

ORGANIZACJA DNIA OTWARTEGO

DLA AGENTÓW

Użyj tej listy kontrolnej, aby upewnić się, że Twoja strategia sprzedaży premium jest w 100% dopracowana, od przygotowania nieruchomości, po finalne podsumowanie i aktualizację strategii.

Przygotowanie strategiczne i propozycji ceny (Faza 1/3)

Krok	Status	Cel – Co To Zapewnia?
Wstępna cena rynkowa	☐	Masz solidną bazę do dyskusji z agentami.
Określenie grupy docelowej (Kupujący)	☐	Wiesz, jakie atuty nieruchomości podkreślić.
Ustalenie jasnych warunków Współpracy	☐	Masz gotową i atrakcyjną propozycję prowizji dla agentów.
Wyznaczenie Dnia Otwartego (termin i godzina)	☐	Wybrano dzień roboczy, dogodny dla profesjonalistów.

Wskazówka: Jak profesjonalnie określić grupę docelową?

Precyzyjne określenie docelowej grupy nabywców to podstawa skutecznej strategii. Nie opieraj się na subiektywnych odczuciach, lecz na analizie faktów. Proces ten polega na segmentacji rynku w oparciu o dochód i styl życia typowego nabywcy w danym segmencie premium (np. *młody menedżer, dojrzały inwestor, rodzina ceniąca prywatność*). Oceń, jakie są kluczowe, mierzalne atuty nieruchomości (np. lokalizacja blisko międzynarodowej szkoły,

system *smart home*, ekskluzywne wykończenie) i zidentyfikuj profil demograficzny klienta, dla którego te cechy stanowią największą wartość. Ta wiedza pozwoli ci w pełni ukierunkować przekaz marketingowy i wybrać agentów, którzy dysponują adekwatnymi portfelami klientów.

2. Przygotowanie Nieruchomości i Materiałów (Faza 2/3)

Krok	Status	Cel – Co To Zapewnia?
Generalne sprzątanie i depersonalizacja	☐	Nieruchomość jest w idealnym stanie, gotowa na projekcję.
Drobne naprawy/Home Staging (jeśli konieczne)	☐	Eliminujesz wszelkie wizualne przeszkody.
Optymalne oświetlenie i atmosfera	☐	Kreujesz poczucie ciepła i luksusu, które agent może sprzedać dalej.
Kompletne materiały promocyjne (Wysoka Jakość)	☐	* Folder A4 z opisem premium.
	☐	* Plan pomieszczeń i specyfikacja techniczna.
	☐	* Zestaw profesjonalnych zdjęć.

Przygotowanie ankiet dla Agentów	☐	Masz narzędzie do zebrania bezcennej wiedzy o cenie i prezentacji.
Poczęstunek/Napoje (np. kawa premium)	☐	Budujesz miłą atmosferę i szacunek dla gości.

3. Zaproszenia i przebieg wydarzenia (Faza 3/3)

Krok	Status	Cel – Co To Zapewnia?
Selekcja i lista zaproszonych agentów	☐	Zapraszasz tylko sprawdzonych profesjonalistów z aktywnymi klientami.
Wysłanie osobistych zaproszeń (Mail/SMS)	☐	Podkreślasz ekskluzywność wydarzenia i oferty.
Potwierdzenia obecności (RSVP)	☐	Kontrolujesz logistykę i ilość materiałów.
Powitanie i przedstawienie celu spotkania	☐	Od początku budujesz profesjonalną i otwartą atmosferę.
Prezentacja atutów nieruchomości	☐	Skupiasz się na korzyściach, które agent może sprzedać swojemu klientowi.

Wypełnienie Ankiet (Feedback od Agentów)	☐	Pozyskujesz wiedzę, która usztywni Twoją pozycję negocjacyjną.
Klarowne Przedstawienie Warunków Współpracy	☐	Budujesz motywację do szybkiego działania (prowizja 25%, zasady rozliczeń).

4. Działania po wydarzeniu (Follow-up)

Krok	Status	Cel – Co To Zapewnia?
Podsumowanie i analiza Zebranego Feedbacku	☐	Finalizujesz strategię cenową i marketingową.
Wysłanie podziękowań i materiałów cyfrowych	☐	Utrzymujesz profesjonalną relację i ułatwiasz agentom pracę.
Kontakt z Klientem Sprzedającym	☐	Omawiasz zebrane opinie i ewentualne zmiany w strategii.
Finalna aktualizacja strategii Sprzedaży	☐	Wprowadzasz zmiany przed wystawieniem oferty publicznej – minimalizujesz ryzyko przeceny.
Wystawienie oferty publicznej (po Dniu Otwartym)	☐	Ruszasz z promocją, mając już zweryfikowaną cenę i strategię.

Powodzenia!

