



БЕСПЛАТНЫЕ ОБУЧАЮЩИЕ СЕМИНАРЫ ОТ №1

#РИЭЛТЕРСКАЯКОМПАНИЯНОМЕР1*



с 11:30 до 13:00

15
АПРЕЛЯ

3 простых шага к продаже своего объекта
Как подготовить объект к продаже?
Как верно составить объявление?
Как составить план продвижения объекта?

13
МАЯ

Подготовка документов для сделки купли/продажи
Особенности нотариальных сделок и тарифов на них.
Индивидуальные консультации с юристом по сделкам.

10
ИЮНЯ

Формы расчетов на рынке недвижимости
Как использовать материнский капитал на покупку жилья?
Как приобрести квартиру с военной ипотекой?

8
ИЮЛЯ

**Как правильно рассчитать налоговый вычет при
продаже/покупке квартиры?**
Налоговый вычет при покупке квартиры/дома - 2017.

* 1 место в номинации «Лучшая компания на рынке продажи жилой недвижимости» по версии конкурса «Профессиональное признание - 2015П», организованного СРО НП «Профессионалы недвижимости Поволжья».



ЗАПИШИСЬ ПО ТЕЛЕФОНУ:

8 (8412) 49-49-49

ИЛИ ПРИХОДИ ПО АДРЕСУ:

ул. Суворова, 161



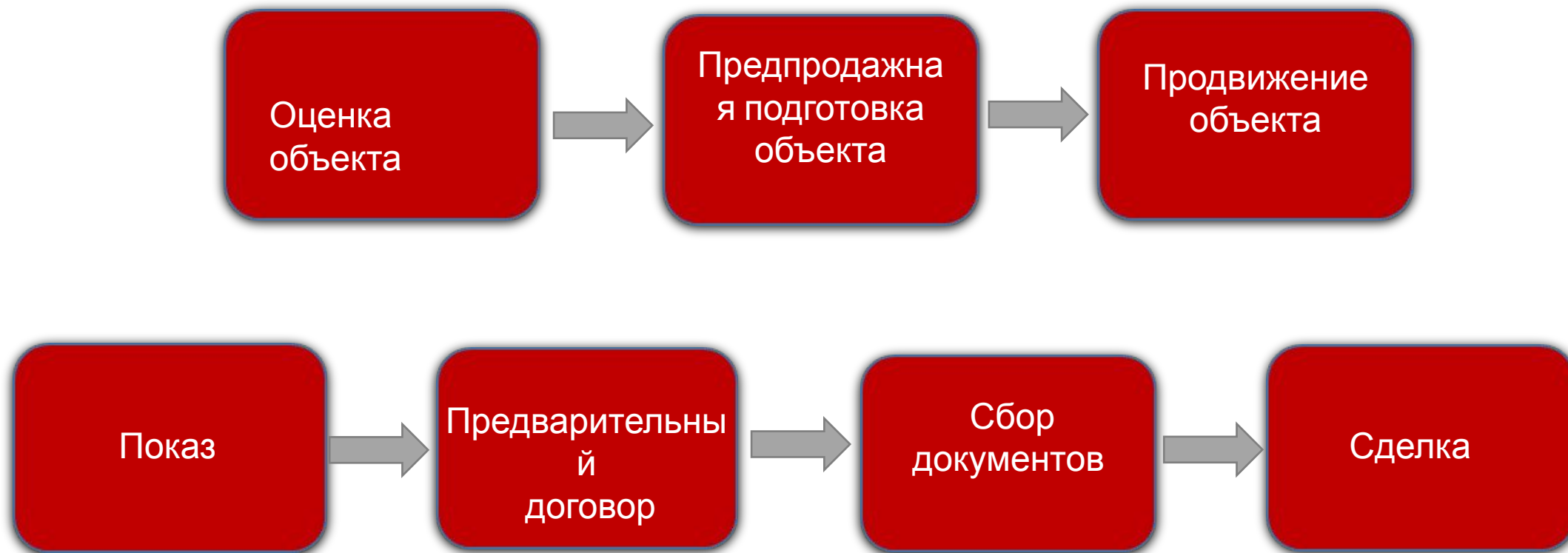
РОСТУМ

недвижимость

**3 ПРОСТЫХ ШАГА
К
ПРОДАЖЕ СВОЕГО
ОБЪЕКТА**

www.rostum.ru

Этапы сделки





Цена – это важно!!!

Объективные факторы	Физические факторы	Прочие факторы
налоги	местонахождение – удаленность от центра,	кол-во аналогичных предложений выставленных на рынке
пошлины	степень развития инфраструктуры и транспортного сообщения, состояние объекта недвижимости (дома целиком),	объективные недостатки объекта (крайние этажи, окна во двор, плохая планировка, износ и т.п.),
инфляция	экологичность района,	характер сделки
безработица	качество коммунальных сетей в доме (электроэнергия, водоснабжение, теплосеть и др.)	юридическая «чистота» объекта,
уровень и условия оплаты труда, потребность в объектах недвижимости		когда последний раз делали ремонт?

Срок продажи – очень важно!!!

Срок экспозиции	Стоимость
10 дней	Цена срочного выкупа - 20%
1 месяц	Среднерыночная цена- 5-10%
2 месяца	Среднерыночная цена
3 месяца	Среднерыночная цена + 5-10%
Не прогнозируется	Среднерыночная цена + от 15%



Предпродажная подготовка объекта



ПОДЪЕЗД, ЛЕСТНИЧНАЯ КЛЕТКА И ВХОДНАЯ ДВЕРЬ СОЗДАЮТ ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ.

Театр начинается с гардероба, а квартира для потенциального покупателя – со входа в подъезд. Поэтому начните подготовку квартиры с подъезда и лестничной площадки. Это первое, на что обратит внимание покупатель. Если необходимо, подметите или помойте ее. Почистите коврик. Если он старый, лучше уберите его совсем. Не забудьте удалить лишние предметы с подоконника в подъезде и обязательно замените перегоревшие лампочки, чтобы Покупатель не блуждал в потемках. Входная дверь – это визитная карточка Вашей квартиры, поэтому Вы должны быть уверены в том, что она всегда в порядке (чистая и аккуратная).



ЧИСТЫЕ ОКНА ДЕЛАЮТ КВАРТИРУ ПРОСТОРНЕЙ.

Окна должны быть чистыми. Это зрительно сделает Вашу квартиру просторней и привлекательней. Раздвиньте занавески, и Ваша квартира наполнится светом и солнцем, станет яркой и гостеприимной. При плохом освещении помещения кажутся меньше, потолки ниже. Не экономьте на электричестве в период показов. Подключите все люстры и бра. Хорошее освещение поможет агентам показывать Вашу квартиру в вечернее время и в пасмурные дни. Днем лучше показывать квартиру в те часы, когда в нее заглядывает солнце.



КУХНЯ ДОЛЖНА БЛЕСТЕТЬ!

Вымойте кухонную мебель изнутри и снаружи, раковину, плиту, уберите предметы, которые Вам в данный момент не нужны. Все поверхности и столы должны быть чистыми. Сделайте так, чтобы кухня блестела! Помните, что вид запаса воды во всех емкостях, сор и полное мусорное ведро не способствуют успеху в продаже Вашей квартиры. А главное, запах сильнейшее орудие воздействия, как позитивного, так и негативного. Запах табака, животных или мусора создают негативное впечатление. Обязательно проветривайте квартиру, а в хорошую погоду оставляйте окна открытыми, пользуйтесь освежителями воздуха. При подготовке к визиту Покупателя рекомендуется испечь сладкое. Во-первых, появится предлог спокойно обсудить все вопросы за чашкой чая, а во-вторых, запах сдобы делает чужую квартиру уютнее и комфортнее, роднит ее с собственным домом.



САМУЗЕЛ ПРИВЕДИТЕ В РАБОЧЕЕ СОСТОЯНИЕ

Сделайте в ванной комнате и туалете мелкий ремонт: подтяните краны, замените шланг у душа и т.д. Протрите кафель и пол, чтобы на них не осталось пятен воды и мыла. Если кафеля в ванной и туалете нет, а стены покрашены темно-зеленым, синим, бурым – срочно меняйте их цвет на более светлые тона теплой гаммы. Отдельного внимания требует сантехника на ней не должно остаться ни малейшей желтизны, иначе покупатель сразу сделает далеко идущий вывод о качестве воды и состоянии труб. Почистите вентиляционную решетку и проветрите помещение. В общем, все должно сиять чистотой, исправно работать.



КЛАДОВКИ, ПОДСОБНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ И АНТРЕСОЛИ ДОЛЖНЫ ВЫГЛЯДЕТЬ ФУНКЦИОНАЛЬНЫМИ

Наличие подсобных помещений – большой плюс для квартиры. Сложите все вещи аккуратно, упакуйте предметы, которые в ближайшее время Вам не понадобятся. Аккуратные, хорошо организованные подсобные помещения и кладовки будут выглядеть просторными.



БАЛКОН И ЛОДЖИЮ ОСВОБОДИТЕ ОТ НЕНУЖНЫХ ВЕЩЕЙ

Покажите балкон и лоджию во всей красе. Освободите пространство от ненужных вещей. Помните, балкон не должен выглядеть местом для свалки.



РАСШИРЬТЕ ПРОСТРАНСТВО КВАРТИРЫ

Расширьте пространство квартиры, уберите ковры и дорожки, которые зрительно сужают расстояние между стенами и превращают стандартные комнаты в «вагонообразные» помещения. Желательно даже сделать небольшую перестановку, чтобы максимально увеличить пространство жилых комнат.



СОСРЕДОТОЧЬТЕСЬ НА ПОКАЗЕ КВАРТИРЫ

Постарайтесь устранить факторы, отвлекающие внимание. Желательно, чтобы во время показа в квартире присутствовало как можно меньше людей. Удалите из поля зрения животных. Пусть Покупатель спокойно осмотрит и оценит Вашу квартиру, представит себя хозяином.



Реклама – информация о потребительских свойствах товаров и услуг с целью создания спроса на них и их реализации.

	План маркетинговых мероприятий	Срок/Периодичность
1	Оценка рыночной стоимости Объекта	ежемесячно
2	<u>Размещение информации об Объекте с фотографиями на сайте: www.bazarpnz.ru</u>	Ежедневно 2 раза в день
3	Размещение информации об Объекте с фотографиями на сайтах согласно списка в приложении.	Не менее 2х раз в неделю на каждом сайте
4	Осуществить рассылку и распространение информации среди профессиональных специалистов по недвижимости, ведущих агентств недвижимости.	Не менее 15 агентств Еженедельно, с последующим их контролем
5	Изготовить печатные объявления, для расклейки	Еженедельно не менее 200 шт. в неделю
6	Изготовить и разместить баннер о продаже Объекта непосредственно на здании	В течение 3х рабочих дней
7	Поквартирный обход соседей	Ежемесячно

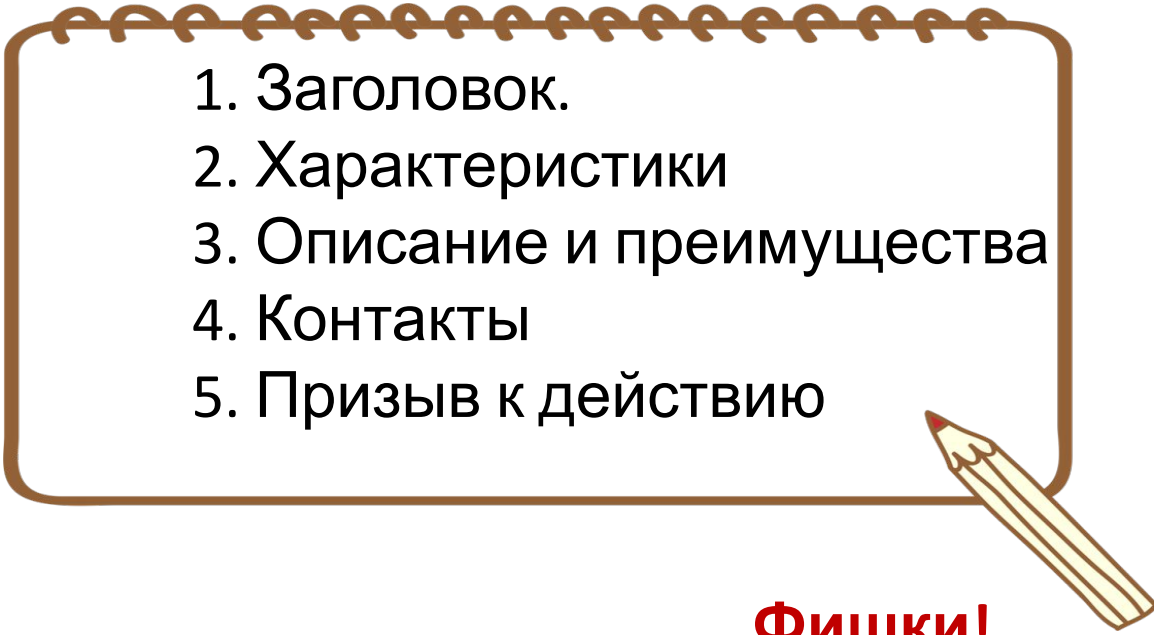


Реклама объекта

1. Как составить?
2. Где размещать?
3. Как оценить эффективность?



Структура продающего текста:

- 
1. Заголовок.
 2. Характеристики
 3. Описание и преимущества
 4. Контакты
 5. Призыв к действию

Фишки!

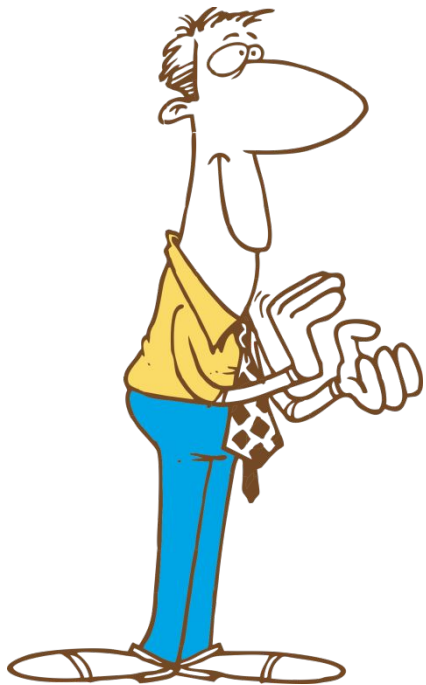
Якори (картинки, жирный шрифт, цвет)
Разговорный язык (пишите так, как говорите)
Юмор. Самоирония (художественный стиль)

А теперь задание ;)

Фотография не правильная



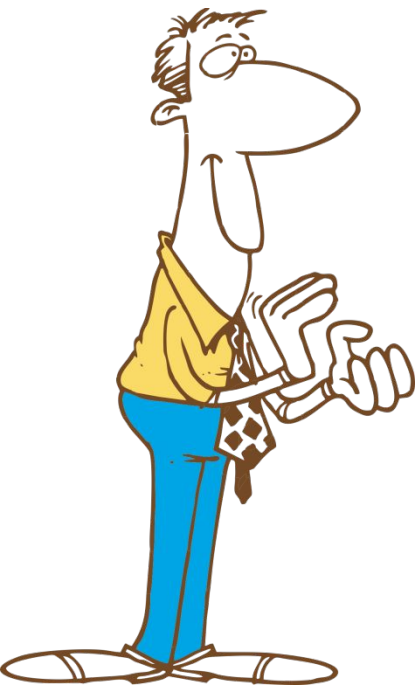
Фотография правильная



Фотография не правильная



Фотография правильная





Ваши вопросы?

#риэлтерскаякомпанияномер1
#rostumonelove