

ZOZNAMREALIT.SK vám pomáha predávať už 10 rokov



PORTÁL REALITNÝCH KANCELÁRIÍ

ZOZNAMREALIT.SK

Tento rok oslavujeme 10 rokov od spustenia realitného portálu www.ZoznamRealit.Sk. Časom k nemu pribudli zahraničné portály, ktoré spolu vytvorili medzinárodnú sieť realitných portálov so stabilnou návštevnosťou 100-tisíc unikátov mesačne (marec 2016). Portál sa v roku 2014 presunul zo súkromných rúk do vlastníctva neziskovej organizácie - Združenia realitných kancelárií Slovenska (www.zrks.sk). To znamenalo garanciu cien inzercie pre členov ZRKS priamo v stanovách Združenia. Po turbulentnom období zneužívania dominantného postavenia na trhu zo strany iných komerčných portálov garantuje ZRKS v stanovách aj možnosť napojenia sa na www.ZoznamRealit.Sk z ľubovoľného softvéru formou API rozhrania.

Efektivita inzercie

Portál www.ZoznamRealit.Sk má stabilnú návštevnosť a výrazne nižší počet ponúk ako ostatné komerčné portály. Nižšia ponuka síce znamená menší výber pre záujemcov, ale pre inzerentov výrazne zvyšuje efektivitu inzercie a vynaložených prostriedkov. Vaša ponuka sa totiž nestratí v tisíckach iných ponúk a pravdepodobnosť, že sa záujemca ozve práve vám je podstatne vyššia. Aj z tohto dôvodu máme dlhoročných inzerentov. **Platí, že realitné kancelárie, ktoré začínajú na www.ZoznamRealit.Sk inzerovať, už neodchádzajú. Dôvodom je aj to, že sa nemenia poplatky.** Cena inzercie na www.ZoznamRealit.Sk sa za dlhé roky existencie portálu nezmenila ani o cent. V cene 180€ za rok je inzercia na piatich portáloch a to v neobmedzenom množstve. Zaplatíte tak len 3 € za jeden portál mesačne! Od roku 2014 už cenu nezvýšime, ručia za to stanovky ZRKS.

Portál vlastní realitné kancelárie

Spolumajiteľom jediného portálu na Slovensku s garanciou ceny inzercie sa môžete stať aj vy, stačí sa stať členom ZRKS (www.zrks.sk). Podporovať myšlienku spoločného predajného kanálu môžete aj mimo členstva v ZRKS, napíšte nám na info@zrks.sk a my vám povieme ako. „**Portál www.ZoznamRealit.Sk stále aktualizujeme a vylepšujeme. Investujeme nielen do optimalizácie, ale aj do modernej grafiky,**“ uviedol prevádzkovateľ Marek Šubrt. Pred viac ako troma rokmi sme rozbehli redakciu s článkami, kde prispievajú aj realitné kancelárie a robia si tak PR. S vašou podporou budeme ešte viac rásť a vašou odmenou budú uzavreté obchody, vlastný portál a garantované ceny.

Pridajte sa k nám
a budete ešte úspešnejší!

Ako išiel čas so ZOZNAMREALIT.SK

2006

- spustenie portálu www.ZoznamRealit.Sk

2008

- vznik medzinárodnej siete portálov (AT, HU, CZ, EN)

2010

- vytvorenie sekcie novostavby a celkový redizajn portálu

2013

- spustenie mobilnej aplikácie pre android

2014

- prevedenie portálu zo súkromných rúk na neziskové združenie ZRKS

2016

- 166 inzerujúcich realitných kancelárií
- stabilná návštevnosť 100-tisíc mesačne
- viac ako 20-tisíc ponúk

Realitné kancelárie potrebujú kvalitný marketing ako soľ



Úspešné fungovanie realitnej kancelárie na trhu si vyžaduje nielen inzerciu, obhliadky a niekoľko zrealizovaných obchodov, ale aj vytváranie PR a marketingových aktivít. Tie sú dôležité, aby realitná kancelária nestagnovala a vďaka reklamným aktivitám si vytvárala dobré meno, dostávala sa do povedomia verejnosti a tak bola úspešnejšia, väčšia, bohatšia. Väčšina majiteľov realitných kancelárií sa budovaním svojej značky bráni a skončí pri vytvorení loga, webovej stránky a inzercie na realitných portáloch. Niektorí dokonca stále fungujú na klasickej inzercii v schránkových novinách, občas je vidieť nejaký billboard. To všetko je, žiaľ, žalostne málo. Lebo aj v realitnej oblasti predsa platí, koho nie je vidieť, akoby v biznise ani nebol.

Prax v realitných kanceláriách ukazuje, že nie sú naklonené vyhadzovaniu peňazí na profesionálnejší marketing. Väčšinou sa snažia iba na začiatku, keď sa rozbiehajú a potom robia už len to najnutnejšie s odôvodnením, že potrebujú predávať a nie strácať čas a míňať prostriedky na reklamu. Majitelia realitných kancelárií výdavky na reklamu, marketing a PR vnímajú ako náklady a to je hlavná chyba. Vynaložené peniaze by skôr mali chápať ako investíciu do vlastnej firmy, ktorá sa určite vráti a pomôže realitným kanceláriám prekonať aj horšie časy. Veď len pred nedávnom tu panovala hospodárska kríza, ktorá sa negatívne pretavila aj do stavebníctva, de-

velopmentu a aj do realitnej oblasti. Teraz však stavebníctvo nabralo nový dych a to značí, že realitné kancelárie majú šancu predávať. Obchody však treba robiť systematicky, pravidelne a efektívne. Zrealizovať obchod nemá byť pre realitnú kanceláriu len obrovský boj s konkurenciou, ale samozrejmosť. Vtedy nastupuje potreba tzv. realitného marketingu, ktorý v tomto procese môže byť veľmi prínosným nástrojom.

Predaj môže stagnovať alebo ísť pomalším tempom, ak nerealizujeme aktívnu podporu marketingových a komunikačných nástrojov. Alebo v tom najhoršom prípade, ak ich realitná kancelária nevyužíva vôbec. Je

však veľmi naivné si myslieť, že riadková inzercia, webstránka a pár letákov predstavujú realitný marketing. Samozrejme, že aj na realitnom trhu sú svetlé výnimky. Aj napriek investíciám, ktoré si budovanie realitného marketingu vyžadujú, sú u nás na trhu moderné realitné kancelárie, ktoré marketing dávajú na popredné miesta vo svojom biznis pláne. Robia a realizujú komplexný marketing so zretelom na PR svojej realitnej kancelárie. O to viac im v tejto snahe pomáhajú aj členstvá v rôznych združeniach realitných kancelárií, ktoré pri budovaní PR majú svoje obrovské zastúpenie. Jedným z nich je aj Združenie realitných kancelárií Slovenska, ktoré má vytváranie PR zakladajúcich členov a členov ako hlavnú prioritu. Môžu využívať logo združenia, pečat overeného člena, publikovať odborné články a aktívne sa zapájať do diania súvisiaceho s predajom nehnuteľností.

Budovanie PR v realitnej oblasti

Realitné kancelárie propagujú svoju firmu veľakrát len logom vystaveným na budove. Klient, ak vidí logo a pries-

tory realitnej kancelárie, vníma ju len ako prostriedok predaja a prenájmu nehnuteľností. Možno má záujem vedieť viac a práve tu nastupuje vhodne zvolené poslanstvo reklamy, ktoré je nevyhnutné posunúť na vyššiu úroveň. Majitelia realitných kancelárií tak zvažujú, za aké hranice svojich investícií ísť. Je pochopiteľné, že v tejto sfére je to veľmi náročná otázka. Ale bez budovania značky realitnej kancelárie (tzv. brand buildingu realitnej kancelárie) a budovania kvalitného public relations (PR) ostáva realitná kancelária len nástroj, kde sa mechanicky predávajú, alebo prenajímajú nehnuteľnosti. Ako to teda zmeniť? Verejnosti treba ponúknuť a povedať oveľa viac, aby realitnú kanceláriu vnímala pozitívne, zapamätala si ju a chcela jej služby odporúčať ďalej. Toto je malý krok k tomu, ako postupne budovať dobré meno, povest a imidž realitnej kancelárie. Nič perspektívnejšie pre rozvoj realitnej kancelárie neexistuje v tak obrovskom konkurenčnom tlaku, ako sú jej referencie, dobré meno a PR. Dobré meno je niekedy oveľa viac ako 100 výtlačkov klasickej bulletinov alebo letákov. Samozrejme, že aj tie majú svoje opodstatnenie v realitách, ale skôr možno pre iný segment, tak ako je to v stále dobrom postavení riadkovej inzercie. Tá už nie je žiadnym fenoménom, treba sa pokúsiť ísť o level vyššie.

V tomto prípade nesmieme zabúdať aj na lokálnosť reklamy. Z hľadiska rozpočtu je pre lokálnu realitnú kanceláriu veľmi náročné realizovať celoslovenskú komunikačnú kampaň. Realitná kancelária preto pochopiteľne sústreďuje svoju pozornosť lokálne, a to zväčša cez inzerciu, sociálne siete, Facebook a internet, jeho nástroje, ako je e-mailing, direct marketing, telemarketing a podobne. Väčšinou to, čo je dostupnejšie a lacnejšie. Po čase však nastupuje otázka, či je to takto postačujúce a dokedy.

Ako najlepšie začať?

V ďalšom čísle Newslettera ZRKS preto budeme v téme pokračovať. Dozviete sa desať hlavných bodov, na základe ktorých si vybudujete marketing, ktorý vás posunie vpred.

PhDr. Ivana Kerestúrová, PhD.

Slovník realitného marketingu

ZNAČKA

je súhrn funkčných a emočných hodnôt. Práve značka často predstavuje hlavným motívator nákupných rozhodnutí zákazníkov. Aj v prípade realitného marketingu je značka/meno/logo realitnej kancelárie nástroj prvého kontaktu s klientom a od nej sa odvíja prvá emócia, na základe ktorej si klient vytvorí dojem alebo názor.

BRAND BUILDING

je proces budovania značky, v ktorom postupne a strategicky vytvárame meno, identitu a imidž realitnej kancelárie vo vzťahu k verejnosti. Snažíme sa dostať do povedomia verejnosti v pozitívnom zmysle a odlíšiť sa od konkurencie.

IMIDŽ

zastrešuje súhrn predstáv, názorov a dojmov širokej vernosti k nejakému objektu. Imidž je neodmysliteľnou súčasťou brand buildingu realitnej kancelárie, ku ktorému sa radia aj ďalšie aspekty. Patrí sem najmä celkové vystupovanie majiteľov, maklérov, ich povest, meno, logo firmy aj sídlo realitnej kancelárie.

DIRECT MARKETING

(priamy marketing) je súbor marketingových a komunikačných techník. Patrí sem napr. aj e-mailing, telemarketing, newsletter. Ide o priame oslovenie konkrétneho klienta, priamo na jeho adresu alebo email. Táto technika je pre realitný biznis ako stvorená.

MARKETINGOVÝ MIX

predstavuje komplex štyroch hlavných nástrojov (4P – produkt, price, place, promotion), ktoré firma definuje hlavne na začiatku podnikateľskej činnosti a podľa nich nastavuje aj svoj marketingový plán. Ide o definíciu produktovej, cenovej, distribučnej a komunikačnej politiky.

MARKETINGOVÝ PLÁN

popisuje celkové marketingové prostredie a marketingové ciele v strategickom (dlhodobom) charaktere. Je podkladom pre ďalšie plány vo firme. V prípade realitnej kancelárie je možné mať vypracovaný marketingový plán v súvislosti so stanovením rozpočtu na promotion/reklamu a voľby vhodných komunikačných techník na prezentáciu realitnej kancelárie.



DOBA TRVANIA ZMLUVY O SPROSTREDKOVANÍ KÚPY NEHNUTEĽNOSTI

V predchádzajúcom vydaní Newsletteru ZRKS sme v rámci právnej poradne venovali pozornosť problematike uzatvárania zmlúv o sprostredkovaní kúpy nehnuteľnosti a niektorým jej náležitostiam. V nadväznosti na tento príspevok sa v tomto článku budeme zaoberať ďalšou dôležitou náležitosťou sprostredkovateľskej zmluvy, ktorou je dohoda zmluvných strán o dobe trvania zmluvy.

Napriek tomu, že absenciu dojednania doby trvania sprostredkovateľskej zmluvy právny poriadok nesankcionuje neplatnosťou zmluvy, túto náležitosť odporúčame medzi zmluvnými stranami výslovne upraviť. Exaktné vymedzenie doby, v rámci ktorej sú zmluvné strany prejavmi vôle obsiahnutými v zmluve viazané, umocňuje mieru právnej istoty oboch zmluvných strán ohľadom úkonov spadajúcich pod režim upravený uzavretou zmluvou. Realitný sprostredkovateľ si je potom istý tým, že pokiaľ v danej dobe dosiahne cieľ dohodnutý s klientom ako výsledok jeho činnosti, bude mať právo

požadovať od klienta zaplatenie dohodnutej odmeny a klient má zase istotu v tom, že ak realitný sprostredkovateľ v danej dobe cieľ dohodnutý s klientom ako výsledok jeho činnosti

nedosiahne, nebude uplynutím dohodnutej doby ďalej prejavom svojej vôle vyjadrenej v zmluve viazaný a realitnému sprostredkovateľovi odmenu platiť nemusí. V tejto súvislosti je potrebné klásť dôraz na upravenie vzniku nároku realitného sprostredkovateľa na províziu tak, aby tento vznikol aj v prípade, ak sprostredkovateľská zmluva medzi ním a klientom zanikla, ale klient uzavrie zmluvu, na základe ktorej nadobudne vlastnícke právo k nehnuteľnosti, ktorú mu sprostredkoval svojou sprostredkovateľskou činnosťou maklér. Tejto problematike sme sa podrobnejšie venovali v predchádzajúcom príspevku.

Kratšia či dlhšia doba trvania zmluvy?

Činnosť realitného sprostredkovateľa pri sprostredkovaní kúpy nehnuteľností je dosť zásadným spôsobom limitovaná aktuálnym potenciálom trhu nehnuteľností. Kratšia doba trvania zmluvy v tomto prípade síce zvyšuje motiváciu

spostredkovateľa vyvíjať aktivity smerujúce k dosiahnutiu dohodnutého cieľa, znižuje však priestor zahrnúť do ponuky prezentovanej klientovi väčšie množstvo nehnuteľností, ktoré za predpokladu dlhšej doby trvania zmluvy môžu byť ponúkané na trhu nehnuteľností. Kratšia doba trvania zmluvy zároveň zvyšuje potenciál pre dosiahnutie dohody realitného sprostredkovateľa o exkluzivite sprostredkovania kúpy nehnuteľnosti pre klienta.

Aký spôsob úpravy doby trvania zmluvy zvoliť?

Ako vhodný spôsob úpravy doby trvania sprostredkovateľskej zmluvy považujeme dohodu zmluvných strán o uzavretí sprostredkovateľskej zmluvy na dobu určitú v trvaní obdobia, za ktoré si realitný sprostredkovateľ trúfa dosiahnuť cieľ dohodnutý s klientom ako výsledok jeho činnosti, s možnosťou predĺženia doby trvania zmluvy automaticky o rovnakú dobu, na ktorú bola sprostredkovateľská zmluva uzavretá, a to za predpokladu, že klient v určitej lehote pred uplynutím doby trvania zmluvy (napr. 30 dní) nevyjadrí záujem v spolupráci s realitným sprostredkovateľom ďalej nepokračovať.

V záujme vymožitelnosti práv a povinností zmluvných strán na tomto mieste opätovne zdôrazňujeme vhodnosť dohodnúť podmienky sprostredkovateľskej zmluvy v písomnej forme. ■

JUDr. Branislav Kšiňan

Autor je konateľom a advokátom v Advokátskej kancelárii Consiliaris, s. r. o.

NEHNUTEĽNOSTI? OSLOVTE OVERENÚ REALITNÚ KANCELÁRIU.



ZRKS
ZDRUŽENIE REALITNÝCH
KANCELÁRIÍ SLOVENSKA

www.ZRKS.sk



Z R K S

ZDRUŽENIE REALITNÝCH
KANCELÁRIÍ SLOVENSKA

ZRKS existuje 2 roky.

Čo všetko sa podarilo?

Prvého mája 2016 Združenie realitných kancelárií Slovenska oslavuje už druhý rok od svojho založenia. Momentálne má združenie 13 zakladajúcich členov a viac ako 40 aktívnych členov z rôznych častí Slovenska. Noví členovia vstupom do ZRKS získavajú významnú participáciu vo využívaní výhod a účasti na všetkých organizačných činnostiach realizovaných zo strany združenia.

Združenie počas dvoch rokov prešlo viacerými zmenami. Tie sa prejavili aj v náraste počtu nových členov v združení. Jedným z hlavných lákadiel, ktoré motivuje nových členov pre vstup do ZRKS, je najmä jednotnosť v realitnom obchodovaní, ktoré združenie presadzuje. Ide najmä o slušnosť, etiketu a férové pravidla, ktoré vychádzajú z etického kódexu odsúhlaseného Správnou radou ZRKS a ktoré sa všetci členovia svojim podpisom zmluvy zaviazali dodržiavať. Veľkou pridanou hodnotou pre združenie a najmä pre jej členov je taktiež realitný portál www.ZoznamRealit.Sk, s nízkymi a garantovanými cenami inzercie, stabilnou cenovou politikou a otvoreným API rozhraním. Nesmieme v tomto prípade opomenúť aj ďalší nástroj podporovaný a aktívne využívaný členmi združenia, a to odborné realitné fórum.

Tento nástroj umožňuje členom vo fóre spolu diskutovať, pridávať odborné rady a pripomienky v oblasti realitného biznisu.

Značným obohatením pre celé združenie a pre jeho celkové PR bolo vydanie prvého čísla informačného letáku Newslettera začiatkom roka 2015. Momentálne čítate už piate vydanie tohto odborného periodika v oblasti realít, ktoré jednoznačne plánujeme vydávať aj naďalej. Ak hovoríme o PR aktivitách združenia, ďalším ktorom pre posilnenie postavenia združenia vo vzťahu k verejnosti/klientom realít, bolo vytvorenie zlatej pečate pre členov združenia. Pečať sa tak stala veľmi efektívnym marketingovým nástrojom, ktorého hlavnou výhodou pre realitnú kanceláriu bolo potvrdenie férového obchodovania s klientmi. Pečať môžu realitné kancelárie používať na svojej webovej stránke,

umiestňovať na rôzne tlačové materiály, ktoré sú distribuované ich klientom.

Veľmi významnou udalosťou pre združenie bolo stretnutie majiteľov členských realitných kancelárií v Dudinciach. Na konferencii sa stretlo mnoho odborníkov z realitného biznisu, ktorí rokovali o rôznych činnostiach týkajúcich sa aj združenia. Jednou z hlavných diskusií, bola aj téma o projekte ZRKS - Exclusive Co-broke, ktorej cieľom je podporiť vzájomnú spoluprácu a exkluzivitu realitných ponúk. V tomto projekte združenie samozrejme plánuje pokračovať aj naďalej. Konferencie podobného charakteru prispievajú k významnej pracovno-profesijnej spolupráci členov združenia, ale sú zároveň posilou pre vytvorenie nových kontaktov v realitnej oblasti. Preto sa na ďalšiu konferenciu realizovanú zo strany ZRKS môžeme tešiť aj tento rok.

Všetkým členom ZRKS ďakujeme za podporu, ktorú nám počas dvoch rokov existencie združenia prejavovali a veríme, že naše rady

- Vzorové zmluvy pre maklérov
- Online fórum realitných kancelárií
- Billboardy pred katastrom v Bratislave
- Zlatá pečať pre členov ZRKS
- Konferencia majiteľov RK v Dudinciach
- Vydávanie newslettera združenia
- Unikátny predaj cez Exclusive Co-Broke
- Dopyty nehnuteľností pre členov ZRKS

sa budú rozrastať. Chceme slúžiť svojim členom a prispievať k zdravému fungovaniu realitného trhu na Slovensku. ■

Združenie má novú tajomníčku

Od apríla tohto roku sme posilnili naše združenie ZRKS o novú tajomníčku PhDr. Ivanu Kerestúrovú, PhD. Jej hlavnou pracovnou náplňou bude získavanie a prijímanie nových členov ZRKS, vydávanie newslettera, starostlivosť o webovú stránku a správa Facebooku. Ďalej sa bude venovať organizácii stretnutí členov ZRKS a celkovej propagácii združenia.

Ivana Kerestúrová sa po ukončení doktorandského štúdia v odbore Manažment na Prešovskej univerzite, Fakulte manažmentu posunula na akademickú pôdu vysokej školy, kde sa viac ako štyri roky venovala najmä prednášaniam

predmetov z oblasti marketingu, marketingovej komunikácie a PR. Vydala aj niekoľko vedeckých a odborných publikácií. „Mojím hlavným záberom počas pedagogickej praxe, ako aj v dizertačnej práci, bola orientácia hlavne

na aktivity Public relations. Práve tieto vedomosti by som chcela v plnej miere využiť pre rozvoj a prosperitu Združenia realitných kancelárií Slovenska a byť nápomocná v podpore a komunikácií smerovanej k verejnosti, ktorú združenie pre svoju pozíciu v oblasti realít nevyhnutne potrebuje,“ povedala Ivana Kerestúrová. V novej práci jej želáme veľa šťastia a úspechov. Ak by ste chceli tajomníčku ZRKS kontaktovať, napíšte na tajomnik@zrks.sk. ■



Na predaj veľký objekt v Jelke

ZOZNAMREALIT^{SK}

290 000,- EUR

Sklady a haly
Jelka

Vlastníctvo: firemné
Status: aktívne
Inžinierske siete: áno
Postavené z: tehla
Zariadenie: nezariadený
Strecha: pôvodná



Objekt je bývala základná škola, ktorého súčasťou sú priestory o rozlohe 1 064m² rozprestierajúce sa na ploche 3 645m². Hlavná budova o rozlohe 904 m² je postavená z pálenej tehly a pozostáva z 12tich samostatných miestností , ktoré môžu slúžiť ako skladovacie priestory, pivničnej časti s rozmermi 58m² a troch veľkých oplechovaných priestorov vhodných na dielne.



People & Home s. r. o.

O.

Stará Vajnorská 8
Bratislava
www.peoplehome.sk



backOFFICE[®]
the professional solution

Mgr. Miroslav OLGYAJ

+421 903 566 890
m.olgyaj@peoplehome.sk



Pozemky pri diaľnici, výhodná investícia, Park Triblavina

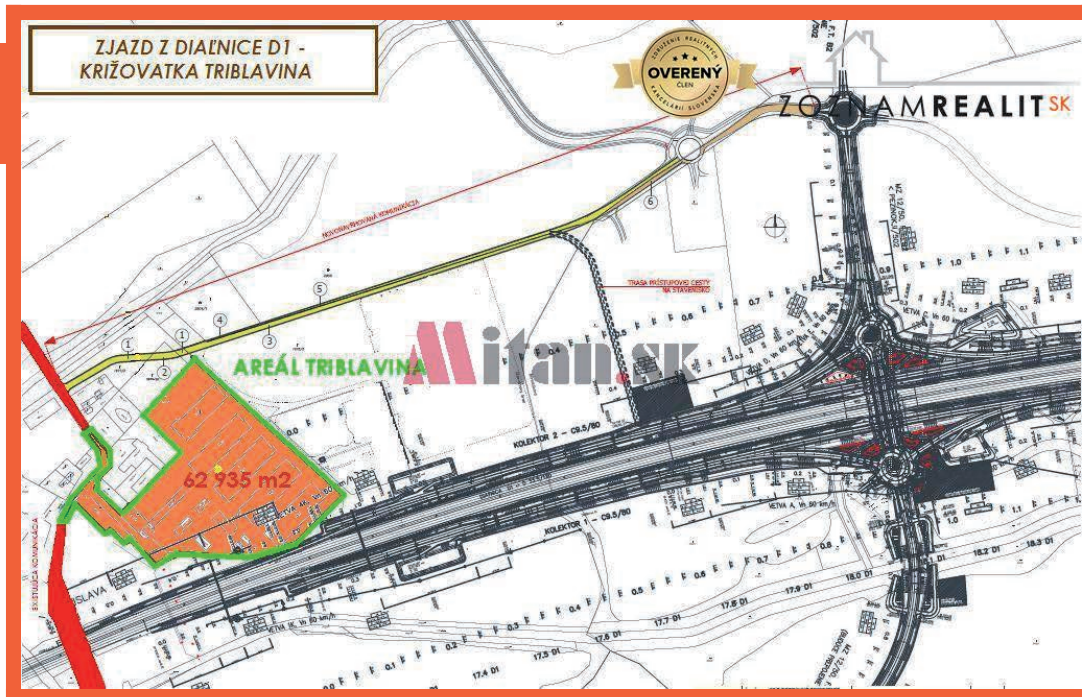
ZOZNAMREALIT SK 62,- €/m²

Pozemky - komerčné
Chorvátsky Grob

Vlastníctvo: firemné

Status: aktívne

Inžinierske siete: blízko



MITAN® ponúka na predaj pozemky - charakteru zastavané plochy a nádvorí v bývalom hospodárskom areáli Triblavina o celkovej výmere 62935 m². Predaj je možný aj po častiach. Areál Triblavina sa nachádza v tesnej blízkosti Bratislavy a leží priamo pri diaľnici D1, v lokalite Chorvátsky Grob - Čierna Voda.

Mitan.sk
MITAN.SK s.r.o.

Fazuľová 1
Bratislava
www.mitan.sk



backOFFICE[®]
the professional solution

Helena Chalúpková

0948 933 660

chalupkova@mitan.sk



ZRKS

ZDRUŽENIE REALITNÝCH
KANCELÁRIÍ SLOVENSKA

STAŇTE SA SÚČASŤOU ZRKS!

- Získate prístup do online systému ZRKS (fórum, vkladanie ponúk, hlasovanie, zmluvy...)
- Garantované ceny inzercie a API rozhrania priamo v stanovách združenia
- Každý mesiac ZRKS zverejňuje výpis z účtu (prehľad o všetkých výdavkoch ZRKS)
- Získate prístup ku vzorovým zmluvám ZRKS
- O združení a jeho smerovaní budete rozhodovať vy a to online v systéme ZRKS



- Propagovanie členov ZRKS v Newsletteri a publikovanie pod hlavičkou vlastnej RK



- Unikátny systém obchodovania **Exclusive Co-broke** len pre členov ZRKS

**Exclusive
Co-broke**

- Stanete sa spolujiteľom realitného portálu ZoznamRealit.Sk



- V ZRKS získate oporu v prípade konfliktu s inou RK

- Vybudujete si vzťahy s ostatnými členmi združenia a zvýšite svoj zisk

- Rôzne zľavy poskytnuté partnermi ZRKS



**LEN SPOLOČNÝMI SILAMI
MÔŽEME REALITNÝ TRH ZMENIŤ K LEPŠIEMU!**