Гуля Касимова

Дневник успешного риелтора

Нижний Новгород
2017

Данная книга будет интересна как начинающему риелтору, так и профессионалу в этой деятельности. В книге собраны необходимые аспекты риелторской деятельности с образцами документов, со ссылкой на законодательство, а также же психологические приемы, которые могут пригодиться в работе успешному риелтору.

ББК 67.404.2
К28

Гуля Касимова
К28 Дневник успешного риелтора. – Нижний Новгород: «Дятловы горы», 2017 – 112 с.

ISBN 978-5-90522-805-6

© Гуля Касимова, 2017
© Издательство «Дятловы горы», 2017

Дневник успешного риелтора

Успешный человек достигает успеха во всем, в любой сфере деятельности. Чтобы стать таким человеком, нужно понимать, что к успеху приводят многие составляющие, начиная от твоего внешнего вида, манеры поведения, техники общения, трудолюбия, настойчивости, точно выстроенных отношений с клиентами и знаний в определенных областях. Составляющих успеха масса, не стоить надеяться на фортуну, на манну, упавшую с небес, без приложенных на то тобой усилий. Свой успех, свою фортуну мы творим сами, своими руками и усилиями и верой в него.

Дневник успешного риелтора мы рассмотрим в нескольких аспектах. С чего начинать новичку в риелторской деятельности, от момента поиска клиента до совершения сделки, а также выстраивание долгосрочных связей с клиентом на будущее. Также эта книга будет полезна как профессионалу и руководителю агентства недвижимости, так как при большом опыте и по истечении многих лет работы в этой сфере у профи замыливается глаз и многие важные моменты и мелочи просто забываются и выполняются на автомате либо вообще по истечении времени остаются без должного внимания.

А в чем вообще заключается успех риелтора? Большое количество сделок, огромное количество объектов, большая клиентская база, знание тонкостей и хитростей этой деятельности, умение найти подход к клиенту, долгосрочные наработанные связи и т. д. Как определить, успешен ли ты в своей сфере деятельности или можешь больше? Каж-

дый для себя сам определяет границы своего успеха. Если ты можешь воплотить имеющиеся у тебя мечты и цели на данный момент в реальность, позволить себе то, чего ты долго желал приобрести, либо близок к этому моменту, получаешь от своей работы эмоциональное удовлетворение и с радостью приступаешь к работе каждый день, то, скорее всего ты успешен в своей деятельности.

Если же нет, то стоит видимо подкорректировать свое отношение к работе, к методам, которые ты ранее использовал, изменить настрой и добиться успеха.

Поиск клиентов

Что ищешь ты, пусть знают все,
Твой поиск обличи в рекламе.
Расширь границы, кругозор,
Возможности используй все –
Отдача не заставит ждать тебя!

Чтобы у риелтора всегда была работа, он должен много трудиться и не позволять себе такой роскоши, как лень. Как говорится в пословице, волка ноги кормят. Вот так и здесь.

Ведь отсутствие работы у риелтора очень губительно сказывается на его деятельности. Стоит дать себе слабину, как это может войти в привычку, и соответственно успех останется за далекими горами.

Как известно, реклама – это двигатель торговли. Люди должны знать, что вы можете им предложить, чтобы впоследствии они стали вашими клиентами.

Рассмотрим несколько видов рекламы, которые вы можете использовать в своей деятельности, чтобы расширить клиентскую базу.

1. Реклама в специализированых журналах, газетах, сайтах про недвижимость и риелторские услуги. Информация о ваших объектах и вашей деятельности должна в них размещаться постоянно, в каждых выпусках. Постоянно обновляйте ее.

2. Также будет полезна реклама в виде объявлений, размещенных на досках информации возле подъездов. Ведь не все люди покупают газеты и журналы. И тем более этот способ будет полезен тем, что человек, который ее увидит,

может, раньше и не подумывал о том, чтобы продать или купить, сдать объект недвижимости или решить вопрос с оформлением недвижимости, а увидев ваше объявление, может решиться на это и позвонить вам первому. Самое главное, текст вашего объявления должен быть кратким и по существу. Выделите крупным шрифтом ключевые слова вашего текста. Часть объявлений можете распечатать, а часть написать от руки и сравнить, какие больше приносят пользу. Как показывает практика, свою аудиторию находят как те, так и другие. Осуществлять расклейку вы можете как сами, так и с помощью расклейщиков, но их нужно проверять, чтобы не оказалось, что все ваши объявления лежат в мусорном баке.

3. Также, вы можете использовать рассылку как на e-mail, так и на телефон. Для этого есть специальные фирмы, которые этим занимаются. Как результат, из этого источника рекламы вы получите большое количество клиентов. Отдача может быть постепенной, но эффективной.

4. Реклама на автомобилях. Если у вас есть автомобиль, то его тоже можно использовать как мобильную рекламу, разместив на стекле несколько слов о вашей деятельности либо спросе на объект и указав номер вашего телефона. Так как риелтор весь день разъезжает по городу по объектам, то и его рекламу на автомобиле видят во многих районах. Размещать такую рекламу вы можете как на своем автомобиле, так и на нескольких, договорившись со своими друзьями, родственниками, за небольшую плату. В моей практике было продано немало объектов с помощью этого.

5. Когда вы продаете объект недвижимости, вы можете договориться с продавцом или арендодателем вывесить на окне этого объекта баннер с информацией по объекту и с номером телефона. Это тоже будет полезно. Люди, проходящие или проезжающие мимо, а также соседи, проживающие в этом доме, могут заинтересоваться, записать ваш номер телефона и, как следствие, стать вашим потенциальным клиентом. Фон вашего баннера лучше сделать желтым и текст выделить черным цветом, так как вечером и ночью он будет лучше виден.

6. Обязательно закажите себе визитки с информацией вашего агентства и перечнем услуг. Визитки везде носите с собой. Выдайте несколько визиток своим родственникам, друзьям, при общении с соседями и им. Также своему стоматологу, парикмахеру, терапевту и т. д. Пусть информация о вас и вашей деятельности будет везде, ведь она может многим пригодиться. Вы можете договориться выложить свои визитки в любом месте, начиная от ларька на рынке и заканчивая закусочной и парикмахерской. Человек, который что-то покупает либо стоит в очереди, в момент ожидания обратит внимание на лежащие возле кассы визитки, а так как все мы люди любопытные, то обязательно прочтет и возьмет себе и рано или поздно воспользуется ею либо порекомендует друзьям.

Визитки лучше делать двухсторонними, на одной стороне – информация о вашей деятельности, а на другой стороне можете размещать полезную информацию (телефоны общедоступных организаций, справочных, эвакуаторов, СТО и т.

д.). Это нужно сделать для того, чтобы такая визитка была полезнее вдвойне, чтобы человек носил ее при себе.

7. Использование социальных сетей. Обязательно разместите у себя на странице в социальных сетях информацию о вашей деятельности, чтобы ваши уже существующие на вашей странице друзья тоже были осведомлены, чем вы можете быть им полезны в профессиональной деятельности. Также создайте отдельную группу или страницу, ориентированную на вашу деятельность, например: куплю-продам недвижимость, аренда недвижимости, оформление документов и т. д. И каждый день добавляйте к себе в друзья по нескольку человек. Также пишите в новостях на своей странице полезную информацию, которая будет интересна вашим подписчикам. Можно воспользоваться услугами специальных фирм, которые быстро раскручивают группы, ведь чем больше людей будет на вас подписаны, тем самым будет больше клиентов.

8. Рекламные листовки тоже очень эффективны на поле поиска клиентов. Закажите в типографии небольшие листовки с информацией о перечне ваших услуг, либо об имеющихся объектах недвижимости у вас, либо спросе на недвижимость. Информация на листовке должна быть конкретной, по существу, избегайте включать много воды и лишней информации, чтобы человек, читающий вашу листовку, не потерял к ней интерес еще на середине текста. Организуйте раздачу листовок в местах массового скопления людей и с хорошей проходимостью. Такие места могут быть возле крупных торговых центров, рынков, станций метро, магазинов, организаций непосредственно связанных с вашей деятельностью, и т. д. Про почтовые ящики в жилых многоквартирных и частных домах тоже не надо забывать, ведь при раздаче листовок на улице ее, может, возьмет не каждый человек, а из почтового ящика ему придется взять и прочитать, а далее выбор за ним – выкинуть или оставить у себя.

Используйте рекламу не только в том городе, в котором вы живете, но также в ближайших районах, деревнях. Как показывает практика, поток клиентов из этих мест тоже немаленький.

Когда к вам звонит клиент, всегда уточняйте, из какого источника он узнал о вас. Тем самым вы можете отследить статистику наиболее эффективных источников.

Чтобы реклама приносила вам пользу, вы должны постоянно ее обновлять, а не так – подали один раз и забыли. Составьте у себя в ежедневнике график подачи рекламы на месяц, то есть какой источник рекламы и в какой день вы будете использовать. И периодически его проверяйте, чтобы информация о вашей деятельности всегда была на слуху и на виду.

Знание и ум = профессионализм

Коль знаешь ты, тогда скажи,
А если глупый, помолчи!

Чтобы работать риелтором на рынке недвижимости, сейчас не требуется лицензии и прохождения должного обучения. Как правило, при принятии на работу на должность риелтора в графе «Знания и опыт» работодатели пишут, что они необязательны. Но на самом деле, чтобы работать в этой сфере, нужны далеко немалые знания, начиная от Жилищного кодекса, федеральных законов, Гражданского кодекса, постановлений Верховного суда и многих других документов. Ведь отсутствие этих знаний может привести как к административному, так и уголовному правонарушению. Тем самым, чтобы избежать этого, современный успешный риелтор должен каждый день восполнять свои пробелы в конкретных знаниях. Это только кажется, что все знать в данной сфере невозможно. Сразу, конечно, нет. Пока вам не хватает достаточных знаний настоящего законодательства, не решайте конкретную проблему, связанную с вопросами недвижимого имущества на авось, а найдите ответ в надлежащих источниках. Далее рассмотрим некоторые из них.

1. Жилищный кодекс
2. Земельный кодекс
3. Гражданский кодекс
4. Семейный кодекс
5. Конституция
6. Гражданский процессуальный кодекс

7. Градостроительный кодекс
8. Лесной кодекс
9. Закон о землеустройстве
10. Закон об ипотеке
11. Закон об обороте земель сельскохозяйственного назначения
12. Закон о государственном кадастре недвижимости
13. Постановления Правительства
14. Подзаконно-правовые нормативные акты
15. Указы Президента
16. Ведомственные акты
17. Постановления пленума Высшего Арбитражного суда
18. Информационные письма президиума Высшего Арбитражного суда
19. Обобщение судебной практики и др.

Владеть всей этой информацией не только можно, а нужно. Так как, будучи риелтором, вы сталкиваетесь каждый день с большим объемом документов на объекты недвижимости, и чтобы знать, все ли документы в порядке у клиента, нужно владеть данной информацией.

Многие риелторы, даже с большим стажем работы в этой сфере, решают вопросы с недвижимым имуществом исходя из прошлого опыта сделок, но ведь каждая ситуация, как и объект, индивидуальна, тем более законодательство постоянно меняется и вносятся поправки, тем самым такой риелтор уже может совершить ошибку в решении данной проблемы. Некоторые риелторы обращаются за справкой в органы, регистрирующие сделки, но здесь тоже

может сыграть человеческий фактор, и мы можем попасть на консультацию к новичку, который даст нам неправильный совет, и результат тоже может стать плачевным как для клиента, так и для риелтора.

Следовательно, чтобы избежать таких ситуаций, вы должны, я даже сказала бы, просто обязаны знать вышеперечисленный список кодексов, законов, актов, указов и т. д.

Изучать их не так уж и сложно. Каждый день выделяйте для этого немного времени и читайте, к примеру, по 30–50 статей определенного кодекса, несколько листов из закона и т. д. И уверяю вас, вы будете довольны, когда поймете, как вы стали разбираться в данных вопросах. Ведь сейчас очень мало грамотных специалистов в данной сфере. Мало кто знает из риелторов обязательные условия договора купли-продажи, а он имеет отличительные обязательные условия от других договоров, и упущение одного из таких условий может привести к недействительности данного договора. Вот поэтому, чтобы не попасть на удочку к мошенникам как со стороны клиентов, так и со стороны другого нечестного риелтора, так и самому по незнанию стать таким, нужно постоянно изучать все необходимые источники.

Так как законодательство постоянно меняется, нужно отслеживать изменения и внесенные поправки. Чтобы всегда быть в курсе, выпишите себе информационный источник, в котором публикуются все данные изменения, законы, поправки. Либо установите приложение – данный источник – у себя в телефоне, тем самым вы каждый день будете в курсе всех изменений в законодательстве.

Имея данные знания в этой области, вы значительно расширите спектр своих услуг в риелторской деятельности. И из простого посредника «купи-продай», «сниму-сдам» вы станете профессионалом, который сможет решить любой вопрос с недвижимым имуществом (регистрация, приватизация, перевод из одного фонда в другой, смена назначения земли, определение порядка пользования как землей, так и квартирой, получение разрешения на строительство и т. д.). А также у вашего клиента отпадет потребность обращаться к юристу, если дело требует судебного разбирательства для завершения сделки с объектом.

Пример из жизни

Клиентка, которая обратилась ко мне с просьбой о продаже доли земельного участка, не могла длительное время продать его из-за того, что участок находился в общей долевой собственности с ее братом, с которым у нее были постоянные конфликты с использованием данного участка. Риелторы, которые занимались ранее этим объектом, постоянно теряли клиентов на этот участок, так как потенциальных клиентов не устраивало, что фактически границы участка, соразмерные долям собственников, не были определены. Неграмотные риелторы посоветовали продавцу обратиться в суд с реальным разделом земельного участка. Следуя их совету, она так и сделала. В итоге суд проиграла, так как данный участок разделить было невозможно ввиду недостаточной площади для раздела на два самостоятельных участка. Вся соль этой истории в

том, что если бы данные риелторы изучали Гражданский и Земельный кодексы, судебную практику, то они бы не советовали ей делить этот участок на два самостоятельных участка ввиду неделимости, а исковые заявили бы требования об определении порядка пользования земельным участком. Тем самым, когда данная клиентка первый суд по их совету проиграла, от их услуг в дальнейшей продаже она отказалась.

Эта история наглядно показывает важность определенных знаний в данной сфере. Пусть каждый специалист будет знатоком своего дела!

Встреча с клиентом

Каждая встреча начинается со звонка. Будьте всегда вежливы с клиентом как при разговоре по телефону, так и при встрече с ним. Очень часто бывают такие ситуации: звонишь риелтору по его объекту и сталкиваешься с не очень разговорчивым, тяжело идущим на контакт человеком. И такое расположение риелтора на конце провода отбивает все желание продолжать разговор с ним и, как следствие, встречаться с ним, смотреть его объект, который он продает.

Пример из жизни

Находясь в поисках квартиры, я обзванивала все имеющиеся объекты недвижимости в газете, и, выписав те объявления, которые меня заинтересовали, я начала их обзванивать. Один из объектов привлек меня низкой ценой, и мне захотелось посмотреть его этим же вечером. Я набрала телефон, указанный в объявлении. На звонок ответил грубым, хамским голосом мужчина. Я начала объяснять, какая квартира меня интересует, и задавать дополнительные вопросы, не указанные в рекламе, на что риелтор начал изрядно нервничать, сказав: хотите узнать – приезжайте на показ и смотрите. Такое поведение сразу же отбило у меня все желание ехать на просмотр, несмотря даже на то, что цена квартиры была очень привлекательной. Если данный специалист ведет себя по телефону с потенциальным клиентом так, чего же ожидать от него в дальнейшем!

Какое бы у вас ни было настроение, как бы вы ни устали за день, всегда будьте вежливы и терпимы с клиентами, чтобы его не упустить на начальной стадии продаж. Ведь практически каждая продажа начинается со звонка клиента к вам.

Рассмотрим два вида встреч с клиентом: собственник недвижимости и потенциальный клиент.

1. Собственник недвижимости

Когда вам приходит новый объект недвижимости в работу, как правило, вы выезжаете на первый просмотр без покупателей/нанимателей. И это правильно, так как, прежде чем его продавать/сдавать, вы должны изучить его, чтобы знать все сильные и слабые стороны объекта. Многие риелторы не выезжают на первичный осмотр, а в рекламу объект выставляют, тем самым совершают ошибку. Когда им звонит потенциальный покупатель/наниматель и задает вопросы, такой риелтор, не видя то, что продает или сдает, может предоставить ложную информацию по объекту по незнанию либо отвечать на вопросы клиента, что он не в курсе всех характеристик объекта и затрудняется ответить. Такое поведение создает впечатление некомпетентного специалиста, который даже толком не знает свой товар. Также ситуация будет выглядеть неудобной для вас, когда вы приедете на объект с клиентом и при первой встрече собственник недвижимости не будет знать, кто из вас риелтор, а кто клиент. А это, конечно же, недопустимо для успешного риелтора. Поэтому все объекты недвижимости,

которые поступают к вам в работу, должны быть удостоены вашего первого единоличного визита.

При первой встрече с собственником на объекте вам необходимо его расположить к себе таким образом, чтобы у него не возникало даже мыслей о ваших конкурентах. Нужно донести до него важную мысль, что, занимаясь продажей или арендой его объекта, вы в первую очередь хотите помочь ему, а не просто заработать с его помощью. Для этого нужно в приоритете выставить на первый план желания и предпочтения собственника, досконально изучив их. Это и вам поможет в работе с ним, если вы точно будете знать, чего он хочет.

Во время первого визита узнайте как можно больше информации у собственника, его объекте недвижимости и запишите ее в органайзер. Не надейтесь только на свою память, что запомните. Ведь когда много объектов в работе, мелочи и тонкости можно просто забыть, и тогда ваши записи помогут вам. Записывайте все подробности, начиная с года постройки, процента износа, наименования застройщика, даты капремонта, какие перекрытия между этажами, количества собственников и зарегистрированных лиц, расположения окон, наличия мусоропровода, стоимости ежемесячных коммунальных услуг, количества квартир на этаже, наличие счетчиков и т. д. Если это частный дом, то такие подробности: наличие центральной канализации, какой фундамент, покрытие крыши, кто является соседями, нет ли споров по границам участка, материал стен дома, высота потолков, ширина и длина комнат, наличие подва-

ла или погреба, какие лестницы между этажами, выходят ли окна соседних домов на участок, соблюдены ли строительные нормы при строительстве дома, было ли получение разрешение на строительство и т. д. Если объектом является комната в коммунальной квартире, то имеются ли отдельные счетчики на комнаты, сколько людей проживают в соседних комнатах, как определены места общего пользования (темнушки, шкафы), все ли соседи сдают деньги на ремонт мест общего пользования, проживают ли маленькие дети в соседних комнатах, какие отношения с соседями, кто убирает лестничные пролеты между этажами, сколько человек пользуются электрической плитой и т. п.

Если вы видите бросающиеся в глаза недостатки, такие как оторванные обои, облупившаяся краска, порванный местами линолеум и прочее, попросите собственника устранить их, так как затраты на это будут небольшие, а испортить первое впечатление во время показа клиенту могут значительно.

Что касается вопроса изучения документов на объект, то это очень важный момент. Когда вы берете объект в работу, уже на начальной стадии нужно внимательно изучить правоустанавливающие документы. Попросить собственника, чтобы он вам предоставил архивную выписку из домовой книги, чтобы вы могли проследить всю историю зарегистрированных в данной недвижимости лиц. Не стоит полагаться только на его слова, что здесь прописан и есть только он, ведь потом вас могут ожидать неприятные сюрпризы, если появится человек, который имеет бессрочное право пользования данным помещением. А это важно как для продажи,

так и для и аренды объекта недвижимости. Ведь человек с таким правом может появиться после сделки купли-продажи как на пороге нового собственника, так и на пороге у нанимателя. И это станет большой проблемой для них, ведь даже если человек с правом бессрочного пользования доли в данном объекте недвижимости не имеет, но право пользования за ним остается. Поэтому будьте внимательны и бдительны в этом вопросе. Обязательно отметьте у себя срок владения данной недвижимостью; кто является собственником; какова предыстория данного объекта; основание собственности, если собственность на основании договора на передачу жилого помещения в собственность граждан (приватизация), то не было ли отказа в пользу других участников, так как это отказникам дает после отказа участия в приватизации право бессрочного пользования недвижимостью; состоит ли в браке собственник, приобреталась ли недвижимость в браке, есть ли несовершеннолетние дети или инвалиды, лица под опекой, а также лица, находящиеся на военной службе либо отбывающие срок в местах лишения свободы. Была ли перепланировка и зарегистрирована ли она. Также вы можете проверить самостоятельно, не обременена ли квартира, дом, участок или комната третьими лицами, не наложен ли арест, сделав запрос в регистрирующие органы, и заказать выписку из ЕГРН. Также самостоятельно заказать выписку о переходе права собственности на объект, чтобы проследить, кому ранее принадлежал объект недвижимости и на каком основании (данную выписку вы можете заказать в отделении Россреестра или в МФЦ. Ее может заказать и получить

любое лицо без доверенности, так как информация открыта). Что касается земельного участка, то стоит узнать, было ли межевание, определены ли границы участка, нет ли судебных споров в данный момент по площади участка и какое разрешенное использование данного земельного участка. Для этого можно заказать справку ИСОГД (срок исполнения 10 дней) в управлении архитектуры и градостроительства и посмотреть на публичной карте, проведено ли межевание. Ведь если даже в правоустанавливающих документах и кадастровом паспорте будет указано: разрешенное использование – индивидуальное жилищное строительство, то по факту может быть другая зона, которая была изменена и не соответствовать документам, так как могли быть проведены публичные слушания, внесены изменения в правила землепользования и постройки и внесены изменения в генеральный план местности. А собственник может быть и не в курсе. Справка ИСОГД и градостроительный план земельного участка (срок исполнения от 1 до 3 месяцев), который тоже можно заказать в управлении архитектуры и градостроительства, отразят точную информацию о разрешенном использовании земельного участка и возможностях расположения объекта недвижимости на данном земельном участке.

Пример из реальной жизни

Один клиент приобрел земельный участок в хорошем, на его взгляд, месте, чтобы в дальнейшем построить на нем дом своей мечты. Разрешенное использование в правоустанавливающих документах было указано – индивидуальное жилищное строительство, как и в кадастровом паспорте на этот участок. И так как для строительства жилого дома сейчас требуется получить разрешение на строительство, он обратился в управление архитектуры и градостроительства, чтобы получить градостроительный план земельного участка, прождал месяц, и ему пришел отказ в выдаче градостроительного плана с указанием на то, что вид разрешенного использования его земельного участка – это Р3 (рекреационная зона). А это означает, что жилой дом на этом участке он построить не может, так как на данном участке с данной зоной могут располагаться спортивно-зрелищные сооружения, тренировочные базы и т. п., так как в свое время были внесены изменения правила в землепользования и постройки данной местности, о которых прежний собственник не знал, и мало того, если бы он сейчас заказал новую выписку из ЕГРН с полной информацией об участке, то данные были бы те же, что и в правоустанавливающих документах. И сейчас, чтобы ему изменить зону Р3 на зону Ж2, ему нужно решать данный вопрос путем публичных слушаний, а это длительный процесс, занимающий срок от 3 до 7 месяцев. И в итоге зона может быть и не изменена.

Теперь понимаете, как важно тщательно изучать документы не только имеющиеся, но и заказывать дополнительные для полной картины.

Если участок или дом находятся в общей долевой собственности и продается только доля, то необходимо выяс-