující zaslat do úschovy a na základě daňového přiznání ji zasíláme na FÚ nebo ji může zaslat klient sám.

5.3. Předání nemovitosti

Předání nemovitosti probíhá vždy za účasti makléře, který nechá připravit asistentkou **Předávací protokol**. Do protokolu se opíše stavy teplé vody, studené vody, elektřiny a plynu. Součástí Předávacího protokolu je zplnomocnění kupujícího prodávajícím k odhlášení z odběru energií. Tím pádem nemusí jít k přepisu energií obě strany, ale stačí pouze kupující. Nicméně je doporučeno, aby k přepisu šli oba, případně aby se prodávající odhlásil z odběru energií. Má tak jistotu, že bude odhlášen.

6. UKONČENÍ OBCHODNÍHO PŘÍPADU

6.1. Uzavření obchodního případu

- **Kdy přechází případ do stavu prodáno (aby byly výplaty a mohlo se fakturovat):**
 - podpis smlouvy (kupní, dohody o převodu, nájemní atd.)
 - úhrada celé výše kupní ceny
 - správně vyplněné a schválené formuláře AML
 - podaný Návrh na vklad vlastnického práva na KÚ, případně v případě převodu družstevního podílu Smlouva o převodu družstevního podílu s razítkem družstva, datem a podpisem oprávněné osoby (= provedení převodu na družstvu)
- **Kdy přechází případ do stavu uzavřeno (případ je zcela ukončen a je archivován v šanonu pod názvem uzavřeno):**
 - předána bytová jednotka – včetně předávacího protokolu
 - vyplacena celá kupní cena

- v případě Rezervační smlouvy Jižní Morava nebo objednávky daňového přiznání – vyhotoveno daňové přiznání, podáno daňové přiznání, případně zaplacená daň z naší úschovy – pokud je daň v úschově u advokátní kanceláře, daň se vyplácí dle ujednání v KS

6.2. Hodnocení obchodníka

Děkovný dopis se zasílá formou e-mailu s odkazem na hodnocení makléřů, v případě některých poboček se zasílá v písemné podobě.

- **CO SE HODNOTÍ?**
 - Jak byli klienti spokojeni s prací makléře.
 - Zda byl makléř k dispozici v čase, ve kterém jej klient potřeboval.
 - Odborné znalosti.
 - Zda klient dostal všechny informace potřebné k realizaci obchodu.
 - Slovní hodnocení.
- **KDO VŠECHNO MŮŽE HODNOTIT MAKLÉŘE?**
 - Všichni kupující a prodávající, kteří mají zadanou e-mailovou adresu v systému.

7. VYBRANÉ NÁMITKY A ARGUMENTY

1) „Nepodepíšu Vám žádnou smlouvu.“

A, Podpis smlouvy je známka serióznosti, že realitní kancelář chce uskutečnit obchod za stanovených podmínek výše kupní ceny, výši provize a služby, které má v provizi zahrnuté. Není-li podepsaná smlouva, nelze nic z výše uvedeného zaručit.

OTÁZKA: Když si jdete objednat nové dveře do nového bydlení, také podepíšete smlouvu o dílo, nebo ne? Když si jdete sjednat úvěr do banky, také chcete mít smluvně zajištěné podmínky a úroky od své banky, nebo ne? Při sjednávání paušálního telefonu podepisujete smluvní podmínky a ani se nad úkonem nepozastavíte.

Je-li nemovitost prodávána bez smlouvy, vzniká tak příležitost pro nereseriovní realitní kanceláře, které ex-post mění u prodávajícího podmínky prodeje, které byly při první schůzce dohodnuty jen ústně (výši provize, co vše RK udělá). Chce-li realitní kancelář po Vás smlouvu, pak chce do Vás investovat a chce si svou investici pojistit (inzerce a další služby).

B, MY se VÁM zavazujeme ve smlouvě ke službám a výdajům, které nejsou v realitní branži obvyklé. Smlouva je vypověditelná, nemá rozhodčí doložku, klient nic neplatí, dokud nepřivedeme kupce a nedořešíme obchodní případ do úspěšného konce.

2) „Nechci se vázat jen na jednu realitní kancelář, nic nepodepíšu.“

A, PŘEHLEDNOST: Výběr jedné správné realitní kanceláře není zavazující – právě naopak – klient má přesnější přehled o průběhu prodeje, má jednoho makléře, který ho informuje o své strategii a vyjednávání, kolik je aktuálně vážných zájemců, a tak dává majiteli možnost se rozhodovat. Je jistě příjemnější se při prohlídkách nemovitosti setkávat stále s jedním vybraným makléřem, který bude plně respektovat Vaše časové možnosti i důvěrné informace spojené s prodejem. Na nemovitosti se bude objevovat pouze jeden makléř, kterého budou majitelé znát, nebudou se tam střídat makléři z různých RK, kteří si zakázky přehazují, a nakonec majitel neví, koho do bytu použít. Náš obchodník zajistí vždy na prohlídce potvrzení o prohlídce, kdy zjistí iniciály zájemce pro případ, že by nemovitost za pár dní někdo vykradl, pomůže policii s identifikací osob, které se byly na nemovitost podívat. Nemusí se vždy totiž jednat o kupce, ale mohou to být různí tipaři zlodějů. Makléř naší RK si vždy před prohlídkou potenciálního zájemce prověří a je na každé prohlídce osobně přítomen, čímž chrání majitele, kteří jsou třeba staršího věku, samotné matky s dětmi apod., kteří by se v případě, že by otevřeli někomu bez makléře, mohli dočkat přepadení. Stávají se různé případy.

B, MOTIVACE: Makléř věnuje klientovi větší péči, je-li zakázka exkluzivní, protože je motivován jistotou své investice a jistou provizí. Makléř odprezentuje i dům z venku, což při neexkluzivitě neudělá (když je dům opravený a pěkný z venku naláká podstatně více zájemců) a zajistí klientovi prezentaci nemovitosti formou plachty. Pokud bude třeba, investuje čas a energii a zařídí vše na úřadech. Ale jen pokud bude mít výhradní smlouvu, protože jinak je to ztráta jeho času.

C, CENÍME SI DŮVĚRY: Klient obdrží zákaznickou kartu, s níž může čerpat nejen slevy u 10 000 obchodníků po celé ČR, ale především získá možnost kontrolovat zakázku na internetu, kde vidí její sledovanost, počty prokliků klientů, a především aktivitu svého zvoleného makléře.

D, FÉROVOST: Pokud bude Vaši nemovitost nabízet více realitních kanceláří, vytvoří se pouze nezdravé konkurenční prostředí mezi makléři a někteří z těchto makléřů začnou proto, aby prodali, snižovat inzertní cenu bez Vašeho vědomí až pod Vaši stanovenou hranici – tím Vás poškodí a kazí tím prodej. Takto ztratíte přehled a pod tlakem prodáte nakonec pod cenou. U jednoho makléře se Vám to nemůže stát, u nás je nemovitost

nabízena za jednu smlouvenou cenu. Neradi slibujeme a jednáme o něčem, o čem nemáme přehled a informace. Neradi bychom tím dopouštěli případy, kdy pro Vás pod Rezervační smlouvu zavážeme zájemce, který si bude vyřizovat financování a mezi tím za Vás zarezervuje i jiná realitka. Vznikne pak nepříjemná situace, kdy naše společnost bude vypadat před takovým kupujícím neprofesionálně – to nechceme.

E, ZÁZEMÍ RK: Velmi důležitý je však výběr realitní kanceláře – exkluzivní smlouva s malou realitní kanceláří bez reklamy by byla opravdu zavazující a hlavně neefektivní.

3) „Nechci spolupracovat s realitní kanceláří.“

A, Jaký k tomu máte důvod? PŘIPUSTĚTE ŠPATNOU ZKUŠENOST: Navštěvuji denně několik nemovitostí a bohužel jsem se v pár případech setkal s lidmi, kteří měli špatnou zkušenost. I přesto dnes většina klientů kupuje svou nemovitost přes RK, u které hledá určité záruky a bezpečí. Jen je třeba si zvolit tu správnou realitní kancelář.

B, Co byste od své realitní kanceláře očekával, abyste s ní byl ochoten spolupracovat? Bylo by pro Vás zajímavé, kdybychom Vám zajistili Vámi požadovanou kupní cenu, k tomu právní servis, znalecký posudek a zápis do katastru a ověření podpisů? A zároveň bychom ušetřili spoustu Vašeho času? Mohli bychom se dohodnout, pokud splníme Vaše požadavky?

C, Víte, jaké výhody skýtá spolupráce s realitní kanceláří? Realitní kancelář je garantem celé transakce, dokáže omezit rizika spojená s prodejem, mnoho prodávajících prodává nemovitost jednou, dvakrát za život. Tyto peníze jsou často celoživotní úspory, proto by se v takto důležité životní události nemělo hazardovat a prodej by se měl svěřit odborníkům. Výběr solidní realitní kanceláře je však nesmírně důležitý – v dnešní době existuje nepřehledné množství kanceláří a ne všechny jsou bohužel seriózní. Důležitá je historie realitní kanceláře. My působíme na trhu od **roku 1997** a máme pokrytí téměř po celé ČR. Navíc je naše společnost ryze česká.

4) „Proč spolupracovat právě s Realitní kanceláří STING?“

A, Realitní kancelář STING nabízí nejširší prezentaci Vaší nemovitosti (ať už na internetu, vývěskách, inzertních novinách...). Zkuste se porozhlédnout, která realitní kancelář je vidět, a tudíž má velkou pravděpodobnost, že vyhledá vhodného kupce. Prostřednictvím sítě 35 poboček pokrýváme většinu území ČR, další 2 pobočky máme na Slovensku (*zde můžeme zmínit konkrétní statistiky, např. více než XX tis. uskutečněných obchodních případů, XXX tisíc přístupů za měsíc na naše stránky atd.*). V případě, že neprodáme Vaši nemovitost, jdou veškeré náklady na naši stranu. Klient neplatí nic, dokud nemovitost neprodáme za dohodnutou cenu.

B, Jsme česká společnost, a tudíž máme k našim klientům osobnější přístup. Srovnajte si konkurenci a nás. My jsme schopni reagovat na český realitní trh dříve a flexibilněji než zahraniční společnosti. Známe českou mentalitu a zákony.

5) „Máte vysokou provizi.“

A, Otázkou je, co mají ostatní realitní kanceláře ve své provizi zahrnuto. Ano, jsou realitní kanceláře, které požadují menší provizi, např. 30 000 Kč. Ale za tuto provizi Vaši nemovitost inzerují maximálně na 1–2 inzertních serverech. Navíc pak požadují zvlášť zaplacení vyjížďky na prohlídku nemovitosti nebo dokonce i úhradu podaného inzerátu, konzultaci s právníkem RK, zvlášť účtují právní servis, odhadce atd. Pokud nemá klient smlouvu, tak neví, co v sobě provize zahrnuje.

B, Porovnejte si rovněž způsob prezentace a inzerce jiných realitních kanceláří. Díky naší inzerci jsme schopni nemovitost prodat lépe a rychleji než ostatní realitní kanceláře. U nás máte celý prodej pod kontrolou díky zákaznické kartě. Zakázky „topujeme“, což urychlí prodej nemovitosti. Uděláme za Vás daňové přiznání, zajistíme

a zaplatíme odhad pro potřeby finančního úřadu, zaplatíme kolky při vkladu nemovitosti na katastr, zprostředkujeme nejlevnějšího znalce pro odhad. Toto vše garantujeme ve smlouvě.

C, Pojdme si tedy výši provize propočíst (napsat na papír) – inzerce na serverech, právní servis, cesty na prohlídku, komunikace se zájemci – telefon, vypracování daň. přiznání, know-how, databáze klientů, účast na předání nemovitosti, asistence s přepisem energií, zkušenosti.

6) „Proč budu platit daň z nabytí nemovitých věcí i z Vaší provize?“

Daň z nabytí nemovitých věcí činí 4 %. Je-li provize např. 50 000 Kč, zaplatí klient pouze o 2 000 Kč na dani více. Existuje samozřejmě možnost o tuto částku navýšit kupní cenu, ale určitě by to nevypadalo dobře – většinou nad tím prodávající již mávne rukou. Daň dnes bere každý jako samozřejmost – cokoli kupujete je navýšeno o DPH. Málokterý klient to bude řešit. Pokud je nemovitost drahá a provize proto vypadá, že je dost vysoká, doporučujeme

podepisovat a prezentovat provizi v %. Klient si často tak rychle provizi nespočítá – 6 % z 3 mil. Kč zní často lépe než 180 000 Kč.

7) „Chci nejlepší cenu“

Pokud chcete prodat za co nejlepší možnou reálnou cenu, jsme připraveni. Pokud však nedáte na doporučení makléře, který je vždy na Vaší straně, a nastavíte cenu nemovitosti již na částku příliš vysokou, znehodnotíte si tím svou nemovitost. Kupující totiž čekají na novinku, na kterou reagují v prvních třech týdnech od inzerce. Za dobře oceněnou nemovitost jsou ochotni zaplatit o něco více, ne však přehnaně více. Přestože po čase Vás doba přeci jen přesvědčí a nemovitost zlevníte, ani ti, kteří by na začátku prodeje zájem měli, nevolají o prohlídku. Budou si říkat, že na nemovitosti musí být něco špatně. Říkáme tomu „efekt exkluzivity“. Proto správné ocenění nemovitosti se svým makléřem může být výhodou.

8) „Realitní kancelář, která tu byla před Vámi, mi řekla, že nemovitost prodá za vyšší cenu.“

Zeptat se, na jakou cenu jiný makléř nemovitost nacenil a jak daleko je tato částka od té naší.

Chápu, že chcete prodat za co nejvyšší cenu a vyšší částka by se Vám líbila, ale zde Vám tento makléř nemovitost dost výrazně nadhodnotil. A může to mít jediný důvod, který Vám hned vysvětlím. Tento makléř Vám nasliboval vyšší cenu s cílem s Vámi, pod tímto nesplnitelným slibem, podepsat smlouvu. Tím si Vás sice získá, ale nemovitost Vám neprodá. Takový makléř Vás za čas začne přirozeně tlačit do slev, a to může mít za výsledek, že nakonec prodáte ještě za nižší cenu, než kdybychom nastavili hned na začátku reálnou hodnotu.

9) „Už jsem to zadal jiné realitní kanceláři.“ / „Už mi to nabízí jiná realitní kancelář.“

A, Jak jste spokojen s jejich přístupem? Kolik Vám přivedli klientů? Informují Vás o průběhu prodeje? Inzerují dostatečně Vaši nemovitost? Jakým způsobem prezentují Vaši nemovitost? Myslíte si, že by pro Vás bylo zajímavé, kdyby Vaše nemovitost byla inzerována po celé ČR a v hlavním městě? Na základě čeho spolupracujete s jinou realitní kanceláří? – Těmito otázkami majitele znejistíte a zároveň si z jeho odpovědí připravíte půdu pro argumentaci, proč spolupracovat s námi.

B, Na náběr jezdíme připraveni = vytiskneme si několik nabídek jakékoliv jedné nemovitosti a na tomto příkladu majiteli demonstrujeme úskalí a rizika takového rozhodnutí. Argumentace viz bod 2, : „*Nechci se vázat na jednu realitní kancelář*“.

10) „Chci hotovost“

Možnost nabídnout nákup – koncovým klientem může být SIF, což je klient s hotovostí.

V případě prodeje přes naši realitní kancelář dostanete hotovost vždy (převod na účet). Dokážeme kupujícímu zajistit v krátké době úvěr, ihned zjistíme jeho bonitu a zda je úvěr pro něj reálný. Díky velmi dobré spolupráci s největšími bankami dokážeme úvěr vyřídit velmi rychle – prodávající má jistotu, že peníze v celé výši obdrží. Nehrozí tak situace, kdy kupující řekne, že se mu nemovitost líbí, že ji chce, nicméně po měsíci řekne prodávajícímu, že úvěr nedostane. Klienty již před prohlídkou „lustrujeme“ – zjišťujeme jejich bonitu, abychom šetřili čas majitele. Nemá smysl dělat prohlídky s klienty, kteří na nemovitost nemají.

11) „Klient si chce nemovitost hlavně nabízet sám a až tehdy, když bude neúspěšný, se na nás možná obrátí a bude ochoten podepsat Zprostředkovatelskou smlouvu.“

Proč bychom nemohli nemovitost nabízet současně, když máme s prodávajícím stejný cíl, kterým je prodej nemovitosti? Existuje vždy možnost, že si klient opravdu vyhledá kupce sám – pro takové případy snížit provizi např. o 1 % (zohlednit to předem v provizi). Zeptat se majitele, zda si poradí i s dalšími částmi prodeje, jako zajištění klienta nějakou zálohou, zda si je jistý, že kupující bude maximálně aktivní při řešení hypotéky, zda ví, jaké dokumenty jsou třeba při hypotéce podepsat, zda si poradí s kupními smlouvami, a jak bude řešit celou transakci peněz, aby o nemovitost nakonec nepřišel? A kdo mu pomůže při předání nemovitosti a s odhlašování energií? Umí si v konečné fázi připravit daňové přiznání? Toto vše zajistíme v rámci provize, kterou bychom ponížili za práci s vyhledáním kupce. Výhodné je říct, že jste prodávali v sousední ulici podobnou nemovitost a vzhledem k tomu, že byla velmi cenově výhodná, máte klienty, kteří neuspěli, a Vy jim teď hledáte ve stejné lokalitě podobné bydlení. Vaše nemovitost je sice dražší, ale klienti byli bonitní a mají i na tuto nemovitost – podívám se na Vaši nemovitost, a pokud bude vyhovovat jejich představám, nabídnu jim právě tu Vaši.

12) „Nespěchám s prodejem, nepotřebuji Vaše služby, našli jste si mě sami.“

Pokud s prodejem nespěcháte, je prodej přes realitní kancelář ideální – můžeme stanovit nejvyšší možnou reálnou prodejní cenu, nemovitost masivně inzerovat a díky této inzerci najít kupce za Vámi požadovanou cenu. Jelikož nespěcháte, budeme mít dostatek času k nalezení vhodného klienta. Zároveň Vám ušetříme spoustu času, který byste musel prodeji věnovat.

13) „Nepotřebuji Vaše služby, našli jste si mě sami.“

Našli jsme si Vás, jelikož hledáme pro naše klienty nemovitosti v této lokalitě (výhodné použít větu z bodu 11, o tom, že jsme v této lokalitě prodali nemovitost a máme klienty, kterým hledáme jiné bydlení). Samozřejmě Vám ušetříme dost peněz za inzerci, která je pro jednotlivce velmi drahá. A dále argumentovat bodem 3, „Nechci spolupracovat s Realitní kancelář“.

14) „Podepíšete Vám smlouvu, až mi přivedete kupce.“

A, Nemůžeme nabízet nemovitost, na kterou nemáme smlouvu. Jsme seriózní realitní kancelář a pracujeme pro klienty, kteří si nás na služby sjednají. Navíc dnes chtějí mít i kupující jistotu, že jdou na nemovitost, kterou máme právo nabízet a chtějí mít jistotu, že když se po prohlídce pro nemovitost rozhodnou, nebudete jim například zvyšovat cenu nebo dokonce, že ji prodáte před podpisem smlouvy někomu jinému.

B, I vy máte rád férové podmínky a jistotu již od začátku, ne? A toto Vám zajistí pouze smlouva, kde budou jasně dané podmínky, na kterých se nyní společně domluvíme. Pojdme se na smlouvu nyní podívat.

15) „Když podepíšete výhradní smlouvu, nebudu si moci nemovitost prodat sám.“

Zde je opravdu třeba, aby klient výhradní spolupráci vnímal jako partnerství. Smlouva mu nemá svazovat ruce a připravovat ho o možnosti, ale má mu dát pocit jistoty a zázemí. Proto vyvráťte tento „mýtus“: Samozřejmě, že můžete. Máme rádi aktivní klienty. Ale pokud se stane situace, že si klienta najdete, budete i tak potřebovat celý prodej zpracovat, zajistit smlouvy, komunikaci s úvěřující bankou, zajištění odhadu pro daň, předání nemovitosti a daňové poradenství. Nicméně, pokud si na svou nemovitost najdete kupce sám, zkrátí se tím doba prodeje a tím

i některé náklady. Proto se pojd'me domluvit, že pro tento případ Vám snížíme provizi za služby o jedno procento. Líbilo by se Vám to?

16) „Co když se mi při prodeji ozve nějaký známý (příbuzný), který bude chtít nemovitost koupit?“

Zde použít známé pořekadlo: „Nejhorší obchody jsou ty pro známé“. Už jste něco dělal pro kamaráda? A měl jste z toho nějaký zisk? Většinou ne! Se známými se špatně vyjednává. Známý si myslí, že pro ten titul „známý“ mu prodáte nemovitost levně. A vy chcete prodat přeci za co nejvíce. Pro toto máme také řešení. Pokud Vám zavolá takový známý, dejte mi na něj telefonní číslo, já mu zavolám a vše za Vás vyřídím a vykomunikuji.

8. OTÁZKY K ATESTACI

- 1) Vyjmenuj minimálně 10 zdrojů naběrů.
- 2) Co by měl mít makléř připraveno před naběrem nemovitosti?
- 3) Vysvětlí výhody exkluzivní smlouvy pro klienta.
- 4) Vysvětlí výhody exkluzivní smlouvy pro makléře.
- 5) Vyjmenuj 10 analytických otázek pro zjištění potřeb klienta.
- 6) Jaké jsou minimální doporučené provize při prodeji nemovitosti?
- 7) Jaké kroky je potřeba udělat ihned po úspěšném naběru nemovitosti?
- 8) Reaguj na tuto námitku klienta: „Proč spolupracovat zrovna s RK STING?“
- 9) Reaguj na tuto námitku klienta: „Nechci prodávat přes RK, protože nechci platit provizi“.
- 10) Reaguj na tuto námitku klienta: „Nepodepíšu Vám žádnou smlouvu“.
- 11) Reaguj na tuto námitku klienta: „Nechci se vázat na jednu RK“.
- 12) Jaké jsou základní náležitosti smlouvy o rezervaci? Co tato smlouva řeší?
- 13) V jaké výši by měla být složena finanční záruka při podpisu Smlouvy o rezervaci?
- 14) Kdy se podepisuje Smlouva o budoucí kupní smlouvě, jaký je její význam a hlavní náležitosti?
- 15) Jaké znáš druhy znaleckých posudků, k čemu slouží a jaký je mezi nimi rozdíl?
- 16) Kdy se podepisuje předávací protokol k nemovitosti (bytu) a co se v něm řeší?
- 17) Jsem nováček a nemám ve své lokalitě dostatečnou poptávku. Jak mohu poptávku získat?
- 18) Zadal jsem si fiktivní nabídku a volá mi spousta lidí. Co udělám?
- 19) Nemám v nabídce dostatek nemovitostí a z monitoringu mi nic moc nechodí. Co mám dělat?
- 20) Co je cílem telefonátu, když volám na nabídku?
- 21) V monitoringu vidím inzerát s přemrštěnou cenou. Co udělám?
- 22) Domluvil jsem si schůzku na nemovitosti, ale nevím přesnou adresu.
- 23) Kdy je nutné podepsat Dodatek ke zprostředkovatelské smlouvě?
- 24) Jaký je rozdíl mezi podepsáním Zprostředkovatelské smlouvy na pobočce a mimo ni?

Autorka	Ilona Katrušáková
Název BP	Služby realitních kanceláří
Studijní obor	LOS
Rok obhajoby BP	2020
Počet stran	43
Počet příloh	1
Vedoucí BP	Ing. Růžena Caletková
Anotace	Bakalářská práce je zaměřena na téma služeb realitních kanceláří. Teoretická část práce se věnuje současnému stavu realitního trhu v České republice a seznamuje veřejnost s problematikou trhu s nemovitostmi. Soustředí se na vybranou realitní skupinu, její společnosti a jimi poskytované služby. Praktická část práce obsahuje uvedení aktuálních specifik na trhu nemovitostí, analýzu vývoje cen, formulování vlastních návrhů a doporučení v orientaci na realitním trhu.
Klíčová slova	Realitní trh, nemovitosti, realitní zprostředkovatelé, realitní kancelář, vývoj cen.
Místo uložení	ITC (knihovna) Vysoké školy logistiky v Přerově
Signatura	

