АЛЕКСАНДР САНКИН

УЧЕБНИК УСПЕШНОГО РИЭЛТОРА

Кладезь Полезных Советов



Александр Санкин

Учебник Успешного Риэлтора. Кладезь Полезных Советов

https://litres.ru/75000233
SelfPub; 2026

Аннотация

Как агенту искать и находить клиентов? Как убедить собственника подписать эксклюзивный договор? Как обосновать комиссию 6%?

А как работать с покупателями? И почему одни риэлторы стабильно закрывают сделки и зарабатывают от 300 000 рублей до 1 млн и больше в месяц, а другие едва сводят концы с концами?

Ответы на эти и многие другие вопросы вы найдёте в книге «Учебник Успешного Риэлтора» — первом в России системном руководстве по риэлторскому ремеслу, написанном практиком с 30-летним опытом в недвижимости.

Книга содержит проверенные инструменты для успеха риэлтора на каждый день: метод территориальной специализации («ферма» из 5 000 квартир), ответы на 25 возражений собственников в отношении эксклюзивного договора и высокой комиссии, авторский алгоритм встречи с собственником и рабочие скрипты.

Написана живым языком.

Для начинающих и опытных риэлторов.

"Симбиоз духовности и бизнеса", "Клондайк информации", "Прочитал на одном дыхании" — так отзываются об этой книге читатели.

Содержание

Конец ознакомительного фрагмента. 61

Александр Санкин Учебник Успешного Риэлтора. Кладезь Полезных Советов

Биография и резюме автора Учебника Успешного Риэлтора

Александр Александрович Санкин родился в Средней Азии (г. Ташкент, Узбекистан) в 1969 г., окончил среднюю школу за Полярным Кругом (г. Воркута), учился в Ленинградском Горном Институте (1986-1990), служил в Советской Армии в Белоруссии (1987 – 1989), 16 лет прожил в США (Калифорния и Нью-Йорк).

В 1998 году в Нью-Йорке Александр Санкин начал свою карьеру в сфере недвижимости в качестве агента. Он прошёл сотни миль по улицам Манхэттена, показывая, продавая и сдавая в аренду квартиры и дома. Хотя, преимущественно, улицы Манхэттена были его университетами, тяга к знаниям и требования закона о лицензировании привели его к обучению по курсу продавцов недвижимости в Институте Недвижимости Бруклина (1998) и курсам повышения квалифика-

ции по брокериджу и управлению жилой и коммерческой недвижимостью в Университете Штата Нью-Йорк (2000 – 2004).

Вернулся в Россию с целью передачи полученных знаний и опыта в 2006 г. В настоящее время живёт и работает в Подмосковье, в наукограде Дубна.

Семинары и тренинги Александра Санкина вдохновляют, повышают эффективность работы и улучшают качество жизни агентов, продавцов и покупателей недвижимости. Посетил более 70 городов со своими мастер - классами, семинарами и тренингами.

Почему Александр Санкин является самым востребованным тренером по недвижимости Евразии?

• 15 лет уникального международного опыта в сфере агентских услуг на рынке недвижимости (в США, Европе и России) в качестве агента, руководителя агентств, консультанта и бизнес-тренера. ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: 24 года международного опыта в сфере недвижимости в 2022-м году.

• Работал в таких ярких компаниях, лидерах рынка в своих сегментах, как Century 21 DeMasi Realty (Bay Ridge, Brooklyn), City Sites (Manhattan), Halstead Property (одно из крупнейших агентств Нью-Йорка, часть Terra Holdings) - брокером по продаже недвижимости, Doki (Москва) – директором по продажам и генеральным директором, Montenegro Venture Partners

(Черногория) - директором по маркетингу и продажам, United Brokers Group (Москва) - управляющим директором, Century 21 Россия – вице-президентом по обучению, Sankin and Partners – президентом.

• Лично закрыл сотни сделок во всех сферах недвижимости: продажа и аренда жилой недвижимости, продажа и аренда офисов и отдельно стоящих зданий, курортной недвижимости, продажа и аренда торговых помещений. Продавал объекты как вторичного рынка и новостройки. ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: работал агентом с 1998 по 2013, после этого сосредоточился на обучении и наставничестве, с 2014 по 2021 не делал сделки, а только обучал, занимался общественной деятельностью (создал Первый Профсоюз Риэлторов России), писал статьи и книги. В августе 2021 г. Александр Санкин снова стал практикующим агентом по продаже недвижимости. Подписал за это время 7 эксклюзивных агентских договоров и закрыл 6 сделок.

• Провёл более 200 семинаров и тренингов для риэлторов и руководителей агентств недвижимости, а также для собственников и застройщиков. ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: более 1000 семинаров и тренингов на данный момент, в том числе, выпустил 44 потока своего флагманского курса «Агент – миллионер за 90 дней» и, совместно с Ириной Прохорчук, 2

потока Практикума «Делай и Богатей». В настоящее время проходят занятия 3-го Потока Практикума «Делай и Богатей» и набор на 45-й поток курса «Агент – миллионер за 90 дней».

• Специалист по мотивации, позитивному мышлению, наставничеству, технике продаж и переговорам. ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: в дополнении к вышеперечисленному, с 2020 года Александр Санкин обучает медитации.

• Автор книги «Учебник Успешного Риэлтора» и ряда статей на темы эффективных методов продажи и аренды недвижимости, рекрутинга, удержания и декрутинга агентов, управления агентствами недвижимости и франчайзинга в сфере недвижимости. Эксперт журнала «Форбс» (Forbes) по торговой недвижимости Москвы. Автор и интервьюер «Журнала о Недвижимости» «Century 21 Россия», информационно-аналитического портала «Полезная Площадь» (Нижний Новгород) и многих других профессиональных изданий. ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: в период между 3-м и 4-м изданием «Учебника Успешного Риэлтора», Александр Санкин написал и издал учебник по целеполаганию «Плыви Прямо к Цели!», книгу – руководство по авторскому Аукционному методу продажи недвижимости и Системе Агента – Миллионера «Туфелька для Золушки», кни-

гу «Работа с Покупателями», готовит к изданию книгу «Львиный Рык», в которой он продолжает раскрывать аукционный метод продажи, а также, совместно с Ириной Прохорчук готовит к изданию книгу «Делай и Богатей».

• Вице-президент по обучению и тренер самой большой в мире компании по продаже недвижимости «Century 21». Тренер и консультант таких успешных агентств недвижимости, как «Сколково Риэлти», «Дворянское Гнездо», «Семь Высоток» (Москва), «Александр-Недвижимость», «Магазин Квартир», «Юрист» (Санкт-Петербург), «Золотой Ключик» (Нижний Новгород), «Мир Недвижимости», «Русский Дом» (Серпухов), «Склад Менеджмент» (Подольск), «Ростум–Недвижимость» (Пенза), «Новоселов» (Саранск), «Квартирный Вопрос» (Иркутск), франчайзинговых сетей «Мэтр-Роше», «Миэль» (Москва), «Мегаполис Сервис» (Подмосковье), «Эксперт» (Уфа) и «Keller Williams» (США и Канада). ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: теперь к этому списку Александр Санкин может добавить «Макромир», самое быстро растущее агентство недвижимости в России, основателем которого являются Артём Салихов (выпускник 1-го потока курса «Агент – миллионер за 90 дней») и Сергей Шулик, один из самых первых организаторов тренингов Александра Санки-

на в Санкт – Петербурге. А также, лучший отдел крупного московского агентства недвижимости «На Петровке» полностью состоит из учеников Александра Санкина.

Консультант и тренер таких успешных застройщиков, как «ЮИТ Московия» и «Велес Девелопмент». ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: к этому списку теперь можно добавить застройщика номер 1 города Новосибирск «Ясный Берег» и видео-курс по продаже новостроек по Методу Санкина «Broker de Nova».

Тренинги Александра Санкина называют «симбиозом духовности и бизнеса» (Лейла Маковеева, АН «Александр-Недвижимость», Санкт-Петербург). Они наполнены полезными и практичными советами, ведущими к повышению эффективности риэлторов и руководителей агентств. На них нет «ни одного лишнего слова» (Наталья Зелюнко, АН «Александр-Недвижимость», г. Санкт-Петербург). «Советы Александра Санкина работают и приносят прибыль!» (Константин Поцелуев, г. Ростов-на-Дону).

Отвечая на вопрос «Как Вы стали самым востребованным тренером по недвижимости в России и ещё 11-ти странах?», Александр Санкин называет 4 причины:

«Во-первых, у меня были прекрасные наставники. Более 150 лет драгоценного практического опыта моих учителей я с удовольствием передаю моим учени-

кам.

Во-вторых, я – практик. Четырнадцать лет работы агентом позволяют мне быть на одной волне с агентами, видеть их боль, сопереживать и понимать их проблемы, заботы и чаяния.

В-третьих, я получаю огромное удовольствие от моей миссии - передачи полезных знаний.

В-четвертых, я очень люблю моих слушателей, учеников и доверителей, я горжусь ими и их успехами».

ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: Теперь к этому списку можно добавить и тот факт, что по Методу Александра Санкина с 2014 г. в России, в Казахстане, в Латвии, в Узбекистане, на Украине и ещё в 7-ми странах мира продано недвижимости более чем на 100 миллиардов рублей (закрыто более чем 20 000 сделок).

10 ноября 2021 г. Академия Санкина одержала победу в Баттле риэлторских школ на Жилконгрессе в Санкт -Петербурге – крупнейшем мероприятии сферы недвижимости в России. Школу своего учителя презентовал выпускник курсов Александра Санкина, агент с 28-летним опытом Модест Спартакович Сагитов. В жюри были признанные эксперты, независимые бизнес-тренеры, опытные агенты и руководители агентств.

Вступление

Миссия этой книги

Для кого и кем она написана

Предназначение моей книги – научить читателей ремеслу агента по продаже недвижимости, помочь им стать успешными, помочь им стать богаче и счастливее. Эта книга написана брокером для брокеров, агентом для агентов. Она призвана стать настольной книгой посредников на рынке недвижимости, стремящихся к успеху и профессионализму в своём деле.

Я имею большой опыт работы агентом по продаже и аренде жилой недвижимости. Кроме того, мне посчастливилось встретить на своём пути хороших учителей, настоящих мастеров нашего дела. В своём повествовании я буду опираться не только на свой личный опыт, но и на огромный коллективный опыт моих наставников. По меткому выражению кого-то из великих, мы достигли успеха, потому что, стоим на плечах гигантов.

Идея стать агентом по продаже недвижимости пришла мне в голову в 1998 году. В то время мы с моей женой Леной только переехали в Нью-Йорк из Калифорнии. Стали заниматься продажей книг на русском языке по каталогу русскоязычным жителям Северной Америки.

В силу ряда обстоятельств наш бизнес оказался не настолько прибыльным, как нам того хотелось бы. К

тому времени мы привыкли к определённым доходам и уровню жизни, поскольку до переезда в Нью-Йорк я торговал компьютерами и офисным оборудованием. Также занимался всякого рода импортом-экспортом, что одно время давало большие и лёгкие деньги, пока резко не изменилась политическая и экономическая ситуация у наших постоянных клиентов.

В связи с тем, что торговля книгами не заладилась, передо мной остро встал вопрос, чем бы таким заняться, чтобы в короткий срок заработать большие деньги. Идея идти работать на кого-то меня не прельщала, поскольку у меня не было ни опыта, ни желания работать за зарплату. Я был бизнесменом, предпринимателем по духу своему, очень независимым человеком. Надо было найти такое дело, где я мог бы совмещать высокий доход с независимостью и свободным графиком работы. Чтобы войти в какой-то бизнес, необходим капитал, а сбережения к тому времени поиссякли, поэтому такой вариант не был приемлем.

Так что же делать, когда хочется: а) много зарабатывать; б) быть свободным и независимым; в) не вкладывать свои деньги?

Ответ пришёл. Мои мама и папа посоветовала мне подумать о работе агента по недвижимости. Мои родители незадолго до этого приобрели дом в Калифор-

нии. Мама сказала: «Мы с отцом посмотрели около двадцати домов. Потом один агент по имени Энтони показал нам дом, который мы купили. Он с одного показа заработал 10 тысяч долларов, потому что мы были покупателями, уже знающими рынок и подготовленными к покупке. Ты тоже мог бы продавать дома. У тебя получится, ведь ты общительный, умный и доброжелательный. Люди к тебе тянутся». Отец сказал примерно то же самое.

Так я понял, что мне надо стать агентом по продаже недвижимости. Этот выбор мог быть решением моих финансовых проблем и идеальной профессией для моего склада характера. На Третьей Авеню в бруклинском районе Бэй Ридже, возле которой мы жили, было много агентств недвижимости, мимо которых я проходил каждый день. В витринах многих из них висели объявления «Требуются агенты[1]».

Одно из агентств привлекло моё внимание больше других красивым офисом, известным именем и тем обстоятельством, что их объявление указывало: отсутствие опыта работы агентом не является для кандидатов препятствием, агентство интенсивно обучает своих новых работников.

Называлась эта компания «Century 21 DeMasi

---

[1] Здесь и далее слова «агент», «брокер», «маклер», «риэлтор» и «посредник» являются синонимами.

Realty» и являлась частью крупнейшей американской риэлторской сети «Century 21».

Поговорив с обаятельным господином ДеМаси и получив от него рекомендацию обратиться в близрасположенную Brooklyn Real Estate School[2], я туда и направился.

Не помню, к сожалению, имя моего преподавателя, старого юморного итальянца, у которого, по его словам, был более чем сорокалетний опыт продажи недвижимости. Но его слова, его учение чётко врезались в мою память. Они здорово помогли мне в моей последующей вот уже пятнадцатилетней (ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: вот уже двадцатичетырёхлетней) карьере в недвижимости.

И теперь, пришло время передать знания старого бруклинского итальянца, настоящего доки своего дела, и многих других моих уважаемых мастеров-учителей[3] тебе, мой дорогой читатель.

Глава 1

Кто такой - агент по продаже недвижимости?

---

[2] **Согласно закону о лицензировании агентской деятельности**

[3] **Таких, как Warren Pearl and Lewis Kaye (Prudential MLBkaya Realty), Jerry Weiss and Mark Fromm (City Sites), Brian Edwards, Fritz Frigan and Diana Ramirez, (Halstead Property) и многие другие. Подробнее о моих драгоценных учителях рассказано в главе «Мои Учители».**

Терминология и определения. Агент. Брокер. Маклер. Посредник. Риэлтор. В чем заключается суть нашего дела? Туфелька для Золушки. Востребованность нашей услуги.

Агент – это посредник. Посредник между продавцом и покупателем, либо между арендодателем и арендатором. Человек, который продаёт, либо сдаёт в аренду недвижимость, принадлежащую другим людям.

В США специалистов по продаже недвижимости принято подразделять на брокеров и агентов (salespersons). Брокер стоит выше в иерархии, чем агент (salesperson), хотя и тот, и другой – агенты. Существуют лицензия брокерская (broker's license) и лицензия агентская (salesperson license). Чтобы получить лицензию агента (salesperson's license), необходимо пройти 45-часовое обучение в уполномоченной школе и сдать государственный экзамен. Сдав экзамен, новоиспеченный агент должен найти спонсора – брокера, который возьмёт новичка под свою опеку и будет в ответе за деятельность своего подопечного.

Самостоятельно, без брокера, агенту оказывать посреднические услуги по продаже и аренде закон запрещает. Лицензия агента (salesperson) хранится у брокера. В случае, если агент хочет перейти к другому брокеру, он должен забрать свою лицензию и

передать её своему новому опекуну. Поработав два года (или год), совершив при этом определённое количество сделок и набрав определённое количество баллов, агент может пойти в школу брокеров, проучиться ещё 45 часов, сдать государственный экзамен и сам стать брокером, иметь возможность открыть своё агентство недвижимости и нанимать агентов либо продолжать работать при своём брокере в статусе «associate broker».

Термин, принятый в США (за исключением Большого Яблока) для обозначения агентов по продаже недвижимости, – риэлторы. В городе же Нью-Йорке представителей нашей профессии, как правило, называют брокерами. Объясняется это тем, что во всех городах Америки агенты состоят в Национальной Ассоциации Риэлторов (National Association of Realtors, NAR). Название членов NAR Realtor – торговая марка, соответственно, пользоваться этим названием могут только члены Ассоциации, уплатившие членские взносы.

В Манхэттене (г. Нью-Йорк) существует своя профессиональная организация – Real Estate Board of New York (REBNY). Специалисты рынка недвижимости Манхэттена в NAR не входят и, соответственно, риэлторами себя не называют. Вместо этого в Манхэттене профессионалов, оказывающих посредниче-

ские услуги на рынке недвижимости, принято называть брокерами независимо от того, являются ли они агентами (salespersons) или лицензированными брокерами.

Так что, если вы услышите, что американский брокер называет себя риэлтором, можете быть уверенными, что он не из Манхэттена.

Звучное и ёмкое слово «риэлтор» получило значительное распространение в мире, в том числе и в России, хотя мало кто из российских агентов, называющих себя риэлторами, знает, что они нарушают авторское право NAR, защищающее патент и торговую марку. Впрочем, возможно, существует договоренность между NAR (Национальной Ассоциацией Риэлторов США) и РГР (Российской Гильдией Риэлторов) об использовании этого слова российскими членами РГР.

Итак, для целей этой книги договариваемся, что слова «брокер», «риэлтор» и «агент» – синонимы и обозначают одно и то же, а именно – профессионального посредника на рынке недвижимости.

В чём заключается суть нашего дела?

Допустим, есть продавец недвижимости, который хочет продать некую квартиру. Есть где-то и покупатель, который хочет купить именно такую квартиру, которую хочет продать продавец.

Благодаря агенту, эти двое встречаются. Агент их сводит и помогает договориться о цене, сроках и других условиях сделки.

Всё гениальное просто. Именно в этом и заключается роль брокера.

Не в том, чтобы проверить документы на квартиру. Это роль юриста. А роль агента - именно в том, чтобы свести продавца и покупателя и помочь им договориться. То есть две основные функции агента по недвижимости – это маркетинг (поиск покупателей или поиск объектов) и переговоры.

Наглядная иллюстрация к ответу на вопрос о роли агента – сценка из известной сказки «Золушка», в которой влюблённый принц после бала находит хрустальную туфельку принцессы и начинает искать Золушку по этой туфельке. Принц посылает своих людей по всем домам в королевстве, и каждой девушке примеряют эту туфельку, пока не найдётся та единственная, которой хрустальная туфелька будет впору.

Точно так же и мы, агенты, ищем покупателя-Золушку под туфельку-квартиру. Это делают все продавцы недвижимости. Но мы, агенты, в отличие от продавцов, делаем это осознанно. Успешные агенты работают по плану, который называется маркетинговый план или план продвижения объекта, или план поиска идеального покупателя. Мы знаем, как найти

нужную нам Золушку в кратчайший срок. Мы, будучи специалистами, знаем и можем задействовать все самые эффективные инструменты поиска покупателей.

Если не создать и не осуществить превосходный маркетинговый план, продать–то мы, может быть, и продадим, но – продешевим. У собственника может быть чувство неудовлетворенности, он может думать, что не все покупатели увидели его объект, что, возможно, он бы продал дороже, если бы его агент был порасторопнее.

Для того, чтобы быть уверенными в качестве своей услуги, чтобы наш клиент - собственник объекта недвижимости был очень доволен нами и рекомендовал нас своим друзьям и родственникам, для того, чтобы всегда продавать вверенные нам дома и квартиры по максимальным ценам в кратчайшие сроки, необходимо постоянно улучшать свой маркетинговый план. Использовать максимальное количество эффективных инструментов маркетинга. Агент должен видеть свою задачу в том, чтобы создать превосходную экспозицию объекта на рынке.

Экспозиция – это представление объекта рынку в самом выгодном свете. Это такое представление объекта рынку, которое позволяет всем квалифицированным покупателям увидеть данный объект недвижимости и оценить его. Чем выше экспозиция объек-

та на рынке, тем дороже будет продан объект. Это – аксиома и азы маркетинга недвижимости.

Востребована ли наша услуга? Да, очень даже востребована.

В мегаполисах, в Москве, в Манхэттене, и в небольших городах статистика одинакова: 80-90 процентов всех сделок по продаже и аренде недвижимости совершается при посредничестве профессиональных агентов.

Продавцы в Москве и Нью-Йорке (а в Москве нередко и покупатели) платят десятки тысяч долларов, сотни тысяч рублей агентам за их роль в сделках.

По известной мне оценке специалистов, размер рынка агентских комиссионных в Москве только по продаже вторичного жилья без учета аренды, не считая коммерческой недвижимости, - 1 миллиард долларов в год. Это огромный рынок! Огромный такой пирог, от которого каждый из Вас может откусить или отпилить тот кусочек или кусок, который Вы желаете.

Почему? Казалось бы, такое простое дело: продать квартиру в крупном мегаполисе, где спрос на жильё огромен.

Почему же продавцы и покупатели не делают это сами? Почему же им нужен посредник? Почему при кажущейся простоте самостоятельной продажи недвижимости существует многомиллиардный рынок

агентских услуг и 80-90 % всех сделок по купле-продаже и аренде жилья совершается с участием профессиональных посредников?

Поняв и поверив в ответ на этот вопрос, вы станете очень успешным брокером и богатым человеком.

Потому что мы это делаем лучше. Мы продаем дороже и быстрее! С нами – выгоднее и легче, чем без нас.

Да, это самый эффективный аргумент для продажи нашей услуги.

Легко убедить кого-то в чём-то, если мы можем показать экономическую выгоду нашего предложения нашему собеседнику.

Агент по недвижимости, хорошо знающий своё дело, может с полной уверенностью посмотреть в глаза своему клиенту – собственнику объекта недвижимости и сказать: «Я продам дороже!»

И на последующий вопрос собственника: «Почему Вы так в этом уверены?» успешный агент убедительно отвечает: «Потому что мой маркетинговый план, уважаемый собственник, превосходит Ваш и любого другого агента, который предложил или предложит эту услугу. Я использую намного больше эффективных инструментов для создания экспозиции объектов на рынке. Чем выше экспозиция, тем дороже будет продан объект. Предлагаю Вам сравнить мой маркетин-

говый план с Вашим, если он у Вас есть, или с маркетинговым планом другого агента. И Вы убедитесь, что мой – намного лучше».

Глава 2

Как стать успешным агентом?

Сколько можно заработать в нашем деле? Как заработать деньги? Каковы слагаемые успеха?

Итак, мы разобрались в терминологии, поняли, в чём заключается наша услуга и что услуга востребована.

Теперь поговорим о главном. Как же добиться успеха в нашем деле? Как стать успешным агентом? Сколько зарабатывает хороший агент?

Начну с ответа на последний вопрос. Доход агента по продаже недвижимости напрямую зависит от цены объектов недвижимости в той местности, в которой работает агент. В таких мегаполисах, как Москва, Лондон и Нью-Йорк, как известно, цены на жильё очень высоки.

Соответственно, высок и доход хорошего агента. Лучшие брокеры в манхэттенских агентствах недвижимости Halstead Property Company и Corcoran Group, которых я знаю лично, зарабатывают не менее одного миллиона долларов в год.

Как им это удаётся? Легко. Это люди, которые любят своё дело. Они все очень разные, у каждого - свой стиль, свои особенности характера и своя техника продаж. Их объединяет одно: искреннее стремление помочь людям и желание заработать большие деньги, занимаясь любимым делом. (ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: теперь я могу сослаться и на опыт многих моих успешных учеников, которые зарабатывают от 10 миллионов рублей в год, причём, это личный, а не валовый доход).

Как стать лучшим?

1. Надо поставить себе такую цель.

2. Составить бизнес-план и следовать ему.

3. Погрузиться полностью в своё дело, любить недвижимость, жить и дышать продажами недвижимости, специализироваться на определённой ограниченной территории и сегменте недвижимости, постоянно думать о своих клиентах, всей душой искренне стремиться помочь им.

4. Окружать себя успешными агентами, учиться у них, внимательно изучать лучший опыт.

5. Регулярно перечитывать эту книгу и прочую качественную литературу, обучающую тому, как достичь успеха в жизни. Особенно рекомендую книгу Наполеона Хилла «Думай и богатей», книги Дейла

Карнеги, Робина Шармы (особенно впечатляют «Уроки Величия» и «Вдохновение на Каждый День»).

ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: список рекомендуемой литературы я хочу пополнить следующими вдохновляющими книгами: книги Дональда Трампа «Искусство Сделки», «Как Стать Богатым» и «Ум Миллиардера», Джорджа Росса «Переговоры в Стиле Трампа», Дэна Кеннеди «Жёсткий Тайм - Менеджмент», Гари Келлера «Как Стать Миллионером, Продавая Недвижимость» и «Начни с Главного», Хэла Элрода «Магия Утра», Джека Кэнфилда «Цельная Жизнь», Харва Экера «Думай, Как Миллионер», Джима Кэмпа «Сначала Скажите Нет», Джорджа Клейсона «Самый Богатый Человек в Вавилоне», Дэвида Осборна и Пола Мориса «Закон Притяжения Богатства» и, конечно же, книги Александра Санкина «Плыви Прямо к Цели!», «Туфелька для Золушки» и, в со-авторстве с Ириной Прохорчук, «Делай и Богатей».

6. Научиться позитивному мышлению, постоянно развивать в себе привычку доброжелательно мыслить.

7. Стараться жить полной жизнью, уделять должное внимание своему здоровью, семье, друзьям, обществу, своей стране и Земле - матушке.

Как правильно поставить цель? Как сформировать

намерение? Что такое намерение?[4]

«Всё начинается с намерения. Зарождается намерение в нелокальном всемирном разуме, а локализуется в разуме индивидуальном. Локализованное намерение становится физической действительностью».

«Намерение — это мысль, помогающая удовлетворить ту или иную потребность». (Дипак Чопра)

Намерение — это один из основных компонентов успешного магического акта наряду с энергией и ритуалом, или технологией.

«Любая достаточно развитая технология неотличима от магии» (Артур Кларк)

«Намерения и установки порождают сознание (Будда Готама Шакьямуни).

Намерение должно быть позитивным. Без приставок «не». И сформулировано так, как будто то, что вы хотите, уже произошло или происходит.

Намерение должно быть чётко сформулированным.

Особую силу оно обретает, если его написать на бумаге. Рекомендуется перечитывать утром и вечером, сразу после пробуждения и перед самым сном.

Намерение должно быть очень конкретным. Не

---

[4] **Примечание: Это настолько важно, что я постоянно говорю о силе намерения, о правильной постановке целей на всех моих тренингах, неоднократно повторюсь на страницах этой книги и всех моих книг. Повторение – мать учения.**

просто «Я стану богатым человеком», а «У меня на счету в Сбербанке миллион рублей (долларов, евро), я владелец 35-тиметровой белой яхты и трёхэтажного дома из красного кирпича на Рублевке». Чем больше Вы продумали и прописали деталей, тем лучше.

«Цели должны быть ясными, простыми и записанными на бумаге. Если они не записаны на бумаге и их каждый день пересматриваешь — это не цели. Это пожелания». (Роберт Кийосаки)

Чем мечта отличается от плана? У плана есть конкретный срок исполнения. То есть прописываем на бумаге не «хочу заработать миллион евро», а «мой доход составляет миллион евро к 31 декабря …… года». Как только поставили срок исполнения, мечта стала планом.

Итак, для успешного воплощения намерение должно быть:

Позитивным

Чётко сформулированным.

Иметь конкретный срок исполнения.

Сформулировано таким образом, как будто то, что мы хотим, у нас уже есть или в процессе материализации. Например, «владею автомобилем Мерседес S - класса», а не «хочу автомобиль Мерседес S - класса».

Формируя намерение, рекомендую не пытаться ограничить его тем или иным способом осуществления (если только способ получения желаемого не является принципиальным для загадывающего).

Например, формируем намерение «обладаю квартирой на Патриарших», а не «покупаю квартиру на Патриарших». Ведь квартира может стать нашей не только через процесс покупки, квартиру можно и унаследовать, и принять в дар, и выиграть, и т.д.

Образец намерения для агента, который хочет стать успешным и богатым:

«Я успешно оказываю услуги по продаже недвижимости продавцам и покупателям. Мои сделки совершаются легко и свободно. Я легко зарабатываю от 5 000 000 рублей в год, занимаясь любимым делом, помогая моим клиентам решать свои жилищные задачи. Мои клиенты довольны мною, мои администраторы, помощники и контрагенты довольны мною, мой тренер доволен мною, я доволен собою. Мой личный доход стабилен и, в среднем, достигает 5 000 000 рублей в год или больше. Я выхожу на этот уровень дохода к ……. (поставить дату).

Как составить бизнес–план и следовать ему? Об этом я подробно рассказываю на моём курсе «Агент – миллионер за 90 дней», вы также можете найти большое количество видеороликов на эту тему в моём

YouTube – канале и в Telegram - канале.

В отношении пункта № 3 хочу подчеркнуть, что, по моему опыту, это иллюзия - думать, что работу агента по продаже недвижимости можно совмещать с каким-то другим делом. В наше дело нужно погрузиться, любить его, жить и дышать им. Это важное условия успеха. Недвижимость – дама ревнивая, требует полного в себя погружения и не терпит никакого совместительства.

В отношении пункта №4 напомню русскую пословицу: «С кем поведёшься, от того и наберёшься». А ведь пословица не зря молвится.

Для осуществления п. 5, необходимо выделить для чтения (или прослушивания аудиокниг) 1 час в день.

Пункт 6: очень важное искусство позитивного мышления и постановки целей будет преподано в Приложении к этой книге.

Пункт 7: для достижения успеха важно понимать, что у успешного человека всё уравновешено: работа, деньги, семья, здоровье, отношение к обществу и государству. Успешный человек успешен во всём.

Ведь если некто делает много сделок и зарабатывает много денег, но при этом не обращает внимания на своё здоровье, имеет проблемы с семьёй, обществом и государством, такого человека никак нельзя назвать успешным.

Глава 3

С чего начать?

Советы новичкам

Продажа или аренда?

Особенности работы в аренде

Итак, вы решили стать успешным агентом.

С чего начать? Какой есть выбор? Можно заниматься арендой, можно - продажей.

В чём же разница между этими двумя видами деятельности?

С точки зрения агента, аренда – это быстрые деньги. Комиссионные по аренде, как правило, меньше, чем по продажам. Например, средняя цена аренды квартиры в Москве – 75 000 рублей в месяц. Принято платить агенту комиссию в размере месячной платы.

Сдав квартиру и поделив комиссионные со своим агентством 50-50, Вы заработаете 37 500 рублей со сделки. Реально закрывать 3 – 4 сделки в месяц по аренде квартир, особенно, если вы будете следовать советам, содержащимся в этой книге.

Теперь о продажах.

Средняя цена квартиры в Москве – 15 миллионов

рублей. ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ : теперь, 20 – 25 млн. руб.

Продавцы платят 6% комиссию отличным агентам, услугой которых они довольны. Следовательно, общая комиссия – 900 000 руб.

Зачастую, вы продадите квартиру покупателю, которого привел другой агент (контрагент, которого следует превратить в своего субагента, предложив ему половину своего комиссионного вознаграждения). В этом случае у вас будет больше сделок, вы будете продавать свои объекты быстрее и дороже, чем другие агенты, и ваши клиенты будут вами довольны. Но в некоторых случаях Вы самостоятельно найдете покупателя и заработаете все 6%. Поэтому предлагаю использовать 4 % как среднее вознаграждение, то есть 600 000 руб.

Продав квартиру и поделив комиссионные со своим агентством (или командой) 50-50, Вы заработаете 300 000 рублей с каждой сделки.

Реально продавать 2-4 квартиры в месяц, особенно, если вы будете пользоваться моими советами в отношении активного поиска клиентов, проведения от 6 встреч с собственниками каждую неделю, работе на эксклюзивной основе только с мотивированными собственниками и разделению труда в команде. Таким образом, личный доход агента по продаже квар-

тир в Москве может составлять 600 000 – 1 200 000 рублей в месяц. Это до уплаты налогов, которые я настоятельно рекомендую платить, благо для ИП они совсем невысокие в России, всего лишь 6%.

Как мы видим, в продажах намного больше денег, чем в аренде.

Зато, в аренде быстрые деньги. Занявшись арендой, новичку вполне реально сделать первую сделку через две недели. Арендаторы квартир, как правило, просматривают не так много вариантов, как покупатели. Решения принимаются быстрее, договор аренды, в отличие от договора купли-продажи, подписывается быстрее (а часто вообще не подписывается), деньги владельцам (а значит, и агентам) выплачиваются быстрее.

В продажах всё происходит намного дольше.

Занимаясь арендой, активному и целеустремлённому новичку надо продержаться около месяца, прежде чем он увидит свои первые деньги.

В продажах же первые деньги вы увидите не раньше, чем через три месяца. В продажах всё происходит медленнее.

Поэтому мой совет таков: если у вас есть сбережения или чья-то финансовая поддержка (супруга, родителей, спонсора) для того, чтобы продержаться без доходов 3 месяца, займитесь продажами.

Если можете продержаться без всякого дохода 1 месяц – займитесь арендой.

Если сбережений или финансовой поддержки нет совсем, а хочется стать агентом, в Москве, в отличие от Нью-Йорка, в некоторых компаниях агентам платят небольшую зарплату. Правда, в этих компаниях, где есть зарплата для агентов, комиссионные для агентов намного ниже, чем в приведённых выше расчетах.

Кроме того, у руководителей этих компаний часто нет правильного понимания сути нашего дела. Отношение к брокерам в таких компаниях также неправильное, к брокерам там относятся, как к наёмным служащим, винтикам в большой системе, обязанным подчиняться жёсткому регламенту, а не как к творческим личностям, свободным художникам и вольным стрелкам, коими являются все успешные агенты.

Если так получится, что, объективно оценив своё финансовое положение, вы приняли решение начать свою карьеру в недвижимости с работы агентом по аренде жилой недвижимости, поздравляю вас! Прекрасное решение! Именно так в 1998 году на Манхэттене, в городе Нью-Йорк, начинал и я.

Читайте дальше, и вы узнаете секреты мастерства, избежите многих типичных ошибок. Мне и моим учителям потребовались годы на то, чтобы научиться де-

лать сделки. Благодаря этой книге, у вас, уважаемые читатели, есть теперь прямой доступ к этим знаниям.

Вы решили стать успешным агентом. Вы выбрали поле деятельности – аренда или продажа недвижимости.

С чего начать? Как преуспеть?

1. Определитесь со своими главными, среднесрочными и краткосрочными жизненными целями. Запишите свои цели на бумаге!

2. Определите свои потребности в деньгах как в инструменте достижения своих жизненных целей.

3. Осознайте суть предлагаемой нами услуги.

4. Составьте персональный бизнес-план.

5. Найдите агентство недвижимости, которое предоставит вам всяческую моральную и техническую поддержку в достижении вами ваших целей.

6. Найдите потенциальных клиентов, узнайте, что ими движет и продайте им вашу услугу.

7. Качественно оказывайте услуги своим клиентам. Довольные клиенты с энтузиазмом будут вас рекомендовать своим друзьям и родственникам. Будьте фанатичны в отношении качества ваших услуг и преданности интересам ваших клиентов. И о вас будут слагать легенды, вас будут передавать из рук в руки, как редкое сокровище!

Советы, содержащиеся в следующих главах, помо-

гут вам успешно пройти этот путь и достичь ваших целей.

Глава 4

Территориальная специализация в работе успешного агента по недвижимости

На всех моих тренингах и курсах я призываю агентов специализироваться.

Очень важно ограничить свой рынок, работать на своей территории, на своей ферме, так сказать, или в своём огороде.

Продавайте квартиры в своём доме и близлежащих домах, на своей улице или в районе расположения вашего офиса.

Позиционируйте себя как территориальный специалист, как участковый риэлтор!

Сделайте своим стратегическим принципом и конкурентным преимуществом территориальную специализацию!

В нашем деле успех приносит специализация. Ценность агента в глазах клиента представляют его профессионализм и знание рынка. Рынок любого города очень велик, в любом сегменте жилой или коммерческой недвижимости, будь то квартиры, дома, офисная недвижимость любой категории, торговая или любая иная, существует много предложений.

Невозможно быть специалистом во всём. По определению, для того, чтобы быть специалистом, необходимо в чём-то специализироваться.

Учитывая уникальные преимущества месторасположения вашего офиса, активность и размер рынка недвижимости в вашем районе, а также привлекательность и спрос на объекты, расположенные в непосредственной близости от вашего офиса, настоятельно рекомендую каждому агенту по продаже и аренде недвижимости взять за основу своей личной стратегии развития именно принцип территориальности (фермы, или огорода).

Что это значит? Вы должны очертить границы территории, специалистами на которой вы стремитесь стать; изучить и оценить рынок недвижимости, увидеть своими глазами и досконально знать все объекты, цены и ситуацию каждого из собственников, продающих объекты недвижимости, расположенные на вашей территории.

После этого вы должны решить, какую долю рынка недвижимости данной территории планируете контролировать, имея в распоряжении специализированные интернет-сайты, локальный офис, бюджет на рекламу, возможность вешать баннеры, клеить листовки, совершать холодные звонки целевой аудитории и использовать все прочие инструменты продвижения.

Сфокусировав свои усилия на определённой ограниченной территории, вполне реально стать знатоком и лидером рынка в этой зоне, в то время как размазав тонким слоем усилия по всему городу, вы вряд ли будете заметны, значимы и интересны Вашим потенциальным клиентам.

Это действительно эффективный метод работы. Самый эффективный и в жилой, и в коммерческой недвижимости.

Яркий пример компании, которая стала успешна благодаря именно территориальному фармингу в сочетании с узкой сегментарной специализацией - лидер нью-йоркского рынка, агентство коммерческой недвижимости Massey Knakal (произносится Массей Накал), основанное в 1988 году.

Агентство разделило остров Манхэттен на 50 географических территорий или участков, каждый из которых обслуживали 2 брокера. Брокеры, которые приводили покупателей извне, должны были делить комиссию с теми брокерами, которые специализировались на данном участке.

Эта стратегия оправдала себя. В узком сегменте продажи отдельно стоящих зданий Massey Knakal в короткий срок стал безусловным лидером: продавая примерно 500 зданий в год, это агентство с большим отрывом опережало ближайшего конкурента, кото-

рый продавал около 80 зданий в год.

ПРИМЕЧАНИЕ К 4-му ИЗДАНИЮ: С 1988 г. брокеры компании Massey Knakal провели более 4 200 сделок на общую сумму 15 миллиардов долларов. В конце 2014 г. основатели Робертом Накал (Robert Knakal) и Пол Массей – младший (Paul Massey Jr). продали агентство компании Cushman & Wakefield за 100 миллионов долларов.

Данную стратегию всем агентам и агентствам России рекомендую взять на вооружение. По моему опыту, рынок недвижимости Нью-Йорка весьма похож на московский и других известных мне городов России - всем им присущи фрагментированность и закрытость.

Метод фарминга особенно хорошо работает, если его совмещать со стратегией работы от собственников.

Брокеры, которые работают на поиск с покупателями и арендаторами, вынуждены показывать объекты по всему городу в зависимости от потребностей своих клиентов - покупателей.

Те же брокеры, которые работают от собственников, то есть представляют интересы продавцов и арендодателей объектов недвижимости, могут позво-

лить себе работать только на своей территории и никогда не выходить за её пределы. Вы должны знать назубок и стремиться контролировать все объекты недвижимости на своём участке.

Досконально изучение своей территории предполагает отличное знание местного рынка, то есть конкретных квартир и домов.

Все выставленные на продажу объекты недвижимости, относящиеся к вашей выбранной территории и сегменту вашей специализации, вам необходимо увидеть своими глазами, тогда и только тогда вы можете считать себя специалистом.

Специализация поможет вам уверенно ответить на вопрос клиента: «Почему я должен иметь дело именно с Вами? Ведь на рынке очень много агентов».

Большинство агентов этот вопрос ввергает в ступор. Мало кто умеет твёрдо и чётко ответить на этот самый важный из вопросов клиентов, который, даже если и не озвучен, всегда витает в воздухе.

В интересах успешного агента - озвучить этот вопрос и уверенно ответить на него.

Самый лучший ответ: «Уважаемый Собственник (или уважаемый Покупатель – акцент на Вашу специализацию в ответе на этот вопрос в равной степени удовлетворит и продавцов, и покупателей), Вам выгодно работать со мной, потому что я специалист в этом

районе. Я знаю все объекты в моём районе - как выставленные на продажу, так и проданные за последнее время. А также я знаю мотивацию каждого из продавцов. Я знаю цены и умею пользоваться всеми инструментами маркетинга и переговоров. Поэтому, если Вы - собственник, Вам выгодно нанять меня. Моё превосходное знание местного рынка и инструментов маркетинга, а также переговорных стратегий позволит мне продать Вашу квартиру по максимальной цене в кратчайший или в нужный Вам срок».

«Если Вы покупатель, то будучи специалистом именно в этом районе, я помогу Вам безопасно приобрести правильную квартиру по минимальной цене в нужный Вам срок».

Конкуренция так велика в нашем деле.

• В Москве - 4 тысячи агентств недвижимости, в Рязани около 150, в Ростове-на–Дону - 400.

• В любом городе клиенту всегда есть из кого выбрать агента.

Агенту, стремящемуся к успеху, следует научиться уверенно отвечать на ключевой вопрос клиента: «Почему именно Вашими услугами я должен воспользоваться? Чем Вы отличаетесь от других?»

Тренируйтесь перед зеркалом, играйте в ролевые игры с другом, коллегой или наставником и прилежно изучайте свою территорию, пока правильный от-

вет не будет слетать с языка.

• «Вам выгодно работать со мной (и именно с моим агентством), потому что я специалист. Наше агентство специализируется именно в этом районе (этом сегменте рынка)».

• «Поскольку я специализируюсь в этом районе, я знаю все дома и видел все квартиры, выставленные на продажу в этом районе. Я хорошо ориентируюсь в ценах на недвижимость в этом районе. Я – ваш сосед, сам живу в вашем доме (или в соседнем доме, или «наш офис расположен возле вашего дома»). Я прекрасно знаю наш район и все его преимущества. Я знаю каждую собаку в околотке и, соответственно, их владельцев. Я знаю, сколько у нас в районе школ, детских садов, плавательных бассейнов и ресторанов. Знаю, где поликлиника и теннисные корты. Покупатели, которые хотят купить недвижимость в этом районе, обращаются ко мне. Собственники, желающие продать недвижимость в этом районе, обращаются ко мне. За счёт моего знания рынка недвижимости в этом районе Вы сбережёте много времени, денег и нервов, если будете работать со мной.

Я знаю, как создать ажиотаж, как представить объект в самом выгодном свете, устроить торги и продать объект по максимальной цене».

Чтобы получить эксклюзив, необходимо прямо по-

смотреть в глаза клиенту и уверенно и обоснованно сказать: «Никто не ориентируется в этом сегменте рынка лучше, чем я».

Почему следует стать специалистом?

• На рынке тысячи объектов, их невозможно знать все. Знать всё — значит не знать ничего. Не размазывайтесь тонким слоем.

• Где тонко, там и рвётся. Если клиент понял, что он видел больше объектов, чем его агент, он быстро потеряет интерес и доверие к этому агенту.

• Мы продаём не недвижимость, а наши знания о рынке недвижимости. Собственники и покупатели высоко ценят конкретные знания о конкретных объектах недвижимости в конкретном районе или сегменте рынка.

Чтобы получить эксклюзив, надо убедить собственника в своём превосходном знании района, своём преимуществе над другими агентами.

Станьте специалистом!

• Выбирайте ограниченную территорию или узкий сегмент рынка.

• Досконально изучите свой надел. Это можно сделать в относительно короткий срок.

• Уделите внимание своему огороду, любовно возделывайте его. Проявите упорство, верность и творческую любознательность к своему участку. Через

полгода Вы пожнёте богатый урожай, получите удивительные результаты.

Это займёт определённое время, естественный процесс нельзя ускорить, не следует ожидать быстрых результатов. Но ваше терпение, упорство и усилия гарантированно окупятся.

Такой простой и эффективный метод!

Почему же не все агенты пользуются им? Почему не все работают в своём районе, в своём сегменте?

Рассмотрим барьеры на пути к специализации.

• Привязанность к привычным методам работы. Нежелание что-то менять в жизни. Чтобы преодолеть этот барьер, поразмышляйте над словами Коко Шанель: «Если вы хотите иметь то, что никогда не имели, вам придётся делать то, что вы никогда не делали».

• Отторжение принципа личной активности агента как залога своего успеха. Привычка полагаться во всём на компанию. Пассивное ожидание входящих звонков от клиентов. Ведь, если агент берёт на вооружение метод территориальной специализации, он проявляет ответственность и уже не сможет пожаловаться на недостаток клиентов, на то, что его агентство мало денег тратит на рекламу, на плохие законы или на кризис. Как я говорю на тренингах: тебе нужны клиенты? Вон, видишь, дом стоит. В нём живут твои

клиенты. Пойди, постучи в 100 дверей, представься участковым риэлтором, и ты сегодня найдёшь 5 собственников, продающих свои квартиры или подумывающих о продаже. Не жди, пока они тебе позвонят. Сам к ним приди. Ведь ты теперь знаешь, где живут твои клиенты.

• Незнание рынка, недооценка размера рынка своей территории или сегмента. «Эта территория слишком мала, этот сегмент слишком узок, здесь мало сделок и денег». Этот страх лечится изучением своей территории. Большинство агентов недооценивает рынок. Квартир продается намного больше, чем мы думаем.

• Неумение отказывать клиентам.

• Выбор слишком большой территории или недостаточно узкого сегмента рынка. Это лечится пониманием правильного размера, 5000 квартир – размер идеальной фермы.

Для достижения успеха вам следует научиться отказывать клиентам, рекомендовать своего коллегу, если недвижимость данного клиента находится в другом районе или сегмента рынка, вне вашей территории специализации.

Невозможно всем угодить, следует сфокусироваться на своём участке, на своем сегменте.

Как сказал кто-то из великих людей: «Возможно, не существует универсальной формулы успеха. Но точно

существует универсальная формула поражения. Это – стремление всем угодить». А известный бизнес-тренер, гуру продаж Брайан Трэйси, так перефразировал изречение римского поэта Вергилия «Выбирая богов, мы выбираем судьбу»: «Выбирая клиентов, мы выбираем судьбу».

Итак, учимся отказывать тем, кто не подходит под наш портрет идеального клиента, и становимся успешными.

Рассмотрим подробнее последний барьер на пути к успешной специализации - выбор слишком большого района. Как же выбрать оптимальный?

Принципы выбора территории:

• Возле дома или офиса – хорошее знание территории и удобство показов. Отлично с точки зрения тайм-менеджмента – Вы не тратите время на дорогу. Все ваши объекты расположены в 10 минутах ходьбы друг от друга.

• Оптимальный размер территории, как сказано выше, - 5000 квартир.

• Квартиры продаются, в среднем, раз в 20 лет, то есть примерно 250 квартир сменят владельцев в течение года на вашем участке. Сколько из них вы продадите? Оцените рынок вашей территории. К какой доле рынка вы стремитесь? Контролировать 10% локального рынка в первый год работы на территории,

то есть, закрывать 2 сделки в месяц – вполне реалистичный, достижимый результат.

• Следует воочию знать, физически лично проинспектировать все объекты недвижимости, выставленные на продажу в вашем районе, изучить инфраструктуру района.

Очень важно, выбрав свою территорию специализации, не выходить за её пределы.

Следует идти прям от дома к дому, знакомиться и говорить со всеми – председателями домовых комитетов, консьержками, комендантами, старшими по подъездам, охранниками, бабушками, сидящими на лавочках у подъездов, - кто может рассказать о тех, кто продаёт квартиру, кто переезжает. Изучить каждый дом, знать, сколько подъездов в каждом из них, где и сколько квартир продаётся. По каждому дому заводим папочку, складываем туда контакты ключевых людей, информацию о доме, о планировках квартир, о продаваемых и проданных объектах. Следует создать график посещения домов на своей территории, посещать каждый дом раз в две недели и общаться с собственниками квартир в этом доме. В результате этой деятельности у агента должно быть точное и чёткое знание всех объектов недвижимости на продажу на своём участке.

Это залог вашего высокого дохода.

Итак, подытожим и повторим преимущества территориальной специализации, чтобы вы всей душой поверили в этот метод и начали его практиковать:

• Превосходное знание рынка – сильнейшее конкурентное преимущество.

• Не тратится время на дорогу, все объекты - рядом с офисом или домом.

• Можно стать специалистом в относительно короткий срок. Чем ограниченней рынок или уже сегмент, тем быстрее Вы станете профи. Вас будут цитировать. Журнал Forbes цитировал меня как специалиста на рынке торговой недвижимости Москвы уже через три месяца после принятого мной решения о специализации на ограниченной территории (Тверская улица) в узком сегменте (street retail).

• На ограниченной территории реально стать лидером рынка. Продав всего 3 квартиры в одном доме или на одной улице, вы становитесь гораздо большим авторитетом в глазах местных собственников и покупателей, чем если бы вы продали 20 квартир по всему городу. Не забываем оповестить о своих продажах всех жителей близлежащих домов, ведь квартиру чаще всего покупают соседи!

• Покупатели и арендаторы, интересующиеся данным районом, обратятся именно к вам, и вас им будет

легко найти! Маркетинг ваших услуг, благодаря территориальной и сегментарной специализации, становится намного эффективней и дешевле.

• Вы будете интересны местным собственникам. Ваши шансы получить эксклюзивное право на продажу объектов будут высоки.

• Вам легко ответить на вопрос «Чем вы отличаетесь от других агентов?».

Специализируйтесь, друзья!

Специализация — это верный путь к большому доходу и авторитету на рынке недвижимости.

Глава 5

10 советов по пониманию и представлению сути агентской услуги и её выгоды для продавца

1. Прежде чем приступить к работе, осознайте, в чём заключается суть услуги агента по недвижимости. Большинство ваших коллег не знают толком, чем они занимаются, не могут обосновать полезность своей услуги ни продавцу, ни покупателю. Трудно продать то, что не понимаешь или смутно понимаешь и в ценности чего сомневаешься. Выучите наизусть правильный ответ на вопрос, зачем продавцу недвижимости агент, и станьте на голову, а то, и на две головы выше ваших конкурентов, большинство из которых этот вопрос ввергает в ступор. Выделитесь из общей массы

агентов, не представляющих смысл и полезность эксклюзивной риэлторской услуги для своих клиентов.

2. На вопрос продавца «Зачем Вы мне нужны? Зачем мне агент? Я и сам могу продать свою квартиру» отвечайте: «Уважаемый Собственник, я продам дороже! Если Вы продадите без меня – Вы продешевите. Если будете искать покупателя самостоятельно или используя другого агента, продать-то, возможно, и продадите, но Вы не получите максимальной цены в нужный Вам срок».

3. На последующий вопрос собственника «Почему Вы так в этом уверены?», ответьте: «Уважаемый Собственник, я уверен, что я продам Вашу замечательную квартиру дороже и быстрее, чем можете продать её Вы или чем другой агент, потому что мой маркетинговый план (то есть план продвижения квартиры на рынке или план поиска покупателей) превосходит Ваш маркетинговый план и любого другого агента, который до меня предлагал Вам свои услуги. Если не верите, предлагаю Вам сесть и сравнить по пунктам мой маркетинговый план с Вашим, если он у Вас есть, или с маркетинговым планом любого другого агента, предложившего Вам услугу по продаже Вашей квартиры, если он или она Вам его представили. Вы увидите, что мой маркетинговый план превосходен. Следовательно, я продам Вашу квартиру дороже и быстрее,

чем продадите её Вы или любой другой агент».

4. В ответ на это собственник может возразить: «Какое мне дело до Вашего маркетингового плана? Мне это непонятно. Я не знаю, что это такое, и знать не хочу. Мне просто нужно продать мою квартиру». Поблагодарите собственника за возражение (всегда благодарим за возражения, ведь когда возражения звучат, для нас это знак, что всё идёт по нашему плану, – когда мы подготовлены, мы предвидим каждое возражение и с радостью готовы на него ответить). Поблагодарив, скажите: «Думаю, Вы согласитесь со мной, что если уж есть необходимость продавать Вашу замечательную квартиру, то Вам следует получить за неё максимальную цену. Вы согласны со мной?». На это мотивированный собственник ответит «Да, конечно!» А вы продолжайте: «Так вот, если достижение максимальной цены продажи является Вашей целью, то превосходный маркетинговый план имеет большое значение как средство достижения Вашей цели. Ведь цена продажи (так же, как и срок продажи) напрямую зависит от экспозиции объекта недвижимости на рынке.

Экспозиция – это представление квартиры рынку в самом лучшем, самом выгодном свете для того, чтобы максимальное число квалифицированных покупателей увидели Вашу квартиру и имели возможность сде-

лать Вам предложение по её покупке. Чем лучше маркетинговый план, то есть, чем больше инструментов он содержит, тем выше экспозиция объекта на рынке, тем выше цена продажи квартиры. И другие важные условия сделки, помимо цены, такие, как сроки, форма расчетов, гарантии и так далее будут выгодными для того продавца, чья квартира получила максимальную экспозицию на рынке. При условии, что показы были организованы правильно и переговоры с покупателями и агентами покупателей были грамотно проведены».

5. Чтобы нагляднее пояснить важность маркетинга продавцу, приведите следующий пример. «Некто решил продать свою квартиру. Об этом узнал его сосед и сказал продавцу: «Я куплю твою квартиру, не сообщай никому, что ты её продаешь, не надо давать никаких объявлений и не надо сообщать риэлторам о продаже, я у тебя эту квартиру покупаю. Сколько ты за неё хочешь?» И, таким образом, не поставив в известность рынок, сосед продал свою квартиру соседу, неважно, с торгом ли продал или получив полную цену, или, может быть, даже больше той суммы, которую хотел получить. В любом случае, как Вы думаете, уважаемый Собственник, тот продавец, который таким образом продал свою квартиру соседу, хорошо ли, крепко ли будет ночью спать? Или будет пережи-

вать, что он мог бы дороже продать, если бы другие покупатели узнали о его квартире и имели возможность сделать свои предложения?»

6. Осознайте сами и передайте это знание собственнику. Смысл и полезность услуги агента заключаются, с точки зрения собственника, в том, чтобы не просто продать квартиру (это как раз может сделать сам собственник или любой другой агент, не читавший эту книгу и не прошедший мои тренинги), а продать квартиру по максимальной цене.

7. Для того же, чтобы продать по максимальной цене, необходимо подготовить и осуществить превосходный маркетинговый план. То есть задействовать все ресурсы, которые целесообразно использовать для поиска покупателей. Маркетинговый план должен содержать чёткие ответы на вопросы собственника, такие как: «Как Вы будете искать покупателя? За счёт каких ресурсов и действий? Когда будет заказан баннер «КУПИТЕ КВАРТИРУ В ЭТОМ ДОМЕ!»? Когда и кем он будет вывешен на балконе или на стене дома? Когда и в каком количестве будут расклеены листовки на подъездах нашего дома и близлежащих домов? По каким числам пойдёт рассылка агентам, какой текст будет у этой рассылки, сколько всего агентов получат рассылку? Какая мотивация будет у агентов предлагать эту квартиру своим покупа-

телям? В каких СМИ и на каких сайтах выйдут рекламные объявления, какого числа, кто разместит рекламные объявления? Как будут выглядеть рекламные объявления? Как мы будем показывать квартиру? Кто должен присутствовать на показах, а кого не должно быть? Почему показы должны происходить в один день? Как подготовить квартиру к показам? По какой цене следует выставить квартиру на продажу? Что Вы, уважаемый агент, будете делать, если в нужный мне срок покупатель не будет найден» и многие другие вопросы.

8. Маркетинговый план – это главный козырь агента, позволяющий ему дорого и быстро продать свою услугу собственнику объекта недвижимости.

9. Рассказывая самому себе и продавцам квартир о сути риэлтерской услуги, разделите услугу агента по продаже недвижимости на две составляющие. Каждая из них в равной степени важна для продажи объекта по максимальной цене в нужный собственнику срок на выгодных для собственника условиях: маркетинг и переговоры.

10. Маркетинг – это продвижение объекта на рынке, создание высокой экспозиции объекта на рынке, поиск и привлечение к объекту всех квалифицированных покупателей. Другими словами, это создание ажиотажа, концентрация спроса на конкретном объ-

екте недвижимости. А переговоры – это управление спросом, выявление покупателя, который готов, желает и способен заплатить максимальную цену за объект недвижимости. Агрессивный маркетинг квартиры и грамотное проведение переговоров с контрагентами и покупателями приводят к продаже объекта по максимальный цене в кратчайший срок. В этом и заключается суть услуги агента по продаже недвижимости. Это правильный ответ, который устраивает и радует мотивированных собственников.

Глава 6

10 общих советов агентам по продаже недвижимости

1. Определитесь, кто ваш клиент, – продавец или покупатель. Советую всегда работать от собственника, от продавца недвижимости. Собственник может дать вам эксклюзивное право продажи. Эксклюзивное право продажи, с точки зрения агента – это возможность планировать свой доход. Это как деньги в банке. С точки зрения собственника, эксклюзив – это инструмент продажи объекта по максимальной цене. Эксклюзив выгоден и продавцу недвижимости, и агенту.

2. Осознайте риски работы с покупателями. Не существует эксклюзива в работе с покупателем на по-

иск недвижимости. Это иллюзия. Покупатель ищет с несколькими агентами и сам тоже ищет, и все члены семьи покупателя ищут. Трудная, неблагодарная задача – конкурировать со своим клиентом. Невозможно контролировать покупателя. Крылатая фраза брокеров в Нью-Йорке - «buyers are liers» (покупатели – лжецы).

3. Специализируйтесь! Ключ к большим деньгам в недвижимости – это узкая специализация. Выберите район специализации (желательно район, в котором Вы живете, и который уже хорошо знаете), район, в котором расположен офис вашего агентства, или район, в котором мечтаете жить. Досконально изучите выбранную Вами территорию. Знание конкретных квартир в конкретном районе даёт Вам огромное конкурентное преимущество в глазах собственников и покупателей перед другими агентами.

4. Возьмите на вооружение слова Генри Форда: «Богатство так же, как и слава, никогда не приходят, если их сделать целью самим по себе. Но богатство, так же, как и слава, всегда приходят, как побочный эффект оказания полезной услуги населению». А также, слова Брайана Трейси: «Успеха достигают только те, кто всегда стремится помогать другим. Те, кто ищет только собственную выгоду, обречены на поражение». Поставьте полезность и качество вашей услуги населе-

нию на первое место. Всегда искренне действуйте в интересах ваших клиентов. Тогда, ваша работа принесет вам, мои дорогие читатели, высокий доход и истинное удовлетворение. Ваши клиенты будут благодарны вам и будут рекомендовать вас своим друзьям и родственникам.

5. Поставьте себе конкретные финансовые цели по ежемесячному доходу, который вы приносите в ваше агентство или команду, и финансовые по вашему личному доходу, по количеству закрываемых вами сделок в месяц. А также по средней комиссии с каждого проданного объекта и средней цене продаваемого вами объекта. Запишите ваши цели на бумаге. Цели помогут вам сфокусировать вашу энергию, будут вдохновлять вас и помогут вам жить осознанно, цельно, действовать системно.

6. Составьте план действий по достижению поставленных целей и придерживайтесь его. План избавляет вас от агонии мучительного выбора, что делать каждый день. Делайте только то, что записано в вашем собственном плане, выполняйте только те действия, которые приводят к высоким результатам. Действуйте осознанно, системно, другими словами, действуйте эффективно. И вы будете успешны. Помните слова Гари Келлера, автора знаменитой книги «Как стать миллионером, продавая недвижи-

мость»: «Создай свою систему или будь порабощён другими людьми».

7. Следуйте совету Дональда Трампа , Барбары Коркоран и Александра Санкина: «Всегда говорите правду. Всегда».

8. Используйте правило вытянутой руки, которому меня научили в 1998 году в национальном учебном центре крупнейшей в мире компании по продаже недвижимости «Century 21»: «Если ты приблизился ко мне на расстояние вытянутой руки, ты получаешь две мои визитные карточки – одна для тебя, другая для твоего друга».

9. Никогда не показывайте квартиру, если вы перед показом не подписали агентский договор – или с собственником, или с покупателем.

10. Если вы представляете в сделке обе стороны, и продавца, и покупателя, и получаете комиссию с обеих сторон (бывает и такое!), поставьте об этом в известность заранее обе стороны.

Глава 7

10 советов агентам по недвижимости по постановке личных жизненных целей

1. Для того, чтобы жить полной жизнью и всё успевать, необходимо поставить долгосрочные цели по всем направлениям вашей жизни, например: физиче-

ское здоровье, долголетие, семья, дети, родители, материальный достаток (квартира, дом, машина, яхта), друзья, отдых и путешествия, духовное развитие, профессиональное развитие. Всё в жизни должно быть уравновешено. Какая радость стать богатым человеком в финансовом смысле, но бедным духовно, или наоборот? Какой смысл сделать прекрасную карьеру, но при этом испортить отношения с родными или подорвать здоровье? Всё хорошо в меру. По-настоящему счастлив тот, чьи цели уравновешены, кто уделяет достаточно времени всем важным аспектам своей жизни: и семье, и детям, и друзьям, и творчеству, и работе, и отдыху, и духовному развитию, и телесному здоровью, и сексу. Без крайностей и перекосов в ту или иную сторону.

2. Постарайтесь заглянуть как можно дальше в будущее. Чем дальше у вас горизонт планирования, тем выше будет качество вашей жизни, тем ярче и осознаннее вы её проживете. Постарайтесь увидеть и описать счастливую картинку вашего будущего. С кем вы в день вашего восьмидесятилетия? Какой вы здоровый и жизнерадостный в этот день? Вся ваша большая семья в сборе, в прекрасном саду накрыт вкусными яствами стол. Кто пришел в этот день вас поздравить? Какие подарки вам принесли? Что значимо для вас в этот день, что вас радует? Сделайте это значи-

мым сегодня, начните готовиться к этому дню прямо сейчас!

3. Помедитируйте и запишите все ваши цели по всем сферам жизни с конкретными сроками достижения каждой цели в настоящем или прошедшем времени, как если бы они уже были осуществлены. Например, к такому-то числу такого-то года я достиг или достигаю, приобрёл или приобретаю, женился или женюсь, вышла замуж или выхожу замуж, закрываю 4 сделки каждый месяц, достиг или достигла уровня ежемесячного дохода от 500 тыс. рублей в ценах сегодняшнего дня и т.д.

4. Заведите специальную тетрадь для записи ваших целей. Перечитывайте, пересматривайте и переписывайте ваши цели каждый день или один раз в неделю. Определите для этого ритуала одно и то же место, где вам хорошо и спокойно. Делайте это в одно и то же время, лучше всего – рано утром, когда вам никто не мешает.

5. Держите ваши цели в тайне. Делитесь вашими целями только с единомышленниками, только с теми, кто верит в вас и желает вам успеха.

6. Цели следует прописывать очень конкретно. Не просто «приобретаю квартиру, машину, выхожу замуж», а подробно пропишите, какую именно квартиру: сколько кв. метров, в каком доме, на какой улице,

на каком этаже, с какой планировкой и какими видами из окон. Не просто машину, а какой марки, модели, какого цвета, комплектации. То же касается и спутника жизни – опишите подробно вашего будущего мужа, все его физические и духовные качества. Чем больше деталей, чем конкретней цель, тем она более достижима.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.