
KONVERZNÍ MAPOVÁNÍ 7 KROKŮ PRO REALITNÍ MAKLÉŘE

ZA 9 MINUT UVIDÍTE, KDE VÁM UTÍKAJÍ
ZÁJEMCI A ZAKÁZKY – A CO S TÍM HNED
TEĎ UDĚLAT.



PRAKTICKÁ MAPA PRO REALITNÍ MAKLÉŘE, KTEŘÍ CHTĚJÍ MÍT
STABILNÍ PŘÍSUN POPTÁVEK MÍSTO NÁHODNÝCH ZAKÁZEK.

LeadFactory

JAK Z TÉTO MAPY VYTĚŽIT MAXIMUM

Tuhle mapu nemusíte číst jako knihu. Je to jednoduchý pracovní nástroj, který vám během pár minut ukáže, kde vám ve vašem realitním podnikání utíkají největší příležitosti.

1. **U každého kroku si dejte skóre 0–10** (0 = úplný chaos, 10 = funguje skvěle).
2. **Nepřemýšlejte moc dlouho** – dejte si první pocitové číslo, které vás napadne.
3. **Označte si 2–3 kroky s nejnižším skóre** – tam vám pravděpodobně utíká nejvíc peněz.
4. U každého z těchto kroků si **napište 3 konkrétní akce**, které zvládnete během příštích 7 dní.
5. Za týden se k mapě vraťte, **znovu se ohodnoťte** a podívejte se, jak se vaše čísla posunula.
Cílem není mít všude desítku. Stačí, když dnes vytáhnete o pár bodů nahoru své nejslabší místo – to už může znamenat nové zakázky navíc.

KROK 1 – VIDITELNOST: VÍ LIDÉ, ŽE EXISTUJETE?

Pokud o vás majitelé nemovitostí vůbec nevědí, nemají šanci se vám ozvat. I skvělý makléř bez viditelnosti prostě nemá komu pomáhat.

1. **Máte jasný online profil** (web, sociální sítě, katalogy makléřů)?
2. **Objevujete se pravidelně na očích** své cílové skupiny, nebo jste mezi ostatními „ztracení“?
3. Je na první pohled jasné, **jak vás může člověk kontaktovat**?

Skóre:

Jak si vedete v oblasti viditelnosti 0–10?

KROK 2 – PRVNÍ KONTAKT: JAK SNADNO VÁS MŮŽE MAJITEL OSLAVIT?

Chvilé, kdy se majitel rozhodne někomu napsat nebo zavolat, je klíčová. Pokud nemáte jednoduchý způsob prvního kontaktu, často skončí u jiného makléře.

1. Je jasně napsané, **proč by se vám měl ozvat právě teď** (např. krátká konzultace, zhodnocení nemovitosti)?

2. **Máte připravenou stránku nebo formulář, který kontakty sbírá**, nebo spoléháte na náhodné telefonáty?

3. **Odpovídáte na nové poptávky rychle a profesionálně**, nebo některé zprávy „vyšumí“?
Skóre:

Jak silný máte systém prvního kontaktu 0–10?

KROK 3 – PRVNÍ SCHŮZKA: BUDOVÁNÍ DŮVĚRY

Na první schůzce se majitel rozhoduje, jestli vám svěří svůj byt nebo dům. Tady se láme většina zakázek.

1. **Máte jasný scénář schůzky** – víte, na co se ptát a co vysvětlit?
2. **Umíte srozumitelně popsat, jak bude spolupráce probíhat** krok za krokem?
3. **Odchází majitel ze schůzky s pocitem, že se mu vyplatí jít do toho právě s vámi?**

Skóre:

Jak jistě se cítíte na první schůzce 0–10?

KROK 4 – NABÍDKA SLUŽBY: PROČ PRÁVĚ VY A ZA KOLIK?

V této fázi majitel porovnává vás, konkurenci a výši provize. Potřebuje vidět, že hodnota, kterou přinášíte, je vyšší než cena.

1. **Umíte ukázat, v čem jste lepší** než makléř s nižší provizí?
2. **Používáte konkrétní příklady výsledků** (za kolik jste prodali, v jakém čase, příběhy klientů)?
3. **Mluvíte o provizi klidně a sebejistě**, nebo se tomuto tématu spíš vyhýbáte?

Skóre:

Jak dobře umíte obhájit svou službu a provizi 0–10?

KROK 5 – PODEPSÁNÍ ZAKÁZKY: Z „MOŽNÁ“ NA „JDEME DO TOHO“

I z nadšeného majitele může být rychle „ještě si to rozmyslím“. Bez jasného kroku k podpisu se rozhodnutí často rozplyne.

1. **Máte jednoduchý, srozumitelný vzor smlouvy,** který umíte vysvětlit?
2. **Víte, jak vést rozhovor** od „uvažuji“ k „podepíšeme to“ bez zbytečného tlaku?
3. **Umíte pracovat s námitkami** typu „poradím se doma“ nebo „ještě se podívám jinde“?

Skóre:

Jak často dotáhnete dobrou schůzku až k podpisu 0–10?

KROK 6 – PREZENTACE NEMOVITOSTI: JAK DOBŘE UKAZUJETE, CO PRODÁVÁTE

Slabá prezentace umí zabít i jinak skvělou zakázku. Lidé kupují očima – a příběhem.

1. **Máte kvalitní fotky a texty**, nebo používáte spíš „rychlé fotky z telefonu“?
2. Popisujete jen parametry, nebo **prodáváte i příběh a výhody bydlení**?
3. **Máte jasný plán propagace** – inzerce, sociální sítě, vlastní databáze?

Skóre:

Jak profesionálně prezentujete své zakázky 0–10?

KROK 7 – PROHLÍDKY A VYJEDNÁVÁNÍ: DOTÁHNOUT OBCHOD DO KONCE

Na prohlídkách a při vyjednávání se rozhoduje, jestli z „zajímá mě to“ bude skutečná rezervace a podpis.

1. **Máte jasnou strukturu prohlídky**, nebo to pokaždé probíhá jinak?
2. **Umíte vést vyjednávání o ceně a podmínkách** bez zbytečného tlaku?
3. **Máte systém follow-upu po prohlídkách** – víte, kdy komu voláte nebo píšete?

Skóre:

Jak dobře zvládáte prohlídky a vyjednávání 0–10?

CO Z TÉTO MAPY PRO VÁS VYPLÝVÁ

Ted' už máte svoje vlastní konverzní mapování – vidíte, kde jste silní a kde vám nejvíc utíkají příležitosti. Ted' je čas vybrat si pár konkrétních kroků a skutečně je udělat.

1. **Podívejte se na své 2–3 nejslabší kroky** – nejnižší skóre.
2. **U každého z nich si napište 3 jednoduché akce**, které zvládnete během příštích 7 dní.
3. **Tyto akce si запиšte do kalendáře** – bez termínu se z nich stanou jen hezké nápady.
4. **Za týden se ke své mapě vraťte**, znovu se ohodnoťte a všimněte si, kde se čísla zvedla.

Pokud chcete tyhle kroky proměnit v ucelený systém na získávání zakázek, můžete na tuto mapu navázat dalšími materiály a **nástroji LeadFactory**. Kdykoliv budete chtít, rád vám ukážu, jak z vašich čísel udělat stabilní přísun poptávek.