**Sprzedaż nieruchomości – najczęstsze błędy**

**Bałagan w mieszkaniu, nieprofesjonalne zdjęcia – to tylko niektóre z błędów, które popełniają osoby wystawiające swoje mieszkanie do sprzedaży.**

**Brak przygotowania nieruchomości do sprzedaży**

Przed wystawieniem oferty do sprzedaży należy poświęcić nieco czasu na jej odpowiednie przygotowanie. Co do jednej kwestii agenci są zgodni – bałagan w mieszkaniu wystawionym na sprzedaż jest niedopuszczalny. *– Niejednokrotnie w mieszkaniach wystawionych na sprzedaż zastawałem wielki nieporządek, np. niedokończony obiad, suszarkę pełną ubrań, itp*. – wymienia Łukasz Szulc z Metrohouse w Elblągu. *– Nieuporządkowane przedmioty, nieświeży zapach i zbyt wiele zalegających przedmiotów oraz osobistych pamiątek dekoncentrują kupującego. Bardzo ciężko będzie mu zidentyfikować się z danym lokalem* – dodaje Sylwia Stefańska z Metrohouse, która uważa, że równie ważne jest zadbanie o stan oświetlenia pomieszczeń. *– Kolejnym błędem jest brak odpowiedniego oświetlenia. Ciemne światło sprawia, że pomieszczenia wydają się mniejsze oraz wprowadza to nastrój przygnębienia. Naturalne światło powiększa przestrzeń, daje wrażenie ciepła. Z tego powodu warto zadbać, aby okna były odsłonięte i otwarte.“*

**Zawyżona cena sprzedaży**

Patryk Szczodrowski z oddziału Metrohouse w Gdańsku zapytany o błędy sprzedających odpowiada, że klienci bardzo często chcą sprzedać swoją nieruchomość po cenie wyższej, niż ofertowa. *– Wielu klientów upiera się przy swojej własnej wycenie nieruchomości, sporządzonej na podstawie zawyżonych cen ofertowych dostępnych w Internecie. Nie biorą pod uwagę tego, że mieszkanie z dobrą ceną nie widniałoby na portalach przez dłuższy czas.*

Z kolei Angelika Karkosik z biura w Babicach wyjaśnia, z czego wynika zawyżanie cen ofertowych, a powody bywają różne: „Sąsiad obok sprzedaje jeszcze drożej” lub „Taka jest cena, bo musi mi starczyć na zakup kolejnego mieszkania” *– Bardzo często spotykam się z zawyżoną ceną sprzedaży. Sądzę, że powodem tego może być m.in. zbyt emocjonalne podejście do posiadanej nieruchomości. Mamy wtedy do czynienia z klientem, który uważa, że jego mieszkanie jest jedyne w swoim rodzaju i warte jest o wiele więcej niż inne w okolicy.*

**Nieprofesjonalne zdjęcia**

Z doświadczenia Łukasza Szulca wynika, że dużym błędem sprzedających jest umieszczanie nieprofesjonalnych zdjęć nieruchomości. Najczęściej prowadzi to do pominięcia oferty przez kupujących. – *Połową sukcesu sprzedaży nieruchomości są zdjęcia. Często zdarza się, że oferta zamieszczona na portalu ogłoszeniowym przez samego sprzedającego zawiera zdjęcia wykonane telefonem komórkowym i obejmujące elementy, które nie powinny się na nich znaleźć.*

Również sytuacja, która przydarzyła się Dariuszowi Mitrowskiemu z oddziału Metrohouse w Warszawie pokazuje, jak duże znaczenie dla sprzedaży mieszkania ma jakość zdjęć. *– Druga prezentacja mieszkania z klientami. Właściwie już się zdecydowali, ale chcą się jeszcze utwierdzić w wyborze, wynegocjować cenę i uzgodnić warunki transakcji. Klientom spodobała się ta oferta mimo, że znajdowała się poza preferowaną przez nich lokalizacją. Zostali zachęceni wyglądem mieszkania i osiedla na zdjęciach oraz układem pomieszczeń na dołączonym planie. Oglądamy i w którymś momencie klient sięga do telefonu, szuka i z dziwną miną pokazuje żonie – okazało się, że kiedyś znalazł tę ofertę w Internecie bezpośrednio, ale odrzucił, bo na podstawie byle jakich zdjęć właściciela uznał ją za zupełnie nieinteresującą.*

**Lekceważący stosunek do kupującego**

,,Nasz klient nasz pan”. Wydawałoby się, że to powiedzenie wszystkim znane, ale jak zauważa Sylwia Stefańska, sprzedający niezwykle często zdają się o nim zapominać. – *Kupujący narzekają na brak komfortu oglądania, brak poświęconego im czasu przez właściciela lokalu. Nie zachowujmy się, jakby był ,,intruzem”. Potraktujmy go tak, jak sami chcielibyśmy być traktowani. Jeśli poczuje się komfortowo, jest duża szansa, że będzie chciał w tej nieruchomości zamieszkać.*

Przypadek opisany przez Dariusza Mitrowskiego pokazuje, jakie mogą być skutki zbyt beztroskiego stosunku do klienta i prowadzonej transakcji: *- Mieszkanie na warszawskim Okęciu. Już przy drzwiach do mieszkania czuć specyficzny zapach. Dzwonek, otwierają się drzwi i widać zdewastowane mieszkanie. Nic to, wchodzimy i za chwilę z pokoju wypada przyczyna dewastacji i zapaszku: olbrzymi pies, niezwykle przyjaźnie nastawiony do gości. „Proszę się nie bać, piesek jest bardzo łagodny i przyjazny” – zapewnia nas właścicielka. Próbujemy oglądać mieszkanie, ale piesek domaga się pieszczot, na co właścicielka nie reaguje, aż wreszcie pies przewraca moją klientkę na podłogę.*

**Sprzedawanie nieruchomości na własną rękę**

Iwona Pszczółkowska, z jednego z warszawskich bur Metrohouse, wskazuje kolejny błąd sprzedających - zwlekanie ze skorzystaniem z usług profesjonalnego agenta nieruchomości. – *Częstym błędem sprzedających jest to, że zaczynają szukać pomocy agencji dopiero wtedy, gdy po wielu miesiącach nie dają sobie sami rady ze sprzedażą. Tracą w ten sposób cenny czas. Nie mają zaufania do profesjonalizmu agenta, który taką nieruchomością rzeczywiście się zajmie.*

*- Klient nie jest w stanie wypromować oferty tak jak pośrednik. Agent użyje całej gamy narzędzi promocyjnych, przygotuje nieruchomość do sprzedaży, wykona profesjonalne zdjęcia i prawidłowo sporządzi ofertę. No i klient nie ma bazy potencjalnych klientów zainteresowanych zakupem właśnie takiej nieruchomości, do których oferta przesyłana jest w pierwszej kolejności.* – dodaje Sylwia Stefańska.

**Brak zaufania do agenta**

Dużym błędem sprzedających jest wchodzenie w kompetencje doradcy nieruchomości. Ilona Pawlak z oddziału Metrohouse w Brodnicy tłumaczy: *- Klienci często nieświadomie utrudniają nam wykonywanie czynności leżących w kompetencjach doradcy. Mam na myśli ograniczanie i ubieganie agenta w jego działaniach. I tak, np. właściciele często próbują przejąć prowadzenie spotkania, prezentacji, uniemożliwiając tym samym przeprowadzenie profesjonalnej prezentacji nieruchomości klientowi kupującemu.*

Robert Magdziarz z oddziału Metrohouse w Krakowie dodaje, że o współpracy z agencjami krążą mity nie mające związku z rzeczywistością. Tak jest np. z umową pośrednictwa z klauzulą wyłączności. – *Klienci mają błędne przekonanie, że umowa z klauzulą wyłączności blokuje ich działania, a nie stwarza możliwość szybkiej sprzedaży. Wychodzą z założenia, że podpisując umowy z kilkunastoma, a niekiedy i kilkudziesięcioma agencjami mają dostęp do większej liczby klientów. Nic bardziej mylnego. Klienci poszukujący, widząc tę samą nieruchomość w kilkudziesięciu kopiach i bardzo często w różnych cenach, tracą zainteresowanie taką ofertą. Ba! Myślą, że jest coś na rzeczy, a sama nieruchomość nie jest atrakcyjna.*