

Kapesní průvodce

Prodej vaší nemovitosti

Štěpánka Šťovíčková

“Tipy a rady jak prodat
nemovitost bez zbytečných
přešlapů”

PŘEHLEDNÁ PŘÍRUČKA

Jak úspěšně prodat nemovitost

Štěpánka Štovičková



Publikováno v roce 2022

OBSAH

Úvod

Důležité, je správně si vybrat.....	02
První reakce a ohlasy.....	03
Spolupráce s realitní kanceláří.....	06
První schůzka s makléřem.....	07
Stanovení prodejní ceny.....	09
Cena je stanovena, podmínky domluveny.....	11
Příprava nemovitosti na prodej.....	12
Organizace prohlídek.....	16
Co na prohlídce neříkat.....	17
Po prohlídce.....	18
Vyjednávání o ceně.....	18
Smluvní dokumentace.....	19
Kupní a úschovní smlouva.....	20
Zástavní smlouva.....	20
Připsání kupní ceny na úschovní účet.....	20
Přepis nemovitosti.....	20
Vyplacení kupní ceny.....	21
Předání nemovitosti.....	21
Přepis energií.....	21
Daňová povinnost při prodeji nemovitosti.....	22

Závěr

Úvod

At' už vás k prodeji vedou jakékoliv důvody, tak ta doba nastala a vy začínáte přemýšlet, jakým způsobem se na celou akci připravit, jak vše zorganizovat a naplánovat.

I přesto, že se jedná o poměrně složitý proces, který má své náležitosti a vyžaduje nutnou dávku zkušeností se stále velká část majitelů rozhodne realizovat prodej nemovitosti svépomocí. Ale stejně tak jako každý důležitý krok, ke kterému se v životě rozhodneme, vyžaduje i prodej nemovitosti určitý přehled a zkušenosti. Je to soubor mnoha činností, aktivit a zákonitostí, které na sebe musí navazovat, aby ve finále vyústily v uspokojivý výsledek, kterým je prodej nemovitosti s co největším ziskem, minimem stresu a zachování si zdravého rozumu.

Nechci toto povídání o tom, jak rychle a úspěšně prodat vaši nemovitost pojmout jako přehled odstrašujících případů, těch, kteří se rozhodli prodávat na vlastní pěst.

Respektuji, že každý může mít své důvody, které ho k tomuto rozhodnutí vedou.

Jsem ale přesvědčená, že zapojíte-li do prodeje zkušeného realitní makléře dojdete k cíli mnohem rychleji, efektivněji a v neposlední řadě, ač se to na první pohled nemusí zdát, s minimální finanční ztrátou.



Důležité je, správně si vybrat

Pokud i vy stojíte před rozhodnutím začít si prodávat nemovitost sami, nebo do prodeje zapojit makléře, zkuste se zamyslet nad následujícími otázkami.

Víte,

- jak správně stanovit cenu?
- kde najít kupce?
- zda si nafotit nemovitost sám, nebo zaplatit fotografa?
- jestli byt vyklidit, nebo nechat zařízený?
- kde najít dobrého právníka, který vám připraví smlouvy?
- jak to bude s kupní cenou, kdo ošetří depozit, abyste nepřišli o peníze?
- jak je to s úhradou daně?
- jak dlouho bude celý proces trvat, abyste měli čas najít si nové bydlení?
- kdy začít řešit stěhování?
- jestli budete mít čas a trpělivost jednat s potencionálními zájemci?
- jak řešit hypotéku, kterou na bytě máte?

Otázek může být nespočet a pokračovat bych mohla na další dvě A4. Pokud jste si na všechny dotazy odpověděli kladně a v případě zástavy na bytě víte, jak postupovat, pravděpodobně se do prodeje pustíte sami. Říkáte si, proč ne, zkusím to.

A jelikož jste člověk moderní, máte přehled, spousty zkušeností a internet, dojdete k závěru, že než někomu něco platit, vše zorganizujete sami. Přečtete si pár článků, proběhnete diskuze na internetu na téma prodeji bytu svépomocí a hurá na věc.

Abych nezapomněla, velkou váhu dáváme tomu, jakou zkušenost s konkrétní situací mají naši známí, kolegové v práci, Franta z hospody Na Růžku.

Doporučuji oslovit větší vzorek dotázaných, abyste si mohli vyvodit relevantní závěry. Nedělám si iluze o tom, že se vám nemůže dostat odpověď typu „o tom vydřiduchovi mi ani nemluv, shrábnul provizi a neudělal vůbec nic“, ale vzhledem k tomu, že za poslední roky se úroveň práce a služeb makléřů, osobního přístupu a v neposlední řadě možnosti využít moderních technologií natolik zvýšila, že přítomnost odborníka při prodeji má pro prodávajícího velkou přidanou hodnotu.

V první fázi, kdy klient řeší marketing celého prodeje většinou na žádné záludnosti nenarazí.

Prodávající, kteří si řeší prodej sami většinou umístí svůj inzerát na weby jako jsou bezrealitky.cz, bazos.cz, anonce.cz, někteří jsou odvažnější a inzerují přímo srealty.cz

Do prodeje na vlastní pěst bych se asi nepouštěla ve chvíli, kdy nejsem úplně ve standardní životní situaci. Myslím tím, že nejsem, jak se říká „v pohodě“. Jsou lidé, kteří prodávají svůj byt či dům proto, že už jim nestačí, chtějí jít do většího, stěhují se za novým partnerem/partnerkou, odcházejí za prací, nebo jen prostě chtějí bydlet na samotě u lesa.

Ale pak jsou situace, které nikdo neplánujeme a nepočítáme s nimi. Ať už je to odchod někoho blízkého, nemoc, nebo třeba tíživá finanční situace.

V tu chvíli člověk neuvažuje moc racionálně a je mnohem zranitelnější. Často potom podnikne kroky, kterých by se za normálních okolností vyvaroval. Tady bych řekla, že je **oslovení realitního makléře zvlášť na místě**. Makléř jedná nezaujatě, a co si budeme povídat, dokáže vás ochránit před pořádným malérem v případě, že narazíte na někoho, kdo nemá zrovna čisté úmysly.

První reakce a ohlasy

Přípravu inzerátu a jeho zveřejnění jste zvládli na jedničku a první telefonáty na sebe nenechají dlouho čekat. Vzhledem k tomu že jste pečlivě připraveni, tak vás nepřekvapí, že vám volají vesměs pouze realitní makléři. Ale ve chvíli, kdy se během jednoho dne ozve už dvacátý pátý makléř a žádný zájemce, mírně znejistíte. Pro jistotu pravidelně kontrolujete i vaše emailovou schránku, ale i tam jste pod palbou realitek.

No nic, říkáte si. Je to první den, zítra to bude určitě lepší.

Jak dny ubíhají, situace se moc nemění, příliv telefonátů sice mírně ustává, ale pokaždé, když aktualizujete váš inzerát, se situace opakuje.

Ale na druhou stranu, už jste v obraze. Už víte, která realitní kancelář je bezkonkurenčně nejlepší, kdo vám prodá váš byt za tu nejvyšší cenu, kdo je nejrychlejší, nejlevnější, nejférovější, nebo úplně nejlépe, kdo pro vás bude pracovat úplně zadarmo.

Nechci, aby to vyznělo, že vás od prodeje po vlastní ose odrazují, ale tohle se děje, je to vždy stejné jako přes kopírák. Jestli se ptáte, jak to vím, tak ze dvou důvodů. I já jsem pár let pracovala s monitoringem realit soukromé inzerce. Někdy se mi povedlo prodávajícího zastihnout právě v té chvíli, kdy byl z celé situace tak frustrovaný a odevzdaně mě pozval „ať se teda přijdu podívat“.

Ale upřímně, z takové schůzky stejně nic nebylo. Protože tak jako tento prodávající v první fázi vehementně odmítal všechny makléře a realitky, tak v té druhé naopak zřejmě pozval všechny, co mu ten den volali. A výsledek? Ve stejný čas se na jednom místě sešlo 15 zástupců různých kanceláří. Nepřineslo to nic ani jemu, ani makléřům.

Někdy se stane, že prodávající celý kolotoč podstoupí, ale po měsíci si uvědomí, že tento postup nikam nevede a raději se začne po nějakém makléři poohlížet sám. Je to paradoxní, ale z těchto klientů jsou pak moji nejvděčnější zákazníci, kteří se v průběhu let ozvou i několikrát.

Netvrdím ale, že nemůžete po vlastní ose najít toho správného kupce. Reality jsou hlavně o náhodě a trpělivosti. Jednoho dne se vám určitě někdo ozve. Pokud to bude zájemce, který bude mít připravenou hotovost, nebude smlouvat o ceně, bude mu vyhovovat stav vaší nemovitosti, bude milý, slušný a bude souhlasit se všemi smluvními podmínkami, tak to pro vás bude značka ideál, chyťte ho a už nepusťte, takových příležitostí totiž moc není.

Můj tip

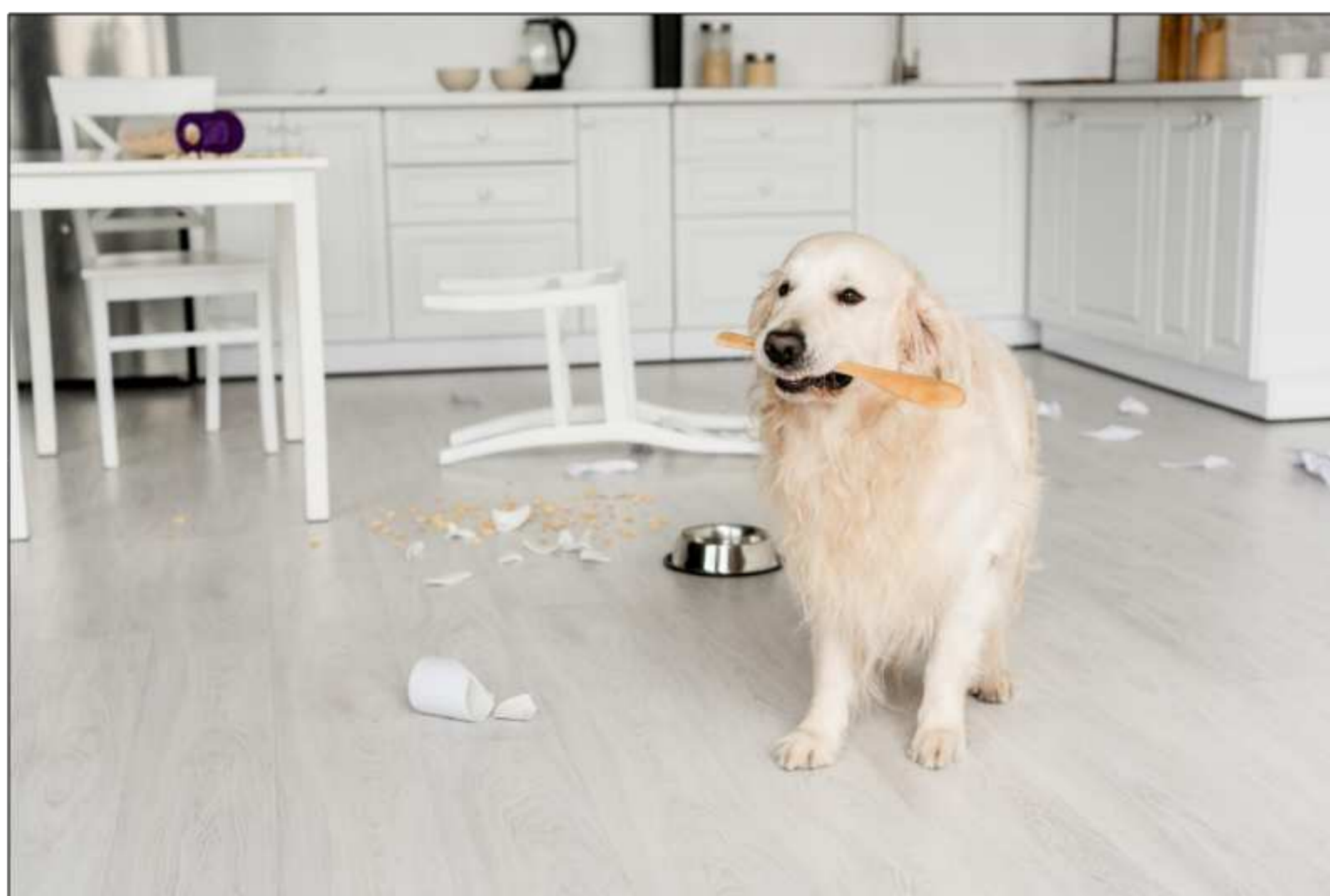
Dříve než začnete fotit

Pár tipů pro začátek. Když budete pořizovat fotky vaší nemovitosti, snažte se, aby byl interiér uklizený, odstraňte vaše soukromé talismany a fotky, uklidte věci z kuchyňské linky. Stejně tak deset otevřených lahviček od šamponů kolem vany nevypadá moc dobře.

Sklopte prkýnko na toaletě a snažte se fotit za denního světla, nejlépe když svítí sluníčko. Světlý interiér vypadá mnohem pozitivněji.

Uklidte svého domácího mazlíčka, včetně jeho toalety. Ustelte postele, srovnejte závěsy a záclony.

Divili byste se, jaké fotky někdy prodávající pošlou do světa.



Pokud plánujete prodat **družstevní byt**, zjistěte si, jak je to s anuitou* a zda je možný převod bytu do osobního vlastnictví. Pokud není možné převést byt do jednoho roku, nelze jej financovat hypotečním úvěrem, (pokud tedy kupující nemá možnost ručit jinou nemovitostí). V tom případě musíte hledat kupce s hotovostí.

Při prodeji **družstevního bytu** neprodáváte nemovitost jako takovou, ale pouze **podíl v družstvu**. Nepodepisujete kupní smlouvu a nepodáváte ani návrh na vklad do katastru nemovitostí (KN). Prodávající pouze převede svůj podíl v družstvu na kupujícího. Zjistěte si jaké jsou podmínky převodu bytu a zajistěte potvrzení, že jste členem družstva.

V případě že **prodáváte dům**, zkontrolujte, zda jsou všechny stavby na vašem pozemku zakresleny v katastrální mapě (ty, které tam ze zákona musí být). Někdy se stane, že nejsou zakresleny různé dílny, garáže, kumbály, přístavby. Také si raději v předstihu zjistěte, zda vám souhlasí hranice pozemku, zda stavba z části nezasahuje na sousedův pozemek, nebo naopak. Děje se to hlavně u starších staveb, které se dosud dědily z generace na generaci, nebo je současný majitel pořizoval z vlastních zdrojů (nečerpal na ně hypotéku), v tom případě tyto nedostatky zřejmě zatím nikdo neobjevil.

Je to potom nemilé překvapení, když kupující vaši nemovitost bude pořizovat na hypotéku a tyto nedostatky odhalí až odhadce, ve většině případů až po podpisu (rezervační) smlouvy. Celý proces se tak značně prodlouží a může negativně zasáhnout do celého obchodu.

Projděte si celý interiér i zahradu, vyhodte všechny nepotřebné věci, které po celá léta skladujete v garáži i na půdě. Cílem je, aby celý prostor působil čistě, upraveně a vzdušně. Postarejte se o to, aby byla posekaná tráva, upravené záhony. Někdy mají lidé na zahradě různé plastové domečky pro děti, trampolíny, prolézačky, nafukovací bazénky a podobně. Snažte se zredukovat jejich množství, aby zahrada nepůsobila přeplácaně. I když všichni víme, že tyto věci se později odstěhují společně s majitelem, může takto vybavená zahrada působit méně prostorná, než ve skutečnosti je.

U domů je zvýšené riziko reklamace skrytých vad, proto není od věci nechat si stav nemovitosti posoudit autorizovaným inženýrem a vyžádat si vypracování technické zprávy o stavu nemovitosti. Prodáváte-li pozemek, nepodceňte jeho přípravu na prodej. Zajistěte si vyjádření stavebního úřadu, že je pozemek vhodný pro výstavbu (samozřejmě pouze v případě, že neprodáváte jiný druh pozemku). Zda se pozemek nenachází v ochranném pásmu vodního zdroje, není pod ním vedena elektřina, plyn, nebo voda. Není také od věci zjistit si regulativy obce, seznámit se s územním plánem atd.

*Toto všechno jsou jen střípky toho, co všechno prodej nemovitosti obnáší a na co je třeba se připravit. Vždy je tak lepší mít za zády odborníka, který se ve věcech orientuje a vyskytne-li se nějaký nečekaný problém, má vždy po ruce adekvátní řešení. **Profesionální makléř si obstará potřebné informace sám.** Ví přesně na koho se obrátit a kde si potřebné informace vyžádat. Vy jste tak ušetřeni telefonátů a návštěv po všech možných úřadech.*



* Anuita - nesplacená částka družstvu. Jde o úvěr, který se hradí tehdy, když družstvo vzniklo za účelem privatizace bytových domů. Tento úvěr splácí družstvo původnímu majiteli, nejčastěji obci, nebo městu.

Spolupráce s realitní kanceláří

Myslím, že popisovat další okolnosti které mohou během prodeje nastat by vydalo na samostatnou publikaci. Je jich nespočet, a hlavně každý prodej se může dost lišit. Ne v samotném postupu, ten je daný a nic nového asi nevymyslíte, ale v různých situacích a okolnostech, které se mohou během celého procesu přihodit.

Nikdy nevíte, jaký typ kupujícího vás osloví, jaká je u něj situace, jestli třeba on sám nebude muset nejdříve prodat svoji nemovitost, aby mohl koupit tu vaší. To je pak proces, který je opravdu nutné zkoordinovat s odborníkem a pečlivě naplánovat všechny jednotlivé kroky a termíny. Je třeba zohlednit i fakt, že na vaší nemovitosti může váznout zástavní právo, pokud jste ji pořizovali na hypotéku.

V tom případě se už dopředu musí promyslet termín, ke kterému požádáte banku o vyčíslení. Banka toto potvrzení většinou nevystaví obratem, ale má své termíny a lhůty. Druhá věc je, že toto vyčíslení platí pouze měsíc a pokud nestihnete hypotéku v termínu doplatit, musíte zažádat znovu a vše se zbytečně protahuje. První vyčíslení většinou klient obdrží zdarma, druhé a další už je zpoplatněno dle sazebníku jednotlivé banky.

A to nemluvím o tom, že si s kupujícím nemusíte lidově řečeno „sednout“. Může být z jiného prostředí, mít jiné představy o celém procesu, může mít zásadní problém s cenou a pokud vy, ani druhá strana nemáte o celém průběhu prodeje stoprocentní povědomí může tak celý obchod ztroskotat doslova kvůli maličkosti. V tomto případě je zprostředkovatel, který dokáže působit jako prostředník mezi oběma stranami, který dokáže jednat nezaujatě a zmírnit možné napětí, opravdu neocenitelným pomocníkem.

Pokud jste přes všechna možná úskalí rozhodnutí pustit se do prodeje sami, držím vám palce.

Jestliže ale začínáte být na vážkách, jestli opravdu raději neoslovit makléře, nebo přímo realitní kancelář která by se o prodej postarala, dám vám pár tipů.

V případě, že jste byli i vy původně rozhodnutí prodávat si nemovitost sami, určitě jste se po zveřejnění inzerce přesvědčili o tom, že existuje spousta realitek a realitáků, o kterých jste neměli ani ponětí. Zkuste si třeba v první fázi znovu projít emaily, které se vám nakupily ve schránce po tom, co jste vyvěsili inzerát na internet. Pro začátek to stačí. Třeba v té korespondenci nakonec najdete makléře, kterému prodej svěříte. Klidně si jich vytipujte víc a snažte zjistit něco bližšího o tom, jakým způsobem pracují, jaké mají recenze, projděte si jejich osobní stránky.

Zkuste makléřům klidně i zavolat. Pokud vám někdo nevezme telefon ani na podruhé a nezavolá zpět, tak to pravděpodobně asi nebude člověk, kterého hledáte. Už ze způsobu komunikace můžete poznat, zda jste naladěni na stejnou vlnu, což je pro případnou další spolupráci nesmírně důležité. Po dobu celého prodeje budete s makléřem v častém kontaktu, ať jde o asistenci na prohlídkách, nebo později, kdy budete řešit náležitosti smlouvy, případně další organizační záležitosti. A mít každý den na telefonu někoho, kdo vám není příliš sympatický asi nechcete.

Je bohužel pravda, že reality i když došlo k určitému zpřísnění pravidel, může dnes stále dělat každý. Proto bych volila makléře, který pracuje v oboru už delší dobu. Asi nejde s určitostí říct, jestli je lepší oslovit realitního specialistu, který pracuje úplně sám na sebe, nebo někoho, kdo spolupracuje s místní ověřenou kanceláří, případně si vybrat makléře, který pracuje pod značkou velké, mediálně známé reality.

Je to vždy o lidech. Jednat budete s konkrétním makléřem, ne s kanceláří. Obecně ale platí, že v těch opravdu velkých realitních kancelářích, jejichž reklamu vidíme všude okolo sebe, je velké množství nováčků, které tyto kanceláře do svých řad neustále přijímají. I když tito „junioři“ procházejí celou řadou školení a vždy nad nimi dohlíží zkušenější kolega, tak zkušenosti v oboru teprve sbírají a nemusí vždy s určitostí vědět, jakým způsobem vaši případnou situaci řešit.

Pokud se ale chcete vyhnout všem možným přešlapům s výběrem makléře, zkuste prodej vaší nemovitosti zodpovědně plánovat už od chvíle, kdy nad tímto tématem začnete přemýšlet. Oslovte své známe, určitě se ve vašem okolí pohybuje někdo, kdo už nemovitost prodával a možná měl to štěstí, že při prodeji spolupracoval s profíkem, který mu celý obchod zastřešil.

V případě, že nemůžete čerpat ze zkušeností svých přátel, najděte si makléře z vaší lokality. Někoho, kdo už v okolí prokazatelně pár obchodů realizoval a domluvte si s ním schůzku. Informujte se na podmínky spolupráce, výši provize atd.

Doporučuji tento krok řešit s předstihem, možná vám to zjednoduší situaci v tom smyslu, že budete moci vypustit zbytečné obavy a nejasnosti, které se přirozeně honí hlavou každému, kdo o tomto životním kroku začne přemýšlet.

První schůzka s makléřem

Asi vás napadne otázka, kde se s vybraným makléřem setkat. Jestli někde na neutrální půdě, v sídle realitní kanceláře, nebo rovnou u vás, v místě prodávané nemovitosti. Tady si myslím, že je to upřímně asi jedno.

Předpokládám, že už jste s makléřem mluvili, a i když první kontakt mohl proběhnout přes kontaktní formulář na webu kanceláře, nebo samotného makléře, někdo vám na základě vaší poptávky zavolal zpět. Pokud to nebyla asistentka, která svým kolegům organizuje schůzky, tak by to měl být už konkrétní člověk, se kterým budete v případě vzájemných sympatií, jeho zkušeností a přístupu k práci při prodeji spolupracovat.



Můj tip

Přijďte si popovídat

Když budu vycházet ze svých zkušeností, tak klienti, kteří opravdu svědomitě plánují prodej své nemovitosti se nejprve ohlásí na schůzku u mě v kanceláři, aby si mě „proklepli“.

Potřebují mít zkrátka jistotu, že člověk, kterého si pustí do svého domova a nechají nahlédnout do svého soukromí, se v dané problematice orientuje a mohou mu bez obav prodej svěřit. Každý z nás je jiný a potřebuje jiný přístup.

Proto se nebojte zavolat a klidně si před schůzkou u vás doma přijďte nejprve popovídat ke mně do kanceláře.

Je sice pravda, že bez toho abych nemovitost viděla se nemohu například vyjádřit k ceně a dalším věcem, které se týkají konkrétně vaší nemovitosti, ale můžeme se už dopředu pobavit o celém postupu a třeba se mi podaří rozptýlit vaše prvotní obavy, které se přirozeně k tomuto kroku vážou. Přece jen neprodáváte nemovitost, a hlavně váš domov, každý den.



Stanovení prodejní ceny

Toto je jeden z nejdůležitějších kroků při celé transakci a chvíle, kdy prodávající ocení radu a zkušenosti odborníka. Velmi často se setkávám s tím, že majitelé nemovitostí vycházejí při určení ceny hlavně z toho, za jaké ceny se prodávají podobné nemovitosti v okolí, přesněji ty, které jsou aktuálně v nabídce. To je samozřejmě v pořádku, jak jinak by se měl člověk, který neprodává nemovitost každý den a stanovení ceny není jeho denní chléb dobrat k nějaké reálné ceně. Ale je třeba brát v potaz, že ceny, za které se nemovitosti v nabídce objeví mohou být ve většině případu zbožným přáním majitele a skutečná cena, za kterou se nakonec nemovitost prodá bývá velmi často nižší. Je to tím, že onen prodávající vycházel pouze z toho, že jediný parametr, dle kterého při určení ceny vycházel, je porovnání nemovitostí z aktuální nabídky na trhu. Třeba už ale neví, že ona konkrétní nemovitost, podle které cenu stanovil, může být v nabídce třeba už pěkných pár týdnů nebo měsíců.

Stejně tak se při stanovení ceny může promítnout fakt, že porovnávaná nemovitost může být v jiném standartu, než je ta vaše. Pokud je dům, který jste si vybrali jako vzor pro stanovení ceny vybaven například mramorovou koupelnou, stěny jsou obloženy přírodním kamenem, jsou zde drahé dřevěné podlahy, sauna, kvalitní interiérové dveře, vyrobené na zakázku a další nadstandardní komponenty, které nemusí být na první pohled z inzerátu patrné, tak je logické, že nemovitost, která vypadá na první pohled stejně, může být v diametrálně odlišné cenové relaci.

Samozřejmě jsou i další parametry, které při stanovení ceny hrají roli, jako je lokalita, občanská vybavenost, dopravní dostupnost, ale třeba i sousedství velké továrny, letiště, letový koridor, dráha, hřiště a podobné aspekty, které naopak nemusí být pro řadu zájemců komfortní. Toto všechno by se mělo při určení ceny zohlednit.

Makléř může vaši nemovitost porovnat s těmi, které v minulosti zobchodoval, ví jak na konkrétní stavby, typy a situace okolo stavu nemovitosti pohlíží banky. Co v tomto ohledu prokazatelně může snížit cenu nemovitosti a co naopak může být z jeho pohledu bonus, díky kterému se nemusíte ostýchat nasadit cenu vyšší. Pro správné stanovení ceny může také nahlédnout do cenových map. Ale pozor, ani ty nemusejí být vždy směrodatné. Po internetu jich koluje mnoho a pokud nevíte, kde přesně hledat, nemusí být nalezená data vždy relevantní.

Je také dobré, ať už prodáváte sami, nebo za asistence realitní kanceláře, stanovit si cenové rozpětí od-do. Dobrý makléř vám tak ze svých zkušeností může poradit i cenu, pod kterou by vám nedoporučoval klesnout, a naopak stanovit maximální cenu, která je dle něj ještě akceptovatelná. Tak, abyste zbytečně neodradili potencionální zájemce a zároveň na prodeji netrtili.

Bude mít i jasně daný prostor pro zájemce, kteří chtějí licitovat o ceně. Není také od věci, když si přímo stanovíte, jakou jste schopni poskytnout slevu, v případě že kupující bude slevu požadovat. Děje se tak v případě rychlého jednání, kdy má připravené vlastní zdroje a nebude tak celý proces „zdržovat“ vyřizováním hypotéky.

Někdy se v nabídce objeví nemovitost, u které není cena uvedena vůbec. Může to mít více důvodů. Může se jednat o drahou nemovitost, kdy si sám prodávající nepřeje, aby cena byla u inzerátu zveřejněna, třeba i z osobních důvodů, případně to může být i součástí prodejní taktiky.

Tato strategie se ale také využívá v případech, kdy se předpokládá extrémní zájem o nabízenou nemovitost. Prodávající si s makléřem stanoví minimální cenu, kterou je schopný akceptovat. Makléř potom na prohlídce nechá zájemce nabídnout cenu, kterou jsou ochotni zaplatit. Následně potom vybere zájemce s nejvyšší nabídkou.

Někdy může být také absence ceny způsobena tím, že se mohou rozcházet názory prodávajícího a makléře na stanovení ceny. Klient si přeje neúměrně vysokou cenu, která neodpovídá stavu nemovitosti a makléř na základě zkušeností navrhuje cenu nižší. Určitým kompromisem potom je dočasná prezentace nemovitosti bez ceny. Podle reakcí jednotlivých zájemců je potom patrné, jakou cenu dokáže momentální trh akceptovat.

Pozor ale na skutečnost, že dlouhodobá prezentace nemovitosti bez ceny (pokud nejde o výše uvedené důvody, jakými jsou prodej drahé nemovitosti, nebo neuvedení ceny z taktických důvodů) může být na škodu věci.

Většina lidí, kteří si plánují pořídit nové bydlení, zadávají do vyhledávačů nemovitostí kromě požadované lokality hlavně maximální cenu nemovitosti. Ale pokud není cena uvedená, zobrazí se nemovitost až na samém konci celého seznamu nabízených nemovitostí v dané lokalitě. V praxi to znamená, že budete-li prodávat dům v hodnotě 7 milionů a neuvedete u něj cenu, tak zájemci, který hledá nemovitost v této cenové relaci a zadá do filtru požadované parametry vč. cenového rozmezí 6 až 8 mil. se potom logicky tento dům vůbec nezobrazí.

Stejně tak dělají někteří prodávající chybu, když trvají na nereálně vysoké prodejní ceně. Častým argumentem je, že na prodej vlastně nespěchají a počkají si, až jim někdo tuto cenu zaplatí. Nakonec se ale může stát to, že ve finále za nemovitost utrží mnohem méně, než za jakou cenu jim bylo doporučeno prodat. Ptáte se proč? Je to jednoduché. Po nějaké době, když není žádná odezva ze strany zájemců majitel přece jen znervózní a začne nemovitost po malých částkách zlevňovat, což je ta největší chyba, kterou může udělat.

Zkuste se na celou věc podívat z pohledu člověka, který intenzivně hledá nové bydlení a sleduje všechny aktuální nabídky, které se objeví v inzerci. Zaujme ho dům, který by odpovídal jeho požadavkům, ale je za nereálnou cenu, kterou on jako kupující nechce nebo nemůže zaplatit. Nicméně dům se mu líbí natolik, že pokaždé když prochází novinky, které se objeví v nabídce inzerát znovu otevře. Jenže když je dům inzerován už půl roku, přestane být pro něj výjimečný a zajímavý a inzerát přestane navštěvovat. Po nějaké době ještě čas od času nabídku otevře a zjistí, že každý měsíc je cena nižší o 50 000 Kč. Jak to na vás bude působit?

Začnete přemýšlet nad tím, že s nemovitostí nebude pravděpodobně něco v pořádku, jinak by byl takto pěkný dům už dávno prodaný i za větší cenu. Po roce je pro všechny zájemce tato nemovitost natolik „okoukaná“ že už jí přecházejí bez povšimnutí. Majitel stejně nakonec bude muset respektovat situaci na trhu a cenu upravit tak, aby byla pro kupující zajímavá.

Za ten rok se může ve společnosti změnit spousta věcí. Všichni víme, jak může aktuální situace ovlivnit dění ve společnosti. Ať už to je nepříjemné covidové období, které doufám, že už máme v té horší variantě za sebou, nebo současné dění na Ukrajině. Realitní trh je jedno z odvětví, které na tyto změny velmi citlivě reaguje. Jistě mi dáte za pravdu, že ceny, za které by se dala nemovitost prodat ještě před rokem v době realitního boomu už budou nyní a v blízké budoucnosti méně reálné, už jen díky neustálým se zvyšujícím úrokovým sazbám, nebo energetické krizi, která nás všechny překvapila. Jsou to všechno propojené nádoby, a to co nám ještě před rokem přišlo nereálné najednou může od základu změnit celou situaci.

Proto když prodáváte svou nemovitost využijte „wow efektu“. Chcete přece nemovitost prodat, ne ji prodávat. Udělejte maximum proto, aby ve chvíli, kdy se váš dům nebo byt objeví v nabídce byl pro případné zájemce natolik zajímavý, že budou reagovat okamžitě. Proto je nesmírně důležité zvolit vhodnou prodejní strategii a stanovit prodejní cenu tak, aby výnos z prodeje splnil vaše očekávání a zároveň byl pro druhou stranu akceptovatelný. Je to všechno tak trochu alchymie, ale věřím, že po boku zkušeného makléře dopadne všechno na jedničku, ke spokojenosti všech zúčastněných.

Cena je stanovená, podmínky dohodnuté, zbývá odsouhlasit smlouvu

Výhradní vs. nevýhradní zastoupení, Zprostředkovatelská smlouva

Tento krok je pro některé prodávající stejně emocionální a důležitý, jako je správné určení prodejní ceny. Je to záležitost, která může být pro některé z nás nekomfortní. Lidé mají obecně obavy z jakýchkoliv závazků a co si budeme povídat „upsání se“ jedné realitní kanceláři může i dnes vyvolávat v někom trochu negativní pocity. Ale je to spíš jeden z pozůstatků dob nedávno minulých, kdy realitní činnost mohl vykonávat opravdu každý a prodávající se někdy setkali s neseriózním jednání různých realitních kanceláří, nebo jedinců, kteří se v tomto oboru pohybovali.

Dnes je situace díky většímu povědomí lidí, sociálním sítím i mediálnímu prostoru, ve kterém se často toto téma probírá, mnohem uspokojivější.

V každé smlouvě by mělo být přesně specifikováno, co všechno za vás realitní kancelář v rámci své provize zajistí. Musí zde být uvedena částka, kterou vy jako prodávající za prodej obdržíte, musí být jasná výše provize pro RK, prodejní cena celkem, za kterou se nemovitost objeví v inzerci a doba platnosti smlouvy. Další obsah se může mírně lišit, v závislosti na různých doplňkových službách, které jednotlivé kanceláře svým klientům nabízejí.

Měly by být jasně definované smluvní strany. Má-li prodávaná nemovitost více majitelů je vhodnější, když se mezi sebou jednotliví majitelé dohodnou a určí osobu, která je bude v celém procesu zastupovat. Tato skutečnost by měla být uvedena už ve Zprostředkovatelské smlouvě a ověřená plná moc by měla být přílohou této smlouvy o zastoupení.

A jaký je rozdíl mezi výhradní (exkluzivní) a nevýhradní (neexkluzivní) zprostředkovatelskou smlouvou?

Oba dva typy smluv se uzavírají na dobu určitou, s možností automatického prodloužení. Nevýhradní smlouva majiteli dovoluje, aby si svou nemovitost nabízel i sám, případně do prodeje zainteresoval další makléře.

V praxi to potom vypadá tak, že jedna nemovitost je nabízena více kanceláři, častokrát i s rozdílnou cenou. Makléři se předhánějí, kdo z nich bude inzerovat nejnižší cenu, aby právě jemu případný zájemce zavolal. Není výjimkou, že v každém inzerátu je uvedená jiná užitná plocha a další nesrovnalosti, které zájemce mohou odradit.

Pravdou je, že makléři se zkušenostmi a dlouhou praxí pracují zásadně na základě výhradního zastoupení, protože vědí, že jen tak mohou svým klientům (prodávajícím i kupujícím) zajistit hladký průběh celé transakce.

Mimo jiné tím dokáží eliminovat nepříjemnou situaci, která může nastat ve chvíli, kdy mají vážného zájemce o koupi. Za normálních okolností, je-li nemovitost nabízena výhradně jednou kanceláří, může makléř kupujícím poskytnout dostatečný prostor, aby si nákup mohli promyslet, zajistit si příslib banky k poskytnutí hypotečního úvěru, včetně dalších běžných úkonů, které se k závazné rezervaci nemovitosti vztahují.

Nikdo nechce tuto výjimečnou životní situaci řešit ve stresu a pod tlakem, který je na kupující vyvíjen v případě, že je nemovitost v nabídce více kanceláří zároveň. Velmi často se zájemci již při prvním telefonátu informují, zda je nemovitost nabízena exkluzivně. Pokud ne, může se stát, že na základě předchozích negativních zkušeností od zájmu koupit odstoupí.

Výhradní zastoupení naopak znamená, že vaši nemovitost bude prodávat pouze jedna realitní kancelář. V zájmu každého makléře je (nebo by mělo být) poskytnout prodávajícím i kupujícím ten nejlepší servis. Maximálně využít všechny technologie, které podpoří prodej nemovitosti. Do prodeje je tak ochoten investovat mnohem více energie, času a peněz.

Majitel pak může vypustit všechny starosti a celý prodej nechává na makléři, se kterým si na začátku prodeje dohodne pravidla prodeje, způsob, jakým ho makléř bude informovat o prohlídkách a další organizační věci. Makléř se potom o vše postará a prodávající se může v klidu věnovat své práci a ostatním aktivitám.

Jen si představte ten chaos v případě, že nemovitost bude prodávat více kanceláří najednou. Sladit vše s dalšími pěti lidmi by bylo podstatně náročnější.

Výhradní zastoupení tak znamená to nejlepší řešení pro prodávajícího, kupujícího i realitního makléře.

Budete-li Zprostředkovatelskou smlouvu podepisovat mimo obchodní prostory zprostředkovatele, jste oprávněni od této smlouvy odstoupit bez udání důvodu do 14 dnů od jejího uzavření.

Příprava nemovitosti na prodej

Při přípravě nemovitosti na prodej doporučuji odstranit všechny nepotřebné věci. Pokud se už dlouho chystáte na „generální úklid“ tak právě teď je ten správný čas. Čím vzdušněji bude nemovitost působit, tím lépe. Zkuste si váš dům, nebo byt projít a prohlédnout očima zájemce. Upřímně, jeho nezajímají vaše osobní věci, jako jsou fotografie, sbírka váziček a podobně.

Pokud máte doma zdi plné obrázků a rodinných fotografií a dlouho jste nemalovali, tak mi dáte za pravdu, že po jejich odstranění zůstávají na zdi viditelná místa. Určitě se vyplatí rámečky s fotkami sundat, zasádrovat díry a pokoj čistě vymalovat.

Při malování rovnou opravte i okopané rohy, spravte uvolněné podlahové lišty. Stejně tak nepůsobí dobře pokud máte uvolněné garnýže. Jsou to sice maličkosti, ale ve výsledku zbytečně uberou pár bodů.



Můj tip

Připravte si všechny dokumenty

Pro hladký průběh celého obchodu rovněž doporučuji připravit si v předstihu všechny dokumenty vztahující se k prodávané nemovitosti.

Jako jsou například u domů stavební a technická dokumentace, vyúčtování energií, nabývací titul k nemovitosti.

Prodáváte-li pozemek tak doklad o existenci sítí a další technické informace.

U bytu potom např. prohlášení vlastníka, evidenční list, potvrzení o bezdlužnosti společenství, případně zápis ze členské schůze.

Rovněž je zapotřebí doložit informaci o průkazu energetické náročnosti (PENB).

Pro své klienty tento průkaz v rámci servisu zajistím.



Když obýváme malý prostor a nemáme kde si své osobní věci uskladnit, máme tendenci vršit v bytě různé krabice, přepravky atd. Je to logické, ale při prodeji opravdu nežádoucí. Byt potom vypadá zbytečně menší a stísněný. Pokud nemáte možnost přestěhovat krabice do sklepa, domluvte se svými známými a tento obsah si u nich dočasně uskladněte.

Neméně důležité je i to, aby společné prostory v bytovém, nebo panelovém domě, kde se váš byt nachází, byly v čistém a udržovaném stavu. Pokud je to ve vašem domě obtížné, pokuste se, aby alespoň patro, kde bydlíte bylo v čase prohlídek se zájemci čistě zametené a vytřené. Jsou to všechno aspekty, které zájemci vnímají. Byt může být sice v sebelepším stavu, ale když potom odcházejí a vidí neutěšené společné prostory, tak je to může od nákupu odradit.

Pokud bydlíte ve starším domě, který není odizolovaný, nebo se teprve v minulosti opravoval, může se stát, že se vinou nedostatečného větrání objeví plíseň na stěnách, za nábytkem, nebo třeba v různých zákoutích bytu. I když to může být pouze pozůstatek stavu před různými úpravami a rekonstrukcemi, tak vám tato skutečnost při prodeji velmi uškodí. Těžko potom budete vysvětlovat, že jste to jen zapomněli přemalovat. Nejsem zastáncem zakrývání skutečného stavu prodávané nemovitosti, ale tyto nedořešené úpravy budí zbytečné pochybnosti o technickém stavu.

Ať už jde o stav nemovitosti při focení nebo o dobu, kdy bude nemovitost prezentována zájemcům, dbejte na to, aby kuchyňská linka byla prázdná, nebylo zde zbytečné nádobí, dózy, obrázky na ledniče a podobné předměty, které sice činí váš domov osobitým a útulným, ale pro prezentaci jsou nežádoucí. Stejně tak doporučuji „odosobnit“ koupelnu.

V případě, že se nemovitost prodává včetně vestavěného nábytku, tak kupující zajímá i vnitřní uspořádání skříní, šaten a podobných prostor. Často se tak stává, že nahlédnou dovnitř. Není proto od věci mít tyto prostory uklizené a věci v nich srovnané. Neocitnete se potom v nepříjemné situaci, kdy se při otevření skříně vysype její obsah na podlahu.

Vzhledem k tomu, že potenciální kupec vnímá nemovitost všemi smysly, tak je nesmírně důležitá celková atmosféra. Příjemná vůně v bytě a tepelná pohoda dělají zázraky.

Zkuste si vybavit, co cítíte, když se vrátíte po delší dovolené domů. Přesně tak „dýchne“ domácnost i na vaše hosty.

Velké pozor v případě, že jste kuřáci. Je prokázáno, že dlouhodobé kouření v domácnosti snižuje hodnotu nemovitosti. Nikdy nekuřte v bytě před prohlídkou.

Stav nemovitosti při focení se dá v případě potřeby hodně vylepšit. Můžete využít například home staging. Ale to, co člověk cítí, když navštíví jeho potenciální nový domov, jej může podvědomě při rozhodování hodně ovlivnit.

Samostatnou kapitolou při prodeji jsou domácí mazlíčci, jejich pelíšky, případně toalety. Odér z nevyčištěného kočičího záchodu také může při prohlídkách napáchat hodně škody.

Pokud máte většího pejska a malý prostor, pošlete ho v době prohlídky s dětmi na procházku.

Chápu že prodávat nemovitost „za pochodu“ je nesmírně náročné, ale při zodpovědné přípravě na prodej a plánování aktivit s tím spojených lze i tuto situaci zvládnout v klidu a bez zbytečného stresu.

Můj tip

Virtuální home staging

Podáváte-li nemovitost, která je aktuálně neobydlená, ještě/nebo už zde není nábytek, je možnost využít virtuální úpravy interiéru.

Toto varianta je využívána klienty např. při prodeji novostavby.

Oproti klasickému home stagingu jde o rychlejší metodu, kdy je vaše nemovitost virtuálně doplněna o nábytek a různé doplňky.

Díky této úpravě si tak zájemce lépe představí měřítko místnosti a velikost prostoru. Takto upravené pokoje vypadají podstatně lépe a vzhled interiéru přiláká více zájemců než vybydlený, nebo nezařízený byt. Jde tak o rychlejší a podstatně levnější variantu klasického home stagingu.

Svým klientů tuto možnost nabízím.



Základem profesionálně připravené prezentace jsou fotografie nemovitosti. Každý šikovný makléř ví, jak který interiér i exteriér nafotit, aby mu neublížil. Jaký zvolit správný úhel záběru, osvětlení a v neposlední řadě „vychytat“ pro focení to správné počasí. Neméně důležité je ale také to, aby výsledné fotografie odpovídaly skutečnému stavu prodávané nemovitosti.

Drobné zkrášlení pomocí různých filtrů není na škodu, ale pokud jsou prezentované fotografie diametrálně odlišné od skutečného stavu, může být konečný efekt spíše opačný. Potencionální kupující jsou potom zklamáni a ve většině případů i naštvaní, že fotky klamou a neodráží tak skutečný stav nemovitosti.

Díky moderním technologiím, jakým jsou virtuální prohlídky získává prodej nemovitosti další rozměr. Zájemce si tak z klidu domova může projít celou nemovitost, případně se díky záběrům z dronu seznámit s okolím. Má to ale své pro i proti.

Rozhodnete-li se organizovat si prodej sami, důkladně zvažte, jestli pro vaši nemovitost bude virtuální prohlídka přínosem, nebo naopak může případné zájemce odradit.

Pokud je interiér členitý, tmavý, máte v domě hodně nábytku a osobních věcí nemusí konečný efekt být ku prospěchu věci. I když virtuální prohlídka dokáže ve většině případů vystihnout atmosféru nemovitosti, jsou případy kdy její shlédnutí může některé zájemce spíše odradit a na osobní prohlídku vůbec nejdou.

Ne všechny prodávané nemovitosti jsou novostavby s moderně zařízeným interiérem, někdy je jejich přidaná hodnota někde úplně jinde a bez osobní návštěvy nemá zájemce šanci tuto skutečnost zjistit.

I tady se vyplatí konzultovat situaci s odborníkem a pokud dispozice nebo aktuální stav nemovitosti nenahrává pořízení video záznamu, je na místě připravit k inzerátu poutavý text, který ve finále může přitáhnout více zájemců než vložená virtuální prohlídka.

Další nástroj, kterým můžete podpořit prodej je reklamní banner. Ten může přitáhnout pozornost kolemjdoucích a vzbudit tak zájem i u lidí, kteří jinak cíleně nemovitost nehledají. Pokud prodejní plachtu na vaši nemovitost umístíte, pravidelně kontrolujte, aby byla kvalitně připevněná a čistá, při větším větru se může uvolnit a nevzhledně plápolat. Nejen že to vypadá neupraveně, ale může to u zájemců vzbudit dojem, že se nemovitost prodává už delší dobu.

Organizujete-li si prohlídky sami, snažte se, aby měl každý zájemce dostatečný prostor. Nedomlouvejte si na stejný čas více návštěvníků. Dejte zájemcům čas, aby si mohli celou nemovitost v klidu prohlédnout. Připravte si odpovědi na otázky ohledně plateb za energii.

Není od věci nechat zájemce nahlédnou přímo do vyúčtování.

Organizace prohlídek

Prodáváte-li přes realitní kancelář, můžete veškerou organizaci prohlídek nechat na makléři. Kupující se cítí lépe, pokud si mohou prohlédnout nemovitost, která je prázdná. Pokud vám to situace dovolí, naplánujte si na prohlídkový den výlet, nebo návštěvu, případně se dohodněte s makléřem, že bude nemovitost prezentovat zájemcům v době, kdy jste v práci a děti ve škole. Zájemci tak mají možnost načerpat v klidu atmosféru a položit makléři doplňující otázky.

Z praxe vím, že klienti se s případnými obavami nebo nejasnostmi svěří spíše makléři než majiteli. Někdy to může být ostych, někdy se prostě jen majitele nechtějí dotknout. Zůstávají potom zbytečně nezodpovězené otázky a případné obavy, které by jinak mohl makléř rozptýlit ještě během prohlídky.

Prázdný byt, či dům je pro všechny zúčastněné mnohem komfortnější situace, než když je domácnost plná lidí. Často se stává, že si kupující přizvou na prohlídku zkušenějšího příbuzného, nebo přímo odborníka, aby zhodnotil stav nemovitosti. Když se potom v menším prostoru tísní více lidí, mají zájemci tendenci rychle nemovitost opustit.

Pokud ale nemáte možnost být v době prohlídek mimo nabízenou nemovitost, nechte vše na makléři, nezasahujte do prohlídek. Nechte ho ať zájemce provede a seznámí je se stavem nemovitosti. Domluvte si jasná pravidla. Je přirozené, že jako prodávající se budete chtít vyjádřit k určitým věcem, případně k dotazům, které na prohlídce zazní. To je v pořádku.

Makléř vás po odprezentování nemovitosti určitě rád zapojí do debaty a dá vám prostor, abyste obohatil diskuzi o různé zajímavosti, které se k vaší nemovitosti mohou vázat. Někdy může i toto neformální ukončení prohlídky přispět k úspěšnému prodeji.

Co na prohlídce neříkat

Je také důležité vědět, že přílišná upřímnost může někdy škodit. Pokud prodáváte nemovitost z finančních důvodů, nezmiňujte se o tom. Případný zájemce může této informace později využít ve váš neprospěch a požadovat snížení ceny. Stejně tak zájemce nemusí vědět, jak dlouho už nemovitost prodáváte, případně kolik lidí už u vás bylo na prohlídce. Není ani dobrou taktikou pomlouvat souseda, nebo se negativně vyjadřovat směrem ke společenství vlastníků. Příliš mnoho informací může u zájemce vzbudit obavy.

Pokud nemáte možnost být v době prohlídky mimo nemovitost a musíte být s dětmi doma je důležité dodržet pár pravidel.

Jedním z nich je uklizený interiér. Je dobré uvolnit věšáky a místo na boty, aby si měli zájemci po příchodu kde odložit. Stejně tak je žádoucí před prohlídkou vyvětrat a pustit dovnitř čistý vzduch. Mnohem lepší atmosféru můžete navodit také tím, že rozsvítíte různá interiérová osvětlení v bytě i domě, případně můžete zapálit vonné svíčky.

Naopak nechte vypnutou televizi. Když není vyhnutí a musíte ji kvůli dětem nechat zapnutou, snižte alespoň její hlasitost.

Máte-li doma domácího mazlíčka, zajistěte, aby byl po dobu prohlídky zabezpečený. Někteří pejskové jsou zvyklí intenzivně vítat každou návštěvu. Pravda je ale taková, že jsou lidé, kterým tato aktivita nemusí být z důvodů různých alergií příjemná.

Při prodeji nemovitosti hraje psychologie zásadní roli. Zájemce si udělá názor během pár prvních okamžiků. Je-li jeho první dojem špatný, nemovitost většinou nekoupí. Profesionální makléř dokáže tuto reakci rozpoznat a vhodně na ni reagovat. Navozením kladných emocí může docílit toho, že jsou klienti ochotni svůj názor přehodnotit a o nemovitosti uvažovat.

Názorným příkladem může být třeba neutěšený stav interiéru, který může zájemce odradit. Zkušený obchodník může ale argumentovat tím, že se zde klientům otvírá velký prostor na to, aby si nenáročnou rekonstrukcí uzpůsobili bydlení k obrazu svému. Může doporučit zkušeného řemeslníka, případně interiérového designera, se kterým spolupracuje.

S klienty se pobaví o tom, jak by si své nové bydlení představovali, jaký styl se jim líbí a co by v jejich novém domově nemělo chybět. Původní negativní emoce tak mohou ustoupit do pozadí a z nedostatku může být rázem přednost.

Po prohlídce

Pokud jste dodrželi všechna pravidla a měli štěstí, brzo se může ohlásit vážný zájemce o koupi. Prvotní euforii ale může vystřídat stav, kdy začnete pochybovat, jestli celý náročný proces zvládnete. Nastává náročnější úsek celého prodeje. Nyní už nezáleží pouze na vás, ale do obchodu vstupuje i druhá strana a vy budete muset respektovat její názor a případné požadavky.

Může zde nastat nespočet různých variant a situací, se kterými se budete muset vyrovnat. Můžete být například překvapeni velkým množstvím zájemců, kteří na zveřejněný inzerát v krátké době reagovali a mají zájem o prohlídku. Tady může vyvstat otázka, jestli nenabízíte nemovitost pod cenou.

Co teď ale s tím, začít s nimi licitovat o ceně? Bude to druhá strana respektovat? Jsou situace, na které se připravit nedá a v případě prodeje nemovitosti to platí dvojnásob.

Velké množství zájemců je tak samozřejmě ta lepší varianta.

Zjistěte si od zájemce, jakým způsobem plánuje koupi financovat. Není ojedinělé, že lidé nejdříve musí prodat svou nemovitost, aby si mohli koupit jinou. Toto může být běh na dlouhou trať a celý proces vyžaduje koordinaci někoho, kdo se v oboru pohybuje.

Hodně zájemců vystupuje jako "klienti s hotovostí" ale po bližším se seznámení s jejich situací zjistíte, že vlastně zatím žádnou hotovost nemají. Kalkulují tak s penězi, které obdrží až ve chvíli, kdy je jejich nemovitost prodaná. V dobré víře je tak můžete upřednostnit před těmi, kteří vás již při prvním kontaktu informovali o tom, že případnou koupi budou financovat hypotečním úvěrem, který navíc už mohou mít předschválený.

Celý obchod s nejistým výsledkem se tak může o několik měsíců protáhnout. Jestli mohu upřímně doporučit, pokud se do této situace dostanete a prodej vaší nemovitosti bude záviset na úspěšném prodeji jiné nemovitosti, neřešte to sami. I když se jedná o celkem standardní situaci a děje se to poměrně často, je nesmírně důležité, aby nad celou transakcí dohlížel zkušený makléř, který má v tomto směru bohaté zkušenosti. Budete tak mít větší jistotu, že vše dopadne ke spokojenosti všech zúčastněných.

Pokud je do prodeje nemovitosti zapojený makléř, pracuje podle osvědčených postupů. Vhodně zvolenými otázkami dokáže už při prvním hovoru se zájemcem zjistit jeho skutečné potřeby a ujistí se, že prodávaná nemovitost je pro klienta vhodná. Informuje se, jak dlouho už nové bydlení hledá, a co konkrétně je pro něj důležité.

Dokáže tak eliminovat zbytečné prohlídky a nemovitost tak prezentuje cíleně. Odbourává prohlídky realitních turistů, kteří tak rádi objíždějí všechny nabízené nemovitosti v okolí, ale žádnou z nich nikdy nekoupí.

Mimo jiné si před každou plánovanou prohlídkou zjistí, jakým způsobem bude který z klientů nákup financovat. Vyskytne-li se potom více potencionálních kupců, rovnou už navrhne jednání s tím, u koho jsou ty nejlepší předpoklady pro rychlý a úspěšný prodej. Do dalšího kroku tak vstupuje s již prověřeným klientem.

Vyjednávání o ceně

V zásadě každý kupující se pokusí vyjednat slevu. Někdy se tak vyjádří už ve chvíli, kdy potvrzuje zájem o vaši nemovitost, není ale výjimkou, že požadavek na slevu vznese až ve chvíli, kdy už je vše domluveno, odsouhlaseno a řeší se příprava smluvní dokumentace. Je to tak trochu taktika ze strany kupujících.

Mezi nejčastější argumenty může patřit například způsob financování. Zájemce argumentuje tím, že má připraveny vlastní zdroje a obchod může být rychlý. Pokud prodávající nesouhlasí, pohrozí mu, že od transakce odstoupí.

Dalším argumentem může být kritika stavu nemovitosti. Velmi často se stává, že si kupující přizvou někoho z rodiny. Člověka, který jak říkají „tomu rozumí“. Ten pak, většinou cíleně, zkritizuje stav nemovitosti a jako by na oko se snaží zájemce od koupě odradit. Všechno je podle něj špatně a on by za to určitě ty peníze nedal.

Osvědčenou praktikou dále může být informace o tom, že nevyšel odhad banky, v případě že si zájemce bude brát na koupi hypotéku. Toto samozřejmě může a nemusí být pravda. Proávající, který není do těchto postupů zasvěcen většinou nemá argumenty na to, aby si svůj postoj obhájil.

Toto všechno jsou samozřejmě běžné důvody pro vyjednání slevy, ale člověk, který si sám prodává nemovitost, většinou poprvé v životě může být všemi těmito výtkami ze strany kupujících zaskočen.

Představa, že by celý maraton okolo prodeje musel absolvovat znovu s dalším případným kupcem ho donutí, že nakonec na požadovanou slevu kývne. I když ta může být neúměrně vysoká.

Naproti tomu zkušený makléř přesně ví, jaká sleva je ještě reálná a co už je za hranou. Je to neocenitelný pomocník ve chvíli, kdy působí jako prostředník mezi oběma stranami. Někdy se totiž může situace natolik vyhrotit a hlavní slovo mají emoce a ega všech zúčastněných, že ani jedna strana nechce udělat vstřícný krok a z prodeje nemovitosti nakonec sejde.

Maléř ví, jaké jsou triky pro vyjednání slevy a díky rozpoznání strategie dokáže reagovat. Dokáže vám tak ušetřit i několik stovek tisíc, o které byste mohli v případě neznalosti těchto praktik mohli přijít.

Všechny podmínky prodeje by tak měly být odsouhlaseny dříve, než se začnou sepisovat kupní smlouvy. Proto si s druhou stranu ujasněte zejména:

- Kupní cenu.
- Způsob úhrady (z vlastních zdrojů kupujícího, nebo z hypotéky).
- Typ úschovy kupní ceny (advokátní, notářská, bankovní úschova).
- Co všechno bude součástí prodeje (někdy se strany dohodnou a součástí prodávané nemovitosti může být například její vybavení).
- Zástavní práva a věcná břemena (jakým způsobem bude probíhat výmaz zástavního práva).
- Termín předání nemovitosti.

Smluvní dokumentace

Prvním dokumentem, který byste měli při prodeji nemovitosti podepsat je Dohoda o složení blokovací jistiny (rezervační smlouva), která bude tvořit základ pro přípravu smluvní dokumentace. Smlouva by měla obsahovat údaje, na kterých se smluvní strany dohodly. Mělo by zde být mimo jiné uvedeno jakým způsobem bude ošetřena úschova finančních prostředků.

Nejvíce využívanou je advokátní, případně notářská úschova, v ojedinělých případech si klienti vyžádají úschovu bankovní, která je ale jak finančně, tak i procesně náročnější.

Někdy se stane, že majitelé odmítají podepsat rezervační smlouvu a chtějí rovnou přistoupit k podpisu smlouvy kupní. Toto není správné řešení. Nikdy předem nevíte, jak dlouho bude trvat, než dojde k podpisu kupních smluv. Situace se může zkomplikovat například tím, že kupující má problém s vyřízením hypotéky a musí žádat znovu v jiné bance. Celý proces se tak může i o celý měsíc protáhnout.

Podepsaná rezervační smlouva slouží především jako záruka pro obě strany, že obchod proběhne za předem domluvených podmínek a její obsah eliminuje případná nedorozumění.

Pokud vás zastupuje makléř, bývá rezervační smlouva ve většině případů trojstranná. Účastníky jsou prodávající, kupující a realitní kancelář. Výše rezervačního poplatku by v tom případě neměla být větší než 2/3 z celkové výše provize realitní kanceláře.

Kupní a úschovná smlouva

Mnoho prodávajících, kteří si řeší prodej svépomocí, má představu, že použijí smlouvy stažené z internetu a doplní pouze své osobní údaje a informace o nemovitosti. Vzhledem k tomu, že se jedná o jeden z nejdůležitějších dokumentů při prodeji, tak by jej měl připravovat specializovaný advokát, nebo právník, který má zkušenosti v oblasti převodu nemovitostí. V tomto případě se opravdu nevyplatí šetřit. Nekvalitní kupní smlouvou si totiž můžete zadělat na pořádný malér.

Soubor smluvní dokumentace totiž neobsahuje pouze Kupní smlouvu, ale zároveň je také třeba ošetřit úschovu finančních prostředků. Toto ujednání bývá někdy součástí kupní smlouvy, někdy se jedná o samostatný dokument. V neposlední řadě je zapotřebí připravit Návrh na vklad, který se současně s úředně ověřenou kupní smlouvou vloží na příslušný katastrální úřad, a na jehož základě bude nemovitost převedena na nového vlastníka.

I když si budete prodej realizovat bez asistence realitní kanceláře, nikdy si nepřipravujte smlouvy sami a oslovte odborníka. Vyvarujete se tak mnohým problémům, které mohou díky nekvalitně připraveným smlouvám nastat.

Zástavní smlouva

Ve většině případů je koupě nemovitosti financována hypotečním úvěrem. Jedním z dokumentů, které kupující od banky obdrží je Zástavní smlouva.

Účastníkem smlouvy je příslušná banka a prodávající subjekt. Kupující je zde „pouze“ vedlejším účastníkem. Je to z toho důvodu, že ve chvíli, kdy kupující tuto úvěrovou dokumentaci podepisuje není ještě vlastníkem nemovitosti.

Někteří prodávající se nad tímto faktem pozastavují a mají k podpisu zástavní smlouvy výhrady. Ale jakékoliv obavy zde nejsou na místě. Je to standardní postup. Po vložení zástavní smlouvy na katastrální úřad, odesílá banka peníze na úschovný účet uvedený v kupní smlouvě.

V odkazu na metodiku různých bank se podmínky pro čerpání úvěru mohou mírně lišit, ale je zbytečné zde zabíhat do podrobností. Makléř je většinou dopředu informován, jakou úvěrující banku bude kupující využívat a po dohodě s finančním specialistou nechá tyto informace zpracovat do kupní smlouvy.

Připsání kupní ceny na úschovný účet

Správce kupní ceny by měl neodkladně informovat zúčastněné strany o připsání částky na jeho účet. Ve chvíli, kdy je na úschovném účtu složena celá kupní cena a správce toto písemně potvrdí je možné podat na katastrální úřad návrh na vklad vlastnického práva.

Přepis nemovitosti

Po podání návrhu na vklad začne běžet 20denní ochranná lhůta. Tato lhůta je povinná a nelze ji nijak zkrátit. Vkládáte-li na katastrální úřad jakoukoliv listinu, vždy se musí s touto ochranou lhůtou počítat.

V této lhůtě čeká katastrální úřad na jakoukoliv zpětnou vazbu ze strany majitele. V případě že majitel na dopis nereaguje, bere to úřad jako souhlas s probíhající změnou. V opačném případě je nutné katastrální úřad kontaktovat a požádat o zastavení řízení.

Po ukončení této lhůty může být povolen vklad.

Teoreticky tak může být nemovitost přepsaná už za 21 dnů. Tady hodně záleží, o jaký konkrétní katastrální úřad jde. Pokud je to úřad v menším městě, je přepis rychlejší, jde-li o katastrální úřad ve velkém městě, může trvat přepsání na nového vlastníka déle. Je ale dána zákonná lhůta a přepis musí být proveden maximálně do 30 dnů od podání návrhu na vklad.

Vyplacení kupní ceny

Výplata kupní ceny bývá podmíněna nejen přepisem nemovitosti na nového majitele, ale i samotným zápisem na listu vlastnictví. Nesmí na něm být uvedena žádná práva třetích osob, jako dluhy, zástavní a věcná práva vyjma zástavního práva smluvního zřízení ve prospěch úvěrující banky nových majitelů.

Předání nemovitosti

Datum předání nemovitosti záleží čistě na dohodě prodávajícího s kupujícím. Doporučuje se, aby předání proběhlo po přepisu vlastnického práva. Není ale výjimkou, že se strany domluví a nemovitost si předají ve chvíli, kdy jim správce potvrdí připsání celé kupní ceny na jeho účet. Při předání nezapomeňte vše zaznamenat na předávacím protokolu a protokol podepište. Vyhněte se tak případným komplikacím, které mohou v budoucnu nastat.

Měly by tam být například zaznamenány stavy měřičů, počty předávaných klíčů, popis vybavení. Je dobré novým majitelům předat veškerou stavební dokumentaci, kterou máte k dispozici, instrukce k ovládání topení, různé revize a záruční listy, návody ke spotřebičům a podobně. Pokud máte k dispozici, tak originál technické zprávy k nemovitosti.

Přepis energií

Přepis energií by měl proběhnout už v součinnosti s kupujícím. Nejrychlejší a nejjistější způsob je navštívit společně pobočku dodavatele a vše vyřídit osobně. Stejně tak lze provést tuto změnu elektronicky, v aplikaci příslušného dodavatele.

V případě že necháte tento úkon na kupujícím a dáte mu plnou moc, zkontrolujte, že na sebe všechny energie opravdu převedl.

Bude záležet na tom, zda nový majitele zůstane u původního dodavatele nebo bude uzavírat smlouvu s dodavatelem novým. Pro přepis odběrného místa a převedení smlouvy budete potřebovat stav měřičů a poslední faktury.

Daňová povinnost při prodeji nemovitosti

Daň z příjmu z prodeje nemovitosti není to samé jako daň z nemovitosti (**Daň z nemovitých věcí**).

Sazba daně je 15 %, nikoliv ale z celkové prodejní ceny nemovitosti, ale pouze ze zisku. V praxi to znamená, že daň odvedete pouze z kladného rozdílu mezi cenou, za kterou jste nemovitost pořídili a cenou, za kterou jste ji prodali.

U prodeje nemovitosti je ale možné najít případy, kdy můžete být od úhrady této daně osvobozeni. Mezi ně patří například:

- 5/10 leté vlastnictví nemovitosti, nebo 2 leté bydliště (tímto se rozumí, že bydlištěm poplatníka je místo, kde má mimo jiné zřízený trvalý pobyt). Pokud tedy vlastníte nemovitost, kterou jste nabyli do roku 2020 a vlastníte-li jí déle než 5 let, tato povinnost se na vás nevztahuje. Pro nemovitosti pořízené po roce 2021 platí časový test 10 let.

- Převod členských práv k družstevnímu bytu. Povinnost se na vás nevztahuje v případě, že doba mezi nabytím členských práv a jejich převodem přesahuje dobu pěti let.

- Využití získaných peněz pro uspokojení bytové potřeby. Od povinnosti budete osvobozeni, pokud získané peníze investujete do pořízení nového bydlení, a to ve lhůtě 1 roku od doby nabytí peněz. Pozor, je zde ale povinnost přijetí peněz oznámit vašemu Finančnímu úřadu!

- Dědictví – časový test splnil zůstavitel (fyzická osoba, jejíž majetek, práva a závazky přecházejí po smrti na jeho dědice). Při prodeji nemovitosti, kterou jste nabyli v rámci dědictví po osobě, která byla příbuzným v přímé řadě, nebo manželem či manželkou, se pětiletý časový test zkracuje od doby, po kterou zůstavitel nemovitost prokazatelně vlastnil.

Naopak **Daň z nemovitých věcí** v případě prodeje vaší nemovitosti už příští rok platit nebudete, za tuto platbu už bude zodpovědný nový majitel. Ten je povinen do 31. ledna podat na příslušný Finanční úřad daňové přiznání k dani z nemovitých věcí a do 31. května daného roku tuto daň zaplatit. Tato skutečnost se týká všech, kdo koupili, zdědili, nebo dostali darem nemovitost.

Finanční úřad vám potom každý rok, bude zasílat složenku k úhradě této daně.

Tímto je celý proces prodeje vaší nemovitosti definitivně u konce.



ZÁVĚREM

Pokud jste ve čtení došli až sem, pravděpodobně se o problematiku prodeje nemovitosti zajímáte opravdu do hloubky a nechcete nechat nic náhodě.

Ať už zvolíte jakoukoliv cestu a zkusíte prodej svépomocí nebo oslovíte realitní kancelář, přeji vám, ať vše proběhne v klidu a hladce.

Bude mi potěšením, pokud se o své zkušenosti budu moc podělit osobně i s vámi a podílet se tak na prodeji vaší nemovitosti.



Štěpánka Štovičková