



Агентство недвижимости
Германа Кутыгина

Ключевые решения

**Как продать
недвижимость
без посредников**



Оглавление

Введение	3
Почему нужно продавать сейчас. Самый первый вопрос.....	5
Что продаем, где продаем	7
Что почем?	10
Плюсы и минусы	12
«Принцип гамбургера»	16
Обходные маневры	19
Простые правила	22
«Чистая» удача	25
Хитрости риэлторов.....	28
Заключение	32

Введение

Очень часто хозяева недвижимости для ее продажи обращаются к риэлтору, потому что это экономит им время и усилия. Или, потому что так принято. А также оттого, что не знают, как подступиться к вопросу реализации квартиры или дома на рынке.

Действительно, в этом деле существует много организационных, юридических и даже психологических нюансов. И далеко не каждый владелец жилья может учесть их все и довести свой замысел до победного конца.

Тем не менее, самостоятельно продать недвижимость возможно. О том, как сделать это грамотно, вы узнаете из этой книги.

В ней я поделюсь своим практическим опытом продажи недвижимости. Помогу вам избежать типовых ошибок. Раскрою некоторые секреты риэлторов, о которых не пишут в интернете. А еще - расскажу истории удачных и неудачных решений при продаже квартир и домов.

Если вы продадите квартиру или дом без помощи риэлтора, то сможете сэкономить на оплате его услуг. И испытаете огромную радость по поводу того, что сами справились со столь важным и непростым делом. Поэтому

читайте мою книгу и обязательно применяйте на практике информацию, которую вы узнаете из нее.

Надеюсь, мой опыт работы с недвижимостью будет полезен и Вам!

С уважением,

Герман Кутыгин

Почему нужно продавать сейчас. Самый первый вопрос

Существует вопрос, ответить на который нужно прежде, чем вы приступите к продаже недвижимости:

А действительно ли вы хотите ее продавать?

Этот вопрос может показаться излишним. Однако мой опыт свидетельствует о том, что есть хозяева, которые передумывают в самый последний момент. Прямо как в анекдоте.

История из анекдота

Восторженный клиент осматривает выставленный на продажу дом:

- Какая замечательная светлая гостиная! И целых четыре спальни! А этот чудесный чердак – на нем мои дети будут играть в прятки... Великолепный сад с крохотным прудиком... И все это в каких-то десяти минутах езды от города. Просто волшебный дом и по такой смешной цене, просто удивительно! Беру прямо сейчас – где ставить подпись?

Хозяин, задумчиво:

- Пойдите. Раз дом такой хороший, то, пожалуй, я не буду его продавать.

Чтобы принять окончательное решение, взвесьте все за и против. Если продажа недвижимости затрагивает интересы ваших родственников, узнайте их мнение и аргументы в пользу, либо против продажи.

История из жизни

Риэлтор Сергей работал над продажей коттеджа, принадлежащего разводящейся паре. Когда был найден клиент, готовый приобрести дом, супруги отказались. На вопрос, в чем дело, они ответили:

- А мы помирились и передумали разводиться!

Если вы решили, что все-таки не хотите заниматься продажей своей недвижимости, закройте эту книгу. Она не пригодится вам. По крайней мере, в ближайшем будущем.

Если же вы серьезно настроены на продажу – читайте дальше. Вас ждет информация, которая будет вам актуальна и полезна.

Что продаем, где продаем

Вероятно, в это трудно поверить, однако клиенты покупают не квартиру или дом. **Деньги платят за выгоды.**

Какие выгоды получает владелец недвижимости?

- крышу над головой;
- вложение средств;
- экономию времени при езде на работу;
- возможность создать семью или завести ребенка;
- возможность разъехаться с родителями;
- прописку;
- экономию средств (если речь идет о покупке квартиры или дома эконом-класса);
- возможность обустроить жилище по своему вкусу (в отличие от съемного жилья)...

Продолжите этот список самостоятельно. Чем больше выгод вы сможете найти, тем проще вам будет продать свой объект недвижимости.

По завершении этой работы подумайте о том, **в чем отличие** вашей квартиры или дома от похожих предложений. Наличие пола, потолка и стен не будет выделять вашу

квартиру или дом. Это видовой признак всех жилых помещений.

Так в чем же **уникальность** вашего предложения?

Быть может, это:

- удачное расположение;
- цена;
- наличие гаража или парковки;
- отдельный санузел;
- несколько санузлов;
- наличие лифта;
- проведенные телефон и интернет;
- удобная инфраструктура;
- что-то еще?

Когда вы определите особенности своего предложения и выгоды клиента, можете приступать к формулировке вашего **торгового предложения**. Оно будет строиться по формуле, которую продавцы и презентаторы считают самой действенной:

Особенность товара – связка – выгода клиента.

Например:

Квартира расположена в центре (это особенность), и поэтому вы сможете (это связка) экономить время на дороге (это выгода).

Дом продается по демократичной цене, и на сэкономленные средства вы можете приобрести новую мебель или автомобиль.

Комнаты изолированы друг от друга, и все члены вашей большой семьи получают автономность.

Используйте эту формулу в рекламных объявлениях и во время показа помещения. В этом случае вы привлечете внимание клиента лучше, чем при сухом перечислении характеристик: метража, цены, количества комнат и так далее.

Многих интересует вопрос, где можно найти покупателя, не прибегая к услугам агентства и риэлтора. Это вполне возможно. Вот только некоторые варианты:

- обзвонить знакомых и сообщить им о выставленной на продажу недвижимости. «Сарафанное радио» - отличный инструмент привлечения клиентов;
- разместить объявление в интернете на популярном сайте объявлений;
- расклеить объявления о продаже на информационных стендах рядом со своим домом. Вполне возможно, что ваш будущий покупатель присматривает недвижимость именно в вашем районе;

Что почем?

Перед продажей недвижимости необходимо оценить недвижимость. Оценку можно провести самостоятельно или с помощью независимого эксперта-оценщика.

Если хотите оценить помещение сами, посмотрите похожие предложения в СМИ и в интернете. Можно воспользоваться специальным электронным калькулятором, чтобы увидеть примерный порядок цен на недвижимость в вашем районе.

При установлении цены на недвижимость не берите ее с потолка или исходя из своих ожиданий. Изучите тенденции рынка, посмотрите, за сколько продается и покупается аналогичное жилье.

История из жизни

Ольга и Роман выставили на продажу квартиру, оставшуюся им от матери Ольги. Дали объявление в местную газету и в интернет. Несмотря на «горячий» сезон, звонков от клиентов не было.

Когда супруги обратились к знакомому риэлтору, он оценил их квартиру на 150 тысяч рублей дешевле, чем сами

хозяева. По адекватной цене квартиру удалось реализовать в течение недели.

Этот пример наглядно демонстрирует, что происходит, когда цена на недвижимость необоснованно завышена. Будьте реалистами и устанавливайте адекватную цену. Или немного завышенную.

В этом случае у покупателя будет возможность поторговаться. А у вас – получить дополнительные средства, если клиент согласится приобрести жилье по заявленной цене.

Плюсы и минусы

У каждого объекта недвижимости есть свои достоинства и свои недостатки. В рекламе и во время показа ваша задача – сделать так, чтобы **достоинства перевесили**. Тем не менее, существует ряд факторов, которые объективно повышают или понижают стоимость квадратных метров.

Плюсы:

- *престижный район;*
- *качественность постройки: монолит-кирпич, «сталинка»;*
- *хороший вид из окна, благоустроенная территория;*
- *удобное транспортное сообщение;*
- *хорошая инфраструктура (близость к школам, супермаркетам и так далее);*
- *благоприятная экология.*

Минусы:

- *первый и последний этажи;*
- *отсутствие балкона;*
- *маленькая кухня;*

- *плохая инфраструктура;*
- *сомнительный вид из окна: на крышу, стену соседнего дома, мусорные баки;*
- *грязный и неохраняемый подъезд (без консьержки или домофона).*

Обычно минусы можно увидеть уже в процессе осмотра жилья. О скрытых дефектах и недостатках некоторые продавцы предпочитают вообще умолчать. Мне кажется, это неправильный подход.

История из жизни

Евгений приобрел квартиру для своего сына Сергея. Тот недавно женился, и в его семействе ожидалось пополнение. Квартира находилась в новостройке в спальном районе. Все были довольны, пока не наступил холодный сезон.

Оказалось, в доме существенные проблемы с отоплением. Батареи были чуть теплыми. И если для некоторых соседей Сергея это обстоятельство не было критичным, то для семьи с маленьким ребенком стало настоящей бедой.

История из фильма

Герои триллера «Семь» (“Seven”) - молодой детектив Миллз (Брэд Питт) и его жена (Гвинет Пэлтроу) при переезде в крупный город покупают симпатичный дом. Во время осмотра дома супруги удивляются, почему риэлтор пускает их внутрь лишь на пять минут, а затем спешно выводит показывать сад.

Ответ на этот вопрос Миллзы получают после приобретения дома. Оказывается, он расположен рядом с метро. И каждый раз при движении состава дом начинает хорошенько трясти...

Информировать ли потенциальных покупателей о недостатках квартиры или дома – решаете вы сами. Я рекомендую все-таки сделать это. Особенно если недостатки явные.

Прежде всего, **проведите подготовку**. Во время показа помещения не стоит импровизировать. Выпишите на отдельном листе все плюсы и минусы объекта продажи.

При этом имейте в виду, что определение достоинств и недостатков – вещь субъективная. Кому-то близость квартиры к метро - огромный плюс, других будут раздражать толпы людей, ежедневно устремляющихся в подземку.

История из жизни

Юлия жила в коммунальной квартире с соседкой, которая оказалась психически нездоровым человеком. Найти на нее управу было невозможно. Выйдя замуж, Юлия переехала к мужу и стала сдавать квартиру. Жильцы менялись каждый месяц – никто не выдерживал неприятного соседства.

Когда Юлия надумала продавать комнату, все желающие отказывались, узнав о соседке. Несмотря на цену комнаты, которая была гораздо дешевле рыночной стоимости. В итоге комнату приобрела Светлана. Она оказалась специалистом по социальной работе. К тому же, большая часть ее жизни прошла рядом с сестрой, имевшей такой же диагноз, как у соседки Юлии.

Главными факторами, сыгравшими роль при покупке, оказались цена и близость от работы. Наличие нездоровой соседки было минусом, который не перевесил позитивные характеристики предложения.

«Принцип гамбургера»

Давайте потренируемся в определении плюсов и минусов вашего жилья. Представьте, что вы продаете дом с жилыми низами на участке 6 соток в Краснослободске. Клиент – бизнесмен из Волгограда, решивший обосноваться с семьей в доме и продолжить работу в городе.

Плюсами в этом случае могут быть близость дома к Волгограду, возможность быстро добраться до города, наличие трех спален, гаража, приличного участка и т.д. Минусами будут отсутствие инфраструктуры в шаговой доступности от дома, неухоженный участок, необходимость капитального ремонта, плохие подъездные пути.

Во время встречи с покупателем вы выясняете, что он в любом случае собирался заниматься перестройкой дома и участка. Соответственно, у вашего предложения остается только один существенный минус – инфраструктура.

Как сообщить о недостатке объекта так, чтобы не акцентировать на нем внимания? Используйте «принцип гамбургера». То есть **сначала перечисляете плюсы, потом – минусы, и в конце – главные плюсы.**

В случае с домом в Краснослободске его описание может выглядеть следующим образом:

Дом просторный, светлый. В нем три спальни – отличный вариант для семьи с двумя детьми. Гараж получился особенно удачным. В нем Ваш автомобиль будет в тепле и сухости круглый год. И даже останется место для велосипедов. Вам не придется оставлять их на улице.

Район этот очень хороший: спокойный, безопасный (я ребенка в школу одного отпускаю). Единственный минус – это инфраструктура. Магазины, рестораны, школа и поликлиника находятся в 15 минутах езды. Думаю, скоро и здесь инфраструктура будет – район быстро развивается, достраивается.

Дороги хорошие – недавно переложили, да и автобусы часто ходят. Большинство живущих здесь семей покупают продукты на неделю вперед. А если что-то срочно понадобится – рядом есть аптека и круглосуточный магазин. Ассортимент не ахти, конечно. Однако там всегда можно что-нибудь подходящее найти.

А еще у вас будет собственная земля. Если захотите, можно выращивать свои овощи-фрукты. Экологически чистые. На участке есть два яблоневых дерева и вишня. Так что если оставите их – будут у вас каждый год вкусные витамины!

Да и вообще хорошо тут! До Волги 10 минут быстрым шагом, а на велосипеде или автомобиле и того быстрее. И что особенно ценно – близко от Волгограда, и при этом экология совсем другая. Природа настоящая, воздух, река. Для семейной усадьбы – вариант прямо-таки отличный.

Обходные маневры

Будьте готовы к тому, что клиент отыщет недостатки, о которых вы и не догадывались. В этом случае **выразите согласие и понимание**. Иронизировать и спорить не надо, это может оттолкнуть покупателя.

Если вы в состоянии самостоятельно и без особых финансовых затрат исправить недочет (например, сменить устаревшую сантехнику) – сделайте это.

История из жизни

Иван продавал квартиру в новостройке с «ремонтот застройщика», доставшуюся взамен снесенного ветхого дома. Покупательницу Елену устроило все, кроме входной двери, - даже ремонт. Иван предложил заменить дверь на металлическую, и покупательница немедленно согласилась подписать договор.

Денег на дверь ушло не много, так как Елена выбрала бюджетный вариант. Выяснилось, что ее съемную квартиру ограбили, выломив «картонную» дверь. Поэтому в своей квартире Елене хотелось только металлическую, пусть и не самую дорогую. Поскольку квартира покупалась по ипотеке,

каждая копейка была на счету, и дополнительно вкладываться в дверь не хотелось.

В случае, когда вы не можете **превратить минус в плюс**, как это сделал Иван, предложите клиенту найти выход вместе. Например, в случае с шумными соседями за стеной это может быть обращение к старшему по дому или даже в милицию.

Если покупателя не устраивает наличие рядом с домом шумной дороги, можно порекомендовать сменить стеклопакеты на тройные. Или сделать это самостоятельно в качестве бонуса к быстрому принятию решения о покупке.

Иногда бывает трудно что-либо изменить. Например, плохие дороги на подъезде к дому, слишком высокий или слишком низкий этаж. В этом случае делайте **упор на позитивных характеристиках** вашего предложения. Или даже попробуйте найти у недостатка плюсы:

- Действительно, владение квартирой на первом этаже доставляет определенные неудобства. Зато и стоит она гораздо дешевле. А квартира, которую я вам предлагаю, имеет несомненное преимущество перед другими квартирами на первых этажах.

В этом подъезде на каждом этаже расположены всего по три квартиры – жильцов не так много. Да и соседка – старшая по дому следит за порядком в подъезде: чтобы посторонние не заходили, и дверью чтобы никто не хлопал.

- Окна квартиры выходят на улицу. Это несколько шумное соседство. С другой стороны – это солнечная сторона, а значит больше тепла, здоровья, витамина Д. Вы будете бодры и энергичны! Хозяева квартир с окнами во двор лишены такого преимущества.

Чтобы чувствовать себя уверенно при разговоре с покупателем, прорепетируйте презентацию перед своими родственниками или друзьями. Попросите их задавать каверзные вопросы. Ответы на них можно придумать вместе.

Простые правила

Недвижимость необходимо подготовить к продаже. Этот процесс включает два основных направления: подготовку документов и подготовку помещения, включая ремонт (если он нужен) и генеральную уборку.

Основной набор документов, необходимый для заключения договора купли-продажи включает в себя:

1. документ, удостоверяющий личность продавца (паспорт);
2. свидетельство на право собственности (договор купли-продажи, дарения, мены, приватизации, свидетельство о наследстве или решение суда);
3. техническая документация;
4. выписка из Единого Государственного реестра недвижимости. Получать ее надо непосредственно перед заключением сделки, так как в ней указываются время и дата получения информации.

Помимо этих документов в различных ситуациях могут потребоваться **дополнительные справки и заключения**, например:

- согласие органа опеки и попечительства на продажу квартиры, в число собственников которой входят несовершеннолетние;
- нотариально удостоверенное согласие супруга на продажу квартиры, приобретенной в период брака;
- отказы соседей по коммуналке от преимущественного права покупки вашей комнаты и другие.

Подготовку документов проще поручить профессионалу. Вы сэкономите время. Также, вы и сами можете собрать необходимые справки.

Много полезной информации о сборе документов можно найти на форумах, посвященных недвижимости. Там же вы сможете задать интересующие вас вопросы.

Все документы должны быть у вас на руках до начала оформления сделки купли-продажи. В противном случае вы рискуете потерять хорошего клиента.

История из жизни

Антон выбрал себе дом по вкусу и договорился с владельцами о его покупке. Правда, хозяева попросили месяц на то, чтобы собрать необходимые документы. Потом – еще неделю. И еще...

Когда хозяева позвонили в очередной раз, то узнали, что их единственный клиент уже благополучно приобрел другое жилье.

И еще один юридический момент. Когда найдете клиента, готового приобрести ваше жилье, обезопасьте себя от отказа. Для этого можно взять задаток, оформив его письменно.

Сумма задатка должна устраивать и вас и потенциального покупателя. При внесении задатка нужно обсудить юридические формальности и дату освобождения продаваемого жилья.

По оценкам риэлторов, продать квартиру или дом «как есть», то есть без подготовки, обычно удается за меньшие деньги. Если помещение нуждается в легком косметическом ремонте, лучше его сделать.

Во-первых, недвижимость оценивается дороже, если она в хорошем состоянии и не требует ремонта. Во-вторых, многие клиенты не готовы делать ремонт после приобретения жилья. Соответственно, они ищут квартиру или дом, в которые можно въехать сразу. Особенно это актуально в условиях сегодняшней экономической обстановки.

«Чистая» удача

Для многих хозяев, продающих квартиру или дом, становится откровением важное правило удачной подготовки недвижимости:

Помещение должно быть чистым.

Речь даже не о том, что «убитые» квартиры продаются дешевле.

Покупатель часто принимает решение сердцем. А вот будет ли сердце лежать к заляпанному ковролину, ржавым трубам, текущему крану и пыльным антресолям? Вряд ли.

Примерная оценка предстоящего ремонта наведет на печальные мысли о дополнительных тратах. Так что с точки зрения логики покупателю также проще сделать выбор в пользу аккуратного жилья.

Разваленные по полу игрушки, неубранный кошачий туалет, горы невытой посуды или носки, свисающие с сушилки, также не добавят квартире очарования. Поэтому вне зависимости от того, живете вы в продающемся жилье или нет, приведите его в порядок перед показом.

История из жизни

Анна собиралась купить однокомнатную квартиру в Центральном районе Волгограда. Через знакомых удалось выйти на продавца, не прибегая к услугам риэлтора. Квартира подошла по метражу и по расположению. К тому же цена оказалась весьма привлекательной.

Единственный минус, который перечеркнул все достоинства, – это состояние квартиры. Хозяин получил ее в наследство от бабушки и продавал жилплощадь «как есть». Без ремонта, без уборки и даже оставив все бабушкины вещи. В ответ на просьбу Анны привести квартиру в нормальное состояние, продавец ответил:

- Я и так по бросовой цене отдаю – убирать сами будете.

В итоге сделка не состоялась.

Помните также, что понятие чистоты у всех разное. Для одних порядок – это если на полу отсутствуют кучки мусора. Для других – когда в доме ни единой пылинки. Рекомендую **остановиться на золотой середине.**

Вынесите мусор. Вымойте пол, окна и зеркальные поверхности (если они есть). Если вам известно, что покупатель будет менять раковины и ванну, не обязательно

доводить их до блеска. Однако и оставлять без внимания не стоит.

Хитрости риэлторов

Специалисты по продаже недвижимости часто прибегают к маленьким хитростям, которые помогают покупателю сделать выбор в пользу именно этой квартиры или этого дома.

1. Помещение должно быть чистым. Об этом мы уже говорили.

2. Будьте готовы показать объект продажи в то время, когда это удобно клиенту. Если его пожелания разумны, конечно же. Заранее договоритесь о времени осмотра жилья с арендатором, если он у вас есть.

Определите временной коридор, в течение которого клиент сможет осматривать вашу квартиру или дом. Если сегодня у вас недостаточно времени на подробный показ квартиры, лучше перенести его на другое время. Спешка может утвердить покупателя в мысли, что вы что-то от него скрываете или не заинтересованы в сделке.

3. За 15-20 минут до прихода клиента проветрите все комнаты. Особое внимание уделите ванной и кладовой, если она есть. В этих помещениях часто бывает спертый воздух.

4. Позаботьтесь о запахах. В идеале их быть не должно или они должны быть приятными. В день показа не курите в помещении и по возможности не жарьте мойву.

5. Вы также можете сделать помещение светлее и визуальнo увеличить его. Для этого снимите темные шторы и замените их прозрачной тюлью.

6. Если в квартире или доме никто не живет, создайте атмосферу уюта. Разместите в ванной комнате мыло и полотенце для рук, в туалете – туалетную бумагу, на кухне – чайник, заварку и пару чашек.

Некоторые риэлторы украшают гостиную и спальню искусственными цветами. На мой взгляд, этот ход не безупречен. Возможно, клиент не любит цветы.

7. На кухне можно создать «домашний» аромат, растерев несколько кофейных зерен. Кофе ассоциируется с обжитым домом, и, если у клиента сработает этот ассоциативный ряд, это будет вам на руку.

8. Можете предложить покупателю переобуться в удобные мягкие тапочки. Это подчеркнет вашу заботу как о клиенте, так и о чистоте комнат. Проследите только, чтобы сами тапочки были чистыми и аккуратными.

9. Помогите клиенту добраться до вашего дома. Если он заблудится, то может прийти на осмотр жилья в плохом настроении.

К тому же при оценке расстояния клиент может ошибиться в большую сторону. Это неудивительно, ведь дорога кажется длиннее, когда идешь по ней в первый раз и без спутника. А если вы будете сопровождать покупателя, он увлечется разговором и не станет делать поспешных выводов о расстоянии.

10. Во время показа недвижимости избегайте банальностей типа «Это кухня, а тут спальня». У покупателя есть глаза, и он в состоянии отличить эти два помещения. Поэтому сосредоточьтесь на демонстрации выгод клиента. Как это делать, мы рассмотрели в главе «Что продаем, где продаем».

11. Заранее вспомните все цифры: площадь помещения, возраст здания и ремонта, дорога в минутах до магазинов, школы, поликлиники, удаленность от центра города или от черты города (если речь идет о недвижимости в пригородах).

Хорошо, если вам удастся найти в специализированных журналах и на сайтах статистику по

недвижимости в вашем регионе. Во время показа помещения активно используйте эти цифры.

Например, демонстрируя кухню, назовите ее метраж. Отметьте, что только в 10% трехкомнатных квартир Волгограда есть такая просторная кухня. И что 90% людей, проживающих в одно- и двухкомнатных квартирах мечтают об увеличении числа комнат. Показывая вид из окна, обратите внимание клиента, что за рядом стоящим домом остановка, до которой пешком всего 4 минуты, и так далее.

Эти риэлторские хитрости могут показаться слишком незначительными. Однако помните, что **общее впечатление складывается из деталей!**

Заключение

Моя книга подошла к концу. Надеюсь, что из нее вы получили информацию, которая поможет вам при продаже недвижимости. Соблюдайте эти простые правила, и процесс реализации жилья станет быстрым и гораздо менее болезненным для вас и вашего клиента.

Предположим, вам не удастся продать недвижимость. Возможно, это наведет вас на мысль, что продать квартиру или дом на самом деле не так просто. По крайней мере, в вашем случае. Значит, нужен агент.

И если вы решите обратиться к профессионалу, то будете ощущать, что не зря отдаете ему деньги. Это важно, так как избавляет вас от мыслей о нецелесообразности затрат на оплату риэлторских услуг.

Риэлтору платят за то, чтобы квартира или дом были проданы безопасно, в разумные сроки и по максимально высокой цене. И в этом интересы продавца и агента совпадают.

Если вы чувствуете, что не в состоянии справиться с самостоятельной продажей недвижимости, то при выборе риэлтора, возможно, предпочтете воспользоваться моими услугами.

Звоните 8(8442)29-70-80 или по бесплатному номеру 8-800-100-88-08.

Пишите на Вайбер, Ватсап +7-904-431-91-11 или на почту 1@agent34.ru

Клиенты в восторге от работы со мной.