



□ □ □ Как выгодно и быстро продать квартиру?

Вопрос в наше время актуальный для многих. Прежде всего: это статья – просто мысли вслух риэлтора из Саратова со стажем работы в сфере недвижимости более десяти лет. Если кто-то сможет почерпнуть для себя что-то полезное, я буду очень рад. Значит, не зря писал.

Итак, первое, с чего начинается продажа объекта недвижимости – объективной оценки его стоимости. Нужно ли говорить, что цена объекта недвижимости – главная, ключевая позиция в критерии отбора покупателем.

Первые, и наиболее грубые, ошибки при определении цены

1. 1.Цена, что называется, «от балды».

Это мое определение, попробую сразу передать его суть. Пример из практики: прихожу к клиенту для переговоров о продаже его квартиры. Первый вопрос мне, буквально с порога – «сколько моя квартира стоит?». Отвечаю, что для того, чтобы дать объективный ответ, нужно провести сравнительный маркетинговый анализ – хотя бы поверхностный. «Да что тут проводить!» - усмехается в ответ хозяин, и я по его реакции чувствую, что как специалист я уже упал ниже уровня канализации. Скоро мне просто укажут на дверь. Но продолжаю: «И сколько же, по- вашему, стоит ваша квартира?» Он называет цифру. Причем твердо и уверенно. Задаю второй вопрос: «Откуда эта цифра?» «Да в соседнем доме продается квартира, тоже трешка, ремонт примерно такой же. Я спрашивал вчера хозяина!» Далее начинаю выяснять: « Как давно выставили в продажу ту квартиру, на которую вы ссылаетесь?» Хозяин задумался, и его самоуверенность начинает гаснуть. « По-моему, несколько месяцев уже продает...» « Вы знаете, как часто смотрят эту квартиру?» « Нет». Начинаю выяснять далее параметры квартиры – оказывается квартира, которую я пришел смотреть и его ориентир – совершенно разные даже по основным параметрам: год постройки, материал дома,

этаж, этажность дома и метраж квартир! Единственное общее - микрорайон. Когда я объяснил ему это все, он понял и после работы по оценке мы получили к предложению его квартиры в продажу совсем другую цену.

1. **2.Цена** □ «**А мне столько надо!**»

Совершенно глупейший принцип и абсолютно неграмотный подход, но, тем не менее, распространён до чрезвычайности! Конкретика: оцениваю квартиру и вывожу ее ориентировочную стоимость. Хозяин минуту чешет затылок, а потом твердо объявляет: «Продаем за xxxx тысяч рублей!» Цена на 300 тысяч выше, чем я определил. Надо ли говорить, что я потерял дар речи. «Откуда такая цена?» «Понимаешь, если продать за ту цену, что ты назвал, мне тогда не хватит денег купить квартиру себе и сыну. Я тут уже смотрел что почем, цены знаю!» «А почему вы решили, что сможете продать квартиру по завышенной цене, какие ключевые преимущества, по сравнению с конкурентами, вы сможете указать при продаже, что покупатели пойдут смотреть ваш, заведомо дорогой вариант?» Продавец опять чешет голову и говорит: «Ну не знаю, ты же риэлтор! Придумай что-нибудь!». Я ему объяснил, что риэлтор, даже очень хороший, чудеса делать не умеет. В его ситуации ему же лучше будет, если он не станет тешить себя напрасными мечтами, а лучше подумает, где взять недостающую для покупки квартир сумму. Дорогие владельцы недвижимого имущества! Оно не продается по принципу «а мне столько надо». Только по рыночной его стоимости! Возможно увеличение цены в зависимости от ситуации или каких-то определённых особенностей предложения: (клиенту нужен именно этот дом, квартира в девятиэтажке, а в этом микрорайоне в девятиэтажках на продажу квартир этих параметров больше нет, и т.п.) Но и то, как опыт показывает, цена может быть завышена максимум 5-10%, а не на 15-20% и больше!

1. **3.Вариант** «**за столько другие продают!**»

Действительно, продавец человек инициативный и подготовился к визиту риэлтора. Просмотрел газеты с объявлениями продажи недвижимости, несколько интернет-сайтов агентств недвижимости, досок объявлений и выявил квартиры с одинаковыми с его объектом параметрами. Естественно, его прельстила самая высокая цена. «Если другие продают по такой цене, зачем мне продавать дешевле?» Действительно, нормальное человеческое желание: продать подороже, купить подешевле. Но тут сразу нужно для себя понять разницу между выставленной на продажу квартирой и ПРОДАННОЙ квартирой.

Цена квартиры, действительно реальная – эта та, по которой была заключена сделка. То есть то, сколько вы получили денег при продаже, а не сколько рассчитывали изначально получить!

Поэтому, даже сориентировавшись на какое-то объявление, не поленитесь позвонить риэлтору или хозяину и путем очень хитрых вопросов выяснить, как давно их объект в продаже и как часто его смотрят. Конечно, тут нужно постараться, поскольку такой информацией делиться не любят. Это поможет объективной оценке вашей собственной квартиры. На некоторых сайтах есть дата публикации объявления и открытая статистика просмотра данного объявления. Это ключевые моменты, говорящие о рыночной привлекательности объекта недвижимости.

Вот главные ошибки в самостоятельной оценке квартиры или дома, которые вы собрались продать. Каков же грамотный подход в определении цены продажи?

На сегодня самый грамотный, на мой взгляд, подход.:

1. Вызов специалиста бюро оценки недвижимости. Почему именно специалиста бюро, а не риэлтора, который будет продавать этот объект? Специалист бюро независим и не имеет выгод от продажи вашей недвижимости. Его оценка будет объективней. Вторым аспектом – у вас уже будет мнение специалиста до разговора с вашим агентом и вам будет с чем сравнить его оценку.

2. Разговор с риэлтором. Оговорюсь сразу: если вы решили продать квартиру с помощью агентства, лучший критерий для его выбора – рекомендация людей, которым вы доверяете. Если же этой рекомендации нет, посмотрите, сколько лет работает выбранное вами агентство на рынке недвижимости, обязательно посмотрите документы, спросите страховку, осторожно выясните основной профиль работы. Если это частный риэлтор – то же самое. Я знаю многих коллег, которые не занимаются напрямую продажами, а в основном специализируются на аренде. Продажи у них от случая к случаю. Надо ли говорить, что выбор такого риэлтора – не лучший вариант. Честно будет, если он сам посоветует вам коллегу, занимающегося именно продажами. Но, повторюсь, лучший выбор – это по чьей-то рекомендации.

Далее сразу же отступление. Если вы продаете вашу недвижимость через агентство, вы должны сразу оговорить, какие условия работы для вас этого агентства? Либо вы подписываете договор о сотрудничестве, либо просто выставляете в их агентстве свой вариант на общих правах с остальными.

Если договор о сотрудничестве, и он подразумевает оплату вами комиссионных за продажу вашей квартиры, тут нужно прописывать и оговаривать все детально. Не бойтесь, если договор получится большой. Вы должны оговорить срок, который агентство будет заниматься вашей продажей и то, что они обязаны сделать за это время. Неплохо поинтересоваться, что конкретно они собираются делать .
Необязательно делать это в лоб, спрашивая: « А как вы собираетесь продавать мою квартиру?» Незачем совершенно, иначе может возникнуть ощущение, что вы не доверяете их профессионализму. Лучше, допустим, спросить: « Скажите, а что сейчас эффективнее – реклама в Интернете или в газетах?» Послушайте, что вам ответят. Уверю, из ответа вы сразу поймете, профессионал это или дилетант. Вопрос, который я привел – случайный, вы можете задать любой схожий. Главное определить, насколько ваш риэлтор владеет темой.

Если вашим объектом занимается агентство, и вы определились со временем, стратегией, вам остается только ждать результата и вести контроль. Можно еще оказать помощь в рекламе, если у вас есть такая возможность. Я думаю, от дополнительной рекламы никто не откажется, если она будет грамотная и в ней не будет вредной «отсебятины».

Как контролировать? Сразу скажу из своей практики, чего продавцу не нужно делать. Не нужно звонить каждый день и спрашивать: «Ну как там?» Вы рискуете этим просто обозлить своего риэлтора. Вместо этого, скажем через пару-тройку недель, лучше съездить на объект и спросить соседей, появлялся ли тут риэлтор. Может они видели, как он фотографировал объект или даже приводил клиентов. Затем, через пару недель можно позвонить и в агентство и спросить, на каком сайте размещены фотографии вашего дома, скажем, просто посмотреть, насколько удачные они получились. Получив адрес, вы сможете определить, насколько качественен тот ресурс , на котором разместили информацию по вашему объекту. Далее, к этому времени (то есть пара – тройка недель с начала продажи) уже должно быть какое-то количество просмотров вашей квартиры и можно определяться с дальнейшей стратегией: уменьшать цену, увеличивать рекламу или что-то изменить в ней , возможно, сделать косметический ремонт. Запомните: лучший и единственный показатель – это количество просмотров вашей квартиры. Исходя из их результатов, нужно делать дальнейшие выводы.

Далее: вы решили продать квартиру самостоятельно, без помощи риэлтора или агентства недвижимости. Плюсы такого решения – вы можете записать в бонус вашего предложения, что покупателю не придется платить риэлтерское вознаграждение. Соответственно, вам тоже. Очевидные минусы – вам придется тратиться на рекламу

самостоятельно, вести переговоры по телефону – словом, выполнять всю предварительную и основную работу по объекту.

Что ж, раз готовы – вперед! Первое, о чем я уже говорил – цена. Допустим, цена объективная, объект ликвидный. Далее вам нужно определиться с рекламной политикой по продаже объекта. Поскольку средств для представления недвижимости в крупном городе или области много, нужно выбрать самые результативные. Кто аудитория? Если вы продаете квартиру, комнату или дом – как показали все исследования в этой области и говорит статистика – лучшие кандидаты в покупатели живут в этом же районе. Потому расклейка объявлений – просто незаменимое средство при продаже.

Объявление.

Оно не должно быть мелким. Никто, поверьте, не подойдет специально разбирать какие-то каракули от любопытства. То есть, ваше объявление должно иметь хорошо различимый текст заголовка с расстояния 6-8 шагов минимум. Конечно, я не призываю делать плакат метр на метр и штамповать их несколько тысяч штук, это ни к чему. Но – заголовок должен быть, как я сказал, легко читаемым и информативным. Например: в две строчки – в первой крупно «продаю» во второй чуть мельче: 2 комн. Кв- ру» , в третьей, еще чуть мельче « в этом районе без посредников» Далее ключевые параметры квартиры и контактные телефоны. Время, когда удобней звонить. Таких объявлений должно быть в зависимости от величины района от 150 до 1000. Расклейка – с убывающей интенсивностью от центра. То есть – у продаваемого объекта больше всего, дальше – реже. Ключевые места – магазины, доски объявлений, места скопления людей, людные перекрестки, остановки – особенно тщательно. Если дружите с компьютером, макет можно изготовить самому или же заказать в типографии – это не так дорого. В Саратове, например, в типографии, которой я пользуюсь, это стоит 200 рублей максимум в зависимости от размера и срочности изготовления.

Обновлять объявления.

Расклейка работает 1-2, ну 3 дня! Потом объявление срывает дворник или заклеивают другие своим. Потому максимум через неделю нужно проходить и обновлять расклейку.

Реклама в газетах.

Это основная расходная статья при продаже недвижимости. Если вам позволяют средства, лучшая реклама – это модули в тематических изданиях. Например, в том же Саратове – «Парадный подъезд», «Квадратный метр», «Квартиры Саратова», Опять же, смысл размещения в этих газетах я вижу при модульной публикации на первых страницах. Это дорого, но эффективно. Давать строчки в общую массу можно, но эффект значительно ниже – объявления, даже самые интересные, теряются в большой массе похожих объектов. Если уж вы хотите выбрать вариант поэкономнее, все же потратитесь и выделите ваш объект недвижимости хотя бы рамкой.

Итак, тематические газеты по недвижимости – раз. Можно дать объявление в популярные издания вашей области или города с большим тиражом, при наличии в них соответствующих рубрик по продаже недвижимости.

Интернет.

Интернет все больше завоевывает популярность как средство первоочередной рекламы, к тому бесплатной и обладающей колоссальными возможностями передачи информации. Недвижимость не исключение.

Доски объявлений и агентства вашего города.

Выберите наиболее посещаемые ресурсы и разместите на них информацию о вашем объекте. Есть популярнейшие всероссийские доски объявлений для продажи и аренды недвижимости с огромной посещаемостью, такие как «Авито». Для их поиска забейте в поисковик ключевую фразу: « Разместить объявление недвижимость бесплатно». Выберите, что вам подходит и размещайте – чем больше, тем лучше. Если вам встретился сайт агентства недвижимости при условии бесплатного размещения, как, например, на этом сайте, размещайте и на них. Выгода – на досках объявлений ваша квартира провисит какое-то время, потом объявление снимут с публикации, и вам нужно будет ее обновлять. А в агентстве, если объект интересный, он будет висеть дольше и, возможно, без дополнительной оплаты его разместят на эффективном месте лишь потому, что ваше объявление интересно и привлечет к сайту дополнительных посетителей.

Повторюсь, вам интересны агентства вашего города. К тому же, если объект действительно интересный и ликвидный, агентство недвижимости предложит взять его в работу, но об этом чуть ниже. В интернете при публикации объявлений хорошо публиковать фотографии вашей квартиры и дома в целом. Но не в том случае, если у вас ремонт вовсю, или же вы продаете квартиру в аварийном состоянии. Тогда уж лучше сфотографировать только сам дом или живописное место в микрорайоне.

Агентства недвижимости и риэлторы.

Можно сотрудничать с агентствами недвижимости и риэлторами, не заключая договора о сотрудничестве. Просто выставив им объект. Естественно, вам будут предлагать заключить договор, мотивируя тем, что такая работа результативней. Но если вы откажетесь, а ваш объект объективно интересен, его все равно включают в работу. Польза такого сотрудничества очевидна: вы не платите агентству или риэлтору, но, тем не менее, они работают с вашим объектом, предлагая своим клиентам и выставляя коллегам, с которыми обмениваются информацией по базе данных. Но в таком случае нужно знать – агентство, которое найдет вам покупателя, будет брать с него комиссионные. Вам нужно четко понимать, где ваш прямой покупатель и для него нет комиссионных, и где клиент риэлтора, который будет платить своему агенту гонорар при покупке вашей квартиры.

Плакат-растяжка.

Эффективное средство, не уступающее расклейке. Огромное преимущество – покупатель сразу видит дом и квартиру (балкон) на котором висит растяжка. Значит, звонок будет предметным. Практика показывает, тело баннера лучше делать желтого цвета, а текст черным. На баннере – самая суть объявления. Очень крупно. «продаю», «телефон». Смысл делать растяжку есть тогда, когда она хорошо видна. Плакат на шестнадцатом этаже размером даже во всю лоджию не виден, а потому лишь пустая трата денег.

Это общие шаги по продаже вашего объекта недвижимости. Вариации зависят лишь от ваших финансовых возможностей, выбранной стратегии и наличия свободного времени и вашей энергичности. Замечу напоследок: очень хорошо определиться со временем для просмотра вашей квартиры покупателями заранее, вне зависимости – риэлтор ли занимается вами, или же вы продаете самостоятельно. И вам будет удобнее, и ему. Если

вы продаете другой объект – не квартиру, комнату или частный дом, а, например, дачу или гараж, стратегия продажи будет немного отличаться, но не сильно.

Итак, подведу итог – вот основные действия, необходимые для того, чтобы выполнить главное: найти покупателя, действительно готового купить вашу квартиру. Дальше уже – ваши переговоры с ним, оформление предварительного договора купли-продажи, или, как его называют в обиходе, договор задатка, и проведение самой сделки в регистрационной палате. Но это – уже другая статья. Я рад, если материал был полезен вам.

[joomla](#)