



Ace Estate

ACE ESTATE

CÁCH ĐỂ BÁN NGÔI NHÀ CỦA BẠN
tại **QUẬN CAM**

với **MỨC GIÁ CAO NHẤT**,
ĐIỀU KHOẢN TỐT NHẤT
trong **THỜI GIAN NGẮN NHẤT**
có thể



ACE NGUYEN

ĐỒNG TÁC GIẢ

KRISTA MASHORE

kw COASTAL
PROPERTIES
KELLERWILLIAMS.

RENE
Real Estate
NEGOTIATION EXPERT

PSA **IR**
PROFESSIONAL SERVICE REALTORS



CERTIFIED DISTRESSED
PROPERTY EXPERT

Ace Estate

CÁCH ĐỂ BÁN NGÔI NHÀ CỦA BẠN
Tại QUẬN CAM
với MỨC GIÁ CAO NHẤT, ĐIỀU KHOẢN TỐT
NHẤT trong THỜI GIAN NGẮN NHẤT có thể

Tác giả:
Ace Nguyen

Đồng tác giả:
Krista Mashore

Realtor®

Lic #02131779

Ace Estate : *Cách để bán ngôi nhà của bạn với mức giá cao nhất, điều khoản tốt nhất trong thời gian ngắn nhất có thể*

Làm thế nào để bán ngôi nhà của bạn với mức giá cao nhất và các điều khoản tốt nhất

© 2022 **Ace Nguyen & Krista Mashore**

Đã đăng ký Bản quyền. Không được sao chép hay sử dụng bất kỳ phần nào trong cuốn sách này dưới bất kỳ hình thức nào mà không có sự đồng ý trước của các tác giả bằng văn bản, trừ khi được quy định bởi luật bản quyền của Hoa Kỳ.

Được xuất bản bởi Ace Nguyen, Garden Grove, CA

Ấn phẩm này được thiết kế để cung cấp thông tin chính xác và có thẩm quyền liên quan đến chủ đề được đề cập. Nó được bán với sự ngầm hiểu rằng tác giả không tham gia vào việc tư vấn pháp lý, kế toán hoặc chuyên môn khác. Nếu cần tư vấn pháp lý hoặc hỗ trợ chuyên môn khác, nên tìm kiếm dịch vụ của một chuyên gia có năng lực.

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng gửi tới: Homes
By Ace 6621 Pacific Coast Hwy Suite 150, Long Beach,
California, USA 90803

Ghé thăm chúng tôi tại: www.AceEstate.homes

Lời khen cho Ace & Đội ngũ

Ace làm việc chuyên nghiệp, tuyệt vời và tỉ mỉ. Anh ấy giúp đỡ rất nhiều, cởi mở, chân thành, đáng tin và thẳng thắn trong suốt quá trình làm việc. Anh ấy giao tiếp tốt và luôn có mặt bất cứ khi nào chúng tôi có thắc mắc. Anh ấy thực sự quan tâm đến khách hàng của mình và hiểu nhu cầu của họ.

—LamTran36

Hành trình tìm kiếm nhà bấy lâu nay của tôi đã kết thúc suôn sẻ nhờ sự giúp đỡ của Ace. Toàn bộ quá trình rất đơn giản và không có căng thẳng. Bất cứ điều gì tôi cần khi tìm kiếm, Ace đều rất vui lòng giúp đỡ với khả năng đáp ứng hàng đầu. Tôi đã từng giao dịch với các nhà môi giới khác trong quá khứ nhưng chưa có ai khiến tôi thật sự tự tin và tin tưởng hơn Ace. Anh ấy rất am hiểu về lĩnh vực bất động sản. Tôi thực sự giới thiệu Ace cho nếu bạn có nhu cầu về bất động sản.

—Haivietnguyen0696

Vì vậy, làm việc với một đại lý chuyên nghiệp, đáng tin cậy là vô cùng quan trọng. Ace Nguyen là người chu đáo, tháo vát, tôi thực sự cảm kích sự trung thực và chân thành của anh ấy khi giao tiếp và giúp đỡ bố mẹ người Việt của tôi. Cảm ơn anh rất nhiều vì đã cố gắng hết sức để giúp đỡ, cho phép chúng tôi trở thành một phần trong hành trình và học

*thêm nhiều kinh nghiệm từ anh. Chúc người anh tài năng
thật thành công và có những điều tốt đẹp nhất. Thật may
mắn khi có anh ấy là đại lý hàng đầu*

—theminkat

VỀ Ace

Ace Nguyễn sinh ra tại Việt Nam và sang Mỹ từ năm 5 tuổi. Lớn lên ở Quận Cam, là một cư dân nói được hai thứ tiếng ở California, thực sự hiểu và yêu thành phố này, anh ấy mang đến cho khách hàng của mình lợi thế cạnh tranh khi am hiểu các cộng đồng khác nhau trên khắp miền Nam California. Thông qua các mối quan hệ cá nhân và kinh doanh, Ace đã phát triển một mạng lưới người mua, người bán và nhà đầu tư giúp thúc đẩy hoạt động kinh doanh của anh ấy.

Ace là một người cố gắng và sẽ nỗ lực hết mình để đảm bảo khách hàng của mình có được những gì họ cần, luôn đặt lợi ích tốt nhất của người mua và người bán nhà lên trên các mục tiêu về tiền bạc. Là người gốc California, Ace thích thử những món ăn mới, đi du lịch đến những địa điểm thú vị và sưu tập Hennessy phiên bản giới hạn tốt nhất. Anh thích uống rượu, tạo ra các loại cocktail thơm ngon và chơi poker. Khi không bán nhà, anh ấy quản lý AUM Beer House, quầy bar của một nhà hàng mang hơi hướng châu Á trên Phố Chính Lịch sử, nằm ở trung tâm của Garden Grove. Trước khi bắt đầu hành trình với bất động sản, Ace đã có sự nghiệp thành công khi trở thành ban quản lý trong 10 năm tại một trong những sòng bạc lớn nhất LA “The Garden Casino” với tư cách là “pit-boss”.

Ưu tiên hàng đầu của anh ấy là gia đình vì anh ấy là con một. Dù cuộc sống có khó khăn đến đâu, anh vẫn luôn cảm thấy hạnh phúc, may mắn và tự hào rằng mình được nuôi dưỡng bằng những nguyên tắc và giá trị sâu sắc. Điều tuyệt vời nhất mà cha Ace nói là: “Con chỉ có MỘT cuộc đời để sống. Con nên mong đợi nhiều nhất từ nó”. Một nhà môi giới bất động sản phù hợp có thể tạo ra tất cả sự khác biệt - đặc biệt là ngay bây giờ! Khi bạn tạo ra di sản của cuộc đời mình - thông qua tình bạn, gia đình và thành tích trong sự nghiệp - bạn cần những đối tác đồng hành, những người dành thời gian để biết và hiểu bạn cũng như mục tiêu của bạn. Các chuyên gia luôn tìm kiếm một mảnh đất hoàn hảo để ước mơ của bạn có thể tồn tại và thành hình, truyền cảm hứng cho bạn và phản ánh giá trị của bạn.

Cho dù bạn đang giảm quy mô và bán, mua cho gia đình nhỏ của bạn hay đầu tư cho hưu trí; sứ mệnh của Ace là mang đến cho bạn sự chuyên nghiệp, kiến thức và chất lượng dịch vụ cao nhất cùng sự nhiệt thành! Thấu hiểu khách hàng là chìa khóa của anh ấy. Anh ấy tận tâm cung cấp dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao và xử lý mọi chi tiết trong giao dịch của bạn liền mạch từ đầu đến cuối. Không dừng lại tại đó, Ace khiến khách hàng cảm thấy hoàn toàn thoải mái và được hỗ trợ đầy đủ qua từng bước. Điều này giúp tỷ lệ giới thiệu và quay trở lại của khách hàng của Ace luôn cao.

Khi bạn đã sẵn sàng bước những bước tiếp theo trong hành trình bất động sản của mình, Ace là người môi giới bất động sản đáng tin cậy mà bạn cần. Biến những giấc mơ thành hiện thực, từng căn nhà nối tiếp nhau!

Lic# 02131779 | CDPE (Chuyên gia về bất động sản đã qua sử dụng có chứng nhận) | PSA (Cố vấn Chiến lược Định giá)



VỀ KRISTA

Krista Mashore là giám đốc điều hành của hai công ty trị giá hàng triệu đô la. Là một trong 1% NHÀ KINH DOANH BẤT ĐỘNG SẢN hàng đầu trên toàn quốc, Krista đã bán được hơn 2.300 căn nhà kể từ khi dẫn thân vào lĩnh vực này năm 2001. Cô được biết đến là Nữ hoàng Marketing Kỹ thuật số và Nhà Marketing Kỹ thuật số #1 của Yahoo Finances vào năm 2021. Là Nhà môi giới/Chủ sở hữu những ngôi nhà của Krista và Giám đốc điều hành của Krista Mashore Coaching, cô ấy đã tập hợp một đội ngũ bất bại với trọng tâm và mục tiêu chính là làm khách hàng hài lòng với kết quả thành công cao.

Là tác giả của bốn cuốn sách bán chạy nhất, Krista hiện đang huấn luyện và đào tạo các đại lý và chuyên viên trở thành chuyên gia trong lĩnh vực Marketing kỹ thuật số. Cô ấy hiện đã kiếm được trên 25 triệu bằng cách sử dụng các chiến lược đã được chứng minh của mình trong một doanh nghiệp. Mục tiêu cuối cùng của Krista là giúp đỡ khách hàng và cộng đồng của cô ấy bằng mọi cách có thể.

Cô sống với gia đình ở Hạt Contra Costa, phía Bắc California. Một trong những đam mê của cô ấy là huấn luyện thanh thiếu niên trong cộng đồng của cô ấy thông qua phong trào Teens Lifting Lives.

Nếu tôi có thể trả lời bất kỳ câu hỏi hoặc trợ giúp nào, vui lòng liên hệ theo số 667-666-8888. Và hãy truy cập www.AceEstate.homes để xem các video thông tin hữu ích. Chúng tôi cũng có thể giúp bạn Phân tích Marketing Miễn phí và Đánh giá Nhà.

MỤC LỤC

Lời mở đầu	1
Lựa chọn Ace là đại lý môi giới bất động sản	4
<input type="checkbox"/> Chúng chỉ	6
<input type="checkbox"/> Kinh nghiệm	8
<input type="checkbox"/> Danh tiếng	9
<input type="checkbox"/> Đội ngũ tổng thể	11
<input type="checkbox"/> Nguồn lực bên ngoài	12
<input type="checkbox"/> Rapport	13
<input type="checkbox"/> Những câu cần hỏi theo Người bán tại ACE	14
Ace Marketing trong Thế giới Ngày nay	17
<input type="checkbox"/> Sức mạnh Marketing kỹ thuật số của Ace	19
<input type="checkbox"/> Marketing truyền thống trên Steroids	22
<input type="checkbox"/> Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi	28
Đàm phán để giành chiến thắng tại ACE	30
<input type="checkbox"/> Người đàm phán cạnh tranh	31
<input type="checkbox"/> Người đàm phán tuân thủ	32
<input type="checkbox"/> Người đàm phán hợp tác	34

<input type="checkbox"/> Công việc của bạn trong khi đàm phán	36
<input type="checkbox"/> Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi	38
Tại Ace, Giao tiếp là chìa khóa	39
<input type="checkbox"/> Khởi Đầu Một Cách Đúng Đắn	41
<input type="checkbox"/> Giao tiếp trong giai đoạn Marketing	46
<input type="checkbox"/> Trong khi đàm phán	48
<input type="checkbox"/> Trong khi ký quỹ	49
<input type="checkbox"/> Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi	51
Tạo Mục tiêu và Ưu tiên của Người bán Ace	53
<input type="checkbox"/> Hãy Rõ Ràng	55
<input type="checkbox"/> Sự Minh Bạch cho Các Cặp Đôi	56
<input type="checkbox"/> Rõ Ràng Về Các Ưu Tiên Của Bạn	57
<input type="checkbox"/> Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi	61
Công Thức Cho Một Đợt Bán nhà Tuyệt Vời Từ Người Bán ACE	63
<input type="checkbox"/> Thiết Lập Ngôi Nhà Của Bạn Để Thu Hút Ưu Đãi	63
<input type="checkbox"/> Vượt Qua Kiểm Tra	68
<input type="checkbox"/> Đại Bảo Trì	70
Trên thị trường: Những điều Người bán Nên và Không nên làm	72
<input type="checkbox"/> Khi Cho Xem Nhà Của Bạn	72
Lời kết	76
<input type="checkbox"/> Phân tích phương tiện truyền thông xã hội cho các tài sản trước đây	77

LỜI MỞ ĐẦU

Bạn đã bao giờ đọc cuốn sách “Hành trình nuôi con: Mang thai” chưa? Nó được viết cho các cặp vợ chồng đang chờ đợi một em bé, đặc biệt là đứa con đầu lòng của họ. Cuốn sách chạm tới tất cả những gì về thể chất của thai kỳ cũng như sự thay đổi “siêu tốc” của cảm xúc trong thời kỳ mang thai đưa bạn vào. Nó nói về những người sẽ đồng hành cùng bạn trong thời kỳ mang thai, cụ thể về vai trò của họ là gì và những gì họ có thể làm. Nó giải thích những điều mà bạn, với tư cách là một cặp vợ chồng, có thể làm để giúp việc sinh nở an toàn và thuận lợi hơn. Về cơ bản, nó hướng dẫn bạn và cảnh báo bạn về nhiều thứ để bạn không phải lo lắng!

Hãy nghĩ về cuốn sách này theo hướng “Hành trình bán nhà”. Đúng vậy, việc bán nhà của bạn có thể mang lại nhiều cảm xúc, vui vẻ, đáng sợ, thú vị và khó chịu như khi mang thai! Thật không may, có quá nhiều người bán cảm thấy lo lắng và không nhận được kết quả viên mãn, hạnh phúc mà họ mong đợi! Theo kinh nghiệm của tôi, nó không phải là thương tổn hay đòi hỏi những sự vật lộn. Thực tế, việc đồng hành cùng một đội ngũ thích hợp với những thông tin phù hợp sẽ giúp quá trình này thực sự có thể diễn ra vui vẻ và chắc chắn thành công.

Tôi viết cuốn sách này để cung cấp cho bạn thông tin bạn cần với tư cách là người bán nhà để tận hưởng hành trình và sau cùng có được kết quả tốt nhất. Là một trong những người hàng xóm của tôi ở Quận Cam, tôi mong bạn sẽ bán nhà thành công!

Trong phần đầu của cuốn sách này, tôi sẽ giải thích những tiêu chí cần có ở một đại lý bất động sản và cách thuê được đại lý tốt nhất. Bạn sẽ tìm ra những gì bạn nên kỳ vọng với một đại lý uy tín ở mỗi bước. Không quan trọng nhà bạn rơi vào khoảng giá nào, tôi thực sự muốn bạn được hưởng dịch vụ cao cấp từ đại lý mà bạn thuê!

Phần sau, tôi sẽ nói về những gì bạn có thể làm để trở thành một đối tác mạnh mẽ với đại lý, giúp quá trình này trở nên suôn sẻ và thành công hơn. Nhiều thập kỷ trước, các ông bố thường la cà trong phòng chờ, không biết làm gì ngoài cắn móng tay, hút thuốc và lo lắng trong khi người bạn đời của họ đang trải qua cuộc sinh nở. Bất động sản đã từng là như vậy (và với một số đại lý, nó vẫn còn như vậy!). Nhưng sự đóng góp tích cực của bạn cho toàn bộ quá trình có thể tạo ra sự khác biệt rất lớn cho kết quả cuối cùng. Vì vậy, tôi sẽ cung cấp cho bạn một số mẹo về những điều bạn có thể làm trước khi ngôi nhà của bạn được tung ra thị trường, trong khi nó được hiển thị và trong quá trình thương lượng và kết thúc cuối cùng.

Phương châm của tôi luôn là: “Biến ước mơ thành hiện thực, One Home At A Time!”

Nếu bạn có bất kỳ câu hỏi nào về cuốn sách này, vui lòng liên hệ với tôi theo số 667-666-8888. Và hãy truy cập www.AceEstate.homes để xem những video cung cấp

Lời mở đầu

thông tin giá trị. Chúng tôi cũng có thể giúp bạn Phân tích Marketing Miễn phí và Đánh giá Trang chủ.

Cuốn sách này là món quà mà tôi dành cho bạn, cùng với lời chúc tốt đẹp nhất của tôi về hành trình bán nhà của bạn!

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long, sweeping tail that curves back towards the center.

LỰA CHỌN ACE LÀ ĐẠI LÝ MÔI GIỚI BẤT ĐỘNG SẢN

Một trong những quyết định quan trọng nhất mà bạn cần thực hiện là chọn đại lý bất động sản sẽ niêm yết ngôi nhà của bạn. Thật không may, nhiều người chỉ chọn một đại lý có giấy phép kinh doanh bất động sản. Mặc dù chú Harvey có thể là một người siêu tốt bụng, nhưng chú ấy có thể không phải là đại lý tốt nhất để niêm yết và bán mảnh đất của bạn. Việc thuê một người thiếu kinh nghiệm có thể khiến bạn mất hàng ngàn đô la, ngay cả khi anh ta hứa sẽ cho bạn chiết khấu hấp dẫn hay giảm hoa hồng. Đầu tiên, anh ấy sẽ không cung cấp cho bạn cách Marketing đem lại chỉ số octan cao như cách một chuyên gia sẽ làm. Thứ hai, những sai sót và không biết cách giữ cho giao dịch đi đúng hướng, đặc biệt là khi mọi thứ đã trở nên hỗn loạn, có thể khiến bất động sản phải trả giá cực kỳ đắt đỏ. Tôi đã chứng kiến mọi loại sai sót và rắc rối có thể xảy ra! Và tôi đã thấy cái giá của chúng khủng khiếp tới mức nào. Cố gắng tiết kiệm tiền hoa hồng bằng cách sử dụng một người thiếu kinh nghiệm sẽ khiến bạn mất nhiều hơn so với vài phần trăm hoa hồng mà bạn nghĩ rằng mình sẽ tiết kiệm được. Và tôi không thể đếm

được bao nhiêu lần người bán đã chọn một người môi giới khác thay vì tôi, rồi quay lại với tôi chỉ vài tháng sau đó, khi người môi giới đó không thể hoàn thành công việc!

Nó giống như việc chọn một bác sĩ phẫu thuật cho một ca phẫu thuật quan trọng: Bạn sẽ không chỉ sử dụng người hàng xóm kế bên làm bác sĩ phẫu thuật của mình vì anh ta cho bạn mượn máy cắt cỏ và cung cấp cho bạn mức chiết khấu “cho người trong nhà”, phải không? Dĩ nhiên là không! Bạn sẽ kiểm tra chứng chỉ hành nghề của anh ấy, xem rằng liệu anh ấy có chuyên về loại phẫu thuật bạn cần hay không, danh tiếng của anh ấy và rất nhiều thứ khác trước khi bạn để anh ấy phẫu thuật cho bạn!

Ngôi nhà của bạn là một khoản đầu tư lớn. Vì vậy, bạn cần phải chọn đại lý môi giới phù hợp nhất, dù rằng điều đó có thể làm tổn thương tình cảm của chú bạn hoặc hàng xóm của bạn. Thay vì xem cuộc hẹn đầu tiên của bạn với một đại lý niềm yết tiềm năng chỉ là một cuộc gặp mặt, hãy sử dụng nó như một cuộc phỏng vấn sâu. Đừng ngại “tra hỏi” họ.

Việc quan trọng nhất trong công việc của đại lý môi giới bất động sản là marketing và thương lượng. Nếu nhà môi giới của bạn không đủ mạnh để hiểu và thực hiện các phương án hay nhất hiện tại ở cả hai công việc đó, họ thậm chí còn không thể thực hiện việc niềm yết khiến bạn không hài lòng! Tôi không hề nói đùa! Những đại lý yếu kém hoặc “lỗi thời” sẽ không thể giúp bạn bán căn nhà với mức giá tốt nhất và các điều khoản có lợi nhất ngay cả khi họ đã kinh doanh hàng chục năm. Họ cũng sẽ không thể hoàn thành công việc thành công, nhanh chóng và không gặp nhiều rắc rối.

Bởi vì hai lĩnh vực này - marketing và đàm phán - rất quan trọng, nên tôi sẽ nói sâu hơn về chúng trong các chương tiếp theo. Bạn không cần phải tự mình trở thành một chuyên gia trong lĩnh vực marketing hoặc thương lượng. Bạn chỉ cần nắm rõ về các kỹ năng và dịch vụ mà một nhà môi giới sẽ cung cấp cho bạn trước khi nghĩ đến việc ký hợp đồng với họ. Khi bạn phỏng vấn các đại lý tiềm năng để niêm yết ngôi nhà của mình, bạn sẽ muốn hỏi rất nhiều câu hỏi cụ thể về marketing và thương lượng.

Đây là những điều khác nữa mà bạn nên tìm kiếm:

Chứng chỉ

Bất kỳ ai cũng có thể nhận được giấy phép kinh doanh bất động sản. Giấy phép không đồng nghĩa với việc họ biết điều mình đang làm. Các đại lý thực sự nghiêm túc với công việc kinh doanh sẽ tham gia Hiệp hội các nhà môi giới bất động sản quốc gia (NAR), một tổ chức chuyên nghiệp tầm cỡ quốc gia về bất động sản. (Họ sẽ có chức danh đó trên danh thiếp của họ.) Nhà môi giới bất động sản phải tuân theo Quy tắc đạo đức của NAR và vượt qua các bài kiểm tra bổ sung hai năm một lần mà các đại lý khác không phải thực hiện.

Tất cả các đại lý đều có các yêu cầu cơ bản về giáo dục thường xuyên, nhưng không có khóa học nào trong số này dạy các đại lý những phương pháp bán nhà tối ưu nhất. Và thành thật mà nói, tất cả học vấn và chứng chỉ

trên thế giới không thể thay thế cho kinh nghiệm. Kinh nghiệm là cách duy nhất để trở thành người giỏi nhất, học cách tiên đoán và giải quyết các vấn đề trước khi chúng phát sinh, đồng thời thực sự biết tường tận cách tận dụng khoản đầu tư cho Người bán. Chúng tôi, những người luôn phấn đấu để đạt được thành tích xuất sắc trong lĩnh vực bất động sản, đã học thêm các môn học bổ sung để nâng cao kỹ năng hoặc để tìm hiểu thêm về các lĩnh vực chuyên môn của bản thân. Chúng tôi có thể đã nghiên cứu cách thương lượng trình độ cao, Marketing kỹ thuật số hoặc các xu hướng tài trợ cho gia đình. Các khóa học như thế này thường cấp chúng chỉ sau khi hoàn thành.

Điểm qua một chút, tôi là CDPE (Chuyên gia về Bất động sản cũ được Chứng nhận), PSA (Cố vấn Chiến lược Định giá), RENE (Chuyên gia Đàm phán Bất động sản), nhưng tôi đã tập trung vào những kỹ năng quan trọng như Lớp học Thạc sĩ dẫn đầu cộng đồng thị trường, nơi tôi đã học về nghệ thuật và chiến lược Marketing kỹ thuật số cho việc niêm yết. Vấn đề không phải là nhà môi giới có bao nhiêu định danh sau tên của họ. Điều quan trọng là họ đã chọn định danh nào để theo đuổi, và họ đã dành thời gian để trở thành người giỏi nhất có thể, trở thành đại lý xuất sắc trong lĩnh vực và cách họ phục vụ bạn.

Đừng ngần ngại hỏi ai đó muốn niêm yết ngôi nhà của bạn về định danh, chứng chỉ và học vấn khác của họ. Và đừng bị ấn tượng bởi những định danh hoa mỹ. Hỏi xem họ đã học được gì từ các khóa học của họ sẽ mang lại lợi ích gì cho bạn khi niêm yết nhà của bạn.

Kinh nghiệm

Trở lại tương quan với bác sĩ phẫu thuật: Bạn có muốn một bác sĩ đã thực hiện thành công hàng chục ca phẫu thuật giống như của bạn? Hay bạn muốn một người thường làm việc trong một chuyên ngành hoàn toàn khác? Bạn có muốn một người sẽ thực hiện ca phẫu thuật đầu tiên của họ hay một người thực sự biết họ cần làm gì trong phòng phẫu thuật?

Giống như nhiều ngành nghề khác, các đại lý môi giới bất động sản giỏi thường chuyên (hoặc nên chuyên môn hóa) về một số bất động sản nhất định trong một khu vực địa lý cụ thể. Chúng tôi gọi đó là “thị trường ngách” của họ. Ai đó nói với bạn rằng họ có thể “bán bất cứ thứ gì ở bất cứ đâu” chỉ đang đùa với chính họ. Cuối cùng họ có thể hoàn thành công việc, nhưng chắc chắn họ sẽ không biết cách tốt nhất để Marketing loại nhà của bạn — có nghĩa rằng, họ sẽ không mang lại cho bạn kết quả tốt nhất có thể.

Mặt khác, một đại lý niềm yết đã bán chục ngôi nhà giống như ngôi nhà của bạn ở thành phố hoặc vùng lân cận sẽ có tin tức nội bộ và biết điều gì sẽ mang lại cho bạn kết quả tốt nhất. Một đại lý thực sự tốt và có đạo đức, nếu chưa từng thực hiện giao dịch với loại tài sản của bạn hoặc trong khu vực của bạn, sẽ giới thiệu bạn với người khác, hoặc ít nhất, hợp tác với một đại lý chuyên về lĩnh vực và loại tài sản của bạn.

Còn số năm kinh nghiệm? Đây có thể là một con dao hai lưỡi. Sẽ thật hoàn hảo nếu bạn có một nhà môi giới dày dặn kinh nghiệm, luôn cập nhật các xu hướng hiện tại, phương tiện truyền thông xã hội và Marketing qua internet,

đồng thời là một người xông xáo táo bạo! Họ mang lại cho bạn sự sáng suốt trong nhiều giao dịch cùng với quy trình tiên tiến và hoạt động marketing của thế kỷ XX.

Nhưng nếu bạn đang cân nhắc một người có vô số kinh nghiệm nhưng vẫn kinh doanh bất động sản giống hệt như cách họ đã làm khi Reagan còn đương chức, chạy ngay đi! Nó giống như việc thuê một bác sĩ phẫu thuật sử dụng lửa nóng để khử trùng dao mổ của mình! Bất động sản đã khác rất nhiều so với cách đây chục năm, thậm chí là 5 năm trước. Thị trường đã thay đổi đáng kể và cách người mua tìm kiếm và tìm nhà cũng hoàn toàn khác. (Gợi ý: trực tuyến.) Nếu nhà môi giới “có kinh nghiệm” của bạn không biết điều này và không biết cách tạo trang đích hấp dẫn cho căn nhà của bạn, hoặc truy cập vào phần cuối của Zillow để nâng cấp hồ sơ ngôi nhà bạn và giữ nó ở vị trí đặc địa, hoặc cách tạo chiến dịch quảng cáo chiến lược trên mạng xã hội, chính là bạn đang tự bắn vào chân mình.

Bạn sẽ tốt hơn nhiều với một nhà môi giới trẻ, thành thạo, thông minh, hiểu biết về công nghệ và thị trường, Marketing và kỹ thuật số, luôn mong muốn làm tất cả những gì có thể để xây dựng cho mình một danh tiếng nổi bật. Họ sẽ coi bạn như vàng vì đối với họ, bạn là như vậy! Chỉ cần đảm bảo rằng người trẻ ấy đang làm việc cho một nhà môi giới tốt, sẽ chú ý và hướng dẫn họ trong suốt quá trình.

Danh tiếng

Điều này rất quan trọng! Bạn muốn một người được cả cộng đồng tôn trọng và có đạo đức với tư cách là đại lý

niêm yết của bạn. Trên thực tế, tại sao bạn lại muốn đối phó với một người không có đạo đức trong bất kỳ hoàn cảnh nào? Trừ khi bạn đang tìm đối tác để giúp bạn cướp ngân hàng. Nhưng ngay cả khi đó, bạn vẫn muốn anh chàng đủ trung thực để chia sẻ chiến lợi phẩm cho bạn, phải không?

Không có đại lý hoặc nhân viên cho vay hoặc nhân viên ký quỹ nào khác (thậm chí nhân viên giao bánh pizza!) sẽ muốn làm việc với một đại lý có vẻ mờ ám hoặc thậm chí là cực kỳ khó đối phó. Tại sao một đại lý khác lại đưa một thỏa thuận từ những người mua tiềm năng của họ cho một đại lý phản hồi chậm trễ, không đáng tin cậy và không biết bạn là gì? Ngay cả khi ngôi nhà của bạn là Taj Mahal và bạn đang chào bán nó với giá cực hời, các đại lý khác sẽ hướng khách hàng của họ đi xa nhất có thể. Và nếu bạn tình cờ tham gia Hợp đồng mua bán trong khi Đại lý Ông hoặc Bà Khó Ở có niêm yết của bạn, hãy tin tôi, mọi chuyện sẽ không suôn sẻ. Trong thế giới tranh chấp mà chúng ta đang sống này, bạn đang tự đặt mình vào vòng nguy hiểm.

Đừng thuê những đại lý như vậy đó! Rất nhiều chuyên gia ngoài kia có đạo đức và được tôn trọng. Đừng tự mua vào người những sự bức bối không cần thiết (và những vụ kiện tụng!) bằng cách chọn một đại lý thiếu uy tín.

Được rồi, vậy làm cách nào để bạn xác định danh tiếng của một nhà môi giới? Yêu cầu họ giới thiệu sẽ là một ý hay, nhưng họ sẽ chỉ cho bạn thấy những khách hàng thành công nhất của họ hoặc những người mà họ đã mua chuộc để nói những điều tốt đẹp. Phương pháp tốt

hơn là lên mạng và tra cứu Google, Zillow, Facebook, Realtor.com hoặc Yelp để biết các đánh giá của khách hàng. Bạn cũng có thể kiểm tra tốt hơn với Phòng kinh doanh và Sở bất động sản. Nếu bạn biết một số nhà môi giới bất động sản trong khu vực, hãy hỏi xem họ có bất kỳ thông tin chi tiết nào về đại lý mà bạn đang cân nhắc hay không.

Đội ngũ tổng thể

Điều này có thể sẽ tốn nhiều công sức. Trừ khi nhà môi giới chỉ niềm yết cùng lúc một hoặc có thể hai ngôi nhà cùng một lúc, họ không thể nắm được mọi thứ cần phải làm để giúp bạn có được kết quả tốt nhất trong thời gian ngắn nhất! Họ cần được hỗ trợ. Họ cần tài nguyên. Họ cần những người thực sự tận tâm, có kỹ năng và tài năng khác trong đội ngũ để duy trì động lực trong quá trình bán nhà của bạn.

Không phải mọi đại lý đều có một văn phòng hai mươi nhân viên để thực hiện công việc. Một số chuyên gia đã xây dựng các đội ngũ bán thời gian hoặc nhóm hoạt động trên mạng có hiệu suất và hiệu quả cao. Nhưng nếu đại lý niềm yết tiềm năng của bạn sử dụng nhân viên bảo trì hồ bơi của họ để duy trì trang web và cô cháu gái mười ba tuổi của họ để thiết kế và gửi tờ rơi qua đường bưu điện, bạn cần phải tìm đại lý khác.

Một đại lý niềm yết luôn hướng tới sự toàn vẹn sẽ chi tiền để đảm bảo đội ngũ của họ có trình độ, tận tâm và năng động. Vì vậy, phần lớn những gì được thực hiện

trong quá trình bán nhà của bạn sẽ không được thực hiện bởi đại lý ký thỏa thuận niêm yết. Điều quan trọng là bạn phải biết ai khác sẽ thực hiện công việc cho bạn, vai trò cụ thể của họ, công việc và tần suất bạn sẽ tương tác với họ.

Nguồn lực bên ngoài

Mọi giao dịch đều cần một số nguồn lực bên ngoài: nhân viên kiểm tra nhà, nhân viên ký quỹ, nhân viên cho vay, đại lý bảo hiểm, thậm chí cả nhà thầu xây dựng và bảo trì. Những nhà môi giới thực sự biết những gì họ đang làm luôn có ý thức xây dựng một đội ngũ bao gồm cả những người như vậy. Họ kiểm tra công việc và tài liệu tham khảo, và có thể làm việc đó một cách nhất quán. Đây là những chuyên gia mà đại lý của bạn cần xin tư vấn và/hoặc dịch vụ.

Tại sao bạn cần quan tâm điều này? Bởi nguồn lực bên ngoài này có thể thực hiện hoặc phá vỡ một giao dịch! Khi đại lý của bạn có một đội ngũ bên ngoài mạnh mẽ để hỗ trợ bạn, bạn sẽ tránh được rất nhiều vấn đề đau đầu! Ngay cả khi “phía người mua” cần nguồn lực bên ngoài đó, thì đại lý niêm yết của bạn có thể đảm bảo giao dịch diễn ra suôn sẻ bằng cách giới thiệu đội ngũ này cho người mua và cho đại lý của người mua.

Tôi luôn tin rằng đội ngũ tuyệt vời của mình là một trong những tài sản giá trị nhất của tôi bởi vì tôi đã chứng kiến những gì có thể xảy ra nếu không có một đội như vậy, hàng trăm lần theo nghĩa đen: Một nhân viên ký quỹ kém cỏi hoàn toàn có thể làm hỏng một khoản ký quỹ

bằng cách tính toán sai số tiền đáo hạn. Một đại lý bảo hiểm hoàn toàn có thể trì hoãn việc đóng bảo hiểm nếu không cùng nhau thực hiện đúng hợp đồng. Một ví dụ khác: Điều gì sẽ xảy ra nếu người mua của bạn muốn một thứ gì đó được cố định trong một khoảng thời gian dự phòng thực sự ngắn? Đại lý niêm yết của bạn có thể tiết kiệm trong ngày bằng cách chỉ cần người phù hợp xử lý nó trên quay số nhanh. Bạn sẽ không phải tranh giành một nhà thầu có thể tốt hoặc không tốt và có thể hoàn thành công việc đúng lúc hoặc không.

Rapport

“Rapport” là một từ tiếng Pháp, tất nhiên, rất khó hiểu! Về cơ bản, điều đó có nghĩa là bạn cảm thấy “phù hợp” với ai đó. Bạn không chỉ hòa hợp với họ, bạn còn cảm thấy rằng mình có “tinh thần tốt”. Họ “có được” bạn. Có thể bạn có xuất thân khác nhau, thậm chí đến từ các nền văn hóa khác nhau, nhưng họ “nói những điều bạn hiểu”.

Tôi biết, điều này có lẽ nghe giống như lời khuyên hèn hèn! Vấn đề ở đây là, bạn sẽ giao ngôi nhà quý giá của bạn, cho một người hoàn toàn xa lạ. Nó không chỉ là tài sản tài chính lớn nhất mà hầu hết chúng ta có, mà chúng ta cũng thường có rất nhiều tình cảm gắn bó với nó. Bạn cần một đối tác đáng tin tưởng và hiểu được tầm quan trọng của việc mua bán này đối với bạn.

Bạn có thể có những lý do và mục tiêu cụ thể, quan trọng khi bán nhà của mình (chúng ta sẽ nói về vấn đề này trong chương sau), vì vậy bạn không muốn những nhân sự yếu kém của một đại lý niêm yết chỉ dẫn bạn. Bạn

muốn một người không chỉ hướng dẫn bạn mà còn lắng nghe bạn. Bạn sẽ dành thời gian và đưa ra các quyết định quan trọng với đại lý niềm yết của mình. Họ không cần phải trở thành người bạn tốt nhất của bạn, nhưng bạn chắc chắn không muốn bị mắc kẹt với một người khiến bạn khó chịu!

Những câu cần hỏi theo Người bán tại ACE

Tôi sẽ cung cấp cho bạn các câu hỏi cụ thể để hỏi về Marketing và thương lượng. Dưới đây là một số câu hỏi mà bạn có thể sử dụng để kiểm tra các đại lý niềm yết tiềm năng. Tôi khuyên bạn nên giữ danh sách này cùng với những câu hỏi khác mà bạn có bên mình trong cuộc hẹn đầu tiên nhằm có được thông tin cần thiết để cảm thấy tự tin về quyết định của mình.

Chứng chỉ:

1. Bạn có phải là Realtor®? Bạn sử dụng tài nguyên nào từ NAR?
2. Bạn đã học thêm những khóa học nào về bất động sản? Bạn học được gì từ họ?
3. (Nếu họ đưa được chứng chỉ nhất định) Chứng chỉ này có nghĩa là gì? Nó sẽ giúp bạn bán nhà của tôi như thế nào?
4. Bạn có phải là tác giả?
5. Bạn đã viết một cuốn sách nào về niềm yết nhà?

Kinh nghiệm:

1. Bạn có bao nhiêu kinh nghiệm bán những căn nhà giống tôi trong lĩnh vực này? Bạn có thể cho tôi một số ví dụ gần đây?
2. Bạn có chuyên về loại nhà của tôi? Khu vực địa lý này? Điều gì làm cho loại nhà này và khu vực này trở nên độc đáo?
3. (Nếu họ có nhiều năm kinh nghiệm) Theo bạn, bất động sản đã thay đổi như thế nào trong vài năm qua? Bạn đã cập nhật các xu hướng mới nhất để Marketing đến người mua trực tuyến chưa? Cụ thể bạn làm gì?
4. (Nếu họ có ít kinh nghiệm) Có cấp trên nào sẽ trực tiếp quản lý việc niêm yết này không? Người đó là ai?

Danh tiếng: Mặc dù bạn không thể thực sự hỏi họ trực tiếp danh tiếng của họ trong cộng đồng thế nào, bạn có thể hỏi:

1. Bạn có tham gia vào bất kỳ cộng đồng hay tổ chức nghề nghiệp nào không?
2. Bạn thích khách hàng và đối tác của mình nói gì hoặc nghĩ gì về bạn? Bạn nghĩ rằng bạn được biết đến với tư cách là một đại lý thế nào?

Đội ngũ tổng quan:

1. Đội ngũ của bạn còn những ai khác? Kỹ năng và nền tảng của họ là gì?

2. Cụ thể bạn xử lý bước nào, các thành viên khác gì sao?
3. Tôi sẽ tương tác với họ với tần suất thế nào? Với bạn thì sao?

ACE MARKETING TRONG THẾ GIỚI NGÀY NAY

Thế giới đã thay đổi mạnh mẽ trong vài thập kỷ qua, phải không? Cách chúng ta mua sắm, giao tiếp và nhận tin tức, thông tin và giải trí đã hoàn toàn thay đổi. Ngay cả trong 5 năm qua, những thứ như mua sắm trực tuyến và mạng xã hội đã bùng nổ. Với công nghệ, chúng ta có thể thanh toán hóa đơn và gọi món cà phê bằng điện thoại thông minh của mình. Chúng ta có thể quay video Junior đang bước những bước đầu tiên và quay nó về bà ngoại cách đó hàng nghìn dặm chỉ trong vài giây. Chúng tôi có thể tìm ra trạm xăng gần nhất hoặc đỉnh Everest cao bao nhiêu (29, 029 feet!) Bằng một lần tìm kiếm Google trong hai giây.

Tuy nhiên, dù có những tiến bộ vượt bậc về công nghệ, ngành bất động sản vẫn bị tụt lại phía sau. Phần lớn các đại lý vẫn làm công việc của họ theo cách mà họ đã làm trong thập niên 80, đặc biệt là về Marketing. Vì sao bạn cần quan tâm? Bởi vì Marketing truyền thống cơ bản sẽ không mang lại cho bạn kết quả tốt nhất. Họ có thể bán được nhà của bạn nhưng điều đó sẽ không diễn ra nhanh chóng cũng như giá cũng như các điều khoản có lợi nhất

mà bạn có thể nhận được. Tại sao? Bởi vì **marketing truyền thống cơ bản không tiếp cận được nhiều người mua tiềm năng, đủ tiêu chuẩn**, đúng thời điểm.

Vì vậy, dù bạn không cần đặc biệt hiểu về công nghệ, đại lý niềm yết của bạn cần phải hiểu. Và mặc dù bạn không cần phải biết cách Marketing truyền thống và áp dụng nó, đại lý niềm yết của bạn cần biết cách thực hiện điều này. Là chủ nhà, bạn chỉ cần hiểu đủ có thể biết liệu các nhân viên mà bạn đang phỏng vấn có biết họ đang nói về cái gì không *trước khi* bạn đặt bút ký!

Ví dụ, nhiều đại lý sẽ nói với bạn, “Vâng, chắc chắn, tôi marketing trên phương tiện truyền thông xã hội.” Nhưng những gì họ thực sự đang nói là họ sẽ đăng điều gì đó về ngôi nhà của bạn trên các trang Facebook cá nhân và doanh nghiệp của họ. Ai sẽ thấy nó? Những người đã xem những bài viết đó. Đó không phải là cách bạn Marketing trên mạng xã hội!

Marketing kỹ thuật số hiệu quả nhắm mục tiêu tất cả những người chưa kết nối. Nó thu hút những người mua tiềm năng không truy cập trang web hoặc các trang Facebook của đại lý đó. Đó là sự khác biệt giữa 12 người biết rằng ngôi nhà của bạn đang được bán trên thị trường và 120.000 người biết ngôi nhà của bạn. Trên thực tế, quảng cáo của tôi có xu hướng nhận được hàng trăm giờ xem. Gần đây, một quảng cáo đã có 197 giờ so với mức trung bình là 55 phút mà các quảng cáo của những người khác nhận được. (Xem trang 77 để xem minh họa về Thời gian xem video.) Theo thống kê trong Hồ sơ người mua nhà của NAR, 67% người mua sẽ đi qua một ngôi nhà mà họ nhìn thấy trực tuyến. Vì vậy, hãy tưởng tượng sự khác

biệt giữa 55 phút và 200 giờ hoặc 12 lượt xem và 50.000 lượt xem! Nó giống như sự khác biệt giữa hát trong phòng tắm so với hát ở hiệp một trong Super Bowl. Đều là ca hát nhưng những người chuyên nghiệp thực sự sẽ tham gia buổi biểu diễn Super Bowl!

Sức mạnh Marketing kỹ thuật số của Ace

Tôi không thể đủ vai trò của Internet và phương tiện truyền thông xã hội để đảm bảo bán thành công ngôi nhà của bạn, giúp bạn kiếm được nhiều tiền nhất có thể, trưng bày nó trước công chúng và mang lại những điều khoản tốt nhất cho bạn! Loại marketing này có thể rất kỹ thuật, nhưng bạn không cần phải biết tất cả các chi tiết về kỹ thuật. Tất cả những gì bạn cần biết là chính xác cách đại lý niêm yết lên kế hoạch khai thác sức mạnh này. (Xem ví dụ về Tiếp cận phương tiện truyền thông xã hội.) Marketing tốt mà không cần khai thác sức mạnh của phương tiện truyền thông xã hội và Internet có thể thu hút hàng chục người mua tiềm năng. Marketing tốt trên phương tiện truyền thông xã hội có thể đạt đến hàng nghìn! Và việc có thêm nhiều người mua tiềm năng tiếp cận tới ngôi nhà của bạn chắc chắn mang lại cho nó lợi thế cạnh tranh.

Các chiến dịch Marketing thực sự hiệu quả bắt đầu trước khi ngôi nhà của bạn được tung ra thị trường! Đại lý của bạn không chỉ nên phân phát tài liệu quảng cáo và có biển báo bãi cỏ “Sắp ra mắt” trước ngày niêm yết chính thức (miễn là cho phép theo NAR), mà còn nên bắt đầu

các chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội và Internet để thu hút sự chú ý.

Một đại lý đặc biệt sẽ thực hiện quảng cáo **trả tiền** trên phương tiện truyền thông xã hội có thể nhận được hàng nghìn lượt xem theo đúng nghĩa đen. Đại lý của bạn cũng nên tạo cookie trong câu lệnh của quảng cáo để thu hút đối tượng mục tiêu. Một nhân viên chủ chốt biết cách sử dụng các chiến dịch quảng cáo Facebook trả phí hàng tuần được nhắm mục tiêu đến những người “quan tâm đến việc di chuyển” theo phân tích của Facebook. Họ sẽ quảng cáo trả phí trên các trang web truyền thông xã hội với chuyển tham quan căn nhà của bạn (điều này tạo ra hơn 50.000 lượt xem, thời gian xem video và hàng tấn nhận xét, lượt thích và chia sẻ!). Họ sẽ đăng trên Craigslist để nắm bắt các khách hàng tiềm năng ngoài khu vực. Và họ sẽ đăng thường xuyên trên Instagram để tiếp cận thị trường lâu đời.

Nếu đại lý của bạn thực sự nhạy bén, họ sẽ không chỉ niêm yết ngôi nhà của bạn trên MLS, v.v. Họ sẽ lên các bài đăng và cập nhật hàng tuần về ngôi nhà của bạn trên các trang web bất động sản khác nhau để giữ ngôi nhà của bạn ở những vị trí hàng đầu. Họ cũng sẽ thực hiện “tìm kiếm khách hàng tiềm năng ngược” để xác định người mua tiềm năng.

Trong mọi hành động, họ sẽ đảm bảo rằng họ đã xác định được những người mua tiềm năng có nhiều khả năng trả giá ngôi nhà cao nhất. Đây trở thành *thị trường mục tiêu* mà họ tập trung nỗ lực. Họ không chỉ tạo ra các quảng cáo và bài đăng nhằm chán. Họ sáng tạo với các cuộc thi và quà tặng quảng cáo video tham quan “ảo” tại

nhà của bạn. Ngoài ra, trong mọi thứ họ đăng trực tuyến, họ sẽ nghiên cứu và sử dụng *tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO)* để đảm bảo rằng các quảng cáo và bài đăng về nhà của bạn sẽ nhận được nhiều lượt xem nhất. Điều này có nghĩa là sử dụng tiêu đề, chú thích và nội dung có các từ khóa chính mà người mua nhà tiềm năng đang sử dụng để tìm nhà.

Khi nói đến Marketing trực tuyến và truyền thông xã hội (đó là chuyên môn và thế mạnh của cá nhân tôi!), chúng ta thường nghĩ đến Facebook. Nhưng YouTube và Instagram. Trên thực tế, YouTube là công cụ tìm kiếm lớn thứ hai trên thế giới sau Google, vì vậy các video về ngôi nhà của bạn chắc chắn sẽ xuất hiện ở đó với tiêu đề và chú thích tuyệt vời. Tôi cũng đăng tất cả các danh sách của mình trên blog của mình để chúng đạt được SEO cao hơn (tối ưu hóa công cụ tìm kiếm).

Chúng tôi cũng có một phần mềm có thể theo dõi hành vi của người mua trực tuyến và gửi cho họ thông tin về các bất động sản phù hợp với ngôi nhà mà họ đang tìm kiếm. Sau đó, chúng tôi có thể tạo danh sách những người mua đó và tiếp tục marketing cho họ. Những điều công nghệ làm được thật điên rồ.

Khi họ đã đăng quảng cáo và bài đăng trực tuyến, các đại lý không chỉ “đặt rồi để đó”. Họ có một *hệ thống theo dõi liên tục* để xác định quảng cáo nào đang hoạt động tốt và quảng cáo nào cần điều chỉnh. Họ luôn cập nhật chiến dịch và liên hệ ngay với bất kỳ khách hàng tiềm năng nào đến từ chiến dịch đó qua *gọi điện* hoặc *nhắn tin*.

Việc theo dõi cũng giúp một đại lý chủ động và hiệu quả hơn. Ví dụ: nếu một trong số ngôi nhà của tôi đã được

quảng cáo trong một khoảng thời gian nhất định mà không có lời hỏi mua, thì tôi biết đã đến lúc giảm giá. Đây không phải là quả cầu pha lê của tôi đang nói. Đó là dữ liệu. Nó không chỉ là thực hiện một phân tích so sánh thị trường. Đội ngũ của tôi phân tích dữ liệu về doanh số bán nhà và số ngày có mặt trên thị trường trong bất kỳ khoảng thời gian nhất định nào, lượng tồn kho trên thị trường, tỉ lệ bất động sản được bán hoặc thuê theo định kỳ và liệu đó là thị trường của người mua hay người bán. Ở một số thị trường, mười lăm lần chiếu trong 21 ngày mà không có lời hỏi mua nào là rắc rối. Trong một thị trường chậm hơn hoặc một thị trường nóng hơn, các tiêu chí sẽ khác nhau. Vấn đề là chúng tôi dành thời gian để phân tích dữ liệu và theo dõi kết quả marketing của mình để chúng tôi có thể tiếp tục chủ động.

Trong cuộc phỏng vấn đầu tiên, bạn nên yêu cầu xem các ví dụ về danh sách được niêm yết của đại lý và các phân tích trên mạng xã hội của họ từ các sản phẩm trong quá khứ. Tôi đã cung cấp cho bạn một ví dụ về những gì đội ngũ của tôi sử dụng trong phần phụ lục của cuốn sách này, trang 77-81.

Marketing truyền thống trên Steroids

Có thể bạn đã quen với những điều cơ bản của Marketing truyền thống trong lĩnh vực bất động sản: đại lý niêm yết tài sản của bạn trên MLS, tạo tờ rơi, gửi email hàng loạt cho đại lý bất động sản khác, gửi bảng hiệu của họ, dán một số hình ảnh về công ty của họ trang web và niêm yết

một hoặc hai ngôi nhà đang mở bán. Đã xong, phải không?

Đó không phải là cách các đại lý ngày nay làm. Họ đảm bảo rằng mọi thứ họ làm đều nổi bật và là độc quyền. Và khi họ làm được điều đó, ngôi nhà của bạn sẽ trở nên nổi bật. Các đại lý này đưa “Marketing truyền thống” của họ vào steroid và “truyền thống” chỉ là một bước chiến lược Marketing. Dưới đây là những bước Marketing truyền thống đầu tiên mà đại lý niềm yết cần làm:

Niềm yết trên MLS: Một đại lý tuyệt vời sẽ không chỉ niêm yết nhà của bạn trên MLS mà còn trên tất cả các trang bất động sản có sẵn như Zillow, Redfin, Realtor.com và Trulia. (Thực tế có hàng trăm trang web bất động sản và tôi niêm yết danh sách của mình trên tất cả chúng.) Họ sẽ đăng video tham quan ảo về ngôi nhà của bạn thay vì chỉ một vài bức ảnh. (Truy cập www.AceEstate.homes để xem video tham quan mẫu.) Khi niêm yết, đại lý này sẽ không chỉ đăng những điều cơ bản với cùng một bản sao đóng hộp mà bạn thấy trên mọi niêm yết. Họ sẽ giới thiệu những thứ làm cho ngôi nhà của bạn trở nên độc đáo và đặc biệt hấp dẫn đối với những người mua tiềm năng — và họ sẽ thực hiện nghiên cứu trước đó để xác định những người mua có khả năng nhất và những gì tệp người mua này đang tìm kiếm.

Video và ảnh chuyên nghiệp: Những nhà môi giới thực sự quan tâm đến việc hoàn thành trọn vẹn công việc cho bạn sẽ không chỉ chụp một vài bức ảnh và một đoạn video nhanh chóng bằng điện thoại của họ! Họ sẽ trả tiền để có

một nhiếp ảnh gia và nhà quay phim chuyên nghiệp đến thực hiện. Những chuyên gia này sẽ đảm bảo nắm bắt được các tính năng tốt nhất của ngôi nhà bạn, làm nổi bật các khía cạnh độc đáo của ngôi nhà, ánh sáng và các góc quay hấp dẫn mang lại cảm giác rộng rãi cho ngôi nhà của bạn. Sau đó, họ sẽ quay chụp những bức ảnh và video đó và chỉnh sửa những thứ khác để mang lại tác động lớn nhất. Họ sẽ chụp ảnh vào ban đêm để ghi lại ngôi nhà của bạn nếu nó trông tuyệt vời khi tất cả đã được thắp sáng. Họ sẽ làm bất cứ điều gì cần thiết và không tiếc chi phí để phô trương những điểm sáng trong ngôi nhà của bạn.

Video rất quan trọng trong việc Marketing ngôi nhà của bạn! Theo thống kê, trên các mạng xã hội như Instagram và Facebook, video nhận được nhiều lượt chia sẻ gấp 12 lần so với văn bản hoặc ảnh! Vì vậy, khi ngôi nhà của bạn được đăng bằng video, bạn sẽ có ít nhất 12 lần người xem nó một cách tự nhiên! Và hãy tưởng tượng điều gì sẽ xảy ra khi bạn đặt một số chi tiêu cho quảng cáo *trả phí* vào video (đó là cách chúng tôi nhận được hàng nghìn lượt xem và hàng trăm giờ đã xem!). Khi một trang web có video trên đó, thời gian mọi người nán lại trang web tăng hơn 88%. Vì vậy, tôi *rất coi trọng* video trong việc tiếp marketing tất cả các niềm yết của mình.

Trong nhiều trường hợp, tôi sẽ sử dụng giọng nói cho các phần của video. Các video trên tất cả niềm yết của tôi là các chuyển tham quan thực tế ảo 3D có tính tương tác. Nó cho phép những người mua tiềm năng cảm thấy như họ đang thực sự ở đó để trải nghiệm ngôi nhà, ngay cả khi họ đang ngồi ở nhà với máy tính trong bộ đồ ngủ! Vì tính tương tác cao nên nhiều người xem tương tác và xem

video lâu hơn so với chỉ xem ảnh hoặc video thông thường. Công nghệ tối ưu sử dụng cũng có thể liên kết với tất cả các phương tiện truyền thông xã hội, vì vậy, giống như tôi đang tổ chức những ngôi nhà mở 24/7 thú vị!

Nhân tiện, một video cực kỳ tuyệt vời mà **không được phân phối hợp lý** sẽ giống như chiếc ly pha lê để uống rượu của bà bạn được cất giấu trong tủ quần áo nào đó — đẹp nhưng vô dụng. 99% các đại lý sẽ nói rằng họ Marketing bằng cách sử dụng video, nhưng họ không bao giờ dành thời gian và công sức để phân phối nó dù là điều nên làm. Video của tôi có thể đạt 555 giờ xem. Dựa trên mức độ không hiệu quả của hầu hết các đại lý sử dụng mạng xã hội và video, rất khó có khả năng họ nhận được 5 giờ xem!

Tài liệu in: Thay vì một tờ rơi giá rẻ, một đại lý niềm yết tuyệt vời sẽ dành thời gian và tiền bạc để tạo ra một cuốn ấn phẩm quảng cáo chất lượng cao, đầy đủ màu sắc với các liên kết đến trang web và chuyển tham quan video ảo. Họ sẽ đảm bảo rằng cuốn ấn phẩm này sẽ được gửi đến tất cả những ai đặt câu hỏi trực tuyến hoặc qua điện thoại về ngôi nhà của bạn hoặc bất kỳ ngôi nhà nào tương tự dưới dạng bản sao kỹ thuật số, về cơ bản là trang web của ngôi nhà của bạn. Và tôi đảm bảo rằng tất cả các tài liệu in đều tương thích với điện thoại di động vì **91% người mua** sử dụng điện thoại di động để tìm kiếm tài sản của họ.

Nếu đại lý của bạn quyết định làm một ngôi nhà mở, họ sẽ cung cấp cho mỗi khách truy cập một cuốn ấn phẩm thay vì chỉ danh thiếp. Chúng tôi sử dụng tài liệu quảng cáo chất lượng cao và có trang đăng nhập kỹ thuật số bằng

mã vạch để khách quét và chuyển thẳng đến trang web của nhà bạn khi nhận phòng. Bằng cách đó, chúng tôi có thể theo dõi để biết mức độ nghiêm túc của họ hay chỉ là một người hàng xóm tò mò khác. Theo N.A.R. ít hơn 7% người mua tìm thấy nhà của họ từ một ngôi nhà mở và một bảng hiệu bất động sản.

Thu hút cộng đồng bất động sản: Một nhà môi giới bất động sản có danh tiếng tốt chắc chắn có một khởi đầu thuận lợi ở đây! Một danh tiếng không tốt sẽ không thu được quá nhiều. Đầu tiên, một đại lý niềm yết tuyệt vời sẽ tạo một email hấp dẫn với liên kết đến cuốn ấn phẩm quảng cáo, danh sách trang web và chuyển tham quan ảo. Thay vì chỉ tung ra email này và hy vọng ai đó sẽ mở nó, họ sẽ nhắm mục tiêu email của mình đến các đại lý của người mua tốt nhất trong khu vực, sau đó sẽ liên hệ với họ một cách cá nhân. Họ sẽ đảm bảo rằng các đại lý của người mua trong chính công ty của họ luôn chú trọng đến bất động sản.

Tôi cũng gửi nó cho các đại lý ngoài khu vực đã đưa người mua vào cộng đồng. Đội ngũ của chúng tôi liên hệ với những người cho vay ưu tiên cho bất kỳ người mua tiềm năng nào trong hệ thống của họ. Và khi nhà của khách hàng tôi được hiển thị, đội ngũ của tôi sẽ liên hệ với đại lý của người mua *trong vòng 24 giờ sau mỗi lần hiển thị* để nhận được phản hồi cụ thể nhằm giúp định hướng chiến dịch Marketing của chúng tôi.

Biển hiệu Bãi cỏ: Hầu hết các biển hiệu bãi cỏ được thiết kế để quảng cáo cho đại lý, không phải để bán nhà! Một

đại lý sẽ chi tiền để tạo ra một biển hiệu đặc biệt được thả sáng vào ban đêm. Tại sao? Bởi vì nhiều người sẽ nhìn thấy biển hiệu vào ban đêm khi họ đang về nhà và đó là lúc nhiều người mua tiềm năng lái xe qua các khu vực lân cận mà họ quan tâm. So với một hộp nhựa chứa đầy những tờ rơi mỏng manh (hầu như luôn bị thổi bay trong gió!), các biển hiệu tốt nhất hiện nay sẽ có tính năng nhắn tin tùy chỉnh, đưa mọi người trực tiếp đến trang web của nhà bạn để họ có thể xem nhà của bạn khi đang chạy xe bên ngoài. Tôi cũng có sẵn công nghệ thông báo cho đội ngũ của tôi khi ai đó sử dụng tính năng này để chúng tôi có thể nắm bắt được người mua tiềm năng đó khi họ vừa xem ngôi nhà và bắt đầu chuyển tham quan ảo. Và chúng tôi luôn gọi ngay cho họ. Chúng tôi biết rằng khi người mua đang sử dụng tính năng nhắn tin này, họ rất nghiêm túc. (Hoặc có thể đó chỉ là một người hàng xóm tò mò. Nhưng hãy nhớ rằng, họ có thể biết ai đó đang có nhu cầu.)

Trang web của nhà bạn: Đúng vậy, ngôi nhà của bạn phải có trang web riêng, không chỉ là một trang web tồi tàn với một vài bức ảnh của công ty bất động sản! Trang web ngôi nhà của bạn phải được thiết kế hấp dẫn với tất cả thông tin mà người mua tiềm năng cần: chuyển tham quan video ảo, thư viện ảnh, cuốn ấn phẩm quảng cáo in được, bản đồ và thông tin bất động sản, máy tính khả năng thể chấp và các báo cáo cho người mua ngoại thành thấy được bản đồ khu vực, tiện nghi khu vực, điểm trường và khoảng cách từ nhà, và thông tin cộng đồng. Chúng tôi yêu thích tính năng này và Người mua cũng vậy.

Điều này nghe có vẻ tốn rất nhiều công? Thành thật mà nói, đó chỉ là phần nổi của tảng băng chìm về những gì mà một đại lý niêm yết đặc biệt có thể làm cho bạn. Đúng, nó đòi hỏi cam kết về thời gian và tiền bạc để Marketing ngôi nhà của bạn. Nó yêu cầu đại lý của bạn cam kết học tập liên tục về công nghệ và đổi mới. Đây là những gì bạn xứng đáng và những gì bạn nên mong đợi từ đại lý niêm yết của bạn! Và nếu nó không được thực hiện, thì bạn sẽ tổn kém tiền bạc và thời gian khi bán nhà của bạn.

Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi

1. Cụ thể, bạn sẽ làm gì để marketing bất động sản này?
2. Bạn sẽ nhắm mục tiêu vào tệp người mua tiềm năng nào và tại sao? Cụ thể, bạn sẽ marketing họ như thế nào?
3. Bạn nghĩ điều gì khiến ngôi nhà của tôi hấp dẫn nhất đối với người mua và bạn sẽ giới thiệu nó như thế nào?
4. Bạn có thể cho tôi xem các ví dụ về tài liệu quảng cáo của bạn và các tư liệu marketing khác không? Chúng có tương thích với điện thoại di động không?
5. Bạn có thể cho tôi xem ảnh biển hiệu bãi cỏ của bạn được không? Làm thế nào nó sẽ nổi bật? Có tính năng văn bản nào thu thập thông tin của người mua không?
6. Nhà của tôi sẽ được niêm yết trên những trang web nào? Bạn cập nhật những niêm yết này bao lâu một lần?

7. Bạn sẽ thực hiện những gì để thu hút cộng đồng bất động sản về nhà của tôi?
8. Làm thế nào bạn sẽ thu hút khu phố của tôi?
9. Trang web nhà của tôi sẽ trông như thế nào? Ai sẽ chụp ảnh và quay video?
10. Bạn sẽ chạy loại chiến dịch quảng cáo nào trên mạng xã hội? Làm thế nào để bạn theo dõi chúng? Tần suất đăng trên các trang web khác nhau? Bạn sẽ sử dụng phân tích của họ như thế nào?
11. Bạn có thể cho tôi xem ví dụ về lượt tiếp cận, mức độ tương tác, lượt xem video và thời gian đã xem các quảng cáo gia đình trước đây của bạn trên phương tiện truyền thông xã hội không? (Nếu họ lấp lửng điều này hoặc không thể trả lời, điều đó cho bạn biết rằng họ đang Marketing trực tuyến không chính xác, điều này sẽ khiến bạn mất hàng nghìn đô la.)
12. Bạn chạy loại chiến dịch nào trước khi bắt động sản chính thức niêm yết trên thị trường?
13. Làm thế nào để bạn nhắm mục tiêu cụ thể những người mua đang xem các tài sản tương tự như của tôi?

ĐÀM PHÁN ĐỂ GIÀNH CHIẾN THẮNG TẠI ACE

Thương lượng thường bị đánh giá sai hoặc hiểu nhầm. Đó là bởi vì nhiều người nghĩ về các cuộc đàm phán giống phong cách bữa tối của gia đình lớn, không có đủ thức ăn để đi khắp nơi. Mọi người phải đánh bại kẻ khác và giành lấy của họ trước khi tất cả biến mất! Những người khác nghĩ rằng việc đàm phán chỉ đơn giản là thô lỗ. Nếu ai đó yêu cầu một cái gì đó, bạn có thể đưa nó cho họ hoặc không. Thật bất lịch sự khi phải xoay sở và giải quyết vấn đề đó.

Cả hai điều này đều là những mô tả hoàn toàn lỗi thời về khả năng đàm phán tốt. Đàm phán tốt dựa trên khái niệm “đôi bên cùng có lợi”. Mọi người trong giao dịch nhận được những gì họ thực sự muốn và cần, không nhất thiết phải hoàn toàn có mọi thứ họ muốn. Nó dựa trên sự thỏa hiệp có ý thức, cho và nhận. Và đó là cách hiệu quả nhất để có được mức giá tốt nhất và các điều khoản có lợi nhất cho ngôi nhà của bạn trong thời gian ngắn nhất!

Giống như Marketing, bạn không cần phải tự mình trở thành chuyên gia đàm phán. Điều quan trọng là bạn

có thể xác định kiểu người thương lượng mà bạn đang phỏng vấn và họ đã được đào tạo cụ thể đến mức nào. Để làm được điều đó, hãy để tôi cung cấp cho bạn tổng quan nhanh về các phong cách đàm phán:

Người đàm phán cạnh tranh

Đây là một kiểu nhà đàm phán “người chiến thắng có tất cả”. Đó là một phong cách đàm phán rất cũ và giống như kiểu “bán nhà cứng rắn” từ nhiều thập kỷ trước, đây không phải là cách tiếp cận hiệu quả nhất ngày nay. Một nhà môi giới là một nhà đàm phán cạnh tranh thường có một cái tôi lớn và tự hào được biết đến là người gay gắt và không chịu khuất phục. Họ có thể bán rất nhiều căn nhà nhưng thường với chi phí cao cho Người bán của họ (thỏa thuận mất nhiều thời gian hơn so với mức cần thiết, cuối cùng họ phải trả giá cao nhưng điều khoản kinh khủng, v.v.). Bạn có thể nhận ra một nhà đàm phán cạnh tranh nếu họ muốn họ luôn đúng về *mọi thứ*! Họ cứng đầu và không linh hoạt, thường không phân biệt được đâu là vấn đề lớn và đâu là vấn đề không quan trọng. Nhà đàm phán cạnh tranh thường dựa vào các kỹ thuật bắt nạt, như đe dọa rút lại thỏa thuận hoặc đặt ra khung thời gian bất khả thi cho các khoảng thời gian dự phòng hoặc cấp vốn. Cách tiếp cận này *không* giúp tăng tốc quá trình nhưng lại thường khiến bạn tốn tiền!

Kiểu đại lý này có thể thu hút bạn với tư cách là một khách hàng nhưng có xu hướng đối xử thô lỗ và thiếu tôn trọng với mọi người khác. Họ có thể nóng nảy và thiếu chuyên nghiệp, thậm chí dùng lời lẽ thô tục đối với người

mua tiềm năng và đại lý của họ. Nhu cầu vượt trội và “đúng đắn” của họ cuối cùng khiến mọi người phải chịu căng thẳng và khoản tiền không cần thiết.

Tại sao một đại lý sử dụng cách tiếp cận này lại không hiệu quả? Các đại lý khác không thích họ, không tin tưởng và biết rằng họ sẽ lạm dụng, lừa dối trong quá trình giao dịch. Vì vậy, họ tránh đưa người mua đến với họ. Hoặc nếu họ làm vậy, đại lý của người mua tiếp cận giao dịch trong bộ giáp đầy đủ trong tình trạng căng thẳng và cảnh giác! Sự cứng đầu và thiếu linh hoạt của một nhà đàm phán cạnh tranh sẽ huỷ hoại các giao dịch khả thi hoặc khi các giao dịch được thực hiện, sẽ để lại trải nghiệm tồi tệ với tất cả những người có liên quan. Đó chỉ đơn giản là công việc kinh doanh không tốt và nó sẽ không mang lại cho bạn kết quả xứng đáng.

Thực tế, chúng tôi có một “danh sách đen” gồm các đại lý đã từng có hành vi bất đồng chính kiến với khách hàng trong quá khứ, những nhà môi giới hoàn toàn không muốn thỏa hiệp ngay cả khi điều đó có ý nghĩa đối với tất cả các bên, và những người vô cùng xấu xa. Chúng tôi có đưa ra các lời mời của họ, nhưng chúng tôi luôn cảnh báo người bán về kinh nghiệm trong quá khứ của chúng tôi nếu được yêu cầu cho ý kiến.

Người đàm phán tuân thủ

Kiểu nhà đàm phán này trái ngược với nhà đàm phán cạnh tranh. Những người tuân thủ sợ đối đầu và bất đồng. Họ cần được yêu thích vì vậy họ sẽ để người khác khổng

chế trên mình. Kiểu đại lý này sẽ luôn nhượng bộ các yêu cầu của phía bên kia — và sẽ thuyết phục bạn làm như vậy. Họ có thể là một người rất tốt nhưng không phải là người bạn cần trong đội ngũ của mình.

Hãy nghĩ về nó như một y tá phẫu thuật sợ máu. Bạn sẽ không muốn người đó hỗ trợ bác sĩ phẫu thuật cho bạn! Trong phòng mổ, máu chỉ là một phần. Không ai kỳ vọng bệnh nhân được đưa vào và được chữa lành hoàn toàn mà không bị rơi một giọt máu nào. Một y tá giỏi biết rằng sẽ có máu. Đó là một phần cần thiết của quy trình và nó không là điều xấu (trừ khi vượt quá tầm kiểm soát!). Trong khi một y tá sợ hãi nhắm mắt lại khi nhìn thấy máu và hoàn toàn tránh nó, một y tá có năng lực sẽ cố gắng hết sức và xử lý tình huống theo cách bình tĩnh nhất có thể, biết rằng điều đó sẽ giúp một bệnh nhân khỏe mạnh trở lại.

Giống như máu trong phòng phẫu thuật, đàm phán chỉ là một phần của mọi thương vụ bất động sản. Đó là điều đáng kỳ vọng, không phải lo sợ. Rất hiếm khi người mua bước lên và chấp nhận mọi điều khoản mà bạn, với tư cách là người bán, đề xuất. Thương lượng không giống như khách hàng trong một cửa hàng bách hóa chỉ nhìn vào bảng giá và rút thẻ tín dụng của họ. Các giao dịch bất động sản đầy rẫy những vấn đề lớn nhỏ, tất cả đều đòi hỏi sự thương lượng. Nếu đại lý của bạn chỉ đơn giản là thông báo mỗi khi Người mua yêu cầu điều gì đó, họ không đại diện cho lợi ích tốt nhất của bạn.

Kiểu đại lý này luôn cảnh báo bạn nên thận trọng vì “chúng tôi có thể mất thỏa thuận.” Đừng rơi vào đó. Nếu một người mua rất muốn có căn nhà của bạn, họ sẽ

thương lượng. Khi khách hàng của tôi lo lắng về việc mất hợp đồng vì chúng tôi phản đối hoặc thương lượng, tôi luôn nhắc họ rằng, nếu người mua bỏ đi vì các điều khoản của chúng tôi không được chấp nhận mà không phản đối lại, họ chưa đủ ham muốn với căn nhà đó. Dù sao thì họ cũng đã bỏ đi vào một thời điểm nào đó khác trong quá trình giao dịch và làm lãng phí thời gian quý báu của chúng tôi.

Được rồi, vậy nếu đó không phải là kẻ bắt nạt và không phải là người nhút nhát dễ sợ hãi, bạn muốn kiểu người thương lượng nào?

Người đàm phán hợp tác

Giống như y tá phẫu thuật điểm tĩnh đó, một nhà đàm phán hợp tác chờ đợi và chuẩn bị cho việc đàm phán. Về cốt lõi, đàm phán là giao tiếp. Vì vậy, họ sẽ lắng nghe và đặt câu hỏi, tìm cách nắm bắt tất cả các bên trong giao dịch.

Trước hết, khi cộng tác với bạn, họ đã đặt mục tiêu cho việc bán nhà của bạn. Họ đã giúp bạn sắp xếp thứ tự ưu tiên cho nhu cầu và mong muốn của bạn đối với giao dịch. Họ thậm chí có thể đã thảo luận về các thoả thuận với bạn trước khi đưa ngôi nhà của bạn ra thị trường. Họ sẽ không hứa hẹn viễn vông sẽ giúp bạn thực tế ngay từ đầu.

Khi có lời hỏi mua, một nhà đàm phán hợp tác sẽ dành thời gian để hiểu động cơ và ưu tiên của từng Người mua bằng cách thảo luận với đại lý của Người mua. Họ sẽ

thực hiện nghiên cứu. Khi xung đột giữa những gì bạn muốn và những gì Người mua muốn phát sinh, họ sẽ làm việc với đại lý của Người mua để đưa ra các giải pháp và sáng tạo các lựa chọn phù hợp với mọi người. Họ sẽ không bán phá giá mà luôn tôn trọng các ưu tiên quan trọng nhất của bạn. Nhưng họ sẽ sẵn sàng thỏa hiệp về những vấn đề nhỏ để giải quyết một vấn đề lớn khác. Và nếu xảy ra tranh chấp, họ sẽ có kỹ năng để bình ổn tình hình nhất có thể. Họ sẽ không phản ứng thái quá trước những yêu cầu vô lý hoặc cảm xúc mạnh từ phía đối phương mà sẽ giữ bình tĩnh, tìm cách hiểu những vấn đề thực sự bên dưới. Họ sẽ không để cái tôi của mình hoặc nhu cầu đúng đắn cản trở việc thực hiện thỏa thuận miễn là nó có lợi nhất cho các mục tiêu và mục tiêu của Người bán của họ.

Trong mắt một người không được đào tạo chuyên sâu về đàm phán, cách tiếp cận hợp tác có vẻ yếu ớt. Nhưng đó thực sự là cách tiếp cận mạnh mẽ và hiệu quả nhất mà bạn có thể thực hiện. Chỉ cần hỏi Harvard - ngôi trường đào tạo chuyên sâu về lĩnh vực này. Đó là phương pháp được dạy trong hầu hết mọi khóa học đàm phán nâng cao ngày nay. Vì vậy, là một dấu hiệu tốt nếu đại lý của bạn đã tham gia một số khóa học này! Các kỹ năng để đàm phán hợp tác bao gồm: giao tiếp hiệu quả bằng lời nói, kỹ năng lắng nghe tuyệt vời, xây dựng mối quan hệ, giải quyết vấn đề sáng tạo, tính quyết đoán và kỹ năng “thuyết phục có đạo đức”. Với những kỹ năng này trong dây chuyền công cụ của họ, một đại lý cộng tác sẽ giúp bạn có được kết quả cuối cùng tốt hơn nhiều so với một trong các phong cách khác.

Công việc của bạn trong khi đàm phán

Bạn có một vai trò quan trọng trong cuộc đàm phán. Công việc của bạn không phải là giao dịch trực tiếp với Người mua hoặc đại lý của Người mua. Trên thực tế, cho dù bản thân bạn là một nhà đàm phán tuyệt vời đến mức nào, thì việc tương tác trực tiếp từ phía bạn sẽ chỉ gây ra nhầm lẫn và có thể khiến giao dịch đi sai hướng. Hãy để đại lý của bạn làm công việc của họ và bạn hỗ trợ họ. Công việc của bạn là:

Ghi nhớ các ưu tiên của bạn: Trong chương tiếp theo, chúng ta sẽ nói về cách khai thác các ưu tiên bán nhà của bạn, đó là những điều quan trọng nhất đối với bạn. Trong các cuộc đàm phán và trong các hợp đồng, bạn sẽ đưa ra quyết định về hàng trăm vấn đề. Một số trong số chúng quan trọng và một số thì không. Nhưng bạn rất dễ bị cuốn vào tất cả và đánh mất những gì bạn đang thực sự cố gắng đạt được khi bán nhà của mình. Hãy chắc chắn và giữ các ưu tiên của bạn ở vị trí trung tâm để khi tình huống không thể tránh khỏi xảy ra, bạn sẽ không lạc đường.

Hãy bình tĩnh và suy nghĩ thấu đáo: Tôi biết, tôi biết, đó là ngôi nhà của bạn! Nhưng những quyết định tốt nhất không được đưa ra khi chúng ta đang cảm thấy xúc động. Đúng, bạn có thể thực sự hiểu rằng Người mua muốn tính tiền thuê quá mức của bạn để bạn có thể ở lại một tháng sau khi đóng cửa. Đúng, bạn có thể phát hoảng khi nghe họ định đổ đầy bể bơi của bạn và nhổ bỏ những cây chanh

bạn đã trông. Hít thở sâu. Trả lời, đừng phản ứng. Tránh phản ứng bằng nắm đấm mà hãy suy nghĩ thấu đáo. Và nếu bạn cần thời gian để đi đến một nơi tốt hơn để ổn định cảm xúc, hãy suy nghĩ thấu đáo trước khi đưa ra quyết định.

Tôi nhớ trong những năm đầu kinh doanh, tôi đã phản ứng và đưa ra quyết định dựa trên cảm xúc nhiều hơn là sự thật. Điều đó cần có thời gian và rất nhiều giao dịch để học được. Cảm tạ trời đất, tôi đã thực hiện nhiều giao dịch để lấy lại cảm xúc nguyên vẹn và giúp khách hàng của tôi cũng như vậy.

Lắng nghe và Đặt câu hỏi: Đại lý của bạn ở đó để tư vấn vì vậy hãy lắng nghe. Nếu bạn không đồng ý hoặc không hiểu tại sao họ muốn bạn thỏa hiệp, hãy đặt câu hỏi. Hỏi xem lý luận của họ là gì. Hỏi về các lựa chọn khác và nếu bạn đã nghĩ đến một lựa chọn khác, hãy cho họ biết. Hỏi họ điều gì có thể sẽ xảy ra nếu bạn *không đồng ý* với thỏa hiệp. Vào cuối ngày, bạn có tiếng nói cuối cùng trong bất kỳ quyết định nào. Chỉ cần đảm bảo nhận được tất cả thông tin bạn cần để có một lựa chọn tốt.

Hãy rõ ràng: Đại lý niềm yết của bạn muốn thương lượng thay mặt bạn, vì vậy hãy rõ ràng nhất có thể. Luôn giữ thông tin liên lạc. Nếu bạn không thích cách đàm phán diễn ra, hãy nói với họ và giải thích lý do. Khi bạn đưa ra quyết định hoặc thỏa hiệp, hãy đảm bảo rằng đó là quyết định mà bạn cảm thấy đủ tốt và bạn sẽ tôn trọng điều đó. Và nếu bạn là một cặp vợ chồng đang bán nhà của mình, hãy cố gắng tránh các tín hiệu lộn xộn. Cùng nhau đi đến

quyết định. Cung cấp cho đại lý của bạn các yêu cầu rõ ràng để họ đại diện cho bạn với khả năng tốt nhất của họ. Sau đó, sẵn sàng lắng nghe nếu đại lý của bạn không đồng ý với hướng bạn muốn thực hiện. Họ sẽ có thể giải thích cho lựa chọn của họ và lý do nó có lợi hơn cho bạn.

Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi

Thật không may, hầu hết mọi người không nhận ra phong cách đàm phán của đại lý cho đến khi họ ở thực sự đàm phán! Đặt một vài câu hỏi và chú ý đến cách họ tương tác có thể sẽ hữu ích cho bạn.

1. Bạn đã tham gia các khóa đào tạo và khóa học về đàm phán nào? Bạn có chứng chỉ nào trong số đó? Bạn học được gì từ những khoá học này?
2. Bạn nghĩ bản thân như một nhà đàm phán như thế nào? Kỹ năng tốt nhất của bạn trong đàm phán là gì?
3. Bạn nghĩ khía cạnh quan trọng nhất của mọi cuộc đàm phán nào là gì?
4. Tôi sẽ đóng vai trò gì trong các cuộc đàm phán và chúng ta sẽ giao tiếp như thế nào trong giai đoạn này?

TẠI ACE, GIAO TIẾP LÀ CHÌA KHÓA

Một lĩnh vực quan trọng khác mà bạn muốn tìm kiếm ở một đại lý niêm yết tiềm năng chính là *sự giao tiếp*. Rất nhiều đại lý niêm yết truyền thống yêu cầu bạn phải đồng ý ký hợp đồng sau đó biến mất trong một tháng hoặc lâu hơn, cho đến khi họ có ưu đãi trong tay — hoặc đến khi họ cho bạn biết lý do tại sao họ *không* được nhận một ưu đãi! Trong thời đại giao tiếp tức thời này, điều đó đơn giản là không thể chấp nhận được! Bạn xứng đáng nhận được nhiều hơn và nên mong đợi nhiều hơn, và bạn không muốn kết thúc bằng việc truy đuổi đại lý của mình để nhận được câu trả lời cho các câu hỏi quan trọng của bạn.

Bạn muốn biết điều gì đang diễn ra với hoạt động marketing (marketing/quảng cáo). Bạn muốn nghe mọi nhận xét từ những người mua tiềm năng đang xem nhà của bạn. Bạn muốn đóng góp ý kiến vào quá trình này và đảm bảo rằng lợi ích của bạn đang thực sự được đáp ứng. Đảm bảo rằng bạn nhận được sự giao tiếp mà bạn cần ngay từ đầu.

Ví dụ: ngay cả trong cuộc hẹn niêm yết ban đầu, một đại lý thực sự tuyệt vời sẽ dành thời gian để giải thích

những gì đang xảy ra trên thị trường và điều đó sẽ ảnh hưởng như thế nào đến việc bán nhà của bạn cũng như giá cả của nó. Họ sẽ cho bạn biết ai là người mua tiềm năng nhất của bạn và cách họ dự định sẽ marketing cho họ. Họ sẽ cung cấp cho bạn phản hồi trung thực về kỳ vọng của bạn đối với việc bán nhà và có thể đưa ra các lựa chọn thay thế cho những kỳ vọng không thực tế. Họ sẽ không chỉ nói lời hoa mỹ và nói vòng vo với bạn.

Trên thực tế, nếu ba trong số bốn đại lý mà bạn phỏng vấn nói rằng nhà của bạn được định giá quá cao, đừng tin rằng người thứ tư nói: “Này, không sao!” Anh ta sẽ chỉ lãng phí thời gian của bạn vì sau trong ba tháng anh ta sẽ nghị giảm bớt! Tôi không thể cho bạn biết bao nhiêu lần tôi đã thấy một danh sách đến tay một đại lý đã phóng đại giá niêm yết khi tôi thẳng thắn và trung thực về nó. Sau đó, tôi sẽ thấy ngôi nhà rao bán trôi nổi trên thị trường trong nhiều tháng và theo dõi giá giảm từ mức này đến mức khác cho đến khi cuối cùng nó bán được với giá *thấp hơn cả* mức tôi đã có thể có được! Đại lý mà bạn muốn sẽ đối xử với bạn một cách tôn trọng như một đối tác có giá trị trong quá trình này và không dẫn dắt bạn như thế này.

Krista đã kể cho tôi nghe một câu chuyện - một ví dụ hoàn hảo về điều này: “Một cặp vợ chồng trong cộng đồng của chúng tôi đã niêm yết căn nhà của họ với một đại lý nói rằng anh ta có thể bán nó với giá 749.000 đô la. Ba tuần sau, họ giảm giá xuống còn 699.000 USD. Sau 39 ngày trên thị trường và rất ít lần xuất hiện, hai vợ chồng đã gỡ bỏ rao bán căn nhà trên thị trường. Ba mươi ngày sau, họ niêm yết với đội ngũ của tôi. Chúng tôi đã có thể bán căn nhà chỉ trong 9 ngày với giá 695.000 USD —

chính xác là giá niêm yết mà họ *đáng lẽ* phải đưa ra ngay từ đầu!”

Vì vậy, hãy đảm bảo rằng đại lý của bạn thẳng thắn, trung thực và cởi mở với bạn. Và họ sẽ giữ liên lạc tốt sau khi bạn ký thỏa thuận niêm yết với họ.

Khởi Đầu Một Cách Đúng Đắn

Ngay từ đầu, đại lý niêm yết của bạn và đội ngũ của họ phải liên lạc gần như thường xuyên. Không phải theo cách quấy rối bạn hoặc làm giảm hiệu quả hoạt động, mà là theo cách giúp bạn luôn được thông báo về những gì đang xảy ra và khi nào nó đang xảy ra.

Điều đầu tiên họ nên hỏi bạn là làm thế nào để kết nối tốt nhất với bạn. Bạn ưa thích liên lạc qua điện thoại hơn? Qua tin nhắn? Qua E-mail? Những thời điểm nào trong ngày sẽ phù hợp? Đại lý của bạn cũng nên nói rõ về thời gian họ sẵn sàng có mặt và người cần liên hệ nếu họ không có mặt. Tôi cung cấp cho tất cả khách hàng các số điện thoại liên hệ của tất cả những thành viên trong đội ngũ của tôi mà họ sẽ tương tác.

Dưới đây chỉ là một số điều mà đại lý của bạn và đội ngũ của họ nên hỏi và thông báo cho bạn khi bắt đầu:

Mục tiêu và nhu cầu của bạn từ việc bán nhà này. Tôi sẽ đề cập kỹ hơn vấn đề này trong phần tiếp theo. Nhưng đại lý niêm yết của bạn nên dành thời gian để ngồi lại với bạn và thực sự hiểu bạn muốn gì và cần gì từ việc bán nhà này. Họ nên chân thành quan tâm và chú ý cẩn thận đến

những gì bạn phải nói. Một đại lý giỏi sẽ lắng nghe và đặt câu hỏi để họ có thể điều chỉnh chiến lược marketing và đàm phán cho phù hợp. Nếu họ nói phần này một cách qua loa chiếu lệ và không đi sâu vào chi tiết, thì đó chắc chắn là một dấu hiệu bất ổn! Điều đó rất có thể có nghĩa là họ sẽ sử dụng các chiến lược “giảm giá đại trà” mà họ vẫn luôn sử dụng — và cuối cùng thì bạn sẽ nhận được kết quả “đại hạ giá”.

Các đặc điểm tốt nhất của ngôi nhà của bạn. Ai biết điều này tốt hơn bạn? Đại lý của bạn nên thu thập những ý kiến đóng góp của bạn về những gì bạn thích nhất về ngôi nhà và điều gì khiến tuyệt vời khi sống ở đó. Một đại lý niềm yết tuyệt vời (hoặc chuyên gia marketing của họ) sẽ hỏi bạn về các tính năng của ngôi nhà và bất kỳ sự nâng cấp nào bạn đã thực hiện. Họ nên hỏi về vị trí cụ thể bao gồm những người hàng xóm tuyệt vời, những tụ điểm thú vị ở khu phố và các tiện ích công cộng gần đó. Tất nhiên, họ sẽ có rất nhiều số liệu thống kê về khu vực và kiến thức trong tầm tay của họ. Nhưng cái nhìn sâu sắc của cá nhân bạn về những điều này, cho dù đó là trường học ở khu vực lân cận hay tiệm làm tóc địa phương, sẽ hỗ trợ rất nhiều cho việc marketing ngôi nhà của bạn.

Thông tin về nhà của bạn. Được rồi, đây là phần nhàm chán nhưng rất cần thiết. Tôi gọi đó là “Bài tập về nhà của người bán” và tôi đã tạo tổ hợp đặc biệt cho khách hàng của mình, hỏi họ tất cả những gì chúng tôi cần. Nó yêu cầu những thứ như mã chuông báo và các hướng dẫn hiển thị mong muốn (nghĩa là “vui lòng thông báo cho chủ sở

hữu ít nhất 30 phút” hoặc “đừng để vật nuôi ra bên ngoài”). Nó cũng bao gồm các biểu mẫu để giúp khách hàng của tôi cung cấp tất cả thông tin mà họ cần cung cấp một cách hợp pháp cho những người mua tiềm năng.

Ở California và nhiều tiểu bang khác, lượng thông tin bạn phải tiết lộ thật đáng kinh ngạc! Đại lý của bạn không chỉ nên nói với bạn về những gì được yêu cầu mà còn cung cấp các biểu mẫu và quy trình giúp bạn bớt nặng nề hơn! Ví dụ: tôi cung cấp cho chủ nhà của mình một danh mục đầy đủ bao gồm mọi thứ từ hiệp hội chủ nhà cho đến độ cũ của mái nhà. Đối với những thông tin được yêu cầu tiết lộ, tôi cung cấp cho họ một biểu mẫu trực tuyến đơn giản để dùng. Tôi gợi ý khách hàng của mình tự rót một ly rượu, mở máy tính xách tay hoặc máy tính bảng của họ, sau đó đi bộ từ phòng này sang phòng khác và ghi lại bất kỳ sửa chữa hoặc thay đổi nào họ đã thực hiện trong suốt chừng đó năm. Khi nói đến việc cung cấp thông tin theo yêu cầu của Nhà nước, chúng tôi sẽ cùng khách hàng =giải thích chi tiết ý nghĩa của từng mục. (Đáng buồn là nhiều đại lý niềm yết chỉ đơn giản là gửi cho khách hàng của họ những biểu mẫu phức tạp này và yêu cầu họ điền vào. Điều này không chỉ gây rắc rối cho bạn mà còn có thể gây ra các vấn đề pháp lý nếu bạn không thực hiện đúng và đầy đủ.)

Bang của tôi, California, rất nghiêm ngặt về việc tiết lộ thông tin và bạn phải tiết lộ *bất kỳ điều gì* đã từng được sửa đổi, sửa chữa, thay thế, bổ sung, sửa chữa hoặc thay đổi. Bạn phải tiết lộ *bất kỳ điều gì* bạn biết về điều đó “có thể” xảy ra trong tương lai hoặc điều đó đã xảy ra trong quá khứ cho gia đình, thành phố, vùng lân cận, v.v. Bạn

không phải quyết định điều đó tốt hay xấu, quan trọng hay không, ngay cả khi điều gì đó hiển nhiên hay không. Bạn vẫn cần phải tiết lộ nó. Vì vậy, nếu bạn sống trên một sân gôn, hãy tiết lộ điều đó cho dù điều đó có vẻ rõ ràng như thế nào. Nếu bạn không và một quả bóng gôn đập vào nhà và gây thiệt hại cho ai đó hoặc một cái gì đó, bạn có thể mở một vụ kiện. Tôi *không* hề đùa!

Những tiết lộ “tắm lò hơi” trong các biểu mẫu của bạn bao gồm rất nhiều, nhưng tiết lộ quá mức luôn tốt hơn nếu bạn muốn tránh các vụ kiện trong tương lai. (Tôi đã tham gia các lớp học chỉ cho tôi cách diễn thông tin tiết lộ đúng cách để giữ an toàn cho khách hàng của tôi khỏi kiện tụng.) Nếu bạn có nhiều phương tiện giao thông hoặc sống trên một con phố đông đúc, hãy tiết lộ điều đó. Nếu bạn thay bộ ngói toilet vào năm 2005, hãy tiết lộ điều đó. Nếu bạn biết về bất kỳ thay đổi nào trong tương lai đối với cộng đồng, hãy tiết lộ điều đó. Nếu bạn có HOA và bạn biết phí sẽ tăng, hãy tiết lộ điều đó. Vâng, thật khó để ghi nhận tất cả những điều này, nhưng nó ít căng thẳng hơn nhiều so với một vụ kiện!

Thiết lập các cuộc hẹn ban đầu. Đội ngũ đại lý của bạn không chỉ nên cho bạn biết khi mọi việc đang diễn ra mà còn phải lên lịch thời gian thuận tiện cho bạn chứ không chỉ cho họ. Bạn sẽ có một cuộc hẹn để chụp ảnh và quay video và họ cũng sẽ gửi cho bạn một danh sách kiểm tra về cách chuẩn bị cho cuộc hẹn này. Tôi luôn sắp xếp để nhờ một chuyên gia đặt cược đến nhà khách hàng của tôi để đưa ra đề xuất về cách thể hiện tốt nhất các tính năng của nó và thực hiện một số phân đoạn cơ bản với họ.

Nhóm đại lý của bạn sẽ lên lịch lắp đặt bảng hiệu bãi cỏ và nên hỏi ý kiến của bạn trước khi đặt. Họ cũng sẽ cài đặt một hộp khóa và ai đó sẽ ngồi xuống và giải thích cho bạn chính xác cách thức hoạt động của điều này, ai sẽ có quyền truy cập vào nhà của bạn và khi nào họ sẽ có quyền truy cập. Tôi cũng luôn đưa ra lời khuyên cho khách hàng của mình về cách giữ an toàn cho các vật có giá trị trong thời gian nhà được trưng bày.

Chuẩn bị nhà: Bang của tôi, California, rất nghiêm khắc về việc tiết lộ thông tin và bạn phải tiết lộ bất kỳ điều gì đã từng được sửa đổi, sửa chữa, thay thế, bổ sung, sửa sang hoặc thay đổi. Bạn phải tiết lộ bất cứ điều gì bạn biết về mọi điều “có thể” xảy ra trong tương lai hoặc điều đã xảy ra trong quá khứ về gia đình, thành phố, vùng lân cận, v.v. Bạn không phải quyết định điều đó tốt hay xấu, quan trọng hay không, ngay cả khi điều gì đó hiển nhiên hay không. Bạn vẫn cần phải tiết lộ nó. Vì vậy, nếu bạn kiếm sống từ một sân gôn, hãy tiết lộ điều đó cho dù điều đó có hiển nhiên tới đâu. Nếu bạn không tiết lộ và một quả bóng gôn đập vào nhà và gây thiệt hại cho ai đó hoặc một cái gì đó, bạn có thể gặp phải một vụ kiện. Tôi *không hề* đùa!

Những phần tiết lộ “mang tính khuôn mẫu” trong các biểu mẫu của bạn có rất nhiều, nhưng tiết lộ nhiều luôn tốt hơn nếu bạn muốn tránh các vụ kiện trong tương lai. (Tôi đã tham gia các lớp học về cách diễn thông tin tiết lộ phù hợp nhằm bảo đảm an toàn cho khách hàng của tôi tránh khỏi kiện tụng.) Nếu bạn có nhiều phương tiện giao thông hoặc sống trên một con phố đông đúc, hãy tiết lộ

điều đó. Nếu bạn thay bộ ngồi toilet vào năm 2005, hãy tiết lộ điều đó. Nếu bạn biết về bất kỳ thay đổi nào trong tương lai đối với cộng đồng, hãy tiết lộ điều đó. Nếu bạn có HOA và bạn biết phí sẽ tăng, hãy tiết lộ điều đó. Vâng, thật khó để ghi nhận tất cả những điều này, nhưng nó ít căng thẳng hơn nhiều so với một vụ kiện!

Thiết lập các cuộc hẹn ban đầu. Đội ngũ đại lý của bạn không chỉ nên cho bạn biết khi mọi việc đang diễn ra mà còn phải lên lịch thời gian thuận tiện cho bạn chứ không chỉ cho họ. Bạn sẽ có một cuộc hẹn để chụp ảnh và quay video và họ cũng sẽ gửi cho bạn một danh sách kiểm tra về cách chuẩn bị cho cuộc hẹn này. Tôi luôn sắp xếp để nhờ một chuyên gia dàn cảnh đến nhà khách hàng của tôi để đưa ra đề xuất về cách thể hiện tốt nhất các đặc điểm của nhà và thực hiện một số dàn cảnh cơ bản với họ.

Đội ngũ đại lý của bạn sẽ lên lịch lắp đặt bảng hiệu trên bãi cỏ và nên hỏi ý kiến của bạn trước khi đặt. Họ cũng sẽ cài đặt một hộp khóa và ai đó sẽ ngồi xuống và giải thích cho bạn chính xác cách thức hoạt động của thiết bị này, ai sẽ có quyền tiếp cận vào nhà của bạn và khi nào họ sẽ có quyền tiếp cận. Tôi cũng luôn đưa ra lời khuyên cho khách hàng của mình về cách giữ an toàn cho các vật có giá trị trong thời gian nhà được trưng bày.

Giao tiếp trong giai đoạn Marketing

Đáng buồn thay, đây là giai đoạn có quá nhiều đại lý niềm yết im hơi lặng tiếng! Họ có thể làm việc thay mặt bạn,

nhưng họ không bận tâm để bạn biết. Nhưng một đại lý niềm yết thực sự tốt sẽ liên hệ bạn và gắn bạn với công việc. Trước hết, họ sẽ trình bày chính xác những gì họ định làm để marketing tài sản của bạn *trước khi* bắt đầu. Họ sẽ cho bạn biết vị trí và thời gian một số ấn phẩm nhất định sẽ ra mắt. Họ sẽ đảm bảo rằng bạn nhận được bản sao và bản in của tất cả các ấn phẩm marketing kỹ thuật số để bạn có thể chia sẻ chúng. Họ sẽ cho bạn biết cách tốt nhất để chia sẻ trên mạng xã hội của bạn và tạo email mà bạn có thể chuyển tiếp cho bạn bè và gia đình.

Khi giai đoạn marketing bắt đầu, bạn sẽ nhận được thông tin cập nhật về tiến độ ít nhất hàng tuần! Cá nhân tôi, nhóm của tôi gửi báo cáo marketing hai lần mỗi tuần. Báo cáo nêu chi tiết các quảng cáo và bài đăng mà chúng tôi đưa ra trong tuần đó và đưa ra phân tích chi tiết về kết quả (bao nhiêu khách hàng tiềm năng, bao nhiêu lượt hiển thị, v.v.) Chúng tôi cũng gửi thông tin cập nhật về bất kỳ thay đổi nào của thị trường như biến động lãi suất thế chấp, hệ số hấp thụ và xu hướng bán nhà có thể ảnh hưởng đến khả năng bán được hoặc khả năng marketing về ngôi nhà của bạn.

Đại lý niềm yết của bạn cũng phải nhận và chia sẻ phản hồi từ đại lý của người mua sau khi họ đã trưng bày tài sản. Chờ đợi ba tháng để phát hiện ra rằng người mua đều nghĩ rằng thảm của bạn cần thay thế là một sự lãng phí thời gian! Chúng tôi cài đặt các hộp khóa đồng bộ cho chúng tôi biết thời gian thực khi một ngôi nhà được trưng bày giới thiệu. Sau đó, một người nào đó trong đội ngũ của chúng tôi sẽ gọi cho đại lý của người mua trong vòng hai mươi bốn giờ sau mỗi lần trưng bày và yêu cầu phản

hồi. Chúng tôi chia sẻ phản hồi đó với khách hàng trong các báo cáo hai lần một tuần và thảo luận xem có cần thực hiện bất kỳ thay đổi nào hay không.

Quan trọng nhất, Đại lý niềm yết của bạn nên theo dõi và phân tích kết quả từ các nỗ lực marketing khác nhau. Và họ nên nhanh chóng phản ứng với bất kỳ xu hướng nào họ nhìn thấy! Ví dụ: nếu một quảng cáo trên mạng xã hội không tạo ra bất kỳ khách hàng tiềm năng nào, thì nó cần phải được điều chỉnh. Nếu ngôi nhà được hiển thị thường xuyên nhưng không nhận được đề nghị nào, có thể giá cả hoặc thứ gì đó trong ngôi nhà đó cần được điều chỉnh. Nếu tài liệu quảng cáo không tạo ra bất kỳ cuộc gọi điện thoại nào từ những người mua tiềm năng, thì nó cần được điều chỉnh. Một đại lý tuyệt vời sẽ luôn cập nhật điều này và đảm bảo bạn luôn nắm bắt thông tin.

Trong khi đàm phán

Đây là khoảng thời gian mà bạn và đại lý của bạn nên có thời gian trao đổi một - một. Những người trong đội ngũ đại lý của bạn có thể xử lý nhiều mảng khác nhau của một giao dịch, nhưng khi nói đến thương lượng, Đại lý niềm yết của bạn phải hoàn toàn thực trực tiếp và không bao giờ để việc thương lượng cho một người cấp dưới không có kinh nghiệm hoặc chưa được đào tạo!

Trước hết, đại lý của bạn nên chia sẻ bất kỳ thông tin nào họ có về người mua liên quan đến các vấn đề nóng, nhu cầu và động lực của họ. Họ cũng có thể chia sẻ với bạn những gì họ biết về đại lý của người mua: họ là người

đàm phán kiểu gì, cách giao tiếp và đáng tin cậy như thế nào, các giao dịch khác mà họ đã thực hiện, v.v.

Khi báo giá & chào hàng xuất hiện, đại lý của bạn sẽ có thể cung cấp cho bạn phản hồi tốt, rõ ràng về mức độ khả thi của chào hàng và hiển thị cho bạn dữ liệu để sao lưu kết luận của họ. Họ cũng sẽ chỉ ra điều mỗi đề nghị có thể bị phản đối để tiến gần hơn đến những gì bạn muốn. Đây không phải là một loại thảo luận “theo cách của tôi hoặc tự đi mà thực hiện” mà là một sự hợp tác cho và nhận với đại lý của bạn. Tôi rất biết rằng tôi biết nhiều về bất động sản và thị trường này hơn bất kỳ khách hàng nào của mình và công việc của tôi là đưa ra các suy nghĩ phân biệt và giải pháp sáng tạo cho sự khác biệt giữa mục tiêu của họ và các ưu đãi đi kèm. Điều đó nói rằng, tôi tôn trọng khách hàng của tôi là những người thông minh và luôn hỏi ý kiến của họ trong toàn bộ giai đoạn này.

Trong khi ký quỹ

Thành thật mà nói, đối với hầu hết Người bán, đây là giai đoạn khó chịu nhất! Đó là một trò chơi chờ đợi, để xem liệu tất cả các trường hợp dự phòng có rõ ràng hay không. Đó là một trò chơi chờ đợi trong khi công ty nhà đất thực hiện báo cáo của mình. Đó là một trò chơi đang chờ xem khi nào người cho vay cuối cùng sẽ giải phóng vốn và danh hiệu có thể được ghi lại. Và tôi xin nói với bạn rằng trong giai đoạn này, có rất nhiều “thứ” xảy ra.

Cá nhân tôi không tin rằng khách hàng của tôi cần biết về từng trục trặc nhỏ trong giai đoạn này. Nhưng tôi nghĩ rằng họ nên được thông báo ngay lập tức về bất kỳ

điều gì có thể làm ảnh hưởng tiến độ và hiệu quả giao dịch. Một số đại lý tin rằng họ nên “chờ xem” liệu điều tồi tệ nhất cuối cùng có xảy ra hay không. Thành thật mà nói, tôi nghĩ họ chỉ sợ phải đối mặt với việc đưa ra tin xấu cho khách hàng của họ! Đại lý niềm yết của bạn phải tôn trọng bạn đủ để cho bạn biết nếu các vấn đề phát sinh có thể ảnh hưởng đến thỏa thuận hoặc khiến nó thay đổi đáng kể.

Người môi giới đầu tiên của tôi đã dạy tôi rằng công việc của chúng tôi với tư cách là đại lý phải là người giải quyết vấn đề và các vấn đề sẽ *luôn luôn* luôn xuất hiện ở đâu đó trong một giao dịch. Vì vậy, nhiều người khác nhau có vai trò trong việc đi đến một kết luận thành công. Tôi tin rằng nhiệm vụ *của tôi* là biết công việc *của họ* và luôn cập nhật những gì đang xảy ra, thay vì ngồi lại và cho rằng mọi thứ chỉ là sự quan tâm đào hoa. Một đại lý tốt sẽ liên tục kiểm tra với những người tham gia khác nhau và xác minh rằng quá trình này đang đi đúng hướng.

Ví dụ: nếu đại lý của bạn phát hiện ra rằng việc kiểm tra mái nhà có vấn đề mà bạn không biết, bạn muốn biết sớm hơn thay vì muộn hơn để bạn có thể quyết định phải làm gì. Nếu có vẻ như người mua có thể không đủ điều kiện, đại lý của bạn nên thông báo cho bạn và nhận một số chào mua dự phòng. Hy vọng rằng họ đã hỏi những câu hỏi phù hợp trước khi ký quỹ để điều này không xảy ra ngay từ đầu. Nhưng đôi khi, mọi thứ cứ xảy ra. Ai đó đã bỏ lỡ điều gì đó hoặc quên đặt câu hỏi thích hợp hoặc không xác minh thông tin thích hợp. Bạn không muốn đến cuối thời hạn dự phòng cho khoản vay để phát hiện ra rằng người cho vay không bao giờ có ý định tài trợ cho khoản vay ấy!

Làm việc với công ty chức danh thì sao? Có quá nhiều đại lý chỉ cần giao bạn cho nhân viên ký quỹ và gọi là tốt. Những đại lý tuyệt vời mà tôi biết thì không. Giống như tôi, họ sẽ ở trên cùng của ký quỹ và đảm bảo rằng tất cả người chơi đều nhận được tài liệu đúng hạn, chính xác và mọi việc diễn ra suôn sẻ nhất có thể.

Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi

Bạn không muốn phát hiện ra rằng bạn đã thuê một người giao tiếp kém sáu tháng trong khi bạn đang cố gắng truy đuổi đại lý của mình để tìm hiểu xem chuyện quái quỷ gì đang xảy ra! Dưới đây là một số câu hỏi bạn có thể hỏi để xem liệu các đại lý mà bạn đang phỏng vấn có thực sự cung cấp thông tin giúp bạn cập nhật và tham gia không:

1. Đại lý của bạn sẽ liên hệ với tôi bao lâu một lần? Ai trong Đại lý của bạn là người liên hệ chính của tôi trong mỗi giai đoạn?
2. Làm thế nào tôi có thể liên hệ với bạn nếu tôi có một câu hỏi khẩn cấp? Tôi sẽ gọi cho ai nếu không liên lạc được với bạn?
3. Bạn đưa ra những loại danh mục hoặc tư vấn nào để giúp tôi chuẩn bị cho ngôi nhà của mình sẵn sàng đưa ra thị trường?
4. Bao lâu thì tôi sẽ nghe về những nỗ lực marketing của bạn và kết quả mà chúng tôi nhận được? Bạn sẽ cung cấp chi tiết như thế nào?

5. Bao lâu thì bạn sẽ cung cấp cho tôi phản hồi về những gì người mua tiềm năng và đại lý của họ đang nói về bất động sản?
6. Chúng ta sẽ giữ liên lạc như thế nào trong quá trình đàm phán?
7. Đại lý của bạn hoạt động như thế nào trong thời gian dự phòng? Họ phối hợp với công ty chứng khoán và công ty chứng khoán như thế nào? Bạn sẽ cung cấp cho tôi thông tin cập nhật bao lâu một lần?

TẠO MỤC TIÊU VÀ ƯU TIÊN CỦA NGƯỜI BÁN ACE

Khi mọi người quyết định bán nhà của họ, họ không chỉ thức dậy vào một buổi sáng và nói, “Hãy đưa ngôi nhà ra thị trường!” Họ thường nghĩ về điều đó trong một thời gian và thường có nhiều động lực đằng sau việc bán nhà. (Tiện thể thì, điều này cũng đúng với người mua. Họ sẽ bắt đầu tìm kiếm nhà — thường trực tuyến — 3-6 tháng trước khi sẵn sàng bắt đầu. Đây là lý do tại sao điều quan trọng là đại lý của bạn phải biết cách nắm bắt những người mua tiềm năng đã tìm kiếm trước đó.) Và đối với các cặp người bán, họ thường có những động lực khác nhau, thậm chí trái ngược nhau.

Để có được kết quả tốt nhất, kết quả khiến bạn hạnh phúc nhất vào cuối ngày, điều *tối quan trọng* là bạn phải bình tĩnh và hiểu rõ *lý do tại sao* bạn bán nhà và *mục tiêu cụ thể của bạn* trong việc bán nhà của mình. Nếu không có thông tin này, ngay cả Realtor® tốt nhất cũng sẽ gặp khó khăn khi giao hàng cho bạn.

Vì sao ư? Bởi vì **chiến lược của đại lý của bạn là** (hoặc nên là) **dựa trên mục tiêu và nhu cầu cá nhân của bạn**. Điều này bao gồm chiến lược của họ cho cả marketing

và đàm phán. Đúng, họ có thể làm những điều cơ bản giống nhau cho tất cả các danh sách niêm yết của họ. Nhưng họ cũng nên điều chỉnh những chiến lược này cho phù hợp với nhu cầu và ưu tiên của bạn.

Hãy đưa một người cần chuyển đi gấp để chăm sóc cha mẹ bị ốm trên khắp đất nước. Họ không muốn để lại quá nhiều tiền, nhưng họ quan tâm nhiều hơn đến việc ra khỏi thị trấn CÀNG SỚM CÀNG TỐT với số tiền đủ để trả thế chấp. Ngược lại kịch bản đó với một cặp vợ chồng không vội vàng, người muốn bán để họ có thể nâng cấp và người muốn nhận được nhiều tiền nhất có thể khi chuyển ra khỏi ngôi nhà.

Ngay cả khi những ngôi nhà này giống hệt nhau trong cùng một khu phố, một đại lý niêm yết tốt sẽ tiếp cận chúng theo cách khác. Họ có thể đề nghị người bán thứ hai thực hiện một số cải tạo nhỏ hoặc điều chỉnh cảnh quan trong khi họ có thể khuyên người bán thứ nhất dọn dẹp ngay lập tức để ngôi nhà có thể có người ở luôn. Với người bán thứ hai, họ có thể đẩy giá lên một chút (mà không cần quá mức) để xem phản ứng của thị trường như thế nào. Đối với người bán đầu tiên, họ có thể đề xuất một mức giá thấp hơn thị trường một chút.

Theo kinh nghiệm của tôi, trong bất kỳ giao dịch nào, có hàng triệu khía cạnh có thể được điều chỉnh tùy thuộc vào mục tiêu và nhu cầu của khách hàng của tôi. Những thứ như thời hạn ký quỹ, tiền mặt so với khoản vay, cải tạo hoặc không, các khoản dự phòng hoặc nguyên trạng, cho thuê lại hoặc không, tiền ký quỹ cao hay thấp, ưu đãi dự phòng hay không, v.v. Tuy nhiên, nếu bạn không rõ ràng về những gì bạn cần và muốn từ việc bán ngôi nhà của

bạn, đại lý của bạn chỉ đơn giản là không thể phát triển chiến lược tốt nhất.

Và trong quá trình bán nhà, bạn sẽ phải đưa ra hàng tá quyết định! Nếu bạn dành thời gian để làm rõ trước, việc đưa ra những quyết định đó sẽ dễ dàng hơn và ít căng thẳng hơn nhiều trong khi nhà của bạn được đưa ra thị trường và trong quá trình đàm phán.

Hãy Rõ Ràng

Ngồi xuống và viết ra tất cả những điều quan trọng đối với bạn trong việc bán nhà của bạn. Hãy chắc chắn bạn viết ra *tất cả* những gì bạn nghĩ tới. Và khi bạn viết ra những điều này, hãy tự hỏi bản thân, “Tại sao?” Ví dụ: có thể bạn viết, “Bán căn nhà với giá 650.000 đô la”. Tại sao bạn muốn bán nó với giá 650.000 đô la? Có phải vì người hàng xóm của bạn đã bán ngôi nhà của mình với giá như vậy? Có phải vì đó là số tiền bạn cần để trả hết thế chấp của mình và có đủ cho khoản trả trước cho ngôi nhà tiếp theo của bạn không? Có phải vì bạn đang cố gắng kiếm tiền phục vụ cho việc nghỉ hưu của mình không? Tìm hiểu thật cụ thể về lý do *tại sao* những gì bạn muốn hoặc cần lại quan trọng đối với bạn. (Và nhân tiện, bạn thu được bao nhiêu tiền bán được quan trọng hơn so với giá bán, đúng không?) Chỉ vì bạn muốn hoặc cần một số tiền nhất định từ căn nhà của mình không có nghĩa là nó đáng giá như vậy. Điểm mấu chốt, ngôi nhà của bạn chỉ đáng giá những gì người mua sẵn sàng trả trong khuôn khổ nhất định nào.

Hãy nghĩ cả về những điều bạn *không* muốn. Có thể bạn không muốn trưng bày ngôi nhà của mình vào những

thời điểm nhất định. Có thể bạn không muốn sửa chữa một số thứ mà bạn biết là nên sửa. Có thể bạn không muốn dọn dẹp nhà để xe quá chật chội của mình trước khi ngôi nhà của bạn được tung ra thị trường. Liệt kê tất cả những điều bạn *không* muốn và suy nghĩ về *lý do tại sao* bạn không muốn chúng. Hãy nhớ rằng bất kỳ hạn chế nào bạn đặt ra đối với việc bán nhà sẽ làm giảm số lượng người mua và ưu đãi mà bạn thu hút. Nói chuyện với Realtor® của bạn và hỏi về tác động của các hạn chế của bạn, sau đó đưa ra quyết định từ đó.

Sự Minh Bạch cho Các Cặp Đôi

Khi tôi yêu cầu Người bán của tôi thực hiện quy trình này và họ đang bán với tư cách một cặp, tôi thường khuyên mỗi người nên lập danh sách riêng của họ. Tại sao? Đôi khi, một đối tác do dự khi mâu thuẫn với đối tác hoặc hoàn toàn thẳng thắn về những gì họ muốn. Làm điều đó một cách riêng biệt mang lại cho mỗi người một chút tự do hơn.

Sau khi mỗi người đã lập danh sách cá nhân của riêng mình, hãy ngồi lại với nhau và so sánh chúng. Nói qua từng mục. Để ý xem bạn chia sẻ những mục tiêu và mong muốn nào. Hai bạn có thể khiến nhau ngạc nhiên với những ý tưởng hoặc khả năng mới. Bạn có thể tìm thấy những khu vực mà hai bạn đang nghĩ theo các hướng khác nhau! Nếu bạn có xung đột, điều quan trọng là bạn phải tìm ra điều đó ngay bây giờ. Nó sẽ giúp bạn đỡ phải đau đầu nếu bạn có thể giải quyết những khác biệt của mình ngay hiện tại. Sau khi đưa đại lý của mình vào cuộc,

bạn muốn thể hiện một mặt trận thống nhất để họ có thể rõ ràng về những gì bạn muốn và không muốn từ việc bán nhà và trong quá trình bán nhà.

Rõ Ràng Về Các Ưu Tiên Của Bạn

Trong cuộc sống, hiếm khi chúng ta có được *một cách tuyệt đối mọi thứ* chúng ta muốn! Bán nhà của bạn cũng không ngoại lệ. Bạn có thể gặp may và mọi thứ đều diễn ra hoàn hảo. Nhưng chỉ trong trường hợp chúng không như vậy, bạn muốn biết rõ nơi bạn sẵn sàng hoặc không nên thỏa hiệp.

Ví dụ: về mục tiêu của bạn, bạn có thể đã viết ra rằng bạn không muốn thực hiện bất kỳ công việc cải tạo nào đối với ngôi nhà của mình. Hai tuần sau, đại lý của bạn nhận được phản hồi từ các đại lý của người mua rằng những bức tường đen bóng ở lối vào, phòng khách và phòng ăn của bạn rất khó chịu. Nếu bạn quyết tâm đưa ra mức giá của mình trong một khoảng thời gian hợp lý, bạn có thể cần phải loại bỏ điều không muốn và sơn lại.

Tôi cung cấp cho khách hàng của mình một phân tích về những gì họ nên sửa chữa hay không và điều đó sẽ hoặc không ảnh hưởng như thế nào đến lợi nhuận của họ. Ví dụ: nếu chỉ tốn 4.000 đô la để sơn toàn bộ ngôi nhà nhưng bạn có thể nhận được thêm 20.000 đô la nếu làm như vậy, thì điều đó rất đáng xem xét. Nếu bạn và đại lý của bạn nghĩ rằng một số công việc sẽ đáng giá và có thể giúp bạn hoàn lại tiền như vậy nhưng bạn không có tiền mặt, hãy hỏi xem liệu nó có thể được lấy ra khỏi ký quỹ hay không hoặc nếu đại lý có các lựa chọn trả tiền để nó đã được sửa

chữa, sau đó được hoàn trả từ ký quỹ. Văn phòng của chúng tôi cung cấp dịch vụ này và đã giúp khách hàng nhận được hàng nghìn người khác bằng cách thực hiện các sửa chữa cần thiết.

Đây là một ví dụ về giá trị của việc sửa chữa nhỏ: “Một cặp vợ chồng đã niêm yết ngôi nhà của họ với một đại lý, người không đề cập bất cứ điều gì về việc sửa chữa hoặc cải tiến. Căn nhà có mặt trên thị trường là \$629,950 sau đó giảm xuống còn \$599,950. Sau ba tháng và không bán được, các chủ sở hữu đã mang nó ra thị trường. Hai tháng sau, họ đã niêm yết với nhóm của chúng tôi. Chúng tôi ngay lập tức đề nghị họ thực hiện một số sửa chữa và nâng cấp với chi phí là \$3.300. Sau đó, chúng tôi đã dựng cảng ngôi nhà một cách chuyên nghiệp và niêm yết nó ở mức ban đầu là \$629,900. Trong vòng mười ngày, chúng tôi đã có một đề nghị ở mức \$634,000 (đã chốt thành công rất nhanh chóng). Nói cách khác, họ đã kiếm được nhiều hơn 34.000 đô la so với “mức giá đã giảm” bằng cách đầu tư chỉ \$3.300! Đây là loại lời khuyên mà một đại lý tốt sẽ cho bạn. Bởi vì đại lý cũ đó đã không đưa ra lời khuyên này cho họ, ngôi nhà không những không bán được mà họ còn phải gánh chịu chi phí thế chấp, thuế và điện nước trong thời gian đó. Nếu họ nhận được lời khuyên này từ trước, họ có thể đã thực hiện và tiết kiệm được \$447.000 so với “mức giá đã giảm!”

Quay trở lại mục tiêu của bạn: Tiếp theo, lấy danh sách của bạn và bắt đầu xếp ưu tiên. Nếu bạn chỉ có thể có một trong những mục tiêu của mình, đó sẽ là gì? Nếu bạn có thể có ba, chúng sẽ là gì? Tiếp tục cho đến khi bạn có

toàn bộ danh sách theo thứ tự từ “quan trọng nhất” đến “ít quan trọng nhất”.

Một khi bạn đã hoàn thành và sắp xếp thứ tự ưu tiên cho danh sách của mình, hãy chia sẻ danh sách đó với Đại lý niềm yết của bạn. (Tôi thậm chí còn hỏi mọi người về danh sách của họ trong cuộc hẹn đầu tiên của chúng tôi.) Họ sẽ có thể cung cấp cho bạn phản hồi, đưa ra đề xuất và lập chiến lược để bạn có được càng nhiều dữ liệu từ danh sách đó càng tốt. Đại lý mà bạn thực sự muốn làm việc sẽ đủ trung thực để cho bạn biết nếu một số điều bạn muốn là không thực tế. Họ sẽ giải thích lý do và giúp bạn đưa ra kỳ vọng hợp lý hơn.

Đây cũng là lúc để kiểm tra “cảm xúc so với thực tế”. Vì lý do tình cảm, bạn có thể thực sự muốn giữ nguyên căn phòng của con gái mình (người đang học đại học và sắp kết hôn) ngay khi cô ấy rời khỏi phòng. Nhưng nếu phong cách trang trí theo phong cách Goth của cô ấy khiến người mua sợ hãi, bạn có thể cần phải xem xét lại và đóng gói đồ đạc của cô ấy.

Hoặc có thể bạn quyết tâm kiếm được nhiều tiền cho ngôi nhà của mình như người hàng xóm hẻm hẽ đã làm năm ngoái. Đó là dựa trên thực tế hay niềm tự hào? “Sự thật” có nghĩa là thị trường giống hoặc tốt hơn so với khi ngôi nhà khác được bán, rằng ngôi nhà của bạn nằm ở vị trí thuận lợi trên cùng một kích thước lô đất chính xác hoặc lớn hơn, và ngôi nhà của bạn giống hệt như ngôi nhà của anh ấy với tất cả các nâng cấp giống nhau. “Niềm tự hào” sẽ là, “Bởi vì nhà tôi cũng tốt!”

Tôi không thể cho bạn biết tôi đã gặp bao nhiêu Người bán muốn nhận được số tiền *cao nhất* cho ngôi nhà

của họ. Họ nghĩ rằng ngôi nhà của họ đáng giá hơn những ngôi nhà của những người khác. Tuy nhiên, khi đi mua, họ muốn ngôi nhà lớn nhất, có nhiều nâng cấp nhất với số tiền bỏ ra *ít nhất*. Và, này, tôi biết chúng đến từ đâu. Tôi cũng giống như vậy khi bán nhà và mua nhà mới! Đó là tình cảm gắn bó, không phải thực tế.

Giá niêm yết thường phụ thuộc vào “cảm tính hơn là thực tế”. Nếu bạn đã chăm chút kỹ lưỡng cho ngôi nhà của mình và chi nhiều tiền cho những nâng cấp tuyệt vời, bạn có thể yêu cầu một mức giá cao hơn — nếu không thì bạn không nên kỳ vọng mức giá cao hơn. Những thứ như bể bơi rất đắt tiền nhưng thường không thu được lợi nhuận cao trên số tiền bạn đã bỏ ra cho nó. Chủ sở hữu tiếp theo có thể thực sự muốn phá bỏ cái lò sưởi tùy chỉnh mà bạn yêu thích và chi một khoản tiền nhỏ. Giá niêm yết không chỉ căn cứ vào lượng thời gian và tiền bạc mà bạn đã đầu tư vào ngôi nhà của mình. Nó được xác định bởi thị trường. Đây là nơi bạn cần đặt niềm tin vào đại lý của mình. Và nếu bạn đã dành thời gian để chọn một đại lý thực sự tốt, bạn *có thể* tin tưởng vào lời khuyên của họ. (Chỉ cần lưu ý rằng việc có giấy phép bất động sản và in danh thiếp không nhất thiết phải biến ai đó trở thành cố vấn đáng tin cậy.) Hãy lắng nghe khi họ cho bạn biết mức giá niêm yết tối ưu dựa trên mục tiêu của bạn và thị trường. Yêu cầu họ giải thích và cho bạn xem nghiên cứu hỗ trợ giá để xuất và chiến lược marketing của họ.

Một khi ngôi nhà của bạn được đưa ra thị trường và đặc biệt là trong các cuộc đàm phán, hãy đem theo danh sách ưu tiên của bạn để giúp bạn đưa ra những quyết định lớn và nhỏ. Sử dụng nó như một hướng dẫn để nhắc bạn

về điều gì quan trọng và điều gì không. Hướng dẫn này sẽ làm cho quá trình trở nên dễ dàng hơn rất nhiều cho cả bạn và đại lý của bạn. Nó sẽ giảm bớt áp lực cho bất kỳ quyết định nào vì bạn sẽ không phải “suy nghĩ lại” bản thân ở mỗi lần. Và cuối cùng, bạn có nhiều khả năng đạt được những mục tiêu quan trọng mà bạn đã đặt ra!

Dưới đây là một số câu hỏi để giúp bạn bắt đầu với danh sách mong muốn và nhu cầu của mình nhưng đừng dừng lại với những câu hỏi này. Cố gắng nói nhiều, mở rộng và rõ ràng nhất có thể.

Người Bán Ace Những Câu Hỏi Cần Hỏi

1. Tại sao chúng ta bán nhà của chúng ta?
2. Tại sao vào thời điểm cụ thể này? Đây là thời điểm “muốn bán” hay “cần bán”?
3. Chúng ta muốn bán nhanh như thế nào? Chúng ta thực sự cần bán nhanh đến mức nào?
4. Khi nào chúng ta muốn chuyển đi? Chúng ta có sẵn sàng dọn sạch ngôi nhà trước khi nó được bán trên thị trường không? Chúng ta có muốn thuê lại từ chủ sở hữu mới nếu được chốt trước một ngày nhất định không?
5. Chúng ta muốn thu được bao nhiêu tiền từ việc bán nhà? Tại sao?
6. Khi nào thì chúng ta cần tiền?
7. Chúng ta sẵn sàng bỏ bao nhiêu tiền và công sức vào ngôi nhà *trước khi* đưa nó ra thị trường? Những thay

đổi hoặc sửa chữa do Người mua yêu cầu thì sao? Tại sao chúng ta sẽ làm hoặc không làm những điều này?

8. Chúng ta có đang muốn mua lại? Tại địa phương hay ngoài khu vực? Chúng ta có cần giúp đỡ về điều đó không? (Đại lý niêm yết của bạn có thể tìm cho bạn một đại lý Người mua tốt để làm việc cùng.)

CÔNG THỨC CHO MỘT ĐỢT BÁN NHÀ TUYỆT VỜI TỪ NGƯỜI BÁN ACE

Tôi đã đề cập đến một số cách bạn có thể hỗ trợ về mặt marketing và sự rõ ràng về mục tiêu và quyết định của bạn. Nhưng đảm bảo rằng ngôi nhà của bạn đã sẵn sàng bán ra thị trường là một cách tuyệt vời khác mà bạn có thể góp phần vào việc bán thành công ngôi nhà của mình! Trước khi xem xét bất kỳ việc cải tạo nâng cấp nào, hầu hết các chủ nhà có thể làm rất nhiều việc để làm cho ngôi nhà của họ trở nên hấp dẫn hơn và khiến chúng có nhiều khả năng vượt qua kiểm tra hơn.

Thiết Lập Ngôi Nhà Của Bạn Để Thu Hút Ưu Đãi

Về cơ bản, bạn muốn ngôi nhà của mình không chỉ trông sạch sẽ và hấp dẫn, bạn còn muốn những *Người mua tương lai có thể nhìn thấy chính họ và gia đình của họ* đang sống ở đó. Bạn muốn họ đi bộ xung quanh và hình dung xem cây đàn piano của họ có thể ở đâu và nơi cất giữ quần

áo mùa đông của họ ở chỗ nào. Bạn muốn họ tưởng tượng mình đang ngồi trong bồn tắm của bạn hoặc nấu bữa tối cho bạn bè trong nhà bếp của bạn. Vì vậy, mặc dù cách bạn sắp xếp ngôi nhà của mình ngay bây giờ có thể là hoàn hảo cho bạn, nhưng điều quan trọng là phải nhìn nó từ quan điểm của những người khác có thể muốn sống ở đó. Hãy biến dự án này thành một dự án cho cả gia đình bạn và thu hút mọi người cùng tham gia và thực hiện phần việc của họ.

Một số điều cần xem xét:

Tủ quần áo của bạn: Nhiều người trong chúng ta nhét hết sức có thể vào tủ quần áo của mình! Chúng ta có thể có giày chất đống trên sàn tủ quần áo hoặc bộ sưu tập mũ chơi gôn của chúng ta chập chịt các kệ phía trên. Mặc dù tủ quần áo của bạn có thể rộng rãi, nhưng nếu nó chật chội, nó sẽ trông như thể không có. Và nếu nó *không* rộng rãi, sự thật đó sẽ trở nên rõ ràng một cách đau đớn. Thật đáng để dành thời gian để làm một số công việc dọn dẹp vào mùa Xuân. Đây có thể là thời điểm tốt để loại bỏ quần áo bạn không mặc nữa. Nếu không, hãy đóng hộp càng nhiều càng tốt và giấu nó dưới gầm giường nếu cần. Điều này áp dụng cho tủ quần áo trong tất cả các phòng ngủ, tủ đựng áo khoác, tủ đựng thức ăn và tủ bếp — mọi nơi bạn cất đồ đạc. Đúng vậy, những người mua tiềm năng sẽ không chỉ kiểm tra tủ đựng quần áo mà còn cả tủ bếp, tủ đựng khăn trải giường và thậm chí cả tủ đựng thuốc trong phòng tắm! Không chỉ là mọi người tò mò (mặc dù một số chắc chắn là vậy!) mà họ đang cố gắng tưởng tượng việc lắp đồ

của họ vào đúng vị trí của đồ của bạn. Tôi luôn nói với khách hàng của mình, “Này, dù sao thì bạn cũng phải đóng gói, vậy tại sao không bắt đầu ngay bây giờ?”

Sự lộn xộn của bạn: Rất ít người trong chúng ta sống trong những ngôi nhà hoàn toàn không gọn gàng, đặc biệt nếu chúng ta năng động và có một gia đình năng động. Cá nhân tôi, tôi có những chai và hộp Hennessy giới hạn trong nhà để có thể giết ai đó trong một trận động đất tồi tệ!. Tôi có một văn phòng tại nhà có tất cả các loại thủ tục giấy tờ, tài liệu tài nguyên và thiết bị điện tử trong đó. Một người bạn làm nghề may vá của tôi có một chiếc máy khâu, một chiếc đầm sơ mi, một chiếc váy đầm, hàng trăm mẫu, kệ với đủ chất liệu được vắt hết vào phòng ngủ dành cho khách.

Nhiệm vụ của bạn ở đây là giảm thiểu sự lộn xộn! Đóng hộp những thứ bạn không thường xuyên động đến. Giữ những thứ bạn thường sử dụng ở một nơi dễ tiếp cận nhưng được cất đi. Nếu ngôi nhà của bạn bừa bộn, Người mua sẽ có ấn tượng rằng ngôi nhà của bạn có thể không được bảo dưỡng tốt. Họ sẽ cảnh giác và nhìn mọi thứ về ngôi nhà với con mắt nghi ngờ. Vì vậy, mặc dù có vẻ phức tạp, hãy ghi nhớ mục tiêu — và nhớ rằng nó không phải là mãi mãi.

Việc dọn phòng của bạn: Hầu hết khách hàng của tôi ghét phần này. Hầu hết chúng ta giữ nhà của mình tương đối sạch sẽ nhưng tiêu chuẩn ở đây là sạch bong, sẵn sàng đưa lên thị trường. Tôi thường đề nghị khách hàng của tôi bắt đầu bằng một đợt dọn dẹp tuyệt vời vào mùa Xuân bao

gồm những thứ như cửa sổ, lò sưởi, quạt trên cao, ván chân tường và lỗ thông hơi. Lấy bất kỳ vữa lát gạch nào lên. Giặt thảm sàn và thảm lau chân. Đánh bóng sàn. Lau sạch cửa ra vào. Sơn lại tường và vá các lỗ hổng trên tường.

Sau khi hoàn thành việc tổng dọn dẹp và ngôi nhà của bạn bắt đầu được trưng bày, hãy duy trì tiêu chuẩn đó càng lâu càng tốt. Bạn không bao giờ biết khi nào Người mua hoàn hảo đó sẽ yêu cầu được xem nhà của bạn! Nhà bếp và phòng tắm phải đặc biệt sạch sẽ với sàn nhà lấp lánh. Bạn có thể cần quét, lau và hút bụi thường xuyên hơn vì có nhiều người chạy qua nhà bạn.

Nội thất của bạn: Đừng hoảng sợ! Tôi sẽ không đề nghị bạn mua tất cả đồ nội thất mới! Chỉ cần xem qua và cân nhắc xem đồ nội thất của bạn có thực sự thể hiện được tài sản trong nhà của bạn hay không. Đại lý của bạn hoặc ai đó trong nhóm của họ sẽ có thể trợ giúp việc này. Thông thường, vấn đề đơn giản là sắp xếp lại đồ nội thất để làm cho căn phòng trông rộng rãi và dễ chịu hơn. Lần khác, bạn có thể muốn xem xét việc loại bỏ các phần nội thất (như ghế phòng ăn bổ sung hoặc ghế sofa siêu lớn đó) và cất giữ chúng để mở rộng một căn phòng. Di chuyển đèn có thể giúp căn phòng có ánh sáng tốt hơn. Thêm gối vào ghế sofa có thể che đi những vết mòn của nó. Trong một số tình huống, một ngôi nhà thực sự hiển thị tốt hơn nếu chủ nhân dọn đi và nó hoàn toàn trống rỗng! Nếu đây là một lựa chọn cho bạn, hãy thảo luận với đại lý của bạn.

Đồ đạc cá nhân của bạn: Ở đây, “đồ đạc cá nhân” ý tôi là những thứ như ảnh gia đình, áp phích của các ban nhạc

rock hoặc khẩu hiệu chính trị, chiếc đầu hươu từ cuộc phiêu lưu săn bắn của bạn, những nam châm vui nhộn và tác phẩm nghệ thuật của con bạn mà bạn có trên tủ lạnh. Một lần nữa, mục tiêu là để những người mua tiềm năng nhìn thấy chính họ trong ngôi nhà này, không phải bạn. Hãy nghĩ về điều đó: Khi bạn bước vào nhà riêng của ai đó lần đầu tiên, bạn có thể hơi lúng túng. Bạn cảm thấy như một người ngoài cuộc và rằng bạn “không thuộc về”, phải không? Khi bạn bước vào một ngôi nhà kiểu mẫu, bạn cảm thấy tự do hơn, không giống như một kẻ đột nhập. Bằng cách giấu đi rất nhiều điều thể hiện sự cá nhân của “bạn” về ngôi nhà, người mua có thể nhìn thấy nhiều hơn chính họ - “tôi” trong đó. Tôi luôn khuyên khách hàng của mình làm cho ngôi nhà của họ giống mẫu nhất có thể bằng cách loại bỏ hầu hết các vật dụng cá nhân của họ.

Mùi hương trong nhà bạn: Ở California nơi tôi sống, rượu vang là một ngành kinh doanh lớn và mọi người uống rượu sẽ nói với bạn rằng rượu vang có “mùi hương”. Bạn cảm nhận được mùi rượu trước khi nhấp một ngụm. Và một cách có ý thức hay vô thức, những người mua tiềm năng “ngửi thấy” ngôi nhà của bạn trước khi họ nhìn xung quanh! Bạn thậm chí có thể không nhận thấy mùi của ngôi nhà của bạn vì bạn đã quen với nó. Nhưng những người khác sẽ nhận thấy, và mùi hương có thể thiết lập cảm giác xuyên suốt buổi trưng bày. (Ai biết được, đúng không!?) Nếu nhà bạn có mùi mốc hoặc giống như vật nuôi của bạn hoặc có mùi nấu nướng khó chịu, nó sẽ khiến mọi người không thích. Nếu nó có mùi giống như khói thuốc lá, một số người sẽ từ chối vào nhà! Nếu mùi

hôi là chủ yếu, bạn có thể phải nhờ các chuyên gia đến để làm sạch và khử mùi (hoặc thay) thảm và đồ nội thất hoặc thậm chí sơn tường. Nếu đó là vấn đề nhỏ, bạn thường có thể giải quyết bằng cách sử dụng sản phẩm cảm có mùi thơm và mở một số cửa sổ, nếu thời tiết đẹp.

Sức hấp dẫn của lễ đường: Sự hấp dẫn của lễ đường vào nhà giống như ấn tượng đầu tiên mà bạn có về người nào đó. Một khi bạn đã có ấn tượng, đặc biệt nếu ấn tượng đó không phải là ấn tượng tốt, thì rất khó để thay đổi ấn tượng đó! Bạn không phải chi nhiều tiền cho việc này, nhưng những thứ đơn giản như hộp thư được sơn mới hoặc đồ kim khí mới trên cửa trước có thể tạo ra sự khác biệt lớn. Đảm bảo rằng bãi cỏ được cắt và mọi hàng rào hoặc cây bụi đã được tỉa. Tôi thường đề nghị trồng một số loại hoa theo mùa đầy màu sắc trong các bồn hoa ở sân trước và đặt một vài chậu hoa ở bậc thềm phía trước. Rửa sạch đường lái xe phía trước và hiên nhà sau đó cuộn vòi của bạn lại và cất nó đi. Những tấm thảm chào mừng mới không chỉ tăng thêm sự hấp dẫn về thị giác mà còn giúp nhắc nhở những người mua tiềm năng lau chân của họ!

Vượt Qua Kiểm Tra

Có một số hạng mục bảo trì liên quan đến ngôi nhà của bạn mà bạn nên chú ý trước khi đưa ngôi nhà của mình lên thị trường. Tại sao ư? Khi một người kiểm tra nhà có thể đánh giá một số vật dụng là tốt và có trật tự, điều đó cho người mua biết rằng ngôi nhà của bạn đã được bảo trì tốt. Ngoài ra, ở một số khu vực pháp lý, người cho vay sẽ

không cho phép bán nhà cho đến khi một số mặt hàng được sửa chữa tốt và hoạt động bình thường.

Bảo trì cơ bản: đây là danh sách kiểm tra mà tôi cung cấp cho khách hàng của mình với các câu hỏi về các hạng mục sửa chữa nhà mà họ nên xử lý trước khi chúng tôi đưa ngôi nhà ra thị trường:

Máy nước nóng của bạn có bị đóng dây đôi không?

Tất cả các thiết bị phát hiện khói của bạn có hoạt động không?

Bạn có máy dò khí CO2 ở mỗi tầng không?

Bộ lọc lò của bạn có được thay đổi gần đây không?

Gần đây, đại lý HVAC của bạn có được bảo trì chuyên nghiệp không?

Cửa nhà để xe của bạn có mở êm không và thiết bị mở cửa nhà để xe của bạn có hoạt động bình thường không?

Có bất kỳ cửa hoặc thanh trượt nào của bạn cần một số WD40 không?

Bạn có cái vòi nước nào bị rò rỉ hoặc ống thoát nước nào chảy chậm không?

Bạn có màn hình nào bị thiếu hoặc bị sọc không?

Bạn có bất kỳ bóng đèn nào cần thay thế không?

Tất cả cửa chớp và rèm của bạn có hoạt động bình thường không?

Tất cả các khóa cửa và hệ thống khóa có hoạt động bình thường không?

Cổng và chốt cổng của bạn có hoạt động bình thường không? Hàng rào của bạn có đang trong tình trạng tốt không?

Đại Bảo Trì

Còn những vấn đề như nấm mốc và mục nát, dột, mái ngói bị hỏng, các vấn đề về sức khỏe và an toàn hay các vấn đề về mối mọt thì sao? Nếu bạn biết rằng những vấn đề này tồn tại, tôi hầu như luôn khuyên bạn nên sửa chữa chúng *trước khi* nhà của bạn được đưa ra thị trường. Thông thường, những người cho vay sẽ không tài trợ cho một ngôi nhà cho đến khi những vấn đề này được khắc phục. Ngay cả khi họ đã làm như vậy, rất ít người mua nhà muốn nhận loại dự án đó. Việc trì hoãn hoàn thành công việc này sẽ chỉ làm trì hoãn việc bán nhà và thực sự có thể khiến một số người mua quay lưng. Nếu bạn hoàn toàn không đủ khả năng để hoàn thành công việc này, thì ít *nhất* hãy nhận được một ước tính đảm bảo từ một nhà cung cấp có uy tín để những người mua tiềm năng của bạn tin vào những gì họ sẽ nhận được.

Còn những vấn đề lớn khác như mái nhà bị dột thì sao? Trước hết, việc giữ lại thông tin đó là bất hợp pháp nếu bạn biết hoặc thậm chí nghi ngờ nhà mình có vấn đề. Ngay cả khi bạn có thể giữ lại nó, bất kỳ người mua thông minh nào cũng sẽ kiểm tra nhà kỹ lưỡng trong thời gian dự phòng. Trong trường hợp xấu nhất, người mua của

bạn có thể hủy hợp đồng ngay sau khi họ phát hiện ra mái nhà. Trong trường hợp tốt nhất, họ có thể sẽ yêu cầu giảm đáng kể giá bán nhà. Tại sao? Bởi vì khi bạn gặp sự cố với các hệ thống chính, chẳng hạn như mái nhà, kết cấu, hệ thống ống nước, hệ thống điện hoặc cơ khí, bạn thực sự không biết mình đang gặp phải vấn đề gì cho đến khi bắt đầu! Một nhà cung cấp có thể nói rằng họ có thể sửa chữa thay vì thay thế thứ gì đó nhưng trừ khi vấn đề rất đơn giản, họ không thể chắc chắn.

Một góc nhìn hoàn hảo, tôi sẽ yêu cầu bạn làm những gì cần thiết để mái nhà đó an toàn (có bảo hành). Nếu đó không phải là một khả năng, chỉ cần lưu ý rằng nó gây ra trở ngại cho việc bán nhà mà bạn sẽ phải vượt qua.

Còn về những cải tạo lớn, như nâng cấp phòng tắm hoặc nhà bếp thì sao? Đây là một quyết định theo từng trường hợp mà tôi thậm chí sẽ không giải thích được ở đây. Đó là một cuộc thảo luận bạn cần có với đại lý của mình. Khi tôi thảo luận về khả năng này với khách hàng của mình, tôi đảm bảo cung cấp cho họ tất cả dữ liệu họ cần để đưa ra quyết định đúng đắn. Chúng tôi sẽ nói về các xu hướng trên thị trường và khả năng hoàn vốn đầu tư của họ cho những cải tạo này. Chúng tôi sẽ nhận được ước tính từ các nhà cung cấp ưu tiên của tôi. Chúng ta sẽ nói về thời gian liên quan và khoảng thời gian đó sẽ thúc đẩy việc đưa ngôi nhà ra thị trường. Chúng tôi sẽ nói về bất kỳ sự gián đoạn nào mà gia đình có thể phải trải qua trong khi việc cải tạo đang diễn ra. Điều quan trọng là phải cân nhắc tất cả các yếu tố này trước khi đưa ra quyết định này.

TRÊN THỊ TRƯỜNG: NHỮNG ĐIỀU NGƯỜI BÁN NÊN VÀ KHÔNG NÊN LÀM

Tuyệt vời! Ngôi nhà của bạn đã sẵn sàng, Đại lý niêm yết của bạn đã bắt đầu chiến dịch marketing năng động của họ và ngôi nhà của bạn đã chính thức có mặt trên thị trường! Tốt cho bạn! Bây giờ tôi muốn giúp bạn thành công trong các giai đoạn tiếp theo này. Qua nhiều năm kinh nghiệm và sau nhiều lần bán nhà, tôi đã đưa ra danh sách những việc nên làm và không nên làm đơn giản cho khách hàng của mình. Thật không may, tôi đã trải qua một số điều nên làm và không nên dựa trên những sai lầm vô ý của khách hàng — dẫn đến kết quả khủng khiếp! Vì vậy, tôi không thể xem nhẹ chúng!

Khi Cho Xem Nhà Của Bạn

Khi bạn nhận được cuộc gọi rằng một nhân viên muốn giới thiệu ngôi nhà của bạn, đây là cách bạn giúp ngôi nhà của mình tỏa sáng (và nếu bạn đi làm trong ngày, hãy làm những việc này trước khi bạn rời đi vào buổi sáng):

Bật hết đèn lên. Khách đến thăm không cần phải mò mẫm tìm công tắc đèn và nó làm cho ngôi nhà của bạn trông sáng sủa hơn, hấp dẫn hơn và dễ nhìn hơn.

Đặt các thiết bị cắm hương thơm Glade Hawaiian Breeze khắp nhà. Điều này mang lại một mùi hương dễ chịu nhưng không quá nồng.

Giữ tất cả rèm và màn mỏng mở. Điều này sẽ làm cho ngôi nhà của bạn có vẻ rộng hơn và sáng hơn. Nếu có thể, hãy loại bỏ các tấm chắn cửa sổ để ánh sáng vào nhiều nhất có thể và tạo cảm giác thoáng đãng. (Giữ chúng trong gara vì người mua sẽ muốn chúng sau này.) Nó cũng sẽ thể hiện các đặc điểm bên ngoài của căn nhà.

Bỏ đi mọi thứ lộn xộn và đồ dùng cá nhân. Trong quá trình chuẩn bị của bạn, bạn đã làm điều này nên tất cả những gì bạn phải làm là cất đi bất cứ thứ gì đã mang ra ngày hôm trước.

Trang trí nhà bếp và phòng tắm của bạn. Toàn bộ ngôi nhà phải sạch sẽ nhưng hãy đảm bảo dọn sạch bong lẩn cuối hai khu vực này. Xả bồn cầu. Gấp khăn tắm và khăn mặt. Lau sạch các quầy và bồn rửa. Đổ sạch rác.

Quét bậc thang và sảnh trước của bạn. Đó là về ấn tượng đầu tiên. Nó cũng giúp các đại lý và người mua không vấp phải mảnh vỡ để có thể thấy ngôi nhà mà bạn đang rất nỗ lực để giữ sạch sẽ!

Sắp xếp cho vật nuôi (nếu có) trong buổi xem nhà. Cá nhân tôi yêu động vật nhưng không phải ai cũng vậy. Một người mua thực sự tuyệt vời vẫn có thể sợ một chú Fido già. Tìm ra những gì bạn có thể làm với những con vật thân yêu của mình. Bạn có thể đưa chúng đến nhà hàng xóm, giữ chúng trong một không gian trong sân hoặc nhà để xe, mang chúng theo với bạn, hoặc thậm chí thả chúng tại nhà chăm sóc ban ngày dành cho mèo hoặc chó.

Không có mặt trong buổi xem nhà. Bạn sẽ muốn người mua tiềm năng cảm thấy tự do để thực sự khám phá ngôi nhà của bạn và “chiếm giữ” nó. Bạn muốn họ nói chuyện thẳng thắn với đại lý về những điều họ thích và không thích ở ngôi nhà. Bạn muốn họ bật chức năng xử lý, đi vào gara, đi ra khỏi phòng ăn của bạn. Ngay cả khi bạn ngồi yên lặng tại bàn làm việc để quan tâm đến công việc riêng của mình, sự hiện diện của bạn cũng sẽ khiến tình hình trở nên khó xử.

Bây giờ đối với một điều rất quan trọng, **Đừng nên:**

Đừng nói gì cả. Tôi đã đào tạo cho khách hàng của mình và họ thực sự hài lòng khi ở một nơi khác trong buổi biểu diễn. Nhưng đôi khi, họ nhận nhà và người mua và đại lý của họ vẫn ở đó. Nếu điều đó xảy ra, hãy tỏ ra dễ chịu, ít xuất hiện và KHÔNG tham gia vào cuộc trò chuyện! Tại sao? Bằng cách trả lời những câu hỏi thậm chí dường như vô hại, bạn có thể phá hoại vị thế của mình trong toàn bộ quá trình đàm phán! Điều này nghe có hoang tưởng không? Hãy để tôi cho bạn một ví dụ: Một khách hàng của

tôi đến nhà và tìm thấy người mua và đại lý của họ vẫn ở đó. Anh ấy bắt đầu trò chuyện một cách hồn nhiên với đại lý hỏi, “VẬY, tại sao bạn lại di chuyển?” Người bán của tôi giải thích rằng mẹ anh ấy đã qua đời nên anh ấy muốn bố chuyển về Mexico để sống với người thân của mình vì anh ấy đã không gặp họ trong 20 năm. Sau đó, đại lý đã đưa ra một vài nhận xét về việc thị trường chậm chạp như thế nào (không phải vậy), ít người cung cấp tiền mặt (rất nhiều) và khách hàng của anh ta hiếm khi muốn có loại nhà này (anh ta thì không). Với đòn bẫy đó, đại lý đã đưa ra một đề nghị thấp và kết thúc rất nhanh. Mặc dù chúng tôi chỉ mới bắt đầu marketing, nhưng khách hàng của tôi đã hoảng sợ và suýt nhận lời. Tôi đã có thể gạt anh ta ra ngoài để cuối cùng chúng tôi nhận được một đề nghị cao hơn đáng kể và kết thúc nhanh chóng và không phức tạp.

Có một khẩu hiệu cũ từ Thế chiến thứ hai: “Môi buồng chìm tàu” (Lỡ miệng sẽ gây hậu quả xấu). Đừng đánh chìm con tàu của bạn.

LỜI KẾT

Thành thật mà nói, tôi có thể nói với bạn nhiều điều hơn nữa về việc bán nhà! Nhưng khi được trang bị thông tin từ cuốn sách này, bây giờ bạn đã biết nhiều hơn 99% tất cả các chủ nhà. Tôi hy vọng bạn đã học được nhiều điều và có được một số ý tưởng cũng như nguồn cảm hứng. Tôi cũng hy vọng rằng bạn sẽ thành công rực rỡ trong việc bán nhà của mình!

Nếu tôi có thể trả lời bất kỳ câu hỏi nào hoặc hỗ trợ gì đó, vui lòng liên hệ với tôi theo số 667-666-8888. Và đừng quên truy cập www.AceEstate.homes để có những video để xem và đầy đủ thông tin có giá trị. Chúng tôi cũng có thể trao cho bạn gói Miễn phí về Phân tích Marketing và Đánh giá về ngôi nhà của bạn.

Chúc bạn những điều tốt đẹp nhất!

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large, flowing 'A' shape with a long, sweeping tail that loops back to the left.

Phân tích phương tiện truyền thông xã hội cho các tài sản trước đây

Massive Exposure = More Money

House Activity

How far past the performance date being published.

11.9K Minutes Viewed

197 Hours!

15 Second video views: 12.5K

3 Second Viewers: 20.7K

Hours Watched: 197

3 Second Views: 20.7K

Minutes Watched: 11.8K

Engagements: 95

Reach: 50.2K

Average Watch Time: 0:07

1 Minute Views: 2.4K

House Activity

How far past the performance date being published.

3.3K Minutes Viewed

38 Hours!

15 Second video views: 3.8K

3 Second Viewers: 6.7K

Hours Watched: 38

3 Second Views: 6.7K

Minutes Watched: 2.3K

Engagements: 10

Reach: 31.6K

Average Watch Time: 0:03

1 Minute Views: 54

Performance for Your Post

555 Hours!

33,300 Minutes Viewed

30,984 15-Second Video Views

74,568 3-Second Video Views

0:00 Average Video Watch Time


667.666.8888

www.AceEstate.homes

Ace@Acestate.homes

Interested in putting your home through our Digital Marketing?

CALL TODAY!



NOT LIKE ANY YOU'VE SEEN:
 NOT ALL REALTOR KNOW HOW TO USE THE POWER OF FACEBOOK ADVERTISING - LET
 ALONE, SOCIAL MEDIA. WHEN YOU SIGN UP WITH US, YOUR HOME WILL GO THROUGH
 OUR DIGITAL MARKETING - ON STEROIDS!
 WE ARE ACE ESTATE: YOUR DIGITAL MARKETING, SOCIAL MEDIA STRATEGISTS.

Phần được khoanh tròn là số giờ mọi người đã xem các video tham quan ngôi nhà này. 197 giờ xem, 38 giờ xem và 555 giờ xem trên các video này!

 **Homes By Krista**
Published by Krista Vitale Mashore [?] · July 1 at 5:31pm · 🌐

Absolutely Stunning Home For Sale in Brentwood!
\$1,099,000
6 Bedrooms + Loft & Movie Room
4 Bathrooms
3 Car Garage
4,680 Sq. Ft
16,551 Sq. Ft Lot
Built in 2011
Gourmet Kitchen
Custom Crown & Wainscoting
Plantation Shutters Throughout
Outdoor Cabana w/ Full Kitchen
Gorgeous Inground Pool w/ Waterfalls & Fire Features
Text "3256572" to 79564 for Additional Information & Details



132,974 people reached 

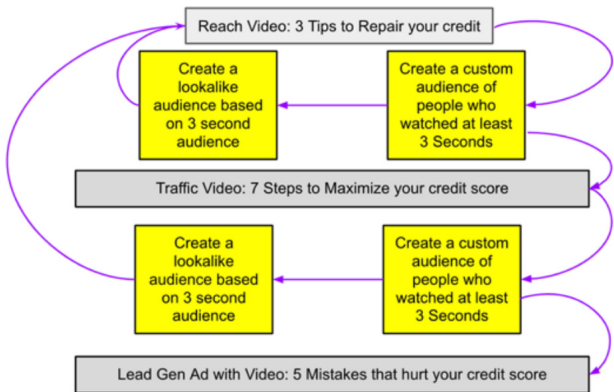
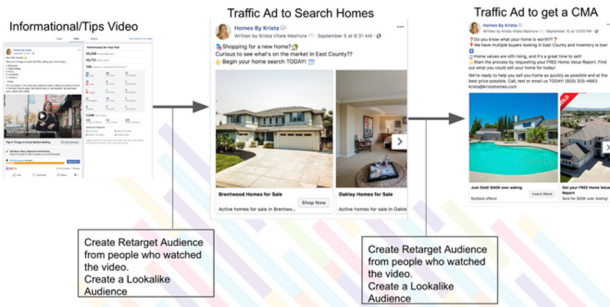
79K Views

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

 468  These results are AMAZING! Top Comments ▾

97 shares

132.974 người đã tiếp cận có nghĩa là chừng đó người đã xem quảng cáo cho ngôi nhà này! 468 người đã tương tác với bài đăng này, có nghĩa là họ thích, yêu thích, bị sốc, v.v. bởi bài đăng này. Ngoài ra, 97 người đã chia sẻ bài đăng này!



Đây là những ví dụ về điều chỉnh mục tiêu lại khi chúng ta nói về cách sử dụng Facebook đúng cách trên trang 18-22.

Homes By Krista
Published by Platform (P) · September 15, 2017 · 🌐

Listing Tour! 😊
795 Eden Plains Rd, Brentwood, CA
Features... See More

795 Eden Plains Rd. Brentwood, CA 94513

795 Eden Plains Rd
09:30

👍 **Get More Likes, Comments and Shares**
Boost this post for \$25 to reach up to 6,100 people.

👤 **50,919 people reached** [Boost Post](#)

👍👎👁️ 235 90 Comments 25 Shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 🍷

Performance for Your Post

50,919 People Reached

74,540 Video Views

450 Reactions, Comments & Shares 📊

238 Like	198 On Post	40 On Shares
28 Love	25 On Post	3 On Shares
3 Haha	1 On Post	2 On Shares
11 Wow	11 On Post	0 On Shares
143 Comments	130 On Post	13 On Shares
27 Shares	25 On Post	2 On Shares

6,402 Post Clicks

666 Clicks to Play 📺	322 Link Clicks	5,414 Other Clicks 📄
--------------------------------	---------------------------	--------------------------------

NEGATIVE FEEDBACK

6 Hide Post	3 Hide All Posts
1 Report as Spam	0 Unlike Page

Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

50.919 người đã tiếp cận có nghĩa là chừng đó người đã xem quảng cáo cho ngôi nhà này! Lượt xem Video tính những người đã xem 15 giây trở lên. 74.540 người đã xem video tham quan ngôi nhà này từ 15 giây trở lên! Số lần nhấp vào bài viết có nghĩa là số lần mọi người nhấp để truy cập trang web của tôi, có nghĩa là 6,402 người đã truy cập trang web của tôi!



Homes By Krista

Published by Krista Vitale Mashore [?] · June 17 · 🌐

2360 Sand Point Ct Discovery Bay CA

\$649,900

3 Bedrooms

2 Bathrooms

1,682 Sq. Ft

7,200 Sq. Ft Lot

Built in 1984

Located on the Delta

Private Deck & Boat Dock

New Carpet & Paint

Text "104542" to 79564 for Additional Details & Information



76,165 people reached

[View Results](#)

46K Views

👍 Like

💬 Comment

➦ Share



👍 🤔 😊 April Protti, Shannon Wall and 198 others

[Top Comments](#)

64 shares

76.165 người đã tiếp cận có nghĩa là chừng đó người đã xem quảng cáo cho ngôi nhà này!

Bạn có muốn rao bán ngôi nhà của mình nhưng nhà vẫn ở đấy hàng tháng trời, ngay cả khi bạn đã giảm giá thật nhiều?

Hay bạn muốn nhanh chóng bán được với mức giá cao nhất mà không cần quá căng thẳng?

Tại Ace Estate, Ace Nguyễn sẽ chỉ cho bạn cách để làm được điều đó

Ace Nguyễn sẽ dạy bạn:

- **Cách marketing chiến lược trên phương tiện truyền thông mạng xã hội sẽ đưa ngôi nhà của bạn tiếp cận hàng nghìn người mua chất lượng hơn so với marketing truyền thống**
- **Cách kiếm thêm vài chục nghìn đô từ việc bán nhà với chỉ vài nghìn đô la**
- **Tại sao việc thuê một "người môi giới bán phần" không chỉ tiêu tốn 1 khoản tiền lớn mà còn khiến bạn phải hầu tòa!**
- **Làm thế nào để biết nếu bạn đang thuê một đại lý thực sự đủ năng lực để bán ngôi nhà của bạn trong thời đại kỹ thuật số**
- **Làm thế nào để biết liệu phong cách thương lượng của một đại lý niêm yết sẽ mang lại một kết quả viên mãn hay khiến giao dịch thất bại?**

Vi vậy, làm việc với một đơn vị chuyên nghiệp, đáng tin cậy là vô cùng quan trọng. Ace Nguyễn là người chu đáo, tháo vát, tôi thực sự cảm kích sự trung thực và chân thành của anh ấy khi giao tiếp và giúp đỡ bố mẹ người Việt của tôi. Cảm ơn anh rất nhiều vì đã cố gắng hết sức để giúp đỡ, cho phép chúng tôi trở thành một phần trong hành trình và học thêm nhiều kinh nghiệm từ anh. Chúc người anh tài năng thật thành công và có những điều tốt đẹp nhất. Thật may mắn khi có anh ấy là đại lý số 1. - theminikat

TURNING DREAMS INTO REALITY
ONE HOME AT A TIME

Copyright © 2022 Ace Nguyễn
www.AceEstate.homes

