

Ladislav Jandáček



v práci realitního makléře

Případová studie pro ISO certifikaci

Česká společnost pro jakost, z.s.
RE/MAX Česká republika



PRAHA, LISTOPAD 2017

Certifikovaný

realitní makléř CRM

Případová studie

Ladislav Jandáček

RE/MAX
Česká republika

1/33



Prohlášení autora

Prohlašuji, že absolventskou práci jsem zpracoval samostatně za použití zdrojů a literatury, která je uvedena v seznamu.

Dne 15.11.2017

Ladislav Jandáček

Poděkování

Rád bych poděkoval Mgr. Zdeňku Pilbauerovi za možné konzultace při přípravě této práce.

Ladislav Jandáček

Obsah:

1.	Úvod	7
1.1.	Cíl práce – Zefektivnit práci makléře pomocí moderních technologií	7
1.2.	Obsah práce (abstrakt)	7
1.2.1.	Osobní příběh	7
1.2.2.	Proč jsem si vybral toto téma	8
1.2.3.	Možné přínosy	8
2.	Teoretická část	10
2.1.	Vymezení pojmů	10
2.2.	Historie	13
2.2.1.	Realitní trh v ČR	13
2.2.2.	Používané technologie v 90. letech 20.století	14
2.3.	Současnost	15
2.3.1.	Používané technologie	15
2.4.	Vývoj Informačních technologií	16
2.4.1.	Úvod a definice	16
2.4.2.	Historické období	17
2.4.3.	Období raného novověku.	17
2.4.4.	Období posledních 60 let	18
2.4.5.	Současné období	19
2.5.	Průběh realitního obchodu	21
2.5.1.	Osobní marketing makléře	21
2.5.2.	Příprava na naběr nemovitosti	21
2.5.3.	Náběrová schůzka	21
2.5.4.	Příprava nemovitosti	21
2.5.5.	Prezentace nemovitosti a marketingový plán	22
2.5.6.	Prohlídky nemovitosti	22
2.5.7.	Rezervace	22
2.5.8.	Příprava smluvní dokumentace a financování	22
2.5.9.	Podpis smluvní dokumentace	22
2.5.10.	Zápis na katastru nemovitostí	23
2.5.11.	Předání nemovitosti	23

2.5.12. Poprodejní servis	23
2.6. Současný trh s nemovitostmi	23
3. Praktická část	25
3.1. Využití při prodeji bytu Markušova	25
3.1.1. Příprava nemovitosti	25
3.1.2. Využití při prohlídkách a v průběhu případu	26
3.1.3. Dokončování případu	31
3.1.4. Výsledek obchodního případu z pohledu ceny	33
3.1.5. Výsledek obchodního případu z pohledu technologií	33
3.2. Využití při náběru	33
3.2.1. Studené kontakty	33
3.2.2. Práce v terénu	35
3.2.3. Náběr	37
3.3. Užitečné aplikace a nástroje pro práci makléře	37
3.3.1. Nástroje	38
3.3.2. Aplikace	38
3.4. Ekonomická rozvaha	42
4. Závěr	44
4.1. Zhodnocení práce	44
4.2. Přínos studie	44
4.3. Zamyšlení nad dalším vývojem	44
5. Použitá literatura	46
6. Přílohy	47

1. Úvod

1.1. Cíl práce – Zefektivnit práci makléře pomocí moderních technologií

Technologie tu je, aby nám sloužila a pomáhala v našich životech. Ať už jde o osobní nebo pracovní život, člověk má vždy tendenci si své úkoly ulehčovat a zjednodušovat. V dnešní dynamické době, kdy každý z nás „bojuje“ s nedostatkem času, nám technologie, a zvláště ta mobilní, která se vyvíjí opravdu rychle, může výrazně pomoci v našich úkolech. Mým cílem je pomoci čtenáři mé práce zefektivnit svoji dosavadní práci a ušetřit tak čas, který může využít například pro rozvíjení svého byznysu, nebo zkvalitnění svého osobního života.

1.2. Obsah práce (abstrakt)

1.2.1. Osobní příběh

Technologie nás obklopují na každém kroku. Dělají to od doby, kdy si lidstvo uvědomilo samo sebe a začalo používat jednoduché nástroje. Můj osobní pracovní příběh začal v roce 1997 na brigádě v McDonald's, kde jsem následně zůstal po dvanáct let a prošel si téměř celou strukturou tohoto řetězce. McDonald's je výjimečný nejen svým byznys modelem, školícím systémem, ale zejména tlakem na inovace. Neustále se snaží být o krok napřed před svojí konkurencí a na rozdíl od ní se mu to dlouhodobě daří. Na začátku to byly nové a ve své době revoluční stroje na mléčné shaky v 50 letech minulého století. Pak inovativní design grilů na maso, které dokázaly zkrátit dobu přípravy, přes první použití bezdrátové elektroniky pro objednávání až po nynější zavádění komplexního modelu přípravy jídel přímo na objednávku. Na dalším působišti v Tesco Stores jsem mohl přihlížet vzniku a zavádění systému objednávek a rozvozu až přímo ke dveřím zákazníka. Opět to byla věc, která na českém trhu v tu dobu nebyla a díky ní Tesco Stores mělo exkluzivní šanci vytvořit si „nový trh“. Ani jedna firma by své záměry neuskutečnila bez nápadu, vývoje a aplikování nových technologií.

1.2.2. Proč jsem si vybral toto téma

Osobní zaujetí

Na začátku je myslím třeba napsat, že jsem fanoušek do novinek a praktického využití možností, které nám nabízí naše doba. Mám rád žánr sci-fi a rád přemýšlím a sním o možnostech, kterých bychom mohli dosáhnout nyní, nebo v budoucnosti.

Navíc můžeme za pochodu sledovat neuvěřitelnou rychlost vývoje ve všech oblastech. Před dvaceti pěti lety byl mobilní telefon 5 kg krabice se sluchátkem na drátu v ceně osobního auta, ze kterého se navíc člověk skoro nikam nedovolal. Nyní je to kousek plastu a skla vážící 150 gramů, ze které dnes může jednotlivec řídit firmu a nejen to.

Profesní motivace

Práce realitního makléře je náročná na čas a organizaci. Minimálně každý den slyším od někoho ze svých kolegů, že nestíhá, že by se potřeboval věnovat něčemu jinému. Naše obchodní případy každý den před nás v různých fázích staví výzvy, které je třeba překonat. Vyhledání majitele nemovitosti v terénu, chybějící aktuální plány nemovitosti, akutní doplnění informací kupujícímu právě když jste někde mezi poli. Nebo administrativa nutná k plnění požadavků státních institucí na podnikatele.

1.2.3. Možné přínosy

Úspora času

Největším přínosem této mojí práce je úspora času makléři. Ve své práci představím a doporučím technologie, které používám a které mi opravdu zásadním způsobem šetří čas a energii. Získaný čas pak budou moci makléři, stejně jako já, věnovat například obchodní schůzce, nebo vyhledávání nových obchodních příležitostí.

Finanční přínos

Jeden pohled říká, že čas jsou peníze, druhý pohled je, že kdo to říká, nezná jeho pravou hodnotu. Já se zde budu zabývat pohledem prvním. Spoustu činností se kterými se denně setkávám může udělat asistent/ka. Člověk, kterého zaplatím, aby

za mne vykonal nějaké činnosti. Vytvoření plánu, odeslání mailů, vytváření faktur a jejich odesílání. V určité fázi byznysu je jistě dobré a vyplatí se asistentku mít. Pak ale budu chtít, aby i ona svůj čas využívala co nejefektivněji. Co když plánek vytvoříte tím, že natočíte byt chytrým telefonem a on to za vás udělá a pošle do emailu? Náklad na vytvoření plánu je 5 minut času a 70,-Kč v aplikaci. Pokud tam pošlete asistentku s metrem bude mne to stát její hodinovou mzdu + odvody + cesta tam a zpět. Tedy náklad v řádech stokorun + čas strávený nad celou akcí.

Pohodlí

V neposlední řadě jsme s pomocí moderní technologiemi schopni jednotlivé úkoly dělat pohodlněji. Samozřejmě chápu, že toto může být poměrně subjektivní. Mám kolegyni, kterou použití některých moderních pomůcek stresuje. Jako lehký příklad z praxe (který ji nestresuje) bych uvedl srovnání mezi obyčejným svinovacím metrem a laserovým měřidlem, kde změříte plochu místnosti na 5 kliknutí i se zapnutím a vypnutím. Vidíte zde pohodlí a úsporu času=peněz?

2. Teoretická část

2.1. Vymezení pojmů

Informační a komunikační technologie – Informační a komunikační technologie, zkráceně ICT (z anglického Information and Communication Technologies), česky též IKT, zahrnují veškeré informační technologie používané pro komunikaci a práci s informacemi. Původní koncept informačních technologií (IT) byl doplněn o prvek komunikace, kdy mezi sebou začaly komunikovat jednotlivé počítače či uzavřené sítě. ICT ovšem nejsou jen hardwarové prvky (počítače, servery...), ale také softwarové vybavení (operační systémy, síťové protokoly, internetové vyhledávače). Na českých školách začal předmět ICT nahrazovat dřívější výpočetní techniku či informatiku, neboť na rozdíl od nich lépe popisuje současnou realitu, kdy informace jsou s komunikací takřka nerozlučně spjaty. V moderním světě představují informační a komunikační technologie důležitou a nepostradatelnou součást státní, podnikatelské i soukromé sféry. Z tohoto důvodu patří jejich ovládání mezi klíčové kompetence. - Zdroj Wikipedie

Komunikace – je proces sdělování a výměny informací, myšlenek, názorů a pocitů. Pro dálkové dorozumívání slouží telekomunikace, do které patří i počítačové sítě a internet - Zdroj Wikipedie

Aplikace – je v informatice programové vybavení počítače (tj. software), které umožňuje provádět nějakou užitečnou činnost (řešení konkrétního problému, interaktivní tvorbu uživatele – např. textový procesor apod.). Aplikace využívají pro interakci s uživatelem grafické nebo textové rozhraní, případně příkazový řádek. Aplikace se může skládat z několika počítačových programů. Mezi aplikace neřadíme systémový software (tj. jádro a další součásti operačního systému, např. služba Windows. - Zdroj Wikipedie

Smartphone – čili **chytrý telefon**, je mobilní telefon, který využívá pokročilý mobilní operační systém a aplikační rozhraní, jež umožní instalaci nebo úpravy programů.

Takovými operačními systémy jsou například: iOS, Android, Windows Phone. - Zdroj Wikipedie

Rozšířená realita – (zkratkou **AR**) (angl. Augmented Reality) je označení používané pro reálný obraz světa doplněný počítačem vytvořenými objekty. Jinak řečeno, jde o zobrazení reality (např. budovy nasnímané fotoaparátem v mobilním telefonu) a následné přidání digitálních prvků (třeba informací o daném objektu). - Zdroj Wikipedie

Software – je v informatice sada všech počítačových programů používaných v počítači, které provádějí nějakou činnost. Software lze rozdělit na systémový software, který zajišťuje chod samotného počítače a jeho styk s okolím a na aplikační software, se kterým buď pracuje uživatel počítače, nebo zajišťuje řízení nějakého stroje. - Zdroj Wikipedie

Operační systém – je v informatice základní programové vybavení počítače (tj. software), které je zavedeno do paměti počítače při jeho startu a zůstává v činnosti až do jeho vypnutí. Skládá se z jádra (kernel) a pomocných systémových nástrojů. Hlavním úkolem operačního systému je zajistit uživateli možnost ovládat počítač, vytvořit pro procesy stabilní aplikační rozhraní (API) a přidělovat jim systémové zdroje. Operační systém je velmi komplexní software, jehož vývoj je mnohem složitější a náročnější než vývoj obyčejných programů. - Zdroj Wikipedie

Internetový vyhledávač – je služba, která umožňuje na internetu najít webové stránky, které obsahují požadované informace. Uživatel zadává do rozhraní vyhledávače klíčová slova, která charakterizují hledanou informaci, a vyhledávač obratem na základě své databáze vypisuje seznam odkazů na stránky, které hledané informace obsahují (text, obrázky nebo jiné typy multimediálních informací). Cílem vyhledávačů je poskytnout uživateli při odpovědi na dotaz co nejrelevantnější informace, a proto různými způsoby hodnotí důležitost obsažených informací na webových stránkách (např. pomocí PageRank) a stránky s vyšším hodnocením zobrazuje uživateli jako první. - Zdroj Wikipedie

Hardware – počítačový hardware je označuje veškeré fyzicky existující technické vybavení počítače (např. monitor, hard disk atd.) na rozdíl od dat a programů (označovaných jako software) - Zdroj Wikipedie

Sociální síť – je služba na Internetu, která registrovaným členům umožňuje vytvářet si osobní (či firemní) veřejný či částečně veřejný profil, komunikovat spolu, sdílet informace, fotografie, videa, provozovat chat a další aktivity. Někdy se za sociální síť považují i internetová diskusní fóra, kde si uživatelé vyměňují názory a poznatky na vybraná témata (těhotenství, automobily, finanční poradenství apod.). Komunikace mezi uživateli sociálních sítí může probíhat buď soukromě mezi dvěma uživateli, nebo (nejčastěji) hromadně mezi uživatelem a skupinou s ním propojených dalších uživatelů. Pojmenování pochází ze sociologického pojmu sociální síť – skupina lidí, která spolu udržuje komunikaci různými prostředky. - Zdroj Wikipedie

Kompetence – znamená nejčastěji předpoklady či schopnost zvládat určitou funkci, činnost nebo situaci. - Zdroj Wikipedie

Cloud – Lze ho charakterizovat jako poskytování služeb či programů servery dostupnými z internetu s tím, že uživatelé k nim mohou přistupovat vzdáleně, kupř. pomocí webového prohlížeče, aplikace nebo klienta elektronické pošty. Za předpokladu, že služba je placená, uživatelé neplatí za vlastní software, ale za jeho užití. Principem u služeb a produktů v cloud computingu je to, že uživateli propůjčují výpočetní výkon serverů. V mnoha případech se tak děje formou specializovaných aplikací, jejichž nabídka se pohybuje od kancelářských aplikací přes systémy pro distribuované výpočty. - Zdroj Wikipedie

CRM systém – (z angl. Customer relationship management) - tedy řízení vztahů se zákazníky je zákaznický orientovaným managementem, podnikatelským přístupem, který se vyznačuje aktivní tvorbou a udržováním dlouhodobě prospěšných vztahů se zákazníky. Tyto vztahy musí být prospěšné pro zákazníka i pro firmu (tzv. situace dvou vítězů), což vylučuje neetické chování k zákazníkům.

Velmi zjednodušeně je CRM někdy považován za databázovou technologii podporovaný proces shromažďování, zpracování a využití informací o zákaznících firmy. Umožňuje tak poznat, pochopit a předvídat potřeby, přání a nákupní zvyklosti zákazníků a podporuje oboustrannou komunikaci mezi firmou a jejími zákazníky. Jako CRM v přeneseném smyslu se též označuje softwarové, hardwarové a personální vybavení firmy, které je výkonem těchto funkcí pověřeno. - Zdroj Wikipedie

GPS - Global Positioning System, česky Globální polohový systém, zkráceně GPS, je vojenský globální družicový polohový systém provozovaný Ministerstvem obrany Spojených států amerických, s jehož pomocí je možno určit geografickou polohu přijímače nacházejícího se kdekoli na Zemi nebo nad Zemí s přesností jednotek metrů a také čas s přesností na jednotky nanosekund. Přesnost určení polohy s GPS lze s použitím dalších metod ještě zvýšit až na jednotky centimetrů. Část služeb tohoto systému s omezenou přesností je volně k dispozici i civilním uživatelům. - Zdroj Wikipedie

2.2. Historie

2.2.1. Realitní trh v ČR

Do roku 1990 v Československu prakticky neexistoval trh s nemovitostmi. Většina staveb, budov a bytů byla ve státním nebo družstevním vlastnictví. To, jestli člověk měl vlastní byt nebylo otázkou financí, ale pořadníků a nemalou měrou to ovlivňovaly kontakty, které člověk měl. Některé firmy a instituce poskytovaly tzv. služební byty. V soukromém vlastnictví byly pouze rodinné domy. Typické pro tuto dobu byla regulace nájemného, nebo problémy spojené s nejistotou ohledně vlastnických práv k nemovitostem a zejména pak pozemkům (restituční nároky).

Na počátku 90. let ovlivnily tehdy rodící se trh s nemovitostmi zejména restituce, privatizace a také to byl bezúplatný převod nerestituované části bytového fondu do

vlastnictví obcí. Tehdejší novinkou bylo zavedení některých nových nástrojů bytové politiky – stavebního spoření, hypotečního úvěrování a příspěvku na bydlení. Tuto situaci popsal pan Ing. Luboš Hričák ve své práci z roku 2009. Cituji „Za významnou lze považovat rovněž postupnou deregulaci nájemného, která započala v roce 1992. Restituce, která probíhala od roku 1991, se týkala těch bytů a domů, které byly zkonfiskovány mezi roky 1948 až 1990. Tímto způsobem došlo v České republice k vytvoření sektoru soukromého nájemního bydlení. Některé byty v tomto sektoru byly pronajímány za tržních podmínek, u některých došlo ke změně účelu užívání z prostor pro 35 bydlení na nebytové prostory a část bytového fondu byla obývána nájemníky s regulovaným nájemným. Součástí transformačního procesu byla rozsáhlá privatizace veřejného bytového fondu, a protože veřejný bytový fond je často jediným finančně dostupným bydlením, jež je nabízeno na trhu bydlení, snahy centrálních vlád nebo místních samospráv prodat téměř veškerý veřejný bytový fond měly značné důsledky pro sociálně slabší domácnosti. V rámci privatizace byl nejprve veřejný bytový fond bezúplatně převeden na obce, které se ho následně snažily zprivatizovat. Obce se totiž ocitly v složitém postavení, kdy v rámci decentralizace státní moci získaly nové povinnosti, včetně správy a údržby bytového fondu, ale zároveň jim nebyly posíleny obecní rozpočty. Jelikož nájemné v mnoha bytech nedosahovalo ani nákladového nájemného, neměly obce dostatek financí na údržbu nově nabytého majetku a byly nuceny jej zprivatizovat. Průběh privatizace byl díky neexistenci jednotných pravidel pro převod majetku poměrně chaotický a neprůhledný. Počátky privatizace bytového fondu lze zasadit do roku 1991. V té době však neexistovala žádná legislativa upravující průběh privatizace, a proto jednotlivé obce postupovaly převážně podle obecních vyhlášek. Bytový fond byl prodáván především právníckým osobám, nejčastěji družstvům, která tvořili dosavadní nájemníci. Další legislativní úpravu privatizace přinesl až Zákon o vlastnictví bytů, který umožňoval převod bytů do osobního vlastnictví občanů. V souhrnu lze říci, že cílem transformace bytové politiky po roce 1989 bylo odstranění předchozího administrativně direktivního modelu řízení a zavedení fungujícího trhu s byty. Výše popsané procesy – restituce, bezúplatný převod bytového fondu z vlastnictví státu do vlastnictví obcí a privatizace – se významně promítly do změny struktury bytového

fondy. Nejvíce patrné byly ve středních a velkých městech s významným podílem nájemního bydlení.“ - Zdroj pan Ing. Luboš Hričák

2.2.2. Používané technologie v 90. letech 20.století

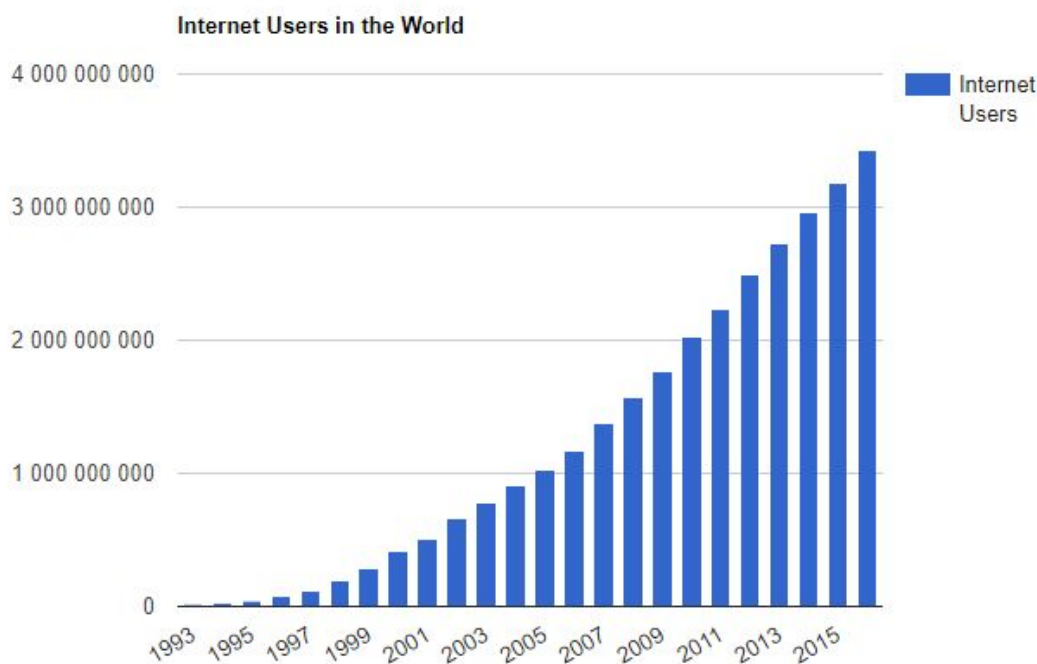
Do 90. let minulého století prakticky neexistovala profese Realitního makléře, proto popíšu jen technologii té doby. Pro 90. léta dvacátého století byl charakteristický rozvoj technologií především počítačů a internetu. Britský fyzik Tim Bernes-Lee během svého působení v CERNu v roce 1990 vytvořil značkovací jazyk HTML a protokol HTTP, které se staly základem služby World Wide Web. Ta se po několika letech stala dominující službou na Internetu. Roku 1991 se internet stal veřejně dostupným médiem a počet počítačů připojených na internet stoupl na milion. Roku 1990 bylo 2,8 milionů osob připojených k internetu (0,05 % tehdejší populace). V roce 2015 bylo evidováno 46,1 % domácností s připojením na internet. Nejvíce uživatelů internetu sídlí v Severní Americe (88 %), nejméně potom v Africe (28,2 %). Během devadesátých let zaznamenaly Mobilní telefony největší rozmach, kdy v roce 1990 vycházely na sto Američanů tři telefony, v roce 2000 už to bylo 45 kusů. V roce 2014 sto obyvatel USA využívalo 98 telefonů. V roce 2015 stoupl počet vlastníků mobilního telefonu na 4,4 miliardy. (zdroj Wikipedie).

V České republice byl pro práci makléře dostupný hlavně telefon. Z větší části makléři používali pevné linky, jelikož mobilní tarify té doby, byly stále ještě poměrně drahé. Internet byl dostupný hlavně na školách a úřadech. Makléř si tedy musel vystačit hlavně s tištěnou inzercí a to jak pro prezentaci sebe sama, tak i pro prezentaci nemovitostí. Na začátku 90. let směřovaly téměř veškeré reklamní investice do tištěné reklamy. V roce 1990 to bylo podle odhadu ARBOmedia neuvěřitelných 83 % (zdroj Mediaguru.cz). Dále to byla rozvíjející se televize a rádia.

2.3. Současnost

2.3.1. Používané technologie

V současnosti se na internetu pohybuje kolem čtyř miliard lidí celosvětově.



Česká republika byla k internetu připojena dne 13. února 1992, kdy byla na ČVUT v Praze předvedena funkční zahraniční linka do města Linec. V listopadu 2008 mělo připojení k internetu 32 % domácností a na jaře 2009 mělo přes 90 % domácích počítačů v ČR možnost připojit se k internetu. Nejrozšířenějším typem připojení v domácnostech bylo bezdrátové (36 %), nejčastěji realizované technologií Wi-Fi, následované pevnou telefonní linkou s ADSL (25 %) a kabelovou přípojkou (23 %). Připojení prostřednictvím mobilního telefonu vykazalo pouze 5 % a kdysi nejvyužívanější technologie dial-up (vytáčené připojení) zanedbatelná 2 %. Nejvíce počítačů bylo připojeno rychlostí 2 Mbit/s (20 %) a 4 Mbit/s (19 %), uživatelů s rychlostí do 1 Mbit/s bylo 36 %. 14 % uživatelů internetu si není vědomo, jakou rychlost připojení k internetu používají. (zdroj Wikipedie)

Podle Českého statistického úřadu mělo ke konci roku 2016 v České republice doma počítač připojením na internet 75,6 % což bylo 3.256.000 domácností. – Zdroj Český statistický úřad

2.4. Vývoj Informačních technologií

2.4.1. Úvod a definice

O světě moderních technologií bychom mohli říci, že se vyvíjí přímo mílovými kroky. Kus hardwaru, který byl před dvěma lety tou nejmodernější technologií, je dnes doslova zastaralý odpad. Nebylo tomu tak ale vždy. O nové technologie na světě existoval zájem již od samotného počátku lidské civilizace. V brzké době byl vývoj velmi pomalý a každý nový objev byl převratným vynálezem. Dnes je vývoj naopak velmi rychlý a převratné vynálezy bychom mohli hledat velmi těžko. V první řadě si je potřeba položit otázku, co to vlastně znamená slovní spojení „informační technologie“. Bohužel se zde dostupné informace ve velké míře rozcházejí a ani oficiální slovníky nejsou při výkladu tohoto pojmu jednotné. Pro naše potřeby požijí jeden z nejrozšířenějších výkladů na internetu:

„Informační technologií je jakýkoliv elektronický přístroj, který je schopen zpracovat určité informace. Přístroj musí umět přijmout vstupní data, ty následně samostatně zpracovat a vytvořit z nich příslušná výstupní data.

Informační technologie lze také nazvat vědním oborem, který se snaží o co nejefektivnější řešení při sestavování, vytváření, propojení či zdokonalení těchto technologií.“

Po definování pojmu informační technologie zjistíme, že se jedná o opravdu velmi široké odvětví. V dnešní době se do něj mohou řadit například počítače, mobilní telefony, tablety, chytré brýle či dokonce samotný internet.

2.4.2. Historické období

Pro naše potřeby ho budeme datovat přibližně od 3000 let před naším letopočtem, až po konec středověku v roce 1492, kdy Kryštof Kolumbus objevil Ameriku. První počítadlo (abakus) na světě, tzv. „Roman abacus“, se využívala ve starověkém Římě kolem roku 2400 před naším letopočtem, a to zejména k počítání aritmetických operací. První počítadlo mělo tvar destičky a jako materiál pro výrobu posloužila hlína. V destičce bylo vyhloubeno celkem sedm žlábků. Každý z nich přitom

reprezentoval jednu z římských číslic. Abakus se postupem času dočkal mnoha úprav, jednou z nich je například počítadlo, které velmi dobře známe z první třídy základní školy.

První zmínka o analogovém počítači, který sloužil zejména pro astronomické výpočty, pochází ze starověkého Řecka z let 150 až 100 před naším letopočtem. Jednalo se o přístroj s rozměry $340 \times 180 \times 90$ mm, který se skládal přibližně ze třiceti bronzových ozubených koleček.

2.4.3. Období raného novověku.

Pro naše potřeby budeme raný novověk datovat od konce středověku, tedy roku 1472 až po rok 1940. První mechanická kalkulačka (Pascalův kalkulátor) vynalezl v roce 1642 Blaise Pascal. Ten byl schopen počítat různé aritmetické operace. Bohužel se nedočkal jeho dalšího rozšíření mezi lidskou populaci, jelikož přístroj nebyl schopen vyrobit za únosnou cenu. Za počátek mechanických kalkulátorů lze považovat 17. století. Za vynálezce prvního programovatelného stroje lze považovat Charlese Babbage, který v roce 1833 vynalezl první univerzální Turningovský počítač, tedy stroj, který byl schopen bez jakékoliv fyzické přestavby emulovat jiný stroj pouhou změnou programu. Jako paměťové médium Charles zvolil děrné štítky a jako pohon parní stroj. Dokonce si najmul i programátorku Adu Lovelance, která vytvořila první programovací jazyk, tzv. „Ada“. Vývoj byl bohužel později pozastaven z důvodu nekvalitní výroby ozubených kol a nedostatku financí. Počátkem dvacátého století existovalo nespočet přístrojů, které se používaly k různým aritmetickým výpočtům, zejména sčítání a odčítání. Následný vývoj spočíval v implementaci elektronických motorů, které této technologii přinesly mnoho nových funkcí. Počítadla uměla sčítat a odečítat, později se dokonce přidalo násobení a dělení. Využití našla zejména při předpovědi počasí či účetních výpočtech. Jedním z prvních výrobců byla společnost The Friden Calculating Machine Company, která uvedla kalkulátor se značnými rozměry a váhou 17 kg.

Za nultou generaci považujeme počítače, které ke své funkčnosti využívaly relé, a jejich výpočetní výkon se pohyboval do 100 MHz. Roku 1938 německý inženýr Konrad Zuse sestrojil první počítač na světě, který pracoval ve dvojkové soustavě.

Jako médium použil děrné pásky. Počítač byl však velmi poruchový, a proto se nikdy nedočkal většího rozšíření mezi lidskou populaci. Zuse se nespokojil s prvotním méně úspěšným vynálezem, a proto pokračoval ve vývoji dále. Následoval počítač Z2, který se skládal ze 200 relé, ale obsahoval stále mechanickou paměť z předchozího Z1. Jako další přišel počítač Z3, který se skládal ze 2600 relé a byl schopný počítat charakteristiky balistických raket. S tímto počítačem je spojen vznik firmy IBM, která své působení započala sloučením několika tehdejších společností. IBM se v té době rozhodlo financovat projekt ASCC, jinak také nazývaný Howard Mark I. Jednalo se o patnáct metrů dlouhý počítač, o jehož energii se staral elektromotor s výkonem 3,7 kW. Jako paměťové médium byl opět zvolen děrný štítek. Mark I byl v tehdejší době hojně využíván americkým námořnictvem k výpočtu balistických tabulek.

2.4.4. Období posledních 60 let

Počínaje rokem 1940 nabral vývoj velmi rychlý spád a posunul se o mnoho kroků kupředu. První mobilní telefony se začaly ukazovat kolem roku 1950, a to jako součást automobilů. Výrobce byla tehdejší společnost Ericsson. Váha mobilního telefonu čítala přibližně 40 kg a v době největší slávy bylo na světě 125 plně funkčních kusů. Další vývoj v této oblasti pokračoval až v roce 1971, kdy byl na trh uveden telefon Motorola DynaTAC 8000X. Ten se však začal používat až o deset let později, a to z důvodu chybějící bezdrátové telefonní sítě. První hovor z mobilního telefonu byl uskutečněn 3. dubna 1973. Od té doby nastal velmi rychlý vývoj, který provázelo mnoho inovací, zejména v miniaturizaci a větším uživatelském komfortu. Jednou z největších inovací bylo uvedení prvních modelů Windows Mobile, které následoval iPhone od společnosti Apple, a nakonec i vylepšený Android od Googlu.

Pro první generaci počítačů je charakteristické použití elektronek během konstrukce. Počítače byly v této době velmi málo efektivní, pomalé a energeticky a prostorově náročné. Do druhé generace můžeme zařadit jeden z největších vynálezů, díky kterému kolem sebe máme veškerou dnešní technologii. Na mysli nemám nic jiného než tranzistor, který umožnil zlepšení snad všech parametrů, včetně snížení

energetické náročnosti a zlepšení velmi časté poruchovosti. Třetí generaci charakterizuje použití integrovaných obvodů a stále se zvyšující počet tranzistorů. Další novinkou je také počátek multitaskingu, tedy možnosti pracovat s několika procesy v jeden okamžik. Multitasking tak počítači umožnil reagovat na požadavky uživatele v reálném čase. Tuto dobu můžeme také charakterizovat jako počátek mikropočítačů na spotřebitelském trhu. Pro čtvrtou generaci počítačů jsou charakteristické mikroprocesory a s tím ruku v ruce přicházející zmenšení konstrukce. Díky mikroprocesorům se mohl zmenšit počet obvodů na základní desce a tím se zvýšila i celková spolehlivost počítačů. V této době také vznikají první operační systémy v čele s DOSem či tehdejšími Mac OS. Internet začal vznikat během studené války a jeho počátek má na svědomí agentura DARPA. Ta vytvořila decentralizovanou síť univerzitních počítačů. Jednotlivé uzly, tedy počítače, se nacházely v různých místech USA, a to z důvodu nemožnosti vyřadit z provozu všechny v jeden okamžik. Název sítě byl příhodně zvolen jako ARPANET. V průběhu času se do projektu zapojovalo stále více a více univerzit, později dokonce i z Evropy. Počet připojených uzlů k internetu rostl exponenciální řadou až do podoby, kterou známe dnes.

2.4.5. Současné období

Dnešní doba je specifická snahou o miniaturizaci snad všech zařízení, které lidé dokážou využívat. Pokud se podíváme o šedesát let nazpět a poté na dnešní den, tak uvidíme zcela zásadní rozdíly. Ještě před necelým půl stoletím vážil počítač více než dvacet tun a byl větší než letecký hangár. Dnešní počítač váží necelý jeden kilogram, velikost můžeme spočítat v řádu centimetrů a jeho výkon je mnohonásobně vyšší. Technologie se v dnešní době snaží přizpůsobit komfortu zákazníka a přinést mu co největší a nejjednodušší možnosti propojení se světem. I když by mnoho z nás mohlo říci, že v dnešní době budeme velmi obtížně hledat převratné vynálezy, tak to není zcela pravda. Převratných vynálezů je mnoho, bohužel se ztrácí v přebytku dostupných technologií.

Chytré telefony a tablety – Společnost Apple jako první přišla s myšlenkou chytrých telefonů, které dokážou mimo telefonování přehrávat hudbu, fotografovat či ukázat

internetovou stránku. Od té doby pokročil vývoj opět o kus dále a v současnosti pracuje například společnost Samsung na kompaktním zařízení, které dokáže díky flexibilnímu displeji měnit svoji velikost.

Chytré příslušenství – Čerpání informací ze sociálních sítí od kamarádů či kolegů z práce je v dnešní době pro všechny velmi důležité. Výrobci nových technologií se na tuto problematiku zaměřují stále více a vyvíjí příslušenství k chytrým telefonům, které přístup k informacím velmi ulehčí. V poslední době se tak začínají objevovat například: Chytré hodinky, Google Glass, Virtuální realita, Bezdotykové ovládání – Leap Motion, NFC prsteny, Sportovní náramky

Hybridní zařízení – Počítače o velikosti hangárů jsou již dávnou minulostí. Dokonce se začíná ustupovat i od klasických notebooků či desktopů. Poslední doba zaznamenala trend rozvíjejících se hybridních zařízení. Většinou se jedná o notebook, ze kterého lze díky dotykové obrazovce vytvořit tablet. Novým trendy jsou nyní Rozšířená realita, E-papír, jedno jediné zařízení pro vše, dálkově ovládaná domácnost, robotika, vysokorychlostní internet, miniaturizace, zařízení s ohebnými displeji. Spolu s novými technologiemi však přicházejí i určitá úskalí. Jedním z nich může být například reklama, která se pomalu, ale jistě, dostala do našich životů. Od reklamy, co existovala pouze v papírové podobě letáků či plakátů, ji nyní nalezneme v televizním vysílání, rádiu, na internetových stránkách a na mnoha dalších místech. Otázkou zůstává, kde ji nalezneme za dalších dvacet let? Pokud se opravdu rozšíří virtuální realita, jejíž dnešním velmi brzkým příkladem mohou být například Google Glass, tak se marketingové agentury budou zcela jistě zajímat o nasazení reklamy právě do těchto zařízení.

Nakonec jedno z největších rizik – viry a útoky. Tento problém může zasáhnout lidskou psychiku již v dnešní době. Jedná se zejména o ztrátu virtuálního majetku. Jak to bude vypadat v době virtuální reality, kdy sebere útočník uživateli celý virtuální život? Na správnou odpověď si budeme muset ještě několik desítek let počkat. Nicméně již teď lze říci, že se stále větší integrací technologií do našich životů přicházejí nové hrozby. - Zdroj www.svetandroida.cz

2.5. Průběh realitního obchodu

V rámci teoretické části této práce je myslím dobré zmínit, jakou posloupnost má celý proces, kterým makléř a klient projdou. Začneme od práce vedoucí k nabrání nové nemovitosti do prodeje, přes samotný prodej/pronájem až po poprodejní servis.

2.5.1. Osobní marketing makléře

- o Vzhledem k velké konkurenci na českém trhu a počtu makléřů je práce na osobní značce každého makléře životně důležitá. Aktivita vedoucí ke kontaktu s budoucím klientem a náběrové schůzce tvoří nyní poměrně velkou část pracovního času makléře. Pokud ne, je s velkou pravděpodobností dotyčný odsouzen k nezdaru.

2.5.2. Příprava na náběr nemovitosti

- o V této fázi proběhla komunikace mezi klientem a makléřem a je domluvena náběrová schůzka. Kvalitní obchodník jde na tuto schůzku perfektně připraven. Vybaven co možná největším množstvím informací o klientovi, nemovitosti, lokalitě, trhu a současně sebou nese nabídku svých služeb. Osobně si připravují i Zprostředkovatelskou smlouvu.

2.5.3. Náběrová schůzka

- o Schůzka nemusí být jen jedna. Jde o setkání tváří v tvář, kdy se zjišťují potřeby klienta, nabízejí služby makléře a vyjednávají podmínky spolupráce. Úspěšná náběrová schůzka (nebo série schůzek) je zakončena podepsanou Zprostředkovatelskou smlouvou.

2.5.4. Příprava nemovitosti

- o Kvalitní příprava na prodej/pronájem nemovitosti je nutností. Každý, kdo to s obchodováním myslí vážně, musí této části věnovat úsilí a čas. Platí přímá úměra, kdy čím lépe jste připraveni na začátku obchodu, tím je větší šance na úspěšný obchod a vyjednání co nejvýhodnějších podmínek. Každé překvapení v průběhu může znamenat ztrátu.

2.5.5. Prezentace nemovitosti a marketingový plán

- o Každý makléř má ve svém portfoliu různé strategie k získání zájemce. Cílem je oslovit toho správného zájemce, který bude vyhovovat potřebám klienta (částka, čas, financování).

2.5.6. Prohlídky nemovitosti

- o Fyzická prohlídka nemovitosti zájemcem a získání připravených informací.

2.5.7. Rezervace

- o Rezervace nemovitosti je právní úkon, kdy všechny tři strany (vlastník, zprostředkovatel i zájemce) projevují vůli uzavřít nájemní nebo kupní smlouvu ve stanoveném čase za dojednaných podmínek. Je složeno rezervační depozitum zájemcem a je stanovena smluvní pokuta v případě nedodržení dojednaných závazků. Zprostředkovatel se zavazuje nenabízet nemovitost někomu dalšímu. Vlastník má jistotu, že zájemce nebude hledat jiné nemovitosti. Zájemce má jistotu, že o nemovitost nepřijde.

2.5.8. Příprava smluvní dokumentace a financování

- o V této fázi si zájemce připravuje finance, které byly dojednány. Zprostředkovatel připravuje smluvní dokumentaci. Při nájmu je to nájemní nebo podnájemní smlouva a předávací protokol. Při prodeji jsou to kupní smlouva, smlouva o úschově finančních prostředků, předávací protokol. Obě strany mají mít možnost se ke smlouvám vyjádřit ještě před samotným podpisem, případně nechat zkontrolovat svým právním zástupcem. Pokud zájemce o koupi financuje hypotečním úvěrem, může připomínkovat smlouvy i banka. Do obchodu pak vstupují ještě úvěrová smlouva mezi bankou a zájemcem a zástavní smlouva, kterou podepisuje i prodávající.

2.5.9. Podpis smluvní dokumentace

- o Schůzka, při které se podepisují připravené dokumenty a ověřují potřebné podpisy. Přítomný právník pak dle domluvených podmínek bere do

úschovy dokumenty. Podepisují se zde návrhy na vklad zástavního práva (při financování hypotékou) a návrhy na vklad vlastnického práva.

2.5.10. Zápis na katastru nemovitostí

- o Dokumenty na katastr nemovitostí musejí jít ve správném pořadí a čase, které jsou stanoveny ve smluvní dokumentaci. V případě financování hotovostí je to nejjednodušší, protože po načerpání hotovosti do úschovy jde rovnou návrh na vklad vlastnického práva. V případě hypotéky jde po načerpání vlastních prostředků do úschovy na katastr návrh na vklad zástavního práva. Poté banka vyčerpá finanční prostředky do úschovy a až nyní jde na katastr návrh na vklad vlastnického práva. V případě, kdy na nemovitosti již bylo zástavní právo, které dle dohody má být prodejem smazáno, jde ještě nakonec na katastr návrh na výmaz tohoto zástavního práva. Katastr má stanovenou ochrannou lhůtu dvacet dní a až poté může povolit vklad.

2.5.11. Předání nemovitosti

- o Je úkon kdy se fyzicky předává nemovitost novému kupci, nebo nájemci a kontroluje se, že nemovitost je v dojednaném stavu. Zpravidla se opisují stavy měřidel, předávají se klíče a případně předávají manuály. (spotřebiče, stavby apod.).

2.5.12. Poprodejní servis

- o Zde jsou zahrnuty převody energií u dodavatele, zpracování evidenčních listů, zpracování přiznání k dani z nabytí nemovitosti apod.

2.6. Současný trh s nemovitostmi

V současnosti, tedy v listopadu 2017, kdy tuto práci píšete, jsme v době ekonomické prosperity. Nízká míra nezaměstnanosti tlačí mzdy zaměstnanců nahoru, ti se nebojí peníze utrácet s vidinou „jistého“ výdělku. Úrokové sazby Hypoték jsou na historických minimech. V hlavním městě vážně výstavba nových bytů, zejména díky administrativní zátěži při získávání povolení Developery. Poptávka tudíž vysoce

převyšuje nabídku a díky tomu jsou ceny nemovitostí na historických maximech. Níže část tiskové zprávy Českého statistického úřadu:

„Rychlý růst cen nemovitostí je nejvýznamnější inflační jev současné doby, respektive posledních dvou až tří let. Meziroční nárůst těchto cen dosáhl v prvním čtvrtletí hodnoty 12,8 %. Posunul tak Česko na první místo v EU,“ konstatuje předsedkyně ČSÚ Iva Ritschelová. Průměrný meziroční růst cen bytových nemovitostí v EU byl v prvním kvartálu 4,5 %.

Od roku 2000 se tempo růstu cen tuzemských bytů významně zvyšovalo již potřetí. Poprvé v roce 2003 před vstupem do EU a podruhé v roce 2008 v souvislosti s realitním boomem v mnoha evropských zemích. Nynější fáze růstu začala v roce 2014. Od té doby ceny nemovitostí nepřetržitě rostou, a dokonce již překročily svá historická maxima. V EU se ceny bytů, rodinných domů a stavebních pozemků vyvíjejí obdobně. Příčinou je jednak současný růst ekonomiky a optimistická očekávání, a jednak nízké úrokové sazby hypoték.

Ceny nemovitostí dlouhodobě rostou mnohem rychleji než index spotřebitelských cen. V krajském srovnání jsou nejvyšší v Praze, potvrzuje Jiří Mrázek, ředitel odboru statistiky cen ČSÚ: „Ceny bytů v hlavním městě mezi lety 2000 až 2015 vzrostly o 135 % a ceny rodinných domů o 65 %. Podepsal se na tom mimo jiné nesoulad mezi nabídkou a poptávkou. Nejlevnější byty se prodávají v Ústeckém kraji, kde v uvedeném období stouply jejich ceny o 52 %. Nejlevnější rodinné domy, jejichž ceny se však zvýšily o 58 %, jsou k mání v Kraji Vysočina.“

Z tiskové zprávy ze 27.7.2017

Petra Báčová – tiskový mluvčí ČSÚ

Na trhu s nemovitostmi figuruje množství konkurenčních realitních kanceláří. V září roku 2007 zahájil provoz první specializovaný server pro přímý prodej mezi lidmi nazvaný Bezrealitky.cz. Nyní funguje vedle již dřívějších serverů jako Bazoš, S-bazar, Anonce a další. V současnosti se připravuje zákonná norma upravující požadavky na odbornost obchodníků s realitami. Než bude schválen tzv. „Realitní zákon“ a vejde v platnost, zůstává nejvyšším možným dosaženým certifikátem pro makléře ČSN EN ISO/IEC 17025 splňujícím požadavky mezinárodní normy. – Zdroj Asociace realitních kanceláří

3. Praktická část

3.1. Využití při prodeji bytu Markušova

3.1.1. Příprava nemovitosti

Byt, o kterém zde budu mluvit, je 3+kk v původním stavu v panelovém domě na Praze 4 - Chodov. Tento dům byl postaven v sedmdesátých letech minulého století. Viz příloha č.1. prezentace nemovitosti. Majitelé byli tři sourozenci a byt zdědili po matce.

Osobně si na přípravě nemovitosti k prodeji zakládám a mám za to, že dobře připravený byt má šanci na zajímavější (vyšší) cenu.

Při přípravách mi v rámci technologií přímo v terénu pomáhají zejména dvě věci. Za prvé je to chytrý mobilní telefon s možností instalování aplikací a za druhé je to laserový metr. Konkrétně u tohoto případu byl k dispozici jen nabývací titul bez plánu. A předpis záloh. Na první schůzce v bytě po projednání a domluvení spolupráce bylo třeba naskenovat dokumenty. K tomu mi pomohla aplikace CAMSCANNER, která skrze fotoaparát telefonu dokáže rozpoznat stránku, vyfotit ji a upravit tak, aby veškerý text byl čitelný a naskenovaný dokument byl použitelný pro další práci. Výhodou je mobilita, úspora času všech zúčastněných a odebrání práce klientovi. Nemusím čekat, než mi sken pošlou majitelé, případně se připomínat.

Samozřejmě lze nabývací titul získat i z katastru, ale stojí to peníze, a pokud nevyužijete dálkový přístup (např. z důvodu ceny), tak i čas asistentky nebo makléře. Druhou a mnohem sofistikovanější aplikaci, kterou jsem využil, je MAGICPLAN. Tato aplikace využívá rozšířené reality k tomu, aby poměrně jednoduše sestavila půdorys nemovitosti. Jednoduše se postavíte doprostřed místnosti a fotoaparátem telefonu přejíždíte po místnosti dokola po vodorovné ose. Současně zaznamenáváte rohy místnosti a stavební otvory (dveře). Aplikace sama pak vytvoří 2D půdorys pokoje. Takto postupujete ve všech místnostech, dokud není plán komplet. Aplikace umí poměrně přesně změřit i vzdálenosti a vypočítat podlahovou plochu. Následně můžete plán upravovat a doplňovat. V příloze č.2. ukazuji finální podobu půdorysu nemovitosti. Vše je rovnou v elektronické podobě a lze vyexportovat v PDF i v JPG. Tyto formáty používám nejčastěji, protože výtisk z PDF s sebou nosím na prohlídky

nemovitosti a je součástí dokumentace, kterou při prohlídce předávám klientovi. Dokument ve formátu JPG použiji do našeho systému Maxis pro webovou prezentaci Nemovitosti.

Ze zvyku délky ověřuji laserovým měřidlem. Měřidlo je opět pomůcka, do které jsem investoval hlavně z důvodu úspory času. V naší době se dá pořídit poměrně levně a investice může být v řádu stokorun. Druhým a nemalým benefitem je známka profesionality. Klienti tuto pomůcku vždy vnímají pozitivně a s uznáním. Je to další dílek do celkového obrazu profesionála, který se své práci věnuje, investuje do ní, ví co dělá a postará se o jejich nemovitost. Navíc v případech, kdy je byt užíváný majiteli nebo nájemníky, je tento způsob tvorby plánu opravdu rychlý a časově zatěžuje minimálně všechny strany.

3.1.2. Využití při prohlídkách a v průběhu případu

Při prohlídkách a v samotném procesu prodeje mi nejvíce pomáhá tablet dva v jednom, chytrý telefon a CRM systém Business Booster pro organizování prohlídek a informování klientů. Konkrétně u tohoto bytu jsem prodej začínal aukcí s cílem zvýšení ceny.

Principem „aukce“ je kvalitní prezentací získat co nejvíce poptávajících klientů, kteří v rámci jednoho až dvou dnů projdou nemovitostí při prohlídce. V tyto dny získají veškeré informace o nemovitosti nutné pro jejich rozhodování se o koupi. Následně dostanou čas na rozhodnutí a do stanovené doby mohou nabídnout skrze makléře majiteli cenu, za kterou jsou ochotni nemovitost koupit. Nabídka je vždy jen jedna. Aukce RE/MAX má jasná pravidla a je mnohem organizačně náročnější než klasický systém prodeje s co nejvyšší nabídkovou cenou a připraveností na možné vyjednávání o slevě. U aukce vstupuje do hry soutěživost a psychologie a je zde možnost dosáhnout mnohem lepších výsledků než klasickým prodejem. Navíc v současném přetlaku poptávky mají takto možnost koupit nemovitost všichni poptávající, a nejen ten nejrychlejší. Obchodně je dobré poptávající průběžně informovat a udržovat jejich zájem o koupi.

Toto všechno ovšem znamená mnohem více organizační úkolů pro makléře.

V tomto mi nejvíce pomáhá CRM systém. V RE/MAX je to doporučovaný Business Booster, který používám i já osobně. V první fázi (při získávání poptávek) mi pomůže

oslovit potencionální kupující z mé databáze, kdy jim již zpracovanou nabídku pošlu přednostně ještě před uvedením na webových realitních serverech. Takto mají moji klienti možnost dostat se do prvního dne prohlídek. CRM systém mi pomůže rozeslat desítky emailů jednoduše zadáním parametrů přednastavených při zadávání klientů do databáze.

V druhé fázi má CRM ještě mnohem větší roli a využívá i sofistikovanější funkci než příprava a rozeslání jednoho emailu. Tato funkce dává možnost naplánovat sérii několika informačních a notifikačních zpráv, které odejdou ve správný čas a správným lidem. Na začátku přípravy mě to sice stojí určitý čas, ale je ho mnohem méně, než pokud bych každou zprávu vytvářel zvlášť a odesílal ji v potřebný čas. Pro představu zde uvedu, jaké informace ode mne klient, který se zúčastní aukce, dostane.

1. Před prohlídkou

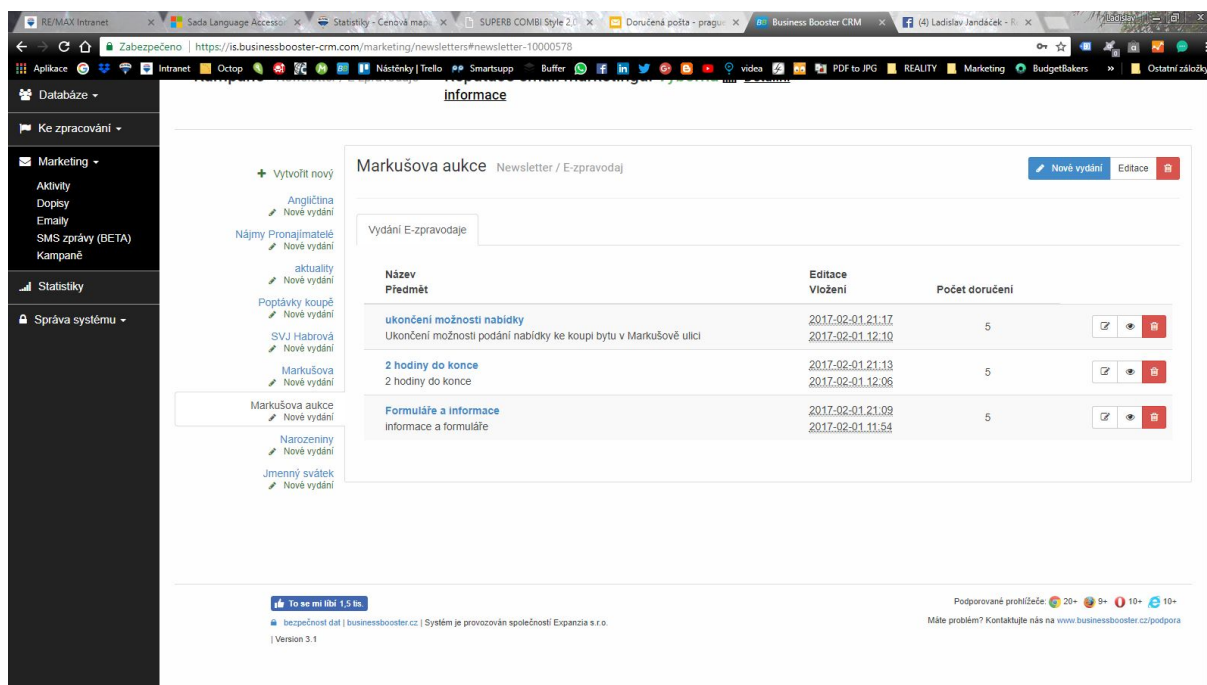
- a. Potvrzení o tom že bude účastníkem aukce a její průběh - individuálně
- b. Pravidla aukce a nabídkový formulář – hromadně
- c. Přístupové údaje pro vložení nabídky – hromadně

2. Po prohlídce

- a. Upozornění na termín konce aukce – hromadně
- b. Připomenutí např. dvě hodiny do konce aukce – hromadně
- c. Připomenutí jedna hodina do konce aukce – pokud nepřišlo dost nabídek
- d. Konec aukce a znovu informace o tom do kdy bude vyhodnocení – hromadně

3. Po ukončení aukce

- a. Oznámení o výsledku ve smyslu „nevyhrál“
- b. Výherci a druhému v pořadí volám osobně



Výhoda této „kampaně“ je v tom, že vše nastavíte na začátku a pak jen přidáváte (nebo ubíráte) klienty, kteří mají zájem se zúčastnit. Emaily jim přijdou přesně v čase, ve který potřebujete, aniž byste se museli o to starat. Kdo již aukci organizoval ví, že po skončení prohlídkového maratonu, kdy člověk několik hodin nepřetržitě mluví a musí se soustředit na případné námitky, je poměrně hodně vyčerpaný. Odpovědný makléř by si v dřívějších letech před a po skončení prohlídek musel sednout k počítači a ručně obeslat všechny klienty s informacemi to samé by musel udělat druhý den ráno atd. Můj systém má výhodu v tom, že se můžete věnovat něčemu jinému (jiný případ, rodina, sobě) a Business Booster pracuje za vás. V podstatě děláte dvě věci najednou. Jste na dvou místech současně.

Business booster mi zde pomáhal i v komunikaci s majiteli. Jelikož byli tři domluvíli jsme se na převážně mailové komunikaci.

Název	Editace	Vložení	Počet doručení
Poděkování a ukončení	2017-08-14 11:07	2017-08-14 10:50	2
Návrh na vklad vl. práva	2017-07-04 12:06	2017-07-04 12:02	4
průběžné info	2017-05-16 10:34	2017-05-16 10:28	4
Další postup po rezervaci	2017-04-24 13:47	2017-04-24 13:22	4
souhlas s Rezervací	2017-04-18 17:00	2017-04-18 16:40	4
2. rekapitulace	2017-03-18 07:21	2017-03-18 06:53	4
1. rekapitulace	2017-02-17 20:15	2017-02-17 19:49	4
po prohlídkách	2017-02-01 21:40	2017-02-01 21:23	4
1. prohlídky	2017-01-30 11:53	2017-01-30 11:42	4
prezentace	2017-01-25 12:04	2017-01-25 11:57	3

Další pomůckou, kterou používám při prohlídkách je aplikace Hypoasistent, která umí jednoduše, a hlavně rychle, spočítat pravděpodobnou hypoteční splátku pro klienta. Ten při tom může stát přímo před Vámi. Může to pomoci kladnému rozhodnutí koupit nemovitost anebo to následně může pomoci k dobrovolnému předání kontaktu hypotečnímu poradci a zisku doporučitelské provize z hypotéky.

Kalkulačka

Výše hypotéky: 2 850 000 Kč

Úroková sazba: 2,04 %

Doba splácení: 30 let

Měsíční splátka: **10 591 Kč**

Porovnání hypoték | Infolinka

Kalkulačka | Sazby | Bonita | O nás

Využitím „aukce“ se mi potvrdil zájem o byt a vygenerovali se mi dva zájemci. Ti nabídli 3.150.000,-Kč a 3.190.000,-Kč. Vzhledem k tomu, že to bylo hned v úvodu

prodeje a současně o několik ulic dál prodal, ve stejnou dobu kolega Roman Šenigla z kanceláře podobný byt v lepším stavu a s lepší dispozicí za 3.390.000,-Kč, rozhodl jsem se nabídku nepřijmout a pokračovat v prodeji klasickým způsobem s tím, že jsem navýšil prodejní cenu na 3.290.000,-Kč. Tito zájemci mi zůstali v záloze. Prodej jsem podpořil vyvěšenou prodejní plachtou na balkoně, letákovou kampaní, topováním nabídky na realitních serverech a facebookovou prezentací. Zejména Facebook mi následně přivedl 2 klienty na prohlídku, díky sdílení mých přátel.

Ladislav Jandáček - Re/Max Reality Plus+

přidal(a) 6 nových fotek — v Praha - Jižní Město.
26 leden - Praha, Prague

novinka k prodeji

<http://www.remax-czech.cz/.../prodej-bytu-3-kk-v-osobnim-vlas...>

Oslovení lidí (380)

Propagovat příspěvek

380 Oslovení lidí

10 To se mi líbí, komentáře a sdílení

7 To se mi líbí	5 U příspěvku	2 U sdílení
0 Komentáře	0 U příspěvku	0 U sdílení
3 Sdílené položky	3 U příspěvku	0 U sdílení

120 Kliknutí na příspěvek

60 Zobrazení fotky	15 Kliknutí na odkaz	45 Jiná kliknutí
------------------------------	--------------------------------	----------------------------

NEGATIVNÍ NÁZOR

0 Skrýt příspěvek	0 Skrýt všechny příspěvky
0 Nahlásit jako spam	0 Tato stránka se mi už nelíbí

Reportované statistiky můžou být oproti údajům zobrazeným u příspěvků zpožděny.

Samotný Facebook mi pomohl zasáhnout ještě o 11% více potenciálních zájemců, než jen standardní propagací na realitních serverech a to bez placené propagace.

Statistiky zobrazení (počítané servery)	Zobrazeno celkem
Webové stránky	1457x
REALITYMIX.CZ	106 ×
REALITY	1792 ×

3.1.3. Dokončování případu

Při dokončování případů mám několik úloh. Zejména komunikuji s právním zástupcem, který zpracovává smluvní dokumentaci, hypotečním makléřem úvěrující banky kupujícího, následně odhadcem nemovitostí pro účely úvěru nebo v případě zpracování daně z nabytí pro kupujícího. Pokud bych měl k dispozici asistentku/ta, většinu těchto úkonů může zvládnout ona/on, ale jak jsem již psal je to ta dražší varianta. Zejména v této fázi se posílá nejvíce dokumentů a doplňují potřebné informace. Současné systémy mi umožňují mít veškeré dokumenty k nemovitosti, které jsme si připravili na začátku obchodu, stále u sebe. Osobně v této fázi využívám nejvíc cloudové úložiště Dropbox. První výhodou je, že dokumenty máte k dispozici na všech svých propojených. To znamená, že co máte v pracovním počítači, můžete mít ve svém chytrém telefonu a to stejné můžete mít na svém domácím počítači. Druhou výhodou je možnost sdílení složky obchodního případu třetí osobě například advokátovi zpracovávající smluvní dokumentaci, nebo kolegyni, která vás zastupuje při dovolené. Oni si pak můžou potřebné dokumenty stáhnout, kdykoliv je potřebují. Po skončení obchodního případu se veškerá oprávnění k nahlížení a případné manipulaci dají odebrat.

První příklad: Ten nastal u prohlídky nemovitosti odhadcem pro odhad úvěrující banky. Odhadce si v průběhu prohlídky vyžádal několik dokumentů, které jsem měl k dispozici na svém úložišti. Přímě během prohlídky jsem mu tedy mohl vyhovět a rovnou požadované dokumenty zaslat. Díky tomu je měl k dispozici ihned po návratu z terénu. Naše práce v tuto chvíli byla velmi efektivní. Já jsem si ušetřil čas psáním upomínky na zaslání požadovaných dokumentů a on tím, že měl veškeré dokumenty ihned k dispozici ušetřil čas čekáním a případným upomínáním. Celý proces se tímto zrychlil.

Druhý případ: Náš advokát mi zavolal, že potřebuje dodat prohlášení manžela prodávající. Sice jsem formulář neměl uložený ve svém Dropboxu, ale mám možnost dálkově se připojit do pracovní sítě v kanceláři a mohl jsem si dokument stáhnout

příjmu z našeho serveru. To vše z parkoviště u McDonald's. Samozřejmě je to možné jen za předpokladu, že v rámci aplikací máte nainstalovanou v chytrém telefonu, nebo tabletu i emailový klient.

3.1.4. Výsledek obchodního případu z pohledu ceny

U tohoto případu nebyla pro klienty prioritou rychlost, ale cena. Odhadnutá prodejní cena při náběru tohoto bytu byla 3.050.000,-Kč. Díky prodejní strategii, kterou jsem zvolil a použitým technologiím se konečná cena vyšplhala na 3.290.000,-Kč tedy o 240.000,- vyšší zisk pro majitele bytu.



3.1.5. Výsledek obchodního případu z pohledu technologií

U tohoto obchodního případu bych pomoc technologií rozdělil na dvě větve. První nazvěme organizační. Úspora mého času pomocí Magicplanu a CamScannerru při přípravě a zejména Dropboxu při dokončování. Potřebné úkoly lze dělat rychleji bez zbytečných prodlev a výsledek je profesionální.

Druhou větev bych nazval prodejní. Tam je to zejména využití CRM systému a sociálních sítí. Které mi pomohly informovat a komunikovat s potenciálními kupujícími. K dosažení vyšší ceny je třeba maximalizovat pravděpodobnost že ji někdo nabídne. Facebook mi v tomto případě pomohl zajistit o 11% větší dosah zobrazení potencionálním klientům a CRM mi pomohl s klienty komunikovat a udržet jejich zájem.

3.2. Využití při náběru

3.2.1. Studené kontakty

Studené volání je náběrová činnost makléře, kdy makléř napřímou oslovuje přímé prodejce nemovitosti na základě získaného kontaktu. Nejčastější způsoby tohoto

kontaktování jsou pomocí telefonu, emailu, dopisem nebo zaklepaním na dveře.

Dříve měl makléř omezenější možnosti, jak kontakty získávat. V době před internetem bylo třeba prohledávat tištěnou inzerci, vývěsky inzerátů např.

v obchodních domech a následně telefonovat na pevné linky, na kterých byl prodejce k zastizení jen náhodou. Moderní doba nám dává více možností, jak kontakty zjišťovat, získat více informací o nemovitosti i majiteli. Současně dává nástroje i majitelům, jak docílit toho, aby telefonní číslo získal jen přímý zájemce.

Nyní již řadu let fungují specializované servery s placeným přístupem pro realitní kanceláře, jako jsou např. Octopus, nebo Adol. Tyto portály samy shromažďují informace z inzerátů vydaných na portálech, jako jsou Bezrealitky.cz, Bazoš ale i S-Reality apod. Tyto údaje jsou pak za úplatu (většinou za měsíční paušál) poskytovány realitní kanceláři a její makléři se mohou k těmto informacím dostat velmi snadno. Navíc server dokáže ukázat, jak dlouho se nemovitost nabízí, cenovou historii a také ostatní nabídky inzerenta. Díky tomu lze odhalit i nekalé praktiky některých makléřů vydávajících se za přímé prodejce ve snaze získat poptávajícího. Úspora času při vyhledávání kontaktů je zde obrovská. Statisticky mne stojí dvě hodiny času týdně vyhledat padesát kontaktů, na které lze zavolat a nabídnout služby při prodeji nemovitosti. Dříve by makléř na stejný počet kontaktů potřeboval šest až osm hodin procházení tištěné inzerce.

Druhou a neméně důležitou výhodou je možnost využít filtrování na tomto serveru pro práci s poptávkou. Pokud máte poptávajícího klienta, lze jednoduše pomocí filtrů vyhledat nabídky ze všech realitních serverů z jednoho místa. Opět je zde velká úspora času. Filtrované nabídky lze přeposlat přímo klientovi nebo je ještě projít osobně podle toho, jak moc je poptávka konkrétní.

Před chvilkou jsem narazil na statistiku při telefonování. Mám za to, že moderní makléř, který plánuje svůj byznys, se do jisté míry bez statistických dat neobejde. Osobně si statistiku vedu na týdenní bázi. Zaznamenávám si počet telefonů na studený kontakt, počet „dovolání“, počet schůzek, počet kontaktů na doporučení a z dalších zdrojů a dále počet náběrů, zprostředkovatelských smluv, realizací. Díky tomu vím, že pokud si naplánuji hrubou provizi na rok 1.500.000,-Kč, znamená to, že cca 30 % z toho mi půjde přes studené volání tedy 500.000,-Kč. S průměrnou provizí 100.000,- potřebuji pět obchodů. Abych získal pět obchodů (moje statistika 1/6)

potřebuji třicet schůzek, abych měl třicet náběrových schůzek (s mojí úspěšností 8 % při navolávání), potřebuji tři sta sedmdesát pět dovolaných kontaktů, (statisticky vám vezme telefon 1/3 čísel) tedy jeden tisíc jedno sto dvacet pět telefonních čísel musím získat (a provolat) abych splnil svůj plán. Viz příloha č. 3. Statistiky volání a print Screen Callsmartly. K tomu mi pomáhají dva pomocníci. Prvním je Excel – nepřekonaný tabulkový procesor schopný zaznamenávat a analyzovat data. Druhým moderním pomocníkem je telefonní aplikace CallSmartly. Tu vytvořil pan Miroslav Princ, který je odborníkem přes telemarketing a publikoval o tomto tématu i knihu „Jak uspět při obchodním telefonování“. Aplikace dokáže, pokud je instalovaná v telefonu, zaznamenávat úspěšnost volání. Po každém skončeném telefonu vyskočí dialogové okno, do kterého jedním dotykem zaznamenáte výsledek hovoru. Jestli jste se dovolal, nedovolal, domluvil schůzku, nebo bylo volání bez výsledku. To byste zvládli i tužkou, ale výhoda této aplikace je v tom, že ona sama zaznamenává a vytváří zajímavé statistiky. Viz příloha č. 4. print screen Callsmartly. Následně pak můžete zjistit nejen to jakou úspěšnost v domlouvání schůzek, ale i například denní dobu, ve které jste nejúspěšnější, nebo úspěšnost v jednotlivých dnech v týdnu. Můžete si pak své obchodní telefony prioritně plánovat do doby, kdy jsou vaše statistiky nejlepší.

Při telefonování se poměrně často setkáte s námitkou „nemám čas někam jezdit a scházet se“. Pokud tuto námitku nepřeklene makléř ani nabídkou, že za klientem zajede, tak v tomto pravděpodobně skončí. Moderní makléř má ale ještě jednu možnost, ve které může být budoucnost veškerých prvních schůzek a prezentací služeb. Má možnost nabídnout Skypovou schůzku (nebo jakoukoli jinou video schůzku). Výhodou je, že se můžete domluvit s klientem na druhé straně republiky o prodeji nemovitosti ve Vaší lokalitě. On nemusí nikam chodit, stačí zapnout počítač. Skype má, myslím, zatím trochu konkurenční náskok, jelikož při samotném videohovoru lze klientovi promítat na obrazovku připravené materiály. Například fotky vašich realizací, porovnání Stágované nemovitosti s obyčejnou prezentací, průběh realitního obchodu atd. Přivedl mne na to rozhovor s jedním obchodníkem, který obchoduje zejména v Asii. Díky vzdálenostem, které jsou mezi jednotlivými lidmi, je tam tento způsob „schůzky“ poměrně běžným. Obě strany si vše od komunikují, doladí detaily smluv a sejdou se třeba jen na podpis kontraktu.

3.2.2. Práce v terénu

V minulém roce jsem absolvoval školení Šárky Tranové z RE/MAX Ambassador o vyhledávání možných akvizic přímo v terénu. Tato práce přímo koresponduje a zapadá do konceptu tzv. „farmaření“, kdy se makléř specializuje na jednu určitou oblast, která je pro něj něčím zajímavá a je zde potenciál trvalého obchodu. Do této oblasti pak směřuje prioritně své marketingové a náběrové aktivity. Práce je trochu detektivní práce. Principiálně spočívá v tom, že si procházím oblast, která mne zajímá a pokouším se identifikovat možné akvizice. Následně pak zjišťuji informace o vytipované nemovitosti a pokouším se oslovit přímo majitele. Stejně dobře to může fungovat, pokud mám konkrétní poptávku, která je pod smlouvou a vyplatí se do ní investovat svůj čas. Výhodou je, že s velkou pravděpodobností můžu narazit na nemovitost, o jejímž prodeji majitelé teprve uvažují anebo vlastně neví, co s ní dělat a nemovitost chátrá. Pokud přijdu již s konkrétní nabídkou, tak je zde poměrně velká pravděpodobnost že se akvizice uskuteční.

Tato metoda funguje lépe u rodinných domů než u bytů např. v panelovém domě. U domů si můžete velmi dobře všimnout zanedbané zahrady, chybějících záclon, chátrající stavby, plné schránky atd.

Je asi jasné, že při práci v terénu je klíčová mobilita. Makléř dříve by si vytipoval nemovitost, pokusil by se doptat sousedů. Pak by odjel na katastr vyhledat informace o stavbě a majiteli. Následně (pravděpodobně) dopisem by se pokoušel kontaktovat majitele. Asi si dokážeme představit, kolik by to zabralo času a úsilí a to s velmi nejistým výsledkem. Při troše organizace by si makléř opsal čísla popisná (pokud by tam byla) a zjišťoval informace najednou. Moderní makléř má sice stejnou nejistotu výsledku, ale může strávit mnohem méně času a vynaložit méně úsilí při získávání informací. Následně bude mít pravděpodobně více možností o kontaktování majitele. Pak je ve hře opět statistika.

Pokus se pustím do takové akce, připravím si mapku oblasti, do které jdu, včetně pravděpodobné trasy, kterou budu procházet. Je to proto, abych věděl, kde už jsem byl a kde ne. Dále mám s sebou kompletní náběrovou prezentaci pro případ, že bych se setkal s majitelem nemovitosti, který je ochoten prodávat. Pak už stačí jen chytrý telefon a notebook. Aplikací, kterou používám v tomto případě nejvíce, je lkatastr.

Umožňuje se přímo z telefonu dostat na List vlastnictví dané nemovitosti. A to i v případě, že na nemovitosti není viditelné číslo popisné ani orientační, díky možnosti určit polohu podle GPS. List vlastnictví v náhledné podobě si můžete rovnou poslat do emailu nebo stáhnout do Dropboxu pro další zpracování. Můžete se majitele rovnou pokusit najít přes internet, sociální sítě atd. Nechci se o tom rozepisovat, protože si myslím že je to téma na samostatnou diplomovou práci. Nicméně právě ve vyhledávání kontaktu, Vám moderní technologie a ochota lidí sdílet informace, může pomoci opravdu hodně. Pokud vlastní nemovitost firma, je začátek hledání opravdu jednoduchý. Využijete portálu a aplikace Justice.cz pro zjištění základních údajů. Na internetu ve většině případů dohledáte i kontakt. Mnohem těžší bude pak kontaktovat člověka, který bude mít kompetenci s Vámi o případném prodeji jednat.

3.2.3. Náběr

Díky postupné digitalizaci a přístupu ke stále většímu množství informací se lze na náběrovou schůzku připravit opravdu důkladně a zabere to méně času než dříve. Zde bych chtěl zdůraznit hlavně tři portály, které makléři mohou pomoci zjistit potřebné informace.

Za prvé je to vzdálený přístup ke katastru nemovitostí. Zde lze dohledat a za úplatu získat opis nejen listů vlastnictví, ale i například nabývací tituly a jiné dokumenty. Jednoznačně to šetří čas. Pokud požadovaný dokument není na naskenovaný (stává se hlavně u dokumentů které jsou staršího data), lze si jejich naskenování vyžádat. Druhým portálem jsou Cenové mapy, poměrně mladý portál, který vytahuje data z katastru nemovitostí a za úplaty je poskytuje třetím osobám. Jsou zde možnosti užitečných statistik a s jejich pomocí můžete mít představu o ceně reálně prodaných nemovitostí. Tím zpřesníte svůj odhad při ocenění. Lze použít hlavně u prodejů, jelikož nájemní smlouvy se na katastr zapisují jen málokdy.

Georeport je zajímavá pomůcka pro makléře v hlavním městě. Tato pomůcka sdružuje informace vztahující se k pozemkům na území Prahy. Informace jako je územní plán, cenová mapa ale i například znečištění ovzduší, hluchost a v některých případech i vedení inženýrských sítí, nebo různá omezení vztahující se např. k letišti. Pokud chcete o nemovitosti podat kupujícímu zajímavé a užitečné informace, opravdu tento portál doporučuji.

3.3. Užitečné aplikace a nástroje pro práci makléře

V této části bych se chtěl věnovat užitečným pomůckám nástrojům a aplikacím, které osobně používám a které mi pomáhají šetřit čas a zefektivnit moji práci. Jsou to nástroje, ke kterým jsem si došel během svojí realitní kariéry. Během ní jsem vyzkoušel samozřejmě i jiné, ale tyto mně osobně naprosto vyhovují. Věřím tedy, že některé z nich mohou vyhovovat i Vám a pomůžou Vám ve Vaší práci. Pokud vám některá z aplikací nebude sedět například díky ovládání nebo uživatelskému prostředí, jistě najdete v appstoru její alternativu, která vám bude vyhovovat.

3.3.1. Nástroje

- Laserové měřidlo je šikovný a rychlý pomocník. Obsluha je jednoduchá. Čtvercovou místnost změříte opravdu na několik kliknutí. Výhodou je rychlost měření a je zde i efekt profesionálního nástroje. Nevýhodou je pořizovací cena, která je mnohem vyšší než pořízení obyčejného svinovacího metru.
- Smartphone - česky chytrý telefon s operačním systémem do kterého je možné stahovat aplikace. Osobně preferuji systém Android, jelikož má otevřený kód a je zde na výběr mnohem více aplikací, než v jiných systémech. Osobně používám telefon Samsung Note 4, který má navíc stylus (speciální pero). Díky němu můžete do telefonu psát psané poznámky a nepotřebujete papírový blok.
- Notebook dva v jednom - pro administrativní práce makléře mohou použít režim klasického notebooku, tedy obrazovka klávesnice, ale pro prezentaci (například při naběrové schůzce nebo i prohlídce) mohou vyjmout jenom tablet a informace zobrazovat na něm. Největší výhoda je, pokud ukazujete rozdíl mezi prezentacemi při obyčejném nafocení versus Home Staging. Fotky na monitoru mají mnohem větší efekt než z tištěné verze.
- Auto s Bluetooth handsfree - v dnešní době je tato pomůcka absolutním standardem, nicméně i tak bych to rád zmínil. Makléř tráví v autě poměrně hodně času a díky připojení telefonu do bluetooth soustavy je možné pracovat

i za jízdy, ať už jde o informaci klientovi o průběhu případu, nebo udržování kontaktu a využití času při cestě.

- Power-banka nebo náhradní baterie - asi největší slabinou moderní technologií je spotřeba elektrické energie. Pokud telefon nebo přenosný počítač používáte opravdu hodně, je dobré mít v záloze náhradní zdroj energie. Ať už je to náhradní baterie nebo v poslední době power-banky. Pořizovací cena není nějak vysoká a v případě baterií můžete mít klidně i dvě náhradní. Výhodu baterií je, že vyměníte a jdete.

3.3.2. Aplikace

Organizace Práce

- Dropbox - cloudové úložiště pro uchovávání dokumentů a jiných souborů jako jsou dokumenty, fotky, videa a tak dále. Výhodou je dostupnost dokumentů na různých zařízeních a možnost spolupráce na těchto dokumentech s ostatními členy týmu, například právníkem, asistentkou, kolegou při Vaší dovolené atd.
- Trello - software pro organizaci práce na projektu. K tomuto řešení jsem dospěl po několika pokusech s jinými softwary. Výhod má hned několik. Za prvé je to jednoduchost, za druhé je to přehlednost a za třetí doplňkové funkce jako je upozornění na blížící se termín úkolů. Pokud pracuji v týmu, software všechny členy týmu upozorní na dokončení úkolu, nebo na nutnost akce, pokud byl přidán nový úkol. Už v rámci seminářů při přípravě na ISO jsem Trello doporučil kolegovi, který je s ním spokojen a začal ho využívat.
- Waze - aplikace pro navigaci. Těch je na trhu samozřejmě několik, například Google Maps a pokouší se o něj server Mapy.cz. Výhodou je, že funguje podobně jako sociální síť zaměřená výhradně na cestování. Tedy uživatel má možnost velmi jednoduše zadat například nebezpečí na vozovce, kolonu, nebo policejní hlídku. Ostatní uživatelé projíždějící místem jsou pak na tuto událost upozorněni a mohou se jí vyhnout nebo zvýšit pozornost. Tím, že lze zadávat aktuální události, je celý systém stále aktuální. Waze umí vypočítat nejrychlejší trasu tak, abyste z větší části nestáli v koloně, pokud tu ta možnost samozřejmě je. Nevýhodou je, že aby Waze fungovalo, potřebuje

větší množství uživatelů. Tím pádem je efektivnější ve větších městech nebo ve městech obecně.

- Rescue Time - u technologií platí, že jsou dobrým služebníkem, ale špatným pánem. Pro větší efektivitu je potřeba si dávat pozor kolik času člověk tráví na počítači nebo na mobilu, jelikož nabízejí množství různých možností, jak odvést pozornost. Tato aplikace měří, kolik času uživatel stráví v různých aplikacích nebo na internetových stránkách. Výhodou je zde možnost nastavit „rozpočet“ času, které chcete strávit například na sociálních sítích. Aplikace vás následně upozorní, pokud se blížíte limitu.
- CallNote - je jednoduchý nástroj v telefonu, který Vám zobrazí zapsanou poznámku u kontaktu. Zobrazí se, pokud kontakt zavolá Vám, nebo Vy voláte jemu. Při počtu kontaktů, kteří zkušení makléři mají, je jasné, že si pravděpodobně nebudou pamatovat každého klienta. Pokud si takto vedete poznámky, dokáže Vám aplikace připomenout poslední téma a navázat hovor tam, kde minule skončil.

Komunikace

- Gmail je emailový klient schopný pracovat s více e-mailovými účty například pracovním a osobním.
- Komunikátory (Whatsapp, Messenger, Viber) komunikátory jsou moderní pomůckou při psané komunikaci. Výhodou je, že můžete posílat i přílohy fotky soubory videa. Můžete být se svými klienty v bližším v kontaktu než pomocí emailu. Navíc do budoucna budou mít v komunikátory ještě další rozměr s příchodem umělé inteligence a takzvaných chat „botů“.
- Skype - jak jsem již psal, je to komunikátor pro videohovory nebo videokonference. Myslím si, že i když to není nová aplikace, je v ní pro obchodníky stále opravdu velký potenciál a to hlavně v úspoře času pro makléře i klienta, kdy mohou první schůzky absolvovat jen virtuálně.

Pomůcky „Softwarové nástroje“

- CamScanner je aplikace, která z vašeho mobilního telefonu udělá skener. Výhodou je poměrně slušné využití rozšířené reality při identifikování

dokumentů. Ty pak můžete rovnou sdílet se svou asistentkou, klientem nebo do Dropboxu.

- MagicPlan je Softwarové řešení pro tvorbu plánu pomocí rozšířené reality. Nevýhodou je trošičku složitější ovládání, než se to naučíte. Jakmile to budete umět, bude Vám plánek trvat zlomek času. Navíc dokáže spočítat veškeré plochy (minimálně pro kontrolu nabývacího titulu). Má i další pokročilejší funkce, které můžete nebo nemusíte využít.
- Ikatastr – přístup k LV na katastru nemovitostí. Výhodou je možnost využití GPS.
- Územní plán Prahy – jednoduchá aplikace zobrazující aktuální územní plán Prahy
- Aplikace Hypoasistent – používám pro rychlé zjištění splátky hypotéky v terénu. Výhodou je jednoduché a rychlé uživatelské prostředí.
- Svítilna

Marketing

- Buffer – je aplikace která příspěvek, který, rozešle rovnou na všechny nastavené sociální sítě (Facebook, Twitter, LinkedIn atd.). Příspěvky se dají i plánovat dopředu. Teoreticky můžete tedy jednou týdně připravit příspěvky a pak už jen reagovat na případné komentáře.
- Google Analytics program pro vyhodnocování návštěvnosti webových stránek a případných reklam.
- AdWords je program pro tvorbu a prezentaci reklamních sdělení.
- Sociální sítě – Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest, G+.
- Správce Stránek, Reklamy – Facebook – mobilní pomocníci pro reklamní sdělení. Lze připravovat příspěvky a vyhodnocovat jejich úspěšnost a zásah na cestách.
- Moje Firma (Google).
- Business Booster – je CRM systém schopný rozesílat personalizované emaily, které si nastavíte. Výhodou je znalost skloňování v českém jazyce, možnost zadávat termín fixace, nebo konce nájmu. Je zde možnost propojení

s Gmailem. Pokud tedy zadáte kontakt v telefonu pod účet Gmailu automaticky ho pak uvidíte v Boosteru a můžete s ním pracovat.

Účetnictví

- Datová schránka – upozorní vás na přijatou zprávu v datové schránce. Je to praktičtější a časově úspornější než pravidelně kontrolovat schránku.
- Fakturoid – pomůcka pro jednoduché vytváření faktur z chytrého telefonu, nebo z webového rozhraní.
- MyLog – kniha jízd – praktický pomocník v případě, kdy zahrnujete náklady na dopravu do účetnictví. Aplikace automaticky začne zaznamenávat, jakmile se telefon připojí přes Bluetooth k automobilu a automaticky přestane, pokud se odpojí. Uživatel má pak možnost výběru, zda šlo o pracovní, nebo osobní cestu. Na konci měsíce pak stačí vyexportovat hotovou knihu jízd účetní. Tady je úspora času opravdu velká.

3.4. Ekonomická rozvaha

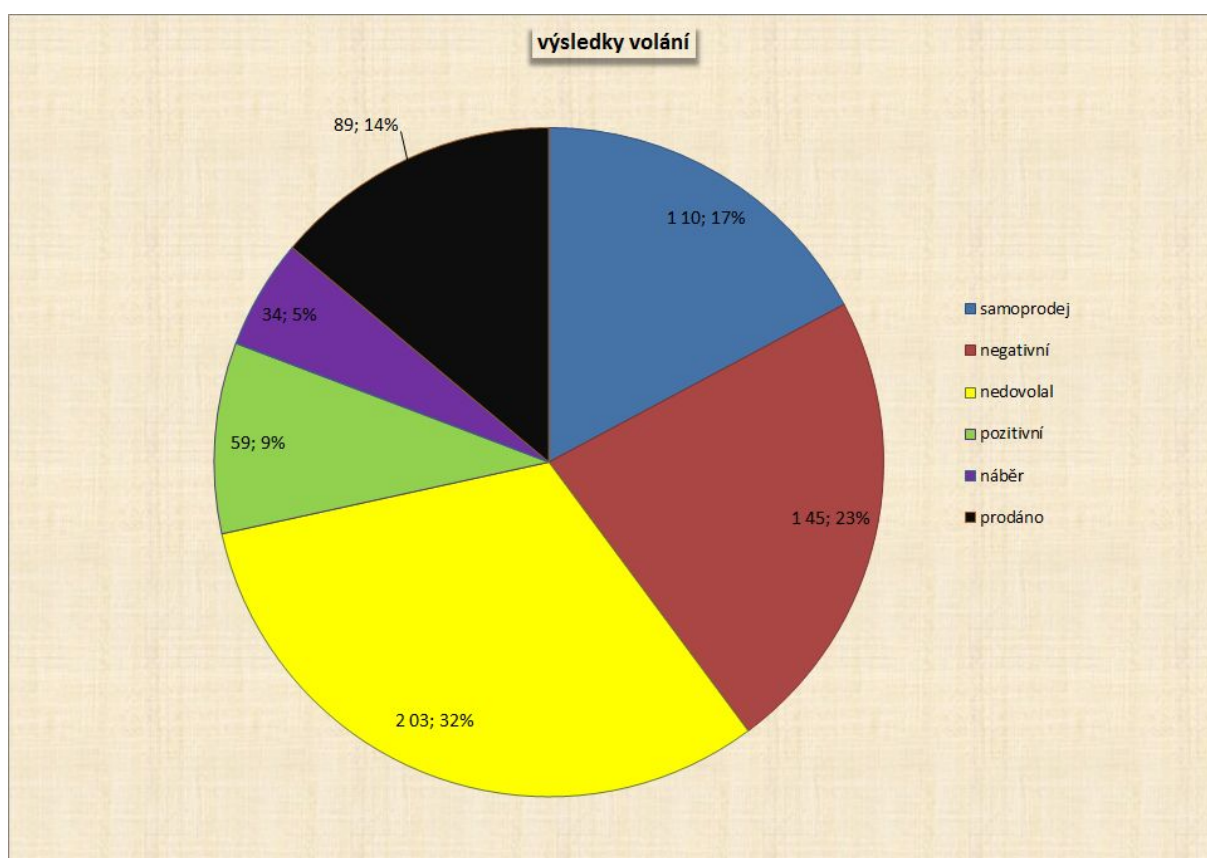
K rozvaze jsem si vybral porovnání získávání a využití kontaktů pro studené volání. Srovnání bude mezi nástrojem makléřů v době před internetem (tedy tištěnou inzercí) a moderní platformou Octopus.

Nejdříve bych rád stanovil parametry, kterými budu měřit. Tím je cena práce a průměrná doba hovoru. Stanovil jsem parametry, kdy si makléř cení své práce na 1.000,-Kč/hodina. Průměrná doba jednoho „studeného“ hovoru je přibližně dvě minuty. Tyto parametry jsou neměnné v obou případech.

Získání deseti kontaktů na přímé majitele v systému Octopus trvá přibližně deset minut. V tomto počítám, že budu muset projít cca dvacet inzerátů, ale deset z nich vynechám, jelikož to budou např. realitní makléři, kteří se tváří jako přímí prodejci. Systém mne na to upozorní, a proto s nimi nebudu počítat. Zavolání deseti kontaktům mne bude stát tedy dvacet minut práce. Mohu tedy počítat, že každých deset kontaktů mne vyjde na třicet minut práce dohromady, což se rovná 500,-Kč.

Jeden kontakt mne tedy „stojí“, přepočítáno na peníze 50,-Kč. Pokud potřebuji 1125 kontaktů viz bod 3.2.1 Je to dohromady 56.250,-Kč.

Pokud budu předpokládat, že v tištěné inzerci najdu kontakty stejně rychle, ale nemám benefit třídění, musím provolat dvacet kontaktů, abych docílil stejné efektivity jako v předchozím případě. Tedy dovolal se deset přímým prodejcům. Musím tedy počítat deset minut hledání, ale čtyřicet minut volání. To je na peníze 833,-Kč tedy 83,3,- jeden kontakt. Mých 1125 potřebných mne tedy vyjde na 93.712,5,- Kč tedy o 37.462,5,-Kč více než za použití internetu.



4. Závěr

4.1. Zhodnocení práce

V této práci jsem doporučil postupy, pomůcky a aplikace které mi přináší buď úsporu času, nebo přidanou hodnotu. Obchodní případy, které jsem zde zmínil a konkrétní situace bych jistě vyřešil i bez výše uvedených pomůcek a aplikací. Nicméně takto to bylo pro mne méně časově a organizačně náročné. Navíc bylo řešení pružné a elegantní. Nezřídka bylo i pozitivně kvitováno klienty nebo spolupracovníky.

Tuto práci jsem udělal v dobré víře, že pomohu kolegům v některých jejich činnostech a chápu, že to není pro všechny. Někdo bude stále používat své postupy kterým věří a které jsou osvědčené. Takový kolega pak bude muset přijmout fakt, že ostatní mohou dosahovat lepších výsledků, nebo výsledků stejných, ale s menším úsilím.

4.2. Přínos studie

První přínos této studie jsem vlastně již napsal. Bylo to doporučení kolegovi z kurzu přípravy na ISO aplikace Trello, kdy jsme se v rámci jedné diskuze bavili o organizaci týmu. Kolega měl potřebu mít přehled nad stavem jednotlivých úkolů v obchodních případech. Uznal jednoduchost a efektivitu aplikace a nyní ji používá. Toto bylo cílem mé práce. Abych kolegům ukázal a doporučil postup, kterým zefektivní svoji práci. Věřím, že to není poslední kolega, který moji práci takto použije.

4.3. Zamyšlení nad dalším vývojem

V tématu, které jsem si vybral, by mohlo být zamyšlení nad dalším vývojem opravdu široké a omezovala by ho pouze moje představivost. Proto se omezím na současné trendy a budoucnost, která je již v dohledu.

Na prvním místě bych zmínil rozvíjející se umělou inteligenci a to v našem případě hlavně v segmentu komunikace. Již nyní fungují tzv. chat-boty. V současné době tento robot funguje při komunikaci se zákazníkem u letecké společnosti KLM. Umí objednat letenku, komunikovat změny v letu nebo zpoždění anebo dokonce přeobjednat let. To vše 24/7. Nasazení automatů v tomto segmentu nebo marketingu se přímo nabízí. V současnosti zastanou jen základní operace, ale jejich možnosti

jdou rychle dopředu. Současně zde mohu zmínit i autonomní přepravu. Je to další zajímavý segment pro obchodníky, kteří tráví přepravou na schůzky poměrně dost času. Bylo by příjemné po cestě vyřídit třeba emaily, nebo si naopak odpočinout a relaxovat na cestě za zákazníkem. Auto zatím dojedena místo určení.

Umím si představit i nový způsob prezentací ve virtuální realitě, kdy klient z pohodlí domova nasadí brýle, totéž udělá i makléř a projdou si nemovitost, která bude naskenovaná a přenesená do virtuální reality. Takto můžou udělat první schůzku, a pokud bude mít klient zájem, sejdou se fyzicky v bytě až při druhé. V současnosti máme všichni například u nájmu spoustu prohlídek, kdy se klienti i přes upozornění otočí ve dveřích z toho nebo onoho důvodu a my (i oni) strávíme čas vlastně zbytečně.

I samotná tvorba prezentací může projít evolucí. Co kdyby místo fotografa byt proletěl dron s 360° kamerou a celou nemovitost nafotil nebo naskenoval.

Cíl této práce byl úspora času makléře, proto jsem se rozhodl i při samotné tvorbě této práce využít možnosti, které nám dává naše doba. Díky převodu mluvené řeči na text jsem přibližně polovinu této práce mohl nadiktovat. Takto jsem „psal“ při cestě za klientem do Pardubic nebo i při uspávání mé dcery v kočárku o víkendech. A to je můj poslední tip.

5. Použitá literatura

- <http://computerworld.cz/technologie/klm-sazi-na-umelou-inteligenci-54264>
- <https://www.svetandroida.cz/informacni-technologie-pocatek-vyvoje-a-vize-budoucnosti-201401/>
- <https://www.czso.cz/csu/czso/21-informacni-spolecnost>
- <http://www.arkcr.cz/art/3284/nezavisla-akreditovana-certifikace-realitnich-makleru-chcete-ziskat-konkurencni-vyhodu-seznamte-se-s-tim-co-je-akreditovana-certifikace-pro-obor-realitni-makler-ka-a-jak-ji-ziskat.htm>
- <http://www.internetlvestats.com/internet-users/#trend>
- Proměny české mediální scény od začátku 90. Let – zdroj www.mediaguru.cz
- Porovnání realitního trhu v České republice a sousedních zemích – Diplomová práce autor Ing. LUBOŠ HRIČÁK

6. Přílohy

příloha č. 1. prezentace nemovitosti Markušova

Prodej bytu 3+kk v osobním vlastnictví, 61 m²

Markušova, Chodov, obec Praha, okres Hlavní město Praha



Cena: **3 290 000 Kč** (za nemovitost)

Číslo zakázky: **236-N00976**



Počet nadzemních podlaží objektu	12	Druh objektu	Panelová
Stav nabízené nemovitosti	Dobrý	Umístění objektu	Klidná část obce
Celková plocha	61 m²	Telekomunikace	Telefon, Internet

3+kk s balkonem a sklepem na Chodově

Nabízím k prodeji 3+kk v osobním vlastnictví s balkonem a sklepem. Byt je v původním, ale udržovaném stavu. Původní umakartové jádro je v dobré kondici. V bytě je jen jedna nosná příčka proto lze dispozici buď ponechat nebo upravit zcela dle svých představ. Dům je udržovaný a dobře vedený s úsporami ve fondu oprav a nízkými měsíčními poplatky.

Okolí nabízí veškeré zázemí, školky, školy, lékař, obchody, sportoviště. Nedaleký Hostivařský lesopark je ideální k procházkám nebo sportu. Vyrůstal jsem nedaleko a tak vám rád o lokalitě povím.

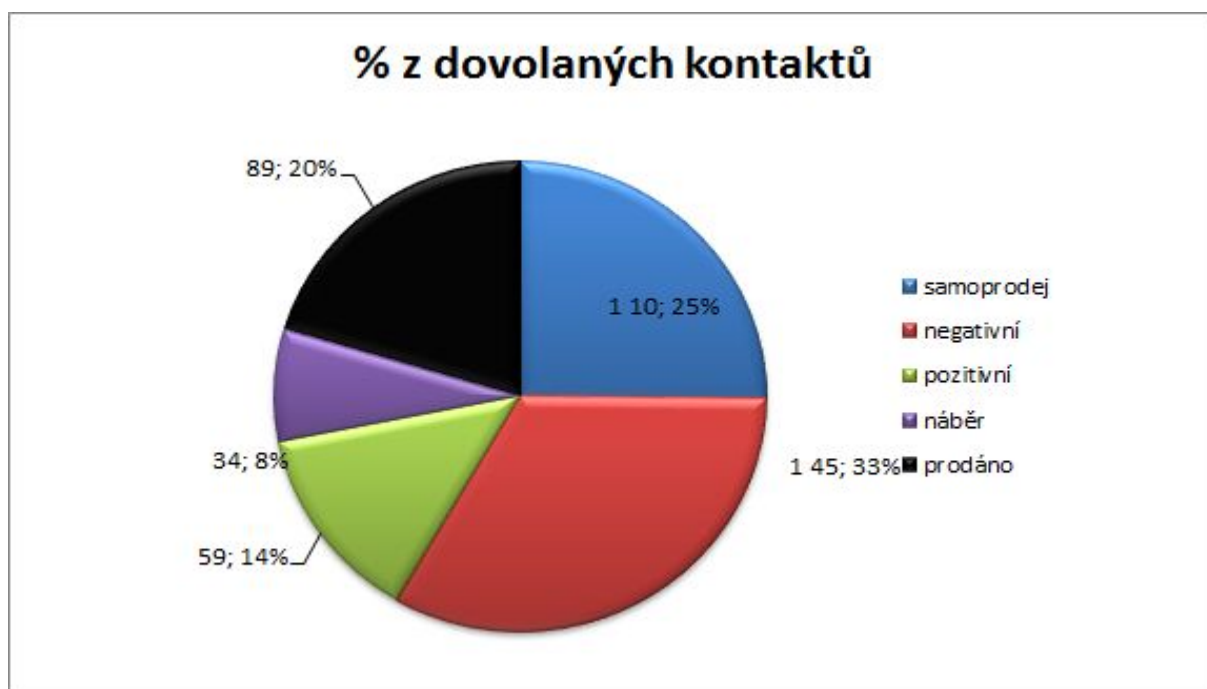
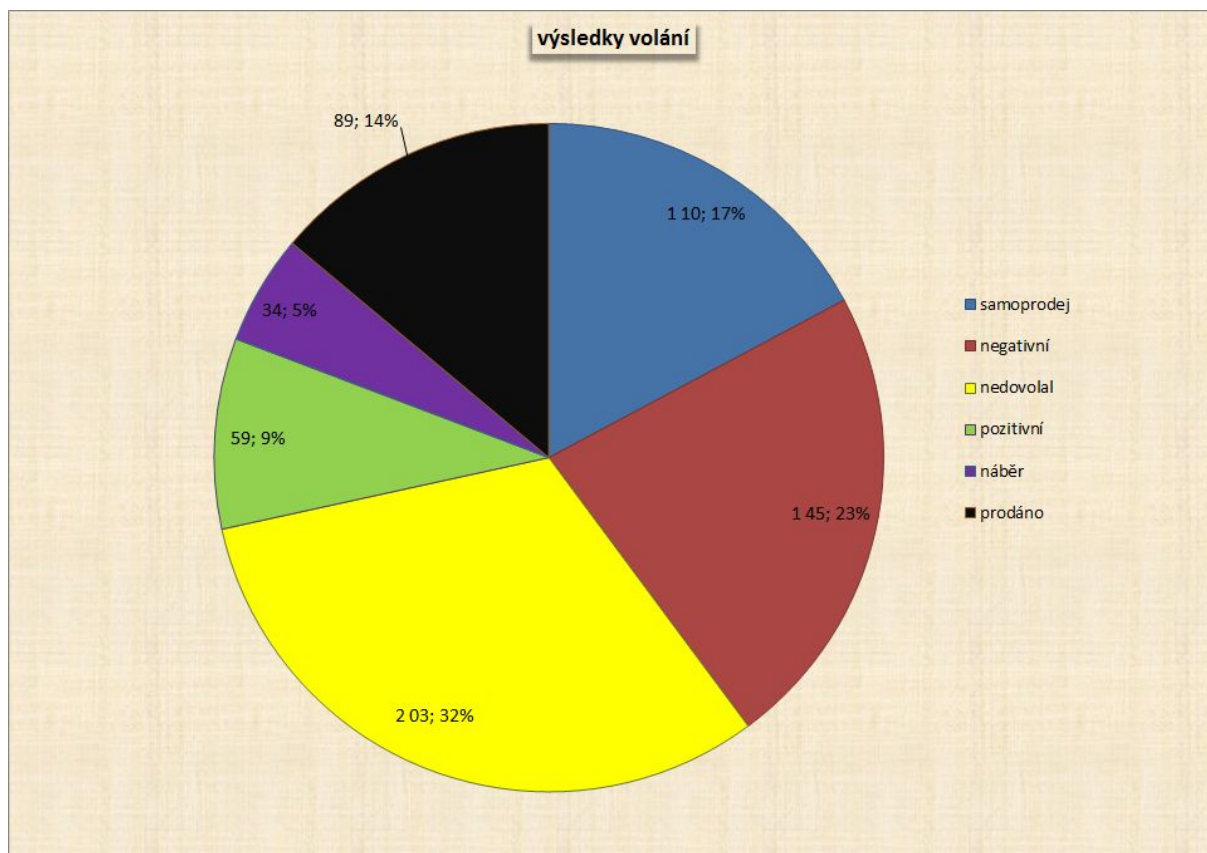


Jandáček Ladislav
M +420 727 832 834
E ladislav.jandacek@re-max.cz
Jankovcova 1037/49, Praha 7, 170 00
www.remax-czech.cz/reality/re-max-reality-plus+/

příloze č. 2. finální podoba půdorysu Markušova



Příloha č. 3. Statistiky volání



Příloha č. 4. Statistiky CallSmartly

10. 11. 2017

Call Smartly



<https://online.callsmartly.com/#/app/statistics-indiv>

2/2