CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

30 otázek a hlavně odpovědí, které Vám odhalí,
proč je někdo CHUDÝ MAKLÉŘ a někdo naopak BOHATÝ MAKLÉŘ.

Tomáš Kučera je v realitách od roku 1999. Založil v Česku a na Slovensku nejúspěšnější realitní institut CHYTRÝ MAKLÉŘ. Osm let působil jako člen rady Asociace realitních kanceláří ČR. Je certifikovaným makléřem, v oboru nejvyhledávanějším lektorem, mediálně nejznámějším realitním expertem a zajišťuje prodej a nákup nemovitostí i pro VIP osobnosti. Jeho vzdělávacími programy projde ročně více jak 7 000 makléřů a manažerů.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

úvodem

Úvodem:

Mám pocit, že dnes každý vaří. V televizi, v rádiu, v knihkupectvích i na internetu, všude vidíte a slyšíte recepty. Proč je to tak populární?

Lidé mají rádi recepty – návody na něco dobrého a chutného. Proto jsem se rozhodl, že také sepíšu kuchařku. Vařím už roky a mým strávníkům chutná a navíc opakovaně. Tak bych se o to s vámi rád podělil. Mými strávníky jsou makléři a realitní kanceláře. Mými recepty pak vzdělávací programy, kterých se účastní a kde se učíme recepty na velmi chutný úspěch a bohatství.

Ale, **většině čtenářů tento e-book vůbec nepomůže.**

Většina si tyto řádky přečte a v jejich životě se nestane vůbec nic. Takoví jsme totiž my lidé. Jen **někteří z nás jsou schopni sami sebe nakopnout** a přinutit k nějaké akci.

Mnohem pohodlnější je si takový e-book přečíst, říct si, že na tom možná asi něco bude, a dál zůstat ve svých starých kolejích. Jsem s jízdou po těch kolejích sice nespokojený, ale už jsem si tak nějak zvykl. Takhle dopadá 95 % lidí. **Úspěch prostě není pro každého.**

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

úvodem

Proč chudý makléř - bohatý makléř?

Samozřejmě tu vidíte inspiraci knížkou Roberta T. Kyiosakiho chudý táta – bohatý táta. Protože **každý z nás má v dnešním světě volbu**, kterou cestou se rozhodne jít. Protože dnes už úspěch a bohatství není tajemstvím. Úspěch za sebou zanechává stopy a každý se může podívat na ty nejlepší z oboru a jít v jejich stopách. Z těch, kteří se rozhodnou uspět a skutečně své kroky udělají, z těch se zanedlouho stane BOHATÝ MAKLÉŘ. Je jich pouze 5%. **Většina ale zůstane i nadále CHUDÝ MAKLÉŘ.**

Pokud vám tento e-book poskytne směr a chuť být BOHATÝ MAKLÉŘ, můj úkol byl splněn. Pokud se ale rozhodnete ve své práci nic nezměnit, je to také v pořádku. **Každý z nás si volí takovou cestu, která mu vyhovuje.**

Předkládám vám 30 otázek, jak si zvolit jednu z cest chudý makléř / bohatý makléř.

Určitě znáte v hlavě ten pocit, kdy tušíte, že to či ono je ten správný krok, ale nevíte přesně, jak to provést. To je jako s tím vařením. Chci pro své klienty skvělou bublaninu, ale mít v ruce vajíčka a švestky ještě neznamená, že se mi povede ji uvařit. Pardon, upéct, já se v tomhle vážně nevyznám ☺
Recepty – návody prostě potřebujeme všichni.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

úvodem

Rychle to nejde.

Jedno velmi důležité upozornění. Mnoho lidí si chce cestu k úspěchu a penězům zkrátit. Takhle to ale dlouhodobě nefunguje.

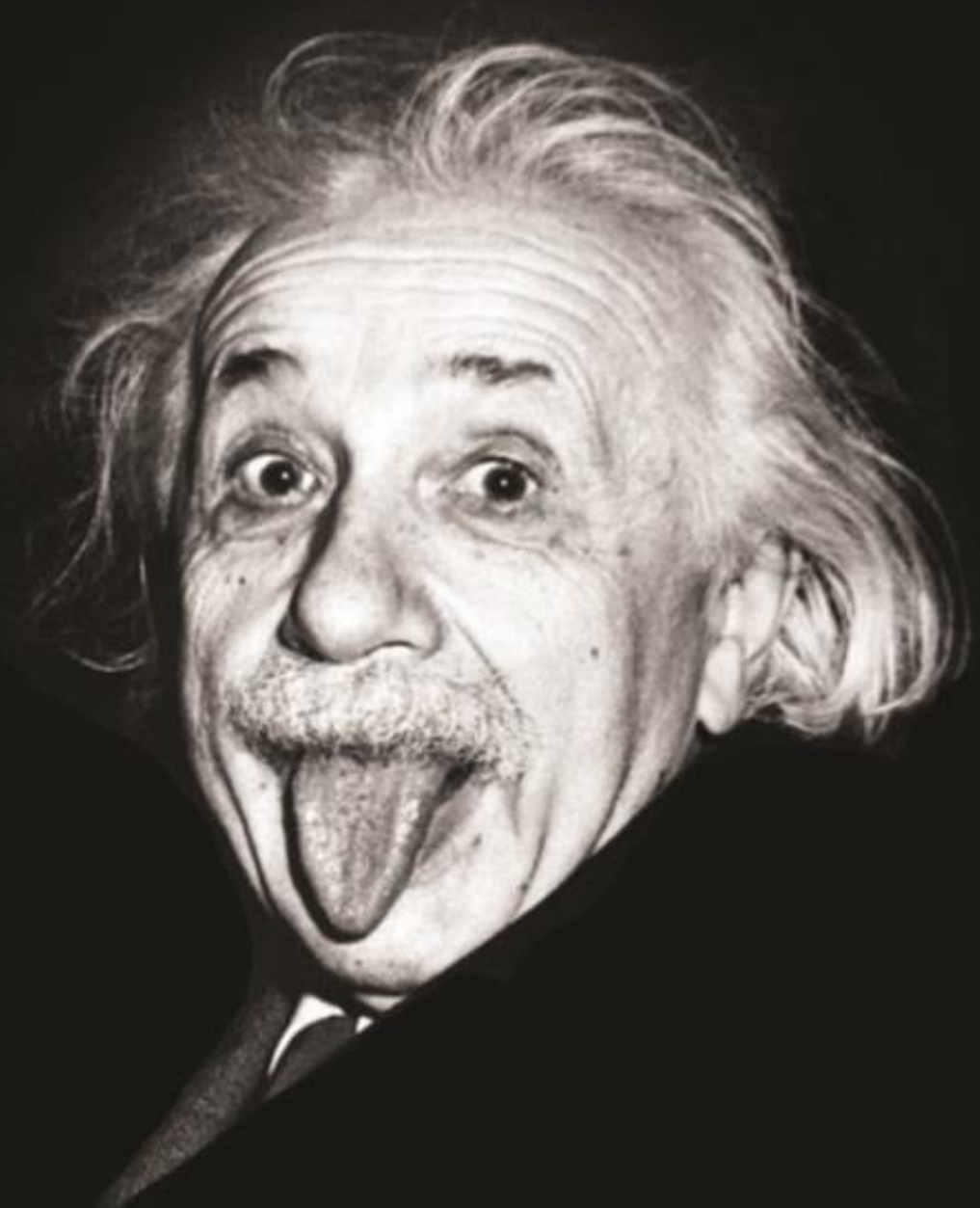
Pokud máte pocit, že to všechno půjde lehce, musím vás zklamat. To raději běžte a kupte klientům bublaninu v obchodě. Nebude tak skvělá, ale bublanina to je. Klienta zaplácnete. Ale nenadchnete ho. Já vám nabízím delší, složitější a náročnější cestu. Na jejím konci vám ale všichni, kteří bublaninu koupí v krámě, nebudou sahat ani po kotníky.

Makléř je multifunkční kuchyňský robot. My musíme umět od každého něco. Jsme všechno - od odšťavňovače až po myčku s šestým smyslem. Naše profese je náročná. Čím vším musíme být? Tak trochu psychology, právníky, daňaři, stavaři, srdcem samozřejmě obchodníky, třeba i tak trochu designéry…

Proto jsou nejúspěšnější ti makléři, kteří zvládají skvěle vše potřebné. Proto také tato profese není pro každého. Což je vlastně dobře.

Pojďme do toho!

Ta nejčistší forma šílenství je nechat všechno při starém a myslet si, že se něco změní.



Albert Einstein

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

1.

1. Baví vás práce realitního makléře?

Jistě jste v životě potkali pár lidí, kteří něco prodávali, nabízeli, vyráběli… třeba jen točili v Bibione zmrzlinu, ale vy jste si u nich řekli „sakra, toho člověka to fakt baví“.

Pokud děláte práci s láskou, lidé to na vás poznají. Zní to jako klišé, ale sorry, je to tak. Buď si svou práci zamilujte, anebo běžte dělat něco jiného. Něco, co budete milovat a budete u toho šťastní.

Každý z nás je velmi rozdílný a to je dobře. Já si nedokážu představit, že budu zaměstnanec, nedokázal bych pracovat s úsměvem na přepážce pošty (tím neříkám, že na poště jsou samí usměvaví lidé). Vzdělávat lidi, posouvat je k výsledkům a úspěchu a taky pracovat jako realitní makléř mě naplňuje a baví mě to. A lidé to na mě poznají.

Tím chci říci, že třeba nejste pro práci realitního makléře ten správný člověk. Jak to poznáte? To je jednoduché. Prostě tak, že vás většinu času ta práce nebaví. Pokud ale svou práci milujete, gratuluji. Splňujete ten základní stavební kámen, aby z vás byl BOHATÝ MAKLÉŘ.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

2.

2. Vyděláváte ročně více jak 500 000,- Kč (20 000 Eur)?

Jsem přesvědčený o tom, že realitní makléř by měl vydělávat minimálně takovouto částku. Jen díky tomu má možnost být dostatečně spokojený, profesionální a schopný se neustále vzdělávat, tedy investovat sám do sebe.

Vyděláváte méně a jste v oboru déle jak dva roky? Snažte se rozklíčovat, kde je chyba. A prosím, hledejte hlavně sami u sebe.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

3.

3. Máte v nabídce více jak 10 nemovitostí exkluzivně?

S dovolením vás podrobím malému testu. Důvody pro makléře, proč mít podepsanou exkluzivní smlouvu jsou jasné: Větší jistota prodeje, vyšší provize.

A důvody pro klienta? Jaké neodolatelné důvody nabízíte klientovi? Asi mu nemůžeme říci své důvody. Vždy se tedy dívejte na věc očima klienta. Nemáte-li pro klienta dobré (skvělé, neodolatelné) důvody, proč s vámi uzavřít výhradní spolupráci, ani se ji nesnažte nabízet.

Napište si na kus papíru hned teď během 30 vteřin dva sakra dobré důvody, proč by měl klient spolupracovat výhradně s vámi. Musí to být ovšem důvody, které není schopen nabídnout váš konkurenční makléř. A po vyslechnutí těchto argumentů si klient musí říci: „Hmmm, tak tenhle makléř je pro mě opravdu nejlepší volba při prodeji mé nemovitosti, ještě že jsem ho potkal.“

Výsledek?

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

3.

Pokud jste nad důvody začali přemýšlet namísto toho, abyste si je rovnou začali vypisovat, už tady nastala chyba. A pokud jste za 30 vteřin důvody stihli napsat, řekněte je svým kolegům, jestli i jim připadají tak neodolatelné.

Vypsali jste skutečně takové neodolatelné důvody za těch několik vteřin a sedli si z nich na zadek i vaši kolegové? Pak nutně musíte mít standardně více jak deset zakázek exkluzivně a ročně vyděláte kolem milionu korun (40 000 Eur). A pokud ne, opět je někde chybička.

Co bylo cílem tohoto testu? Abyste si uvědomili, že vaše snaha o exkluzivní smlouvy musí být podložená skutečnými argumenty pro skutečné klienty. Na vzdušné zámky vám naskáče málokdo. Přesvědčujete-li klienta o vašich kvalitách, musíte k tomu mít v ruce argumenty. Skvělé a neodolatelné argumenty. Pokud je nemáte, vše, co říkáte, zní v uších klienta jako bla, bla, bla.

Nemáte takové argumenty? Vytvořte si je. V tu chvíli nebudete CHUDÝ MAKLÉŘ, ale BOHATÝ MAKLÉŘ.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

4.

4. Uskutečníte více jak 10 studených telefonátů měsíčně?

Často slýchávám od různých mentorů, koučů a jiných podobných „rádců“, že studené telefonáty jsou špatná cesta a tudy ne. A že makléř, který musí volat na studené kontakty, je neschopný a podobně.
Já si to vůbec nemyslím. Pokud makléř začíná, využívat studené telefonáty jako hlavní přísun zakázek, to není žádná ostuda.

Pokud je makléř v oboru třeba i pár let, použít studené telefonáty na doplnění portfolia, to také není nic špatného. Pokud u nás máme dočasnou! možnost, že si lidé podávají sami inzerát na prodej nemovitosti, nevidím z obchodního ani etického hlediska nic špatného na tom, že mu schopný makléř zavolá a nabídne své kvalitní služby.

Nicméně, snažte se docílit stavu, abyste studené telefonáty používali jen jako doplňkovou formu toho, jak získávat klienty a zakázky. Jakmile jste v realitách více jak dva roky a hlavní zdroj na zakázky jsou pro vás telefonáty na soukromou inzerci, stala se někde chyba. To se budete jen stále honit za klienty a nedocílíte klidu. Je potřeba jít na to chytře, jinak se nikdy neposunete z CHUDÝ MAKLÉŘ na BOHATÝ MAKLÉŘ.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

5. Ozve se vám více jak 12 lidí ročně, že chtějí, abyste prodali jejich nemovitost?

Skvělé! Cílem makléře je stav, kdy se mu vrací bývalí klienti. A takoví klienti ho také doporučují svým přátelům, známým a lidem v okolí. Až vám takováto pověst schopného makléře „přihraje“ alespoň jednu zakázku měsíčně a ono vás to uživí, gratuluji. Jste BOHATÝ MAKLÉŘ.

Pokud se toto neděje, zamyslete se proč. Odpovědi množná najdete v dalších bodech tohoto e-booku.

5.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

6. Máte v životě častěji dobrou náladu než špatnou?

Víte, že se dají poměrně jasně pojmenovat příznaky úspěšných a neúspěšných lidí? Ti neúspěšní většinou stále na něco nadávají, pomlouvají, hledají důvody, proč něco nejde, dokonce prý pravidelně sledují televizi.

A úspěšní? Přejí ostatním, dávají komplimenty, vzdělávají se, čtou knihy, naslouchají… a mají dobrou náladu. Pozitivní makléř = BOHATÝ MAKLÉŘ.

6.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

7.

7. Máte pocit, že ostatní makléři jsou vaše výrazná konkurence?

V Česku a na Slovensku je velmi malá konkurence. Navzdory tomu, že si většina makléřů myslí, že konkurence je tu velká. Hlavním důvodem, proč je tu slabé konkurenční prostředí, je to, že se lze v našem oboru lehce, a levně výrazně odlišit od konkurence.

Ve vyspělých realitních trzích začínající makléř nemůže volat na studené kontakty. Téměř žádní lidé prodávající svou nemovitost bez makléře tam nejsou. Musí tedy jít dveře od dveří, klepat na ně a nabízet své služby. To si tu většina makléřů ani nedokáže představit – to je ta skutečná konkurence.

Chcete se v okolí své kanceláře odlišit od většiny konkurenčních makléřů? Udělejte si 20 plachet se svým obličejem a vyvěste je. Okamžitě budete vidět výrazně víc, než kterýkoli jiný makléř. Práce na den a investice pár tisíc korun (desítek Eur). Ano, tak lehké to je a přitom to většina makléřů nedělá.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

Jděte a jako makléř si vytvořte svůj vlastní náborový web. Práce na den a investice pár stokorun měsíčně. Ano, takhle jednoduché to je a přitom to většina makléřů nemá.
A tak dále a tak dále.

To je na celou knihu. Kterou už jsem napsal :o) Odlište se, není to těžké, jen je potřeba to udělat. Což je většinou ten největší problém.

Odlište se!

Využijte toho, že nastala doba webová. Budete překvapivě rychle BOHATÝ MAKLÉŘ.

7.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

8.

8. Máte jasně vyspecifikovanou oblast, kde působíte?

Nelítejte po všech čertech. Specializujte se. Makléři velmi často tříští svou aktivitu do příliš velkého regionu. Postačí oblast o velikosti cca 25 tisíc obyvatel. Tam směřujte svou energii, čas a hlavně osobní marketing.

25 000 obyvatel = 8 600 nemovitostí
(2,6 člověka/nemovitost, 10% neprodejných)

8 600 nemovitostí = 430 prodaných každý rok
(1 nem. se prodá 1x za 20 let = 5% obrat)

430 prodaných každý rok = 21,5 mil. Kč (860 tis. Eur)
na provizích (zprůměrováno)

Proč nemít alespoň 10%?
Proč nebýt BOHATÝ MAKLÉŘ?

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

9.

9. Máte pocit, že v místě vašeho působení jste opravdu vidět a zná vás několik tisíc lidí?

Pokud ten pocit máte a myslíte si, že to tak skutečně je, pak na spoustu těchto lidí máte kontakt. Nemáte kontakt na alespoň tisícovku lidí ve svém okolí? Pak nelze tvrdit, že vás znají. Být známý totiž znamená, že se svými známými komunikujete. A oni se na vás v případě potřeby automaticky obrací.

Pokud jste ale v regionu své působnosti nedostatečně známí, prostě s tím něco udělejte. Investujte do osobního marketingu, abyste byli vidět. Zaměřte se na lokalitu viz bod 8.

Když si vyberete výše uvedený vlastní region a soustředíte tam své propagační aktivity, budete vidět a budete se divit. Divit, jak lehce převálcujete konkurenci a jak lehké je být brzy BOHATÝ MAKLÉŘ.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

10.

10. Rozdáte měsíčně více jak 50 vizitek?

Znám makléře, kteří si nechají udělat sto vizitek a vystačí půl roku. Vizitky, samozřejmě s fotkou, abyste byli známí, rozdávejte na každém kroku.

Kdykoli se s kýmkoli potkáte, vrazte mu do ruky vizitku. I kdyby to byla „jen“ obsluha čerpací stanice, kde tankujete. Jednou mi jeden zkušený makléř položil otázku:

Víš, kde na tebe čekají klienti?

Kdekoli! Vždy, když někomu nedáte vizitku, připravujete se možná o desítky tisíc korun.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

11. Přečtete za rok více jak 5 odborných vzdělávacích knížek?

Když se zeptáte úspěšných lidí, které 3 věci jim pomohly k úspěchu, jednou z nich bude vzdělávání. Tečka.

11.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

12.

12. Utratíte ročně více jak 5 000,- Kč (200 Eur) za vzdělávání?

Abyste docílili výdělků, se kterými budete spokojení, musíte být pro své klienty profesionálem. A profesionálem se stanete jen v případě, že se budete jako odborník posouvat kupředu.

Snažte se neustále učit nové trendy, postupy, technologie… vzdělávejte se. Víte, čím to vždycky natřete konkurenci? Že budete dělat věci, které oni ještě ani pořádně neznají, natož aby je uměli používat v praxi.

Platí takové „hloupé“ pravidlo:

Pro váš úspěch stačí dělat to, co ti neúspěšní dělat nechtějí.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

13.

13. Vzpomenete si na nějaký dobrý vtip, který vás poslední dobou pobavil?

Tahle otázka je tu proto, aby si člověk uvědomil, že je potřeba nebrat všechno se strašně vážnou tváří. Humor k úspěchu patří!

Všimněte si, kolikátá v pořadí je tato otázka ☺

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

14.

14. Jste na Facebooku?

V Česku je na Facebooku přes 6 mil. lidí, na Slovensku 4 mil. Polovina z nich je ve věku 25 až 54 let. V jakém věku jsou většinou naši klienti?

Pokud tam nejste, připravujte se o možnost oslovit a získat 3 milionu klientů, na Slovensku 2 mil. A to je dost dobrý důvod, abyste tam byli.

Makléři se v rámci Facebooku dělí do tří slupin:

1. Ti co tam vůbec nejsou.
2. Ti co tam jsou.
3. Ti co tam jsou a přináší jim to spoustu klientů.

Facebook je skvělý komunikační kanál. A buď můžete komunikovat špatně, a tudíž bez kloudného výsledku, nebo dobře a sociální sítě vám mohou „přihrávat“ klienty.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

15.

15. Je váš výdělek závislý na náhodě, nebo je to systém?

Většina realitních makléřů získá nemovitost do nabídky dílem náhody. Ve většině případů záleží na tom, kolik se jim toho povede navolat, uhnat, přemluvit…

Práce makléře je ale podnikání, jako každé jiné. A pokud chcete být BOHATÝ MAKLÉŘ, je potřeba nespoléhat na náhodu. Má Vaše práce – podnikání funkční systém? Systém, který Vám umožní stálý přísun kvalitních exkluzivních zakázek?

Makléřský – podnikatelský systém je náborové perpetuum. Naučil jsem ho více jak 5 tisíc makléřů v Česku a na Slovensku.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

16.

16. Točíte nějaká videa?

Video je budoucnost realitního prodeje. A nejen prodeje. Čím dříve s tím začnete, tím dříve to bude vaše konkurenční výhoda.

Až to budou dělat všichni a vás přinutí okolnosti, budete jen dohánět vlak, který už vám ujíždí. Vzpomínám si na dobu, kdy nebylo nutné k inzerátům přidávat fotky, považoval jsem to za zbytečné. Dnes mi připadá absurdní a úsměvné, že jsem si to myslel. U videí už jsem do vlaku nastoupil a ujíždím konkurenci.

Makléř může točit video prohlídky, vzdělávací videa pro klienty a úplným nejjednodušším základem je krátké video, kde dáte klientovi nějaký chytrý tip.

Znáte odpovědi na tyto dvě otázky?:
- Proč všechny významné inzertní servery upřednostňují nemovitosti s videem? (funguje to!)
- Jaký je po Google druhý nejpoužívanější vyhledávač na světě? (YouTube)

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

17. Používáte nové technologie jako elektronický diář, synchronizace emailů v telefonu a podobně?

Pokud ne, je to nepatrný náznak toho, že odmítáte jít s dobou.

Pozor, ať nezačnete patřit mezi ty, kterým hrozí stejné riziko jako dinosaurům. Možná tu ještě nějakou dobu budete, ale nakonec vyhynete, protože doba se vyvíjí a my se jí musíme přizpůsobit.

17.

Ano, my se musíme přizpůsobit době, doba se rozhodně nepřizpůsobí nám. Tak to bohužel, či bohudík nefunguje. Dinosauři se nepřizpůsobili. A jejich osud známe.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

18.

18. Máte seznam - databází svých stávajících a potenciálních klientů?

S oblibou říkávám: Čím víc kontakt, tím víc byznys. Databáze je budoucnost realitního prodeje. Pardon, to není budoucnost, to je již současnost.

Pokud nemáte databázi, kde máte stovky svých potenciálních klientů, a pokud s nimi pravidelně nekomunikujete, připravujete se o miliony korun / desítky tisíc eur. Ano! Jde o velké peníze!

S kvalitní databází nebudete muset nahánět klienty. Klienti budou nahánět vás.

Každý z nás za dosavadní život potkal minimálně tisíc lidí. Na většinu lze dohledat kontakty.

Víte, kde se nachází jediný problém při tvorbě databáze? Mezi opěradlem a klávesnicí.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

19.

19. Máte v databázi více jak 500 kontaktů?

Možná to ani nevíte, ale 500 kontaktů dokážete do Excel tabulky vypsat za pár hodin. Máte kolem sebe stovky a stovky potenciálních klientů. Tak si je dejte na jednu „hromadu“.

Budete překvapeni, kolik lidí znáte, a hlavně, kolik lidí zná vás.

Schválně, kolik lidí máte jen v telefonu? A kolik v odeslané poště v emailu? Teď už jen, aby vás znali jako profesionálního makléře. Stačí jim jen napsat. Přesto to většina makléřů nedělá.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

20.

20. Komunikujete se všemi lidmi z databáze alespoň 4x za rok?

Když už budete mít „na hromadě“ stovky či tisíce kontaktů na lidi, kteří vás znají, měli byste se jim čas od času připomenout.

Ne moc často, abyste je neobtěžovali, a ne příliš málo, aby si na vás vzpomněli, když budou potřebovat vaše služby.

I o tom píši ve své knížce Nastala doba webová.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

21. Poskytujete svým klientům hodnotný obsah – zajímavosti z vašeho oboru?

Komunikovat s klienty neznamená je obtěžovat. Když jim něco zašlete, musí to být obsah, za který budou rádi.

Pokud jim pošlete, že jste nejlepší nebo že máte kancelář tam a tam, to vaše známé nezajímá. To je reklama a reklamu nikdo nemá rád. Pokud jim ale pošlete například vývoj cen nemovitostí ve městě, kde bydlí, to jistě od odborníka ocení.

21.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

22.

22. Přibude do vaší databáze alespoň 20 lidí měsíčně?

Už to tu zaznělo: Víte, kde na vás čeká klient? Všude!

Kdykoli se kdekoli s někým setkáte, vezměte si od něho kontakt. I toto už tu zaznělo: Čím víc kontakt, tím víc byznys. Makléři se setkávají s tolika lidmi, a přitom nevyužívají toho, že každý člověk je kontakt.

S oblibou také říkávám - dívejte se na lidi podle pravidla:
Co ksicht, to email. A nemyslím to nijak ošklivě, jen se to pravidlo pak dobře pamatuje.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

23.

23. Máte někde na internetu své zrealizované zakázky, reference klientů, vzdělávací certifikáty… prodáváte sami sebe?

Jak mohou klienti vědět, že jste profesionál, když jim to řeknete tak maximálně při nějaké osobní schůzce? A co internet? Žijeme v 21. století, všichni, kteří něco chtějí, tak googlují.

Najde o vás klient informace, ze kterých si tzv. sedne na zadek?

Nedávno se mi do ruky dostal průzkum, který říká něco šokujícího. Referencí, kterou si člověk přečte na internetu, se řídí stejně jako osobní referencí, kterou obdrží od člověka ze svého okolí. To je šokující! Přečtěte si to ještě jednou a uvědomte si, že všichni nakupujeme – utrácíme peníze na základě referencí.

Když kupuji telefon, nějakou službu nebo zájezd, vždy si čtu na internetu reference (pokud je tam mají) a mé rozhodování to významně ovlivňuje. Máte na internetu reference spokojených klientů? A nejen to? Prodáváte svým klientům sami sebe?

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

24. Máte vlastní webové stránky?

Souhlasíte, že chytré internetové stránky, které propagují makléře, umí přinést klienty? Věřím, že ano. Protože takové mají tisíce podnikatelů bez ohledu na obor.

Pokud nevěříte, postraším vás příběhem s dinosaurem.

Proč už nemáte vlastní náborový web? Dnes je to práce tak na půl dne a stojí to pár stovek. Vytvořte si svůj vlastní chytrý web

24.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

25.

25. Píšete nějaké články, blogy alespoň 6x za rok?

Mít prostě jen vlastní web neznamená, že to bude web přinášející klienty.
Aby web skutečně generoval klienty, slouží k tomu články, blog, sběrače kontaktů…

Trochu paradoxem dnešní doby je tato fakta:

- Kdo je dohledatelný na internetu (nemyslím jen zakázky a kontakt), ten je důvěryhodný.
- Kdo publikuje články ze svého oboru, ten je vnímaný jako expert.
- Kdo je dohledatelný a důvěryhodný expert, na to ho se klienti obrací.

Logické, že? Tak proč to většina makléřů nedělá? Vždyť je to tak jednoduché.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

26. Máte stále v terénu více jak 15 plachet se svým obličejem?

Je to investice pár tisícovek či desítek eur a odliší vás to od konkurenčních makléřů, kteří je nemají.

Opravdu je lehké odlišit se od konkurence. Jen je potřeba jít a udělat to.

26.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

27.

27. Máte alespoň dva tištěné materiály, kde je vaše fotka? (vizitka se nepočítá)

Vše, co děláte, je váš osobní marketing.

Od vizitky, přes osobní jednání až po materiály, které dáváte klientovi do ruky. A všude, všude! musí být vaše fotka.

První předpoklad pro to, aby se na vás klienti obraceli, je ten, že vás budou znát. Nebuďte tajný agent. Nechcete-li se osobně propagovat, což k makléři jednoznačně patří, nastupte na pozici skladník ve šroubárně.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

28.

28. Máte ze čtení těchto řádků špatný pocit? Došli jste v čtení e-booku až sem?

Jsem přesvědčený, že mnoho makléřů to vzdá a nedočte až sem.

Proč? Protože sice tvrdí, že chtějí zlepšit své výsledky, ale ve skutečnosti pro to nechtějí nic udělat. Proto jen málo kdo je BOHATÝ MAKLÉŘ a většina je jen CHUDÝ MAKLÉŘ. A nehovořím jen o makléřích, platí to pro všechny obory.

Úspěšní lidé jsou otevřeni novým myšlenkám, vědí, že vstřebávání nových informací je celoživotní proces. Jedině tak je možné si udržet trvalou konkurenceschopnost. Jakmile odmítáte podněty z venku, zastavíte se. Ale svět kolem vás frčí dál.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

29. Máte pocit, že byste se měl/a ve své práci zlepšit?

Nemyslím, že je na světě člověk, který by odpověděl NE, nepotřebuji se zlepšit. Každý z nás na sobě potřebuje pracovat.

To, že člověk chce, je základ úspěchu. Pak musí jít do akce!

Vybrat si třeba jen tři věci, ve kterých se rozhodl zlepšit, přiřadit si k nim termín a pustit se do toho. Ten termín je důležitý. Úkol bez termínu není úkol.

Vezměte tužku a papír, napište tři věci, které uděláte pro své lepší výsledky, a připište k nim datum. Až to datum nastane, uvidíte jeden ze dvou možných výsledků:

29.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

A) Odfláknuto a nesplněno. Pak si buď najdete dostatek výmluv, nebo půjdete a zkusíte to znovu

B) Splníte, co jste si naplánovali a zjistíte, že je to skvělý pocit. Budete v tom pokračovat a brzy budete:

BOHATÝ MAKLÉŘ

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

Říkáte si, že tu chybí jedna otázka? Vždyť jich mělo být 30!

Tu otázku položte Vy.

Sami sobě.

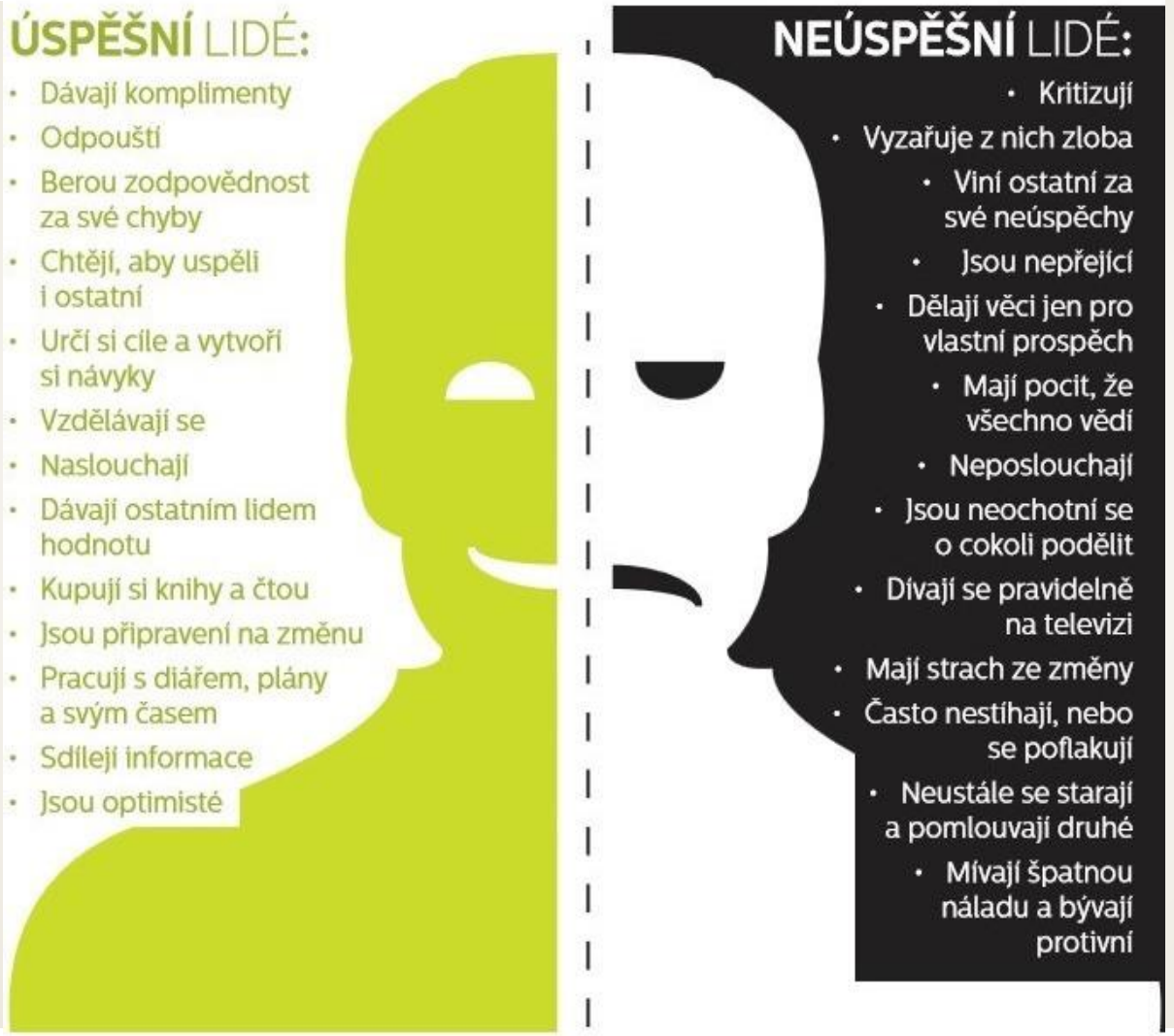
Zvažte dobře, na co se sami sebe zeptáte. Možná Vám to změní makléřský život. Anebo taky ne. I to je v pořádku.

Každý si v životě volíme cestu, která nám vyhovuje.

30?

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ



www.chytrymakler.cz

CHYTRÝMAKLÉŘ
VĚDĚT VÍC JE CESTA K ÚSPĚCHU

Přemýšlíte teď o něčem?

Pak tento e-book splnil svůj účel. Teď už stačí „jen“ zvednou zadek a jít do AKCE!

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

Pokud se Vám tento e-book líbí, pošlete ho kolegům.

Děkuji za Váš čas, vážím si toho.

A ďakujem všetkým maklérom zo Slovenska, ktorí majú pochopenie pre to, že píšem a hovorím po česky ☺

Prosím, není dovoleno do e-booku jakkoli zasahovat nebo publikovat byť jen část bez uvedení zdroje.

Děkuji.

CHUDÝ MAKLÉŘ - BOHATÝ MAKLÉŘ

Zvu Vás na tyto weby:

Nejúspěšnější on-line kurz, videa ZDARMA www.milionovy-makler.cz

Živé a video kurzy, vzdělávání na míru, blog atd.: www.chytrymakler.cz

Televize pro makléře, sledujte úplně ZDARMA: www.chytrymakler.TV

Knížka, kterou už četlo tisíce realitních makléřů: www.nastaladobawebova.cz

Vytvořte si vlastní web, sběrač kontaktů, databázi klientů: www.chytrywebmaklere.cz

Hodně štěstí a na viděnou.

Tomáš Kučera