

דף הבית

המגזין המקצועי לסוכני נדל"ן



בחינת התיוון החדשה - מה נשתנה?

- איך תוציאו יותר ממודעת הפרסום שלכם
- ביטוח משכנתא - כל מה שצריך לדעת
- הפייסבוק- איך ממנפים את כלי השיווק החשוב של העידן הנוכחי

רן אהרון, עורך-דין

מומחה נדלן ומקרקעין



Ran Aharon
Law Office

ניהול נכסים - פרטי / מסחרי

עסקאות רכישה / מכירה

תמא 38

נזיקין - תאונות דרכים, תאונות עבודה, ביטוח לאומי

חוזים - זכויות, שיתופי פעולה

ייעוץ ראשוני חינם

ran.law.office@gmail.com

פקס: 073-7435552

טלפון: 073-7435551

הרצל 35, תל-אביב



ההולנדי
תכנים קצת 23 ע'אחיים

למשרדים, מוסדיים ולקוחות פרטיים.
חלוקה בגוש דן והשרון. **052-2709928**



תוכן העניינים

סוכני נדל"ן יקרים!



אנו גאים ונרגשים להציג בפניכם את "דף הבית", המגזין המקצועי לסוכני הנדל"ן, הפקה ראשונה יחידה מסוגה בארץ! זהו זה, לאחר חודשים של עבודה מאומצת, המון מחשבות שהתגלגלו, הרבה מלים שנאמרו, עשרות כתבות שנסקרו ואינספור תמונות וצבעים שצוירו ועוצבו, המגזין יוצא לדרך ומובא לפניכם בגיליון חגיגי - גיליון ההשקה!

ענף הנדל"ן הסוער והדינמי, מעסיק את החברה הישראלית על כל רבדיה, יוצר כותרות חדשות לבקרים, ומשפיע כמעט על כל תחום, פוליטיקה, כלכלה, עסקים, משפחה, תעסוקה וכו'. בתוך המציאות בה כללי המשחק משתנים לעיתים תכופות, תפקידו של סוכן הנדל"ן הופך להיות מרכזי ובעל השפעה יותר מתמיד, ורמות המקצועיות והידע הנדרשות עולות עם הזמן. מטרת המגזין, בהמשך לכך, היא להוות מקור מהימן וזמין לידע מקצועי רב-תחומי, בכל מקבץ המיומנויות להן נדרש הסוכן בעבודתו היומיומית. לראיינו את זה צעד משמעותי נוסף בהבנה, כי תיווך נדל"ן הוא מקצוע, בעל חשיבות חברתית וציבורית רבה דורש התמקצעות בלתי מתפשרת. מתוך שכן, בדומה לידידינו עורכי הדין, סוכני הביטוח, המוסכניקים, רואי החשבון ואחרים, ראינו את הצורך במגזין מקצועי אשר ירכז עבורכם, ידע מקצועי ועדכני, כתוב וערוך בידי מיטב המומחים בארץ, בתחומים הרלוונטיים.

אז... אתם מוזמנים לדפדף במגזין, ליהנות מעצות וטיפים בתחומי השיווק והמכירה, להשכיל בנושאים משפטיים וכלכליים, ללמוד על כלים פסיכולוגיים אפקטיביים, לקרוא על סיפורי הצלחה מעוררי השראה וגם להתעדכן על כל מה שקורה בענף.

איתי הל-אור, יועץ ארגוני, מנחה ומדריך משרדי נדל"ן, מרצה בבתי ספר למקצועות הנדל"ן, ובעבר מנהל מערך ההדרכה והייעוץ ברשת אנגלו סכסון. במשך השנים נחשפתי למאות משרדי תיווך, מצליחים וכושלים, ועסקתי בהטמעת שיטות העבודה העדכניות והמצליחות בענף. מתוך התובנות שלי ושל שותפיי לדרך, עו"ד רן אהרון ושהם שפי, בנינו עבורכם את ארגז הכלים המכיל לידנו את גופי הידע החיוניים ביותר להצלחה במקצוע.

לסיום נאמר, כי המגזין הוא בשבילכם ונועד לשרת את צרכיכם. אתם מוזמנים לשתף אותנו בדף הפייסבוק שלנו, ברעיונות לשיפור, הערות, תגובות, או כל דבר שעשוי לפתח את הכלי לשימושי ומועיל יותר עבורכם.

אנו תקווה כי נצליח לשרת אתכם נאמנה בעבודתכם השוטפת ונעניק לכם כלי עבודה שיביאו להצלחתכם בתחום.

איתי הל-אור

עורך ראשי

מיסוי מקרקעין - כשל בחקיקת המס תורם לשפל בשוק/ עו"ד שי עינת

כתיבה שיווקית - איך לכתוב מודעה פרסומית/ יאיר שיינברג

גישור - מה עושים כשהצדדים מתחפרים בעמדותיהם/ אסף שני

ייעוץ משכנתא - כל הסודות על ביטוח משכנתא/ חיים לוי

תקשורת מילולית - גיוס בלעדיות בעזרת שיטת ה-NLP/ ליאור ברקן

משפטנות - על הגורם היעיל בעסקה/ עו"ד רובי ניתאי

אמנות המכירה - המדריך לטיפול בהתנגדויות/ איתי הל-אור

יעוץ כלכלי - איך באמת מחשבים תשואה/מיכה מרום

מדיה חברתית - שיווק יעיל באמצעות בפייסבוק/ עמרי רווח

אמנות השכנוע - 5 עצות למו"מ יעיל לסגירת עסקה/ עו"ד יניב זייד

שפת גוף - איך להשתמש בתקשורת לא מילולית ככלי מכירה/ רמי צור

מדורים

הרשאה להשראה - סיפור הצלחה: אורי טל

חדר מבוא - המדריך לבחינה החדשה/ רועי יהלום

לא הכל טאבו - האם כדאי לעבוד במשרד פרטי או ברשת? בעד ונגד

מתווכים משטח - סיפורים על בעלי נכסים "ייחודיים"/ אורן מזרחי

אזניים לכתל - כל מה שקורה

יועץ מקצועי: אורן מזרחי
צילום השער: Shutterstock.com
דוא"ל המערכת: info@dhb.co.il
טל: 073-7435551
פקס: 073-7435552

מנכ"ל: עו"ד רן אהרון
מנהל פיתוח אסטרטגי: אדר' שהם שפי
עורך ראשי: איתי הל-אור
עיצוב: אילן פארי
הפקה: נירפרינט מדיה והפקה בע"מ
קופירייטינג: ארי קוקה



אל תבנו על הפטור

/ שי עינת

**כשל בחקיקת המס תורם
לשפל במכירת דירות
ולרשלנות מקצועית.
למרות שהשינויים בחקיקה
מאפשרים למכור 3 דירות
מגורים בפטור ממס שבח,
בעלי נכסים מביני עניין
נמנעים מלנצל זאת.**

בחיוב במס. במצב זה המוכר יכול להתחייב במס על הדירה שכבר נמכרה, על מנת לאפשר מכירת דירה יוקרתית יותר בפטור ממס שבח, מבלי להמתין 8 שנים. הוראה מקילה זו נדרשת בהקדם, שכן עיננו הרואות, ככל שהציבור למד על הכשל הקיים כיום בחקיקת המס, הוא נמנע ממכירת דירות קטנות ובינוניות שברשותו, זאת על מנת לשמר את הזכות לקבלת פטור לדירה היקרה יותר בבוא העת. התנהגות רציונאלית זו של הציבור תורמת לשפל במכירת הדירות.

שי עינת, עו"ד ורו"ח, בעלים של משרד עורכי דין המתמחה במסים. לשעבר עובד ברשות המסים, ומחבר הספר 'מיסוי דירות מגורים - פרקטיקה והלכה'.

דברים אמורים? בהתאם לחקיקת המס החדשה (תיקון מס' 71 לחוק מס שבח מאוגוסט 2011), החל מינואר 2013, משפחות אשר להן מספר דירות מגורים, יוכלו למכור דירת מגורים אחת בפטור ממס שבח, אחת לשמונה שנים (!) במקום ארבע שנים. מניין שמונה השנים יחל מיום מכירת הדירה האחרונה בפטור. אין הבדל באם מדובר בפטור לפי הוראות החוק או לפי הוראת השעה החדשה.

אטול מקרה אחד מני רבים להמחשת העניין. משפחה בעלת מספר דירות מגורים החליטה בחודש מרץ 2011 למכור דירת מגורים שהחזיקה להשקעה ברמת גן. המשפחה ביקשה את הפטור במסגרת הוראת השעה וכמובן קיבלה אותו. למשפחה גם בית מגורים יקר ערך בסביון. עתה התברר לה, כי באם ידחו את מכירת בית המגורים בסביון (מכירה שהמיסוי בה גבוה) לאחר 1.1.2013, לא יוכלו לקבל פטור ממס שבח במכירת הבית, אלא רק בחלוף 8 שנים מיום מכירת הדירה ברמת גן!

המשפחה באה בטרזניה כנגד עורך דין אשר ערך את העסקה עבורה ברמת גן, כי לו היה מיידע אותה כי מכירת הדירה במסגרת הוראת השעה תגביל אותה במכירות לאחר 1.1.2013, כל שכן לתקופה כה ארוכה (8 שנים), ספק אם היו מבצעים את מכירת הדירה ברמת גן.

לטעמי, על רשות המסים לצאת (ובבקדם!) בהוראה מנהלית מקילה, לפיה כל עוד לא יחלפו ארבע שנים (זוהי תקופת ההתיישנות בחוק מיסוי מקרקעין) מיום מכירת דירה במסגרת הוראת השעה, ניתן יהיה בידי המוכר לשוב ולהמיר את הפטור שניתן ממס שבח על הדירה הזולה,

אחרונה התבשרנו כי בחודשים האחרונים נרשמה התקררות נוספת בשוק הנדל"ן. קיימת ירידה בולטת בכמות העסקאות בדגש על דירות מגורים. הדבר תמוה, לאור העובדה כי בחודשים האחרונים נוספה הוראה ממריצה בחוק מס שבח אשר בשילוב עם החוק הקיים מאפשרת למכור 3 (!) דירות מגורים בפטור ממס שבח. ננסה להבין את הגורמים לכך ואת הקשיים העולים בעקבות הרפורמות בחקיקה.

כיום ניתן למכור דירת מגורים בשני מסלולי פטור עיקריים. המסלול הראשון הינו במסגרת החוק הקיים, כאשר כאן הפטור הידוע הוא על מכירת דירה אחת לארבע שנים או במקרה של דירה יחידה, אחת לשנה וחצי. המסלול השני הינו במסגרת הוראת שעה מיוחדת, אשר הינה בתוקף מ-1.1.2011 עד ל-31.12.12 (אלא אם יחליטו להאריכה). הוראת השעה מאפשרת למכור שתי דירות מגורים בפטור ממס בכפוף למספר תנאים. תנאי מהותי הינו כי שווי כל דירה לא יעלה על 2.2 מיליון ₪. שילוב שני המסלולים מאפשר מכירת 3 דירות מגורים עד לתום שנת המס 2012.

אולם, חקיקת המס החדשה אשר באה לעודד מכירת דירות מגורים עד לתום שנת המס 2012, טומנת בחובה כשל, אשר מונע מבעלי מספר דירות מגורים, מביני עניין, את ניצולה. במה



Shutterstock.com

"מידן תוכנה" מבית "הומלי אתרים"

מחפש נכסים בלוחות הפרסום? הנכסים הטובים ביותר מחכים לך אצלנו!

נכסים רבים שפורסמו בעבר באתרי האינטרנט והעיתונים,
אינם מופיעים יותר.

אצלנו, גם אם הנכס נמחק בלוח, אנחנו שומרים איתו על קשר
ולכן הוא מופיע במאגר שלנו.

מידן תוכנה בשילוב הומלי אתרים, מביאה לכם את תוכנת התיווך
הטובה והנפוצה ביותר.

077-8320308

בניית
אתרים

פרסום
בקליק

מאגר
נדל"ן

כרטיס הביקור שלך באינטרנט.
אתר אינטרנט ב-4 שפות, מותאם לעבודה
מול מנועי החיפוש.
בעלות נמוכה משמעותית ועם יכולות ניהול
מלאות של אתר מהמדרגה הראשונה.

הפטנט של העשור!!
ככה מפרסמים היום מתווכים באינטרנט!!
בקליק אחד, מפרסמים ב-עד 15 אתרים
ביחד.
כולל באתרים ידועים כמו: 2winwin
ועוד.
בנוסף, כלי ניהול מלא לניהול מערכת
הפרסום במשרד.

רשת של סניפים בכל הארץ המשרתת
אלפי משרדי תיווך באשר הם.
מערכת המידע המעודכנת ביותר בארץ
בתחום הנדל"ן.
צלצל עוד היום לסוכן באזורך וקבל
מידע מעודכן.

לרשימת הסניפים - www.inf.co.il

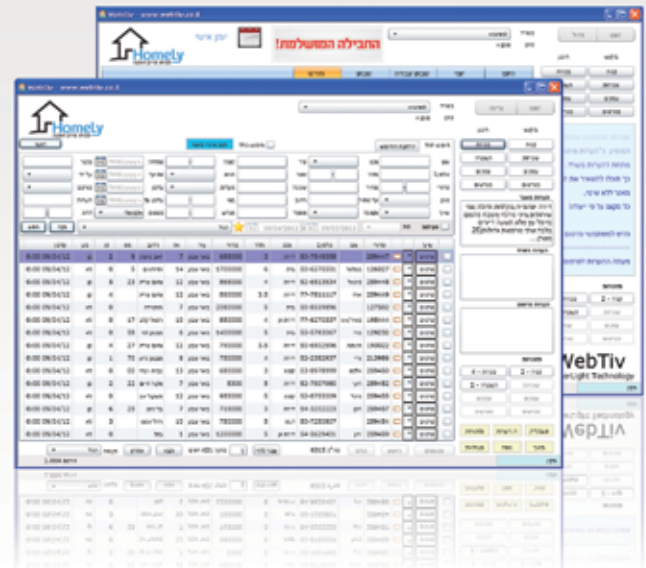


תוכנת תיווך באינטרנט

הומלי אתרים בשיתוף עם כלים של מיקרוסופט
מביאים לכם את הטכנולוגיה החדשה ביותר בתחום
האינטרנט.

ממשק מרהיב ונוח הנותן תחושה של עבודה עם תוכנה
יעילות של עבודה בענן.

עבוד מכל מקום עם תוכנת התיווך שלנו



08-8570308 נתן חורי 054-4808756 אילן כהן 052-2314415 עמי חורי

יאיר שינברג

6



הלב ובסופו של דבר תצאו קירחים מכאן ומכאן. לדוגמא: במודעה לשיווק נכס, שהמסר העיקרי שלה הוא "הזדמנות בלעדית", ודאו ששם העסק, הכתובת ומס' הטלפון נכתבים בגודל אות קטן יותר, ולא "גונבים את ההצגה". כמו כן, הימנעו מריבוי כותרות. זה רק יסיט את הקורא מהמסר העיקרי.

את לא כמו כולם.

"... בוא נעשה כמו של אוסם." "אני רוצה שזה יהיה יותר בסגנון של אורנג'." "פשוט תראה מה קאסטרו עושים ותעשה אותו דבר." אין לכם מושג כמה פעמים שמעתי לקוחות מבקשים דברים כאלה, והתשובה היא: "אם תעשו כמו אוסם, יחשבו שאתם אוסם!". הדבר הכי קל זה "לעשות כמו", אבל זה יטשטש את הזהות שלכם ובסופו של דבר לא רק שלא ישרת אתכם, אלא אולי אפילו יעשה פרסומת למתחרים. בים האינפורמציה והגירויים שאנשים נחשפים אליהם בכל רגע, אתם לא יכולים להרשות לעצמכם להיות כמו כולם. אתם לא חייבים למצוא יתרון ייחודי שיש רק למוצר שלכם (בינינו, היום רוב המוצרים דומים זה לזה), נסו פשוט להגיד עליו משהו שאף אחד אחר לא אומר, למשל: "עיצוב פנים חינם עבור החתמה של כל נכס בבלעדיות", "המהירים בשוק", "ליווי אישי צמוד", "מס' 1 בנכסים עם נגישות לקשישים ומוגבלים", וכו'.

ועכשיו חברים, סגרו מחברות ותזכרו: כתיבת מודעות בפרט ופרסום בכלל הם לא מדע מדויק. לא כל מודעה טובה עומדת בהכרח בכל הכללים, אבל בפעם הבאה שאתם עומדים לפרסם מודעה, תחשבו רגע על הלקוח ההוא מתחילת הכתבה, תנסו להיות קצת יותר חכמים, ואם אתם פוגשים אותו, תמסרו לו שהוא עוד חייב לי מודעה טובה...

יאיר שינברג, קופירייטר בכיר ויועץ מיתוג ופרסום.
shufell@gmail.com

מפחידים אתכם, אלא למילים אותן אתם בוחרים להגיד חזק יותר ממילים אחרות. אם תחשבו על זה רגע תגלו שבדרך כלל המילים אותן בחרתם להדגיש, הן המסר שהכי חשוב או דחוף לכם להעביר באותו רגע. רק אחר כך, מן הסתם, תורידו את הטון, תסבירו את עצמכם טוב יותר ותפתחו את הנושא. תהליך דומה עוברת המודעה שלכם. גם שם אי אפשר להדגיש הכל. גם שם יש צורך בהירארכיה ברורה של מסרים, כדי לגרום לקורא להבין מה חשוב יותר ומה פחות. אם הכותרת של המודעה, הלוגו שלכם, הטלפון וכתובת אתר האינטרנט יהיו כולם באותו הגודל, הם יתחרו זה בזה על תשומת

קוראים לזה Teasing- התגרות, אבל בתכל'ס- מדובר פשוט ביצירת סקרנות. אל תתנו את הכל, לא מייד. ספרו ללקוח משהו שידליק ויעניין אותו, אבל תשאירו חלק מהקלפים קרוב לחזה. זה יגרום לו לרוצות לשמוע עוד, וזה בדיוק המקום שבו אתם רוצים אותו.

לדוגמא: למה לכתוב: "1% הנחה לפונים עד 23 באוגוסט", אם אפשר להגיד "הנחות אטרקטיביות והפתעות שוות לפונים בימים הקרובים!".

מי ראשון בתור?

חשבתם פעם מה גורם לכם להרים את הקול? אני לא מתכוון לדברים שמרגיזים או



כשנגיע לגישור נעבור אותו

/ אסף שני

ניזיל לעומת כזה שזקוק למשכנתא, טיב השוכר, תוספות במבנה ועוד.

בוודאי תגידו "אבל זה טריוויאלי!" ועל כך אענה, נכון, טריוויאלי לגמרי! ובכל זאת... בואו נתערב שכאשר אתם נתקלים באבן גדולה אתם ממהרים לנסות לשדל ולשכנע את האוחז בה לוותר קצת, להתפשר, לזוז לכיוונו של הצד השני ולא דווקא מנסים לפרק אותה.

אז איך מפרקים לאבנים קטנות?

דבר ראשון בכך שתשימו את דעתכם בצד. אמת, הלכות שלכם עלול לפספס עסקה מצויינת ונכון אתם עלולים להפסיד את העמלה שלכם דווקא בחודש שההכנסות לא משהו ונכון... רק שאם "תדחפו" אתם עלולים "להידחף" בחזרה. חיבשו את כובעו של המגשר, כובע אשר מביא איתו "אי מעורבות" ולכן מאפשר לחובש אותו לשאול שאלות פתוחות. למשל: "אמרת שאינך מוכן לזוז מהמחיר, למה?". השאלה הפתוחה נשאלת על אבן הגדולה ומטרתה להביא את הנשאל לדבר על האבנים הקטנות שלו. לאחר שיש לכם אבן קטנה ראשונה אל תרפו! המשיכו לשאול את הלכות שאלות אשר ירבו את מספר האבנים הקטנות על השולחן, למשל: "מעבר לקבלת המחיר הטוב ביותר, מה עוד חשוב לך לנסות ולהשיג בעסקה הנוכחית?".

בהחלט, טריוויאלי לגמרי. לצערי, אחרי עבודה עם אלפי מנהלים בארץ ובחו"ל וביניהם מספר גדול של סוכני נדל"ן, ראיתי עד כמה הטריוויאלי, ההגייוני והברור ככל שלא יהיה בדיון אקדמי, אינו מיושם בשטח, במקום שבו הוא באמת חשוב ואפקטיבי. נסו את כובעו של המגשר ובפעם הבאה שלקוח, או אפילו הילד שלכם, מתחפר בעמדתו, ואולי עוד קצת קודם, נסו לפרק את האבן הגדולה לאבנים קטנות - נסו להבין מה באמת מניע אותו.

אסף שני, מנכ"ל שני גישור, בעל ניסיון בייעוץ והדרכה בנושאי קונפליקטים, מו"מ ומשברים.
www.shani-med.com



Shutterstock.com

**"אני לא זז מהמחיר הזה!",
"שקל לא מתחת/מעל למה
שביקשתי/הצעתי!" הם
משפטים שכל אחד ואחת
מכם מכיר. אז מה עושים
כאשר שני צדדים מתחפרים
בעמדותיהם ולא מוכנים
לזוז, לא משנה כמה תסבירו
בהיגיון או תשדלו במתק
שפתיים? התשובה שמאמר
זה מציע היא: לגשר את
המצב.**

כדי להבין מה הכוונה ב"לגשר" במו"מ, עלינו להבין תחילה מה זה לא אומר: זה לא אומר לפשר, לשדל, להסביר או לשכנע. הנטייה האנושית היא לנסות ולפתור בעיות הקשורות לאנשים אחרים בנישה פטרנליסטית, דהיינו להציע להם פתרון או הסבר מה עליהם לעשות. שימו לב לאופן בו אתם מדברים אל הסובבים אתכם - בני, בנות הזוג או הילדים שלכם, הלוחות, העמיתים שלכם ואחרים - תגלו כי, כמעט תמיד, אתם מציעים להם פתרון או הסבר. "...לך תכין שיעורים / ...סדר את החדר שלך", "למה שלא תציע לו...", "אני חושב שהכי נכון לך..." הן דוגמאות למשפטים המכילים בתוכם דרך או הסבר אשר לפי דעתכם יובילו לפעולה או לפתרון עניין.

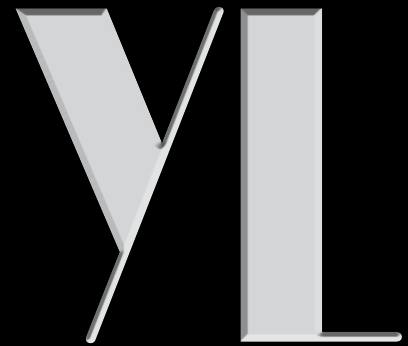
בגישור, וכאן נמצא ההבדל המהותי בינו לבין פישור, לדעתכם אין כל חשיבות. ולא זו בלבד שאין לה חשיבות, הרי שאם תביעו את דעתכם אתם עלולים, ברוב המקרים, לחשק את הצד השני עמוק יותר בעמדתו. למה? כי כנראה שגם בני אדם מגיבים לחוק השלישי של ניוטון אשר

אומר ב'פשטות' שכל דחיפה גוררת דחיפת נגד. מכאן, כל דעה מצידכם, היא מעין "דחיפה" ותגרוור דחיפת נגד בצורה של דעה הפוכה - מהצד שמולכם. נכון, אם התברכתם ביכולת שכנוע מרשימה, תצליחו בחלק מהמקרים להזיז לקוח מעמדתו. אבל... מה אם הלכות לא מוכן להקשיב וכל שידול, הסבר ושכנוע לא מצליחים להזיז אותו מעמדתו, מה אז?

אז עומדת בפניכם האפשרות לגשר אותו. ולגשר אותו פירושו לפרק אותו לאבנים קטנות. דמיינו שעמדתו של הלכות שלכם היא אבן גדולה. "אני לא זז מהמחיר הזה!" או "שקל לא מתחת למה שדרשתי" הן שתי דוגמאות לאבנים גדולות. אבן קטנה, היא דבר מה ברור כמו 'לקבל כמה שיותר כסף', אך כאן לא הסתיימה המלאכה. עליכם לחפש אבנים קטנות נוספות על מנת להפוך את המשא ומתן מחד ממדי (מו"מ) על משתנה יחיד, לרוב מחיר, למשא ומתן רב ממדי (מו"מ על מספר רב של משתנים). אבנים קטנות עשויות להיות: מספר התשלומים, מהירות השלמת העסקה, ההבדל בין קונה עם כסף

- דיני משפחה
הסכמי ממון, גירושין
- מקרקעין/נדל"ן
עסקאות יד שניה וקבלן, שכירות
- תאונות דרכים ותאונות עבודה
- רשלנות רפואית
- ביטוח לאומי
- זכויות נשים בעבודה
- דיני עבודה
פיטורים והתפטרות

רחוב פינסקר 22, נתניה, 42411
22 Pinsker st. Netanya 42411
טל: 077-5509683, 077-7050889
פקס: 077-4007601, 077-7015531



יגור | לוי | ושות'

Attorney at Law
משרד עורכי דין

חלומות

מתגשמים בסטודיו
קרן שהם אדריכלות ועיצוב

מסייעת למימוש פוטנציאל הנכס
מנתחת זכויות בניה ומידע תכנוני
בודקת התאמת נכסים לשינויים
מעריכה תקציב לעלויות שיפוץ ובניה
מתכננת משלב הרעיון ועד לביצוע
מפקחת ומלווה באתר הבניה
מעצבת עד אחרון הפרטים



אורי טל - סיפור הצלחה

**הוא התחיל כסוכן חסר
נסיון ברשת רימקס, הוכתר
במשך 6 שנים רצופות
כמס' 1 ברשת, והיום לאחר
שפתח משרד עצמאי, הוא
נחשב לאחד המתווכים
המוכרים בהרצליה פיתוח
בזכות הישגיו הרבים. מה
הפך את אורי טל לסיפור
הצלחה?**

א

ורי טל הוא מתווך פעיל בתחום הנדל"ן בשכונת הרצליה פיתוח, הנחשבת לאזור יקר אבל בעייתי, וכפי שניתן להבין זה לא מעט. מחיר ממוצע של נכס בשכונה נע בין 8 ל-40 מיליון ש"ח, הזמן הממוצע למכירת נכס בשכונה נע סביב 9-9 חודשים. ברבעון האחרון של 2011 סגר טל 7 עסקאות מכירת נדל"ן, את שאר החשבון תעשו בעצמכם. ניסינו לבדוק מה סוד ההצלחה של הסוכן שהתחיל את דרכו בענף רק בגיל 55, הצלחה שרוב סוכני הנדל"ן בארץ היו מאמצים בשמחה.

ספר קצת על תחילת דרכך

בעקבות דעיכת ענף הטקסטיל בארץ בסוף שנות ה-90, נאלצתי לסגור את מפעל הטקסטיל שהיה בבעלותי וחיפשתי עיסוק שיביא לידי ביטוי את היכולות שלי, מבלי להשקיע סכומי כסף גדולים. הגעתי למסקנה שתיווך נדל"ן הוא העיסוק המתאים ביותר עבורי והתחלתי לעבוד בסניף של רימקס בהרצליה פיתוח, שכונה שאני גר בה כבר הרבה שנים. בסופו של דבר התברר לי שאכן דרושה השקעה של כסף, כיוון שבכל אותם חודשים ראשונים בהם בונים את העסק אין משכורת ואין הכנסה וצריך להכין רזרבה שתשמש אותך לתקופה הזו.



את העסקה הראשונה שלי עשיתי כעבור רק 9 חודשים מיום תחילת העבודה, ובזמן הזה התחלפו במשרד בו עבדתי הרבה סוכנים צעירים שלא החזיקו מעמד. רוב החברה הצעירים שנכנסים לענף לא מבינים שעסק של תיווך נבנה על מוניטין, ומוניטין אי אפשר לבנות בחצי שנה. זו הסיבה שהרבה מהם, שלא מצויידים ברזרבות, מתייאשים תוך זמן קצר. את המוניטין שלי בהרצליה פיתוח לקח לי כ-4-5 שנים לבנות, כלומר להגיע ממצב בו רדפתי אחרי לקוחות, למצב בו לקוחות התקשרו אליי וביקשו שאטפל בנכס שלהם.

כעבור 10 שנים פרשתי מרימקס ופתחתי משרד עצמאי בהרצליה פיתוח - אחד מבין כ-35 משרדי נדל"ן פעילים בשכונה, וזאת בהתבסס על המוניטין שרכשתי. במשרד אני לא מעסיק סוכנים נוספים מלבד השותף שהוא הבן שלי, מתוך הנחה שאת הרווח הגדול ביותר בזמן שלי אני עושה בזכות העבודה שלי. כל שעה שהייתה נגזלת ממני לטובת ניהול סוכנים אחרים, היא למעשה הפסד גדול מדי עבורי.

מהן שיטות העבודה שלך?

שיטת העבודה שלי מאוד ממוקדת - אני עובד אך ורק בהרצליה פיתוח וכפר שמריהו, ורק בעסקאות מגורים, וללא השכרות, קרקעות חקלאיים, יזמות ונדל"ן מסחרי. הרעיון בהתמחות אזור גיאוגרפי הוא להיות מומחה בתוך שטח קטן, ולא להיות חצי מומחה בשטח גדול. כי אם אתה מתפרס על שטח גדול, כל המתווכים שמתמחים בשטח קטן שבאותו אזור, יהיו טובים ממך. מתווך חייב לדעתי לעבוד באזור שהוא מכיר היטב. יהיה קשה מאוד לאדם שגר בפת"ל לעבוד בת"א. עבורי העובדה שגרתי שנים בהרצליה פיתוח, היוותה נקודת פתיחה לא רעה.

אני מגדיר את עצמי כמתווך של מוכרים ומאמין גדול בשיטת הבלעדיות. לדעתי, היתרון המשמעותי בשיטה הזו עבור בעל הנכס, הוא האפשרות שלי לבצע שיתוף פעולה עם מתווכים

אחרים. ברור שכאשר אתה משתף פעולה עם 30 מתווכים ולא עובד רק עם הקונים שלך, הסיכוי לסגור עסקה ובמחיר גבוה הוא הרבה יותר טוב. למעשה 70% מהעסקאות שלי נסגרות דרך שיתופי פעולה ולכן אני משקיע בזה הרבה מאוד זמן ומשאבים. אני נוסע בכל הארץ כדי להכיר מתווכים, כיוון שאני לא מוכן לשותף פעולה עם אותם אלה שאין להם את הרמה המקצועית הנאותה. בגלל זה הרבה מתווכים בארץ רואים בי את הכתובת כאשר הם מחפשים נכס בהרצליה פיתוח.

מה עזר לך להגיע להצלחה?

יצא לי שם של אדם ישר. הענף הזה מלא באנשים לא ראויים ולכן היושר של המתווך הוא הדבר החשוב ביותר ללקוחות, יותר מכל דבר אחר. היתה לי עם זה בעיה בהתחלה, כי לרוב הלקוחות שמגיעים יש תדמית שלילית כלפי העוסקים בתיווך, וצריך להשקיע מאמץ גדול כדי להוכיח שאתה אינך כזה.

הדוגמא הטובה ביותר ליושר היא הקדימות שאני נותן לאינטרס של בעל הנכס, לפני האינטרסים שלי. במקרה בו אני צריך לבחור בין קונה שלי לבין קונה של מתווך אחר שמוכן לשלם יותר, אעדיף את הקונה השני, למרות שזה משהו שניתן להסתיר מבעל הנכס ולמרות שבמקרה כזה אקבל רק מחצית מהעמלה.

בנוסף לזה אני מקפיד על רמת מקצועיות גבוהה בכל מה שקשור לטיפול בנכס. לכל נכס אני בונה תיק נכס עם כל הפרטים הרלוונטים, כך שאין מצב בו הקונה ישאל אותי שאלה ושאישיב לו "חכה, תן לי לבדוק". אני יכול לספק באופן מיידי את כל האינפורמציה הנדרשת.

אני חושב שאני בין המתווכים היחידים שמוכן לוותר על גיוס נכס, רק בגלל שהוא מתמחר לא נכון. לצורך הדוגמא, יש לי סיפור על רואה חשבון איש עסקים ממולח, שביקש למכור את הבית שלו במחיר מופרז של 6.9 מליון ₪. כשאמרתי לו שהנכס שווה לא יותר מ-4.6 מליון ₪ הוא

ענה: "בשביל מחיר כזה אני לא צריך אותך. אני אשים מודעה בעיתון ויהיה בחוץ תור של אנשים שמעוניינים לקנות". אמרתי תודה רבה וקמתי ללכת. הלקוח המופתע אמר: "אני לא מבין אותך. אני מוכן לתת לך בלעדיות, וגם עמלה של 2% ואתה קם ללכת?". עניתי לו שזו טעות, ושהעמלה שהוא מבטיח לי היא 0%, כיוון שבמחיר כזה אין סיכוי למכור את הבית. כעבור 11 חודשים הוא שוב הזמין אותי ואמר לי: "אני רוצה להגיד לך את האמת. מכל המתווכים שהיו כאן, אתה היחיד שאמר לי את האמת לגבי מחיר הנכס. כל השאר הסכימו עם המחיר שאני ביקשתי. עכשיו כשאני יודע מה המחיר הנכון ושאחיה היחיד שניתן לסמוך עליו, שלא התפשר על האמת המקצועית שלו, אני מבקש שתעבוד על הנכס במחיר שאמרתי".

אילו טיפים חשובים תוכל לתת למתווכים בתחילת דרכם?

ראשית כל להיאזר בהרבה סבלנות. חייבים לדבוק במטרה לטווח ארוך ולנסות ללמוד מסוכנים מצליחים את שיטות העבודה הנכונות. חשוב מאוד לבצע את כל מה שהתחייבת לבעל הנכס.

לא הייתי ממליץ להתחיל עם בתים יקרים מאד. כדאי לעבוד קודם על דירות בבנייה רוויה, ולעבור לבתי קרקע רק לאחר צבירת נסיון וידע. אני התחלתי את דרכי בענף עם הרבה נסיון בעסקים.

ומשפט לסיום

התיווך הוא מקצוע מסובך הדורש קודם כל תכונות בסיסיות של רגישות לבני אדם, יכולת תיקשור ויצירת כימיה בין אנשים. אם יש לך את זה אתה שחקן במגרש. כל השאר - ידע בשיווק, ידע בנדל"ן וניסיון ניתן לרכוש עם הזמן.



EMI - האם

זה כדאי?

/ חיים לוי

המימון. את העלות בפועל ניתן לבחון באתר החברה או בכל אחד מסניפי הבנקים המציעים שירות זה.

אנו רואים כי העלות בגין ביטוח משכנתא גבוהה הרבה יותר מגובה הפרמיה שמציין בפנינו נציג המשכנתאות וזאת מכיוון שסכום זה נלקח בהלוואה לתקופה ארוכה. במקרה בו מינוף של 70% מבנק למשכנתאות אינו מספק את צרכינו, מומלץ תחילה לבחון מקורות נוספים להלוואות כמו גם את עלותן האלטרנטיבית. אם חסרים לנו חמישים או מאה אלף שקלים אותם ניתן לקחת בהלוואה משפחתית או אפילו בנקאית, סביר שהעלות תהיה נמוכה יותר מביטוח משכנתא. החיסרון במקרה זה נובע מהעובדה שהלוואה בנקאית ניתנת לתקופות קצרות שמכבידות על ההחזר החודשי.

ביטוח המשכנתא הינו שירות המאפשר ללווה להגדיל את אחוז ההלוואה הנלקחת מהבנק, והפך לאחרונה להיות רלוונטי מתמיד. מה כדאי לדעת על שרות זה, מהם השיקולים שיש לקחת בחשבון, ולמי כדאי לשקול ביטוח משכנתא?

מחירי הנכסים הממשיכים להאמיר בשנים האחרונות, מקטינים בהתמדה את יכולתם של חלק ניכר מהרוכשים להגיע לנכס הנכסף. ערכו של ההון העצמי נשחק באחוזים מדאיגים לעיתים עד כדי ויתור מוחלט על הרכישה. ויתור זה נובע לרוב מחוסר יכולת ולא דווקא משיקולי כדאיות. בתהליך הרכישה אנו משתמשים לרוב במספר בעלי מקצוע ונותני שירותים כגון: מתווך, עו"ד, שמאי, קבלן שיפוצים, חברת הובלה, שירותי מימון (בנק) ועוד. שירות נוסף המוצע לרוכש הדירה הוא ביטוח משכנתא. לבל נטעה, אין מדובר בביטוחי החיים או הרכוש שמחייב אותנו הבנק לשלם חודש בחודשו כחלק מהתנאים לקבלת הלוואת המשכנתא. ביטוח המשכנתא הינו שירות נוסף המאפשר ללווה להגדיל את אחוז המינוף (ההלוואה) הנלקחת מהבנק. לרוב, בהליך רגיל, יאפשרו הבנקים ללווה הממוצע הלוואה מכסימאלית בשיעור של 70% מעלות הנכס. במידה ונרצה הלוואה בשיעור גבוה יותר יהיה עלינו לבטח את ההלוואה בביטוח חיצוני.

מיהם הגופים המבטחים?

כיום קיימת בישראל חברה אחת ויחידה

המעניקה שירות זה, חברת EMI. החברה הוקמה בשנת 1998 בישראל כחברת בת של חברת הביטוח העולמית AIG. החברה כפופה למפקח על הביטוח ושירותיה, נכון לשנת 2008, היו זמינים בכל הבנקים למשכנתאות. עם פרוץ משבר האשראי העולמי ב-2008, בד בבד עם ההרעה בדירוג האשראי של חברת האם האמריקאית, הפסיקו כל הבנקים בישראל לעבוד עם EMI למעט בנק מזרחי טפחות. היום, כשלוש שנים לאחר פרוץ המשבר, ובעקבות חילופי הבעלים (חברת הביטוח הראל) חזרו חלק מהבנקים להציע שירות זה ולפיכך ניתן לקבל ביטוח משכנתא בבנק מזרחי-טפחות, בנק משכן (הפועלים), בבנק לאומי למשכנתאות ועוד.

בהגדרה, המינוף המכסימאלי שניתן להשיג תוך שימוש בביטוח זה הוא 95% מעלות הנכס. בפועל, לרוב מוגבל הסכום המכסימאלי ל-90% בלבד, להוציא מקרים מיוחדים בהם מצויים הלווים חוסן ואיתנות פיננסית, או אז יהיה השיעור גבוה יותר.

הבקשה לביטוח משכנתא מוגשת לבנק ולא לחברת EMI. ככלל, הבנק הוא זה העומד בחזית מול חברת הביטוח ולא הלווה. כל בקשה ממולאת ע"י הלווה בסיוע נציג המשכנתאות בבנק ומועברת לחברת ביטוח המשכנתא. הדרישות של חברה זו מהלווה דומות לאלו של הבנקים: בדיקת כושר ההחזר, הכנסה פנויה, בחינה מקיפה של היסטורית האשראי ושווי ריאלי של הנכס.

מסלולי ביטוח המשכנתא

החברה מציעה כיום שני מסלולים: Classic ו-Gold. הראשון הוא מסלול ביטוח הפונה לכלל הלווים המעוניינים לקבל הלוואה בשיעור גבוה (כאמור, עד כ-90%). הפרמיה שתיגבה מהלקוח בגין ביטוח זה תשולם במזומן בתשלום חד פעמי ל-EMI, אך אל חשש, הבנק המלווה ישמח להלוות לכם סכום זה בנוסף לסכום ההלוואה (המשכנתא) לתקופה הנדרשת על ידכם. הפרמיה תלויה בשני משתנים: תקופת ההלוואה ואחוז

חלק מיועצי המשכנתאות אינם בקיאים בתנאים ובהבדלים שבין שני המסלולים ולכן ייתכן מצב בו לווה איכותי המבקש מינוף יתר באמצעות ביטוח ישלם פרמיה מוגדלת ללא כל צורך

דוגמא: נכס בעלות 800 אלף ₪ בגינו נבקש הלוואה בגובה 90% כלומר 720 אלף ₪, יישא פרמיה של 3.75% מגובה ההלוואה כולה שהם 27,000 ₪. לו נבקש הלוואה בגובה 75% בלבד מעלות הנכס, כלומר, 600 אלף ₪ בלבד, נשלם פרמיה (אף היא בשיעור 3.75%) של 22,500 ₪. בהתחשב בעובדה שמלכתחילה ניתן היה לקבל מהבנק הלוואה בשיעור של 70% מההווים 560 אלף ₪, יוצא שאנו נדרשים לשלם פרמית ביטוח של 22,500 ₪ בגין סכום נוסף של 40,000 ₪

למי זה כדאי?

למי כדאי לשקול ביטוח משכנתא? ראשית כל לאותם שוכרי דירות שיכולים לשקול רכישת נכס מבלי להכביד על התזרים החודשי, כלומר, תשלום משכנתא בגובה זהה לשכר הדירה. מעבר לכך, זוגות צעירים שידם משגת רכישת דירה קטנה, לדוגמה בת שלושה חדרים, אך ברצונם לרכוש דירה גדולה יותר בשנים הקרובות. ואחרונים ברשימה זו עומדים המשקיעים המעוניינים לבצע מספר רב יותר של השקעות בהונם העצמי.

חיים לוי, מומחה בהשקעות בנדל"ן מגיב ומשכנתאות, יועץ, מרצה ומחבר הספר: "נדל"ן בג'ינס".
www.REJ.co.il

הביטוח את הפרמיה בתשלום אחד במזומן אך מציע ללקוח לפרוס את התשלומים לאורך חיי המשכנתא. לאור התחרות הנמוכה הנובעת ממספר הבנקים המציעים ביטוח אשראי, חלק מהבנקים גובים ריביות מופקעות בגין הלוואת הפרמיה הביטוחית. לאחרונה נתקלתי בבנק שכפה על לקוח לקחת את הלוואת הפרמיה במסלול ליבור דולרי. הריבית המינימאלית שנקב אותו בנק הייתה ליבור בתוספת מרווח של 3.5%. לשם השוואה, בהלוואת משכנתא רגילה רשאי הלווה לבחור בכל אחד מהמסלולים המוצעים ואינו מוגבל למסלול דולרי בלבד. בנוסף, "מחיר שוק" למרווח בנקאי על הלוואת ליבור דולרית עומד על כ-1.5%, כלומר, הבנק גובה פרמיה נוספת של 2% (!) בגין הלוואה זו. מדוע אם כן כאשר קטן הסיכון הבנקאי גדל בהתאמה מרווח הבנק? לבנקים הפתרונים.

בלבד. אין ספק שהכדאיות במקרה זה מוטלת בספק ולכן מומלץ לפנות לכל גורם בנקאי אחר ולנסות לקבל הלוואה רגילה של אותם 40 אלף ש"ח. עלותה לבטח תהיה נמוכה יותר...

המסלול השני המוצע ע"י EMI נקרא Gold. ביטוח זה פונה לאוכלוסיית הלווים שכושר ההשתכרות שלה גבוה. ההכנסה החודשית של התא המשפחתי נטו חייבת לעלות על 20,000 ש"ח, שיעור החזר ההלוואה לא יעלה על 35% מההכנסה הפנויה, היסטוריית אשראי נקייה ללא רבב (אפילו לא צ'ק חוזר בודד) וותק של שנתיים לפחות במקום העבודה. כאן תלויה הפרמיה באחוז המימון ולא בתקופת ההלוואה. בהתייחס לדוגמה שלעיל, מינוף של 90% בגין הנכס הנרכש יעלה 2.2% בלבד, כ-40% נמוך יותר מעלות הפרמיה במסלול הרגיל.

חלק מיועצי המשכנתאות אינם בקיאים בתנאים ובהבדלים שבין שני המסלולים ולכן ייתכן מצב בו לווה איכותי המבקש מינוף יתר באמצעות ביטוח ישלם פרמיה מוגדלת ללא כל צורך. מומלץ לבחון האם אתם עומדים בקריטריונים ולהדגיש זאת בפגישתכם בבנק.

החזר בגין הפרמיה ששולמה

מה קורה כאשר מבקשים להחזיר את ההלוואה טרם זמנה? האם נקבל החזר על הפרמיה המשולמת? האם יש החזר כספי כאשר קטנה יתרת ההלוואה אל מתחת ל-70% משווי הנכס או לחילופין, כאשר ערך הנכס עולה ואיני זקוק עוד לביטוח משכנתא? בכל המקרים שצוינו ניתן לקבל החזר בגין הפרמיה ששולמה, כאשר החישוב נעשה ע"פ טבלה ידועה עליה חותם הלווה במעמד לקיחת ההלוואה. החזר זה יהיה תמיד קטן מחצי מעלותו (להוציא מקרים בו תוחזר ההלוואה עד שנתיים מיום לקיחתה). בהתייחס לדוגמה שצוינה קודם: לו נחזיר את ההלוואה בגובה 720 אלף ש"ח במסלול Classic, בו עלות הפרמיה עמדה על 27,000 ש"ח, בתום שלוש שנים מיום לקיחתה, נקבל החזר כספי בסך 11,340 ש"ח בלבד.

פריסת הפרמיה לתשלומים

בהלוואות המבוטחות בביטוח אשראי נהנים הבנקים מכל העולמות. מחד, רמת הסיכון שלהם נמוכה יותר ומאידך, הם מרוויחים בגין הגדלת ההלוואה (בגובה הפרמיה) ובגין מחירה. כאמור, הבנק משלם לחברת





מי יתן לך רשיון? על הבחינה החדשה

רועי יהלום /

גבוהה יותר, ומכאן להצלחה של המתווכים בסגירת העסקאות ובמסירת מידע נכון ומדויק ללקוח.

במבט אישי אוכל להגיד כי על מנת שתחום הנדל"ן והמתווכים בו יצליחו, יש צורך בשינוי גדול ומאסיבי אף יותר. כזה הכולל דרישות סף מינימאליות לכניסה לתחום. דרישות כגון תואר ראשון (כפי שקיים אצל עמיתינו השמאים), התמחות של מתווך נדל"ן בתחילת דרכו במשרד תיווך פעיל מספר שנים, הגשת פרויקט גמר הכולל תוכנית לשיווק נכס, הוצאת נסח והבנת קווי המתאר הבסיסיים באותו אזור, הבנה רחבה בתחום המיסוי ובתחום המימון הבנקאי ועוד. רק כך תחום הנדל"ן יוכל להתברך במתווכים חדשים ומקצועניים.

יהלום רועי, מנכ"ל פאזל תקשורת - מרכז הדרכה ללימודי נדל"ן ולהכשרת מתווכים.

ספר החוקים, הכולל 17 חוקים ותקנות הקשורים לתחום הנדל"ן. את הספר ניתן היה להכניס לבחינה, וכן לרשום על הספר הבהרות לחוקים לא ברורים, כך שההצלחה בבחינה היתה כמעט וודאית ואחוז מקבלי הרשיון עמד על כ-80%.

ועתה, לבחינת התיווך החדשה ישנם שני ספרי לימוד, אותם ניתן להוריד ללא תשלום באתר של רשם המתווכים: הראשון הוא ספר החוקים, הכולל הפעם 26 חוקים ותקנות, כאשר כל חוק שהיה בספר הקודם השתנה, התעדכן, או שהתווספו עליו סעיפים נוספים שלא היו קיימים בבחינה הקודמת. את ספר החוקים עדיין ניתן להכניס לבחינה, אך אסור לרשום בתוכו שום הבהרה. ספר לימוד נוסף, שלא נכלל בבחינה הקודמת, כולל בתוכו עקרונות ומושגי יסוד מתחום הנדל"ן.

בספר זה על הנבחן לשנן 18 פסקי דין מהשנים האחרונות הנוגעים לתחום הנדל"ן, למתווכים, למוכרים או לקונים. את ספר הלימוד הנוסף לא ניתן להכניס לבחינה כך שנדרש מהנבחן לגלות בו יותר ידע ובקיאיות. בחומר החדש ניתן למצוא בין השאר את חוק המתווכים, חוק הגנת הצרכן הכולל את התקנה האחרונה, העוסקת בפרסום שגוי ואוטיות קטנות בפרסום, חוק החוזים, המקרקעין, הגנת הדייר, ירושה, המיסוי ועוד. בנוסף לכך, המבחן מתייחס לראשונה לעסקאות נדל"ן מתקדמות כגון תמ"א 38, קבוצות רכישה ועסקאות קומבינציה. משרד המשפטים הבין כי הנבחן היום הוא המתווך של מחר וחשוב שיבין עקרונות ומושגי יסוד טריוויאליים בתחום הנדל"ן, כגון חברה משכנת, דמי הסכמה, דמי היוון, דמי היתר ומע"מ בעסקאות נדל"ן, כמו גם מושגי יסוד בתחום המשכנתא כגון גרירה, הקפאה, או משכון הנכס, וכמובן כל סוגי המדדים כגון מדד מחירים לצרכן, מדד תשומות הבנייה והצמדה למטבע חוץ.

מטרת הבחינה החדשה איננה להקשות או לגרום לפחות אנשים להיכנס לתחום תיווך הנדל"ן, אלא לגרום להתמקצעות

השבוע, ב-30 לאפריל 2012, התקיימה לראשונה בחינת התיווך על פי המתכונת החדשה של משרד המשפטים. לחומרי הלימוד לבחינה התווספו עקרונות מושגי יסוד, פסקי דין מהשנים האחרונות וחוקים חדשים, כך שאחוזי ההצלחה צפויים להיות נמוכים משנים עברו.

תחום תיווך הנדל"ן ידוע כמקצוע שמחסומי הכניסה והיציאה אליו הם נמוכים. כל מי שמעוניין לעסוק בתחום הנדל"ן ולתווך בעסקאות מקרקעין, צריך לעבור את בחינת התיווך הממשלתית שנערכת אחת לשלושה חודשים על ידי משרד המשפטים, לעמוד בקריטריונים בסיסיים למדיי כגון הצהרה כי אין לו עבר פלילי, הוא אינו פושט רגל והוא מעל גיל 18, ודרכו בתחום תיווך הנדל"ן סלולה. מסיבה זו ישנם כיום מעל 17,700 מתווכים רשומים במשרד המשפטים בכל רחבי הארץ, ולמספר זה נוספים בכל מחזור בחינה עוד כ-2000 נבחנים שיעברו את הבחינה ויצטרפו לרשימה. לא בכדי אחוז המתווכים שעובר את הבחינה ונשאר לעבוד בתחום שנים ארוכות אינו גבוה. חוסר התאמה אישית למקצוע, ציפייה שגויה לכסף מהיר וקל, והכנה לקויה לפני הכניסה לתחום, גורמים לאי הצלחתם של רבים שמנסים את מזלם בתחום. הדבר מביא לנשירה מענף התיווך במקרה הטוב, ובמקרה הגרוע להוצאת שם רע לכלל המתווכים. החל ממועד הבחינה האחרון (אפריל 2012), משרד המשפטים היקשה על המעוניינים לקבל את הרישיון ולמעשה שינה במעט את היקף הבחינה. בעבר, כדי לעבור את המבחן, צריך היה ללמוד את



להשכרה שטחי מסחר, משרדים ואולמות תצוגה במרכז עסקים חדיש בצ'קפוסט חיפה חשיפה גבוהה, נגישות וחניה - עיצוב חדשני

גמישות בתכנון בהתאם לצרכי השוכרים

פרטים: יעד 054-4452666 bareketcenter@gmail.com



בשיתוף

שניידמן סנדליק ושות' משרד עורכי דין

מחלקת דל"ן ועסקאות מקרקעין:

- עסקאות מכר / קניה דירות
- עסקאות מכר / קניה מגרשים
- שכירות לטווח קצר / ארוך
- רישום זכויות במקרקעין
- מהלך גבסי דל"ן
- תכנון מסי מקרקעין והגשת השטות לרשויות
- ליווי יזמים ועסקאות בתחום דל"ן סלול תמ"א 38
- תוכניות עיבוד וקבלות רכישה
- עסקאות סל"ן בינלאומיות: סלול לזר, יורשים, קיום
- צוואות סל"ן ועסקאות רכישה על ידי מתים זרים
- ייעוץ בסיסי משפטי בתביעות חוזיות וספקי בנייה
- טיפול ברישום וקיום צוואה וסיפול בבסיס עיבודן

ישראל שניידמן, עו"ד
יעקב שניידמן, עו"ד
בריס סנדליק, עו"ד

רח' האומנים 14, תל אביב
14 Haomanim st. Tel-Aviv
israelaw@012.net.il

טלפון: 03-9328523 פקס: 072-2446384

מזכיר את האוקים מהחיים

הדברת כל סוגי המזיקים לכידת חולדות ונחשים
שירות מיקצועי, אדיב, אמין וזריז
ללקוחות פרטיים ומוסדות
מאשדוד עד נתניה

המדביר המהיר
להזמנות: 1-800-35-44-55

שילוש בחסות דלי רחל על בסיס עצמים המאפשרים על ידי סגורדי הבקיעות וחסות הסכנות



מילה של NLP

/ ליאור ברקן

ההנחה על פי מודל ה- NLP היא כי שינוי של מלים מסויימות בשפה שלנו, עשוי לשנות את אופן ההתנהגות והחשיבה של הלקוח. כמה סודות מהתחום שהפך לאחרונה לטרנדי. וגם: ששת הביטויים שמפרידים בין לבין קבלת בלעדיות על נכס.

כמות העוסקים בתחום הנדל"ן עולה משנה לשנה. רבים כבר זיהו את הפוטנציאל הכלכלי לרווח אשר טמון בתחום ורוצים לזכות גם הם בנתח מהעוגה.

עם זאת, ככל שישנם יותר סוכני נדל"ן, מוכנות בעלי הנכס להתחייב רק לאחד הולכת וקטנה. מנקודת ראותו של בעל הנכס הוא שואף להיות "צרכן נכון". הוא מעוניין לגרום לכמות גדולה של סוכני נדל"ן לפעול עבורו ולתגמל רק את האחד שיביא לו את הלקוח הסופי. גם אז, שאיפתו תהיה לשלם פחות אחוזים והוא תמיד עשוי למצוא סוכן שמוכן לעשות זאת בזול יותר.

מצד שני, ישנה גם נקודת הראות של סוכן הנדל"ן. זה אשר משקיע את מיטב זמנו וכספו, לא יכול להסתמך על הסיכוי שיזכה ב"מכרז" שכזה. מכיוון שכך, שיפור יכולת השכנוע כבר אינו העשרה או שדרוג נוסף לכלי עבודה. שיפור יכולת השכנוע הוא הדבר העומד בין לבין הבלעדיות הנכספת על הנכס.

להגיע ללקוח קודם

סיפור מפורסם מספר על שני דוכני שווארמה יריבים אשר נפתחו בסמיכות באותו הרחוב. יום אחד עלתה במוחו של אחד המתחרים מחשבה

זדונית. על שלט העסק, ליד שם העסק הוא הוסיף "הכי טוב בשכונה" והניח כי לקוחות חדשים יבואו אליו בזכות השלט.

יום לאחר מכן, הוא שם לב כי גם השכן שינה את השילוט. על שלט השכן היה רשום "הכי טוב בעיר". לכן, הוא החליט לשנות את הכיתוב אצלו ל"הכי טוב במדינה". לאחר מספר ימים, הוא גילה לזעמו, כי השכן שינה את הכותרת שלו ל"הכי טוב בעולם". אז הוא שינה השלט ל"יותר טוב מהשכן" ובכך ניצח את מלחמת השלטים.

כל עוד אנחנו תקועים במלחמה מול המתחרה (כמו מלחמת מחירים), אנחנו רק עסוקים בריצוי הלקוח. בעוד שלקוח מרוצה הוא אידיאלי, נשאלת שאלה נוספת - מה המחיר אותו נסכים לשלם על לקוח מרוצה. אחרי הכל, תמיד ישנו סוכן נדל"ן רעב יותר שיסכים לקחת פחות כל עוד מישהו משלם לו.

איך יוצרים יתרון?

כדי להתגבר על תופעה זו, נרצה להבין את עיקרון הראשוניות. אם בעל הנכס מדבר איתנו כרגע, זהו סימן כי הוא לא חתם על בלעדיות עם סוכן אחר לפנינו. מצב זה הוא יתרון וחיסרון. מצד אחד, אם אף אחד לא שכנע אותנו עדיין, יש לנו סיכוי להגיע איתו להסכם בלעדיות. מצד שני, זה אומר שיש לנו רק את הרגע הנוכחי לסגור איתו את ההסכם. מהרגע שיצאנו מהפגישה, רוב הסיכויים שהוא ייפגש עם סוכנים נוספים. מאותו הרגע, התחרות נפתחת מחדש וסיכויי הסגירה שלנו פוחתים.

לכן, אנחנו נדרשים לכל כלי שייתן לנו יתרון תחרותי בו נוכל להשתמש במעמד הפגישה. תחום ה-NLP מספק לנו מגוון של כלים שכאלה. סוכני נדל"ן שעושים שימוש במודל, יספרו לכם כי אלה כלים רבי עוצמה בשטח.

מה זה NLP?

NLP הוא תחום העוסק בתקשורת יעילה ובדרכים שבהן אנחנו יכולים ליצור שינוי עמוק

בתת המודע. הכוונה בשינוי היא להניע אדם לחשוב אחרת (לצרכי שכנוע או משא ומתן לדוגמה) או לפתח יכולות פנימיות (כמו ביטחון עצמי). באמצעות מודל NLP אנחנו לומדים להבין את מה שהאדם השני משדר לנו (בשפת הגוף וגם בשפה המילולית) ואיך להשתמש במידע זה בכדי לתקשר איתו בצורה יעילה יותר.

במאמר זה בחרתי להתמקד במילה המדוברת. לא לשווא אמרו חז"ל כי "חיים ומוות ביד הלשון". ישנם ביטויים שעצם השימוש בהם או ההימנעות מהם, עשויים להיות ההבדל בין סגירת עסקה לבין איבוד לקוח.

ששת הביטויים שמפרידים בין לבין קבלת בלעדיות על נכס

הביטויים הבאים עשויים להישמע כקטנים ולא מזיקים. עם זאת, הם עשויים לערער את רצונו של הלקוח להתחייב דווקא אליך. מכיוון שהם בעייתיים כל כך, מצורפות אליהם הנחיות להחלפתם בביטויים שיקדמו אותך:

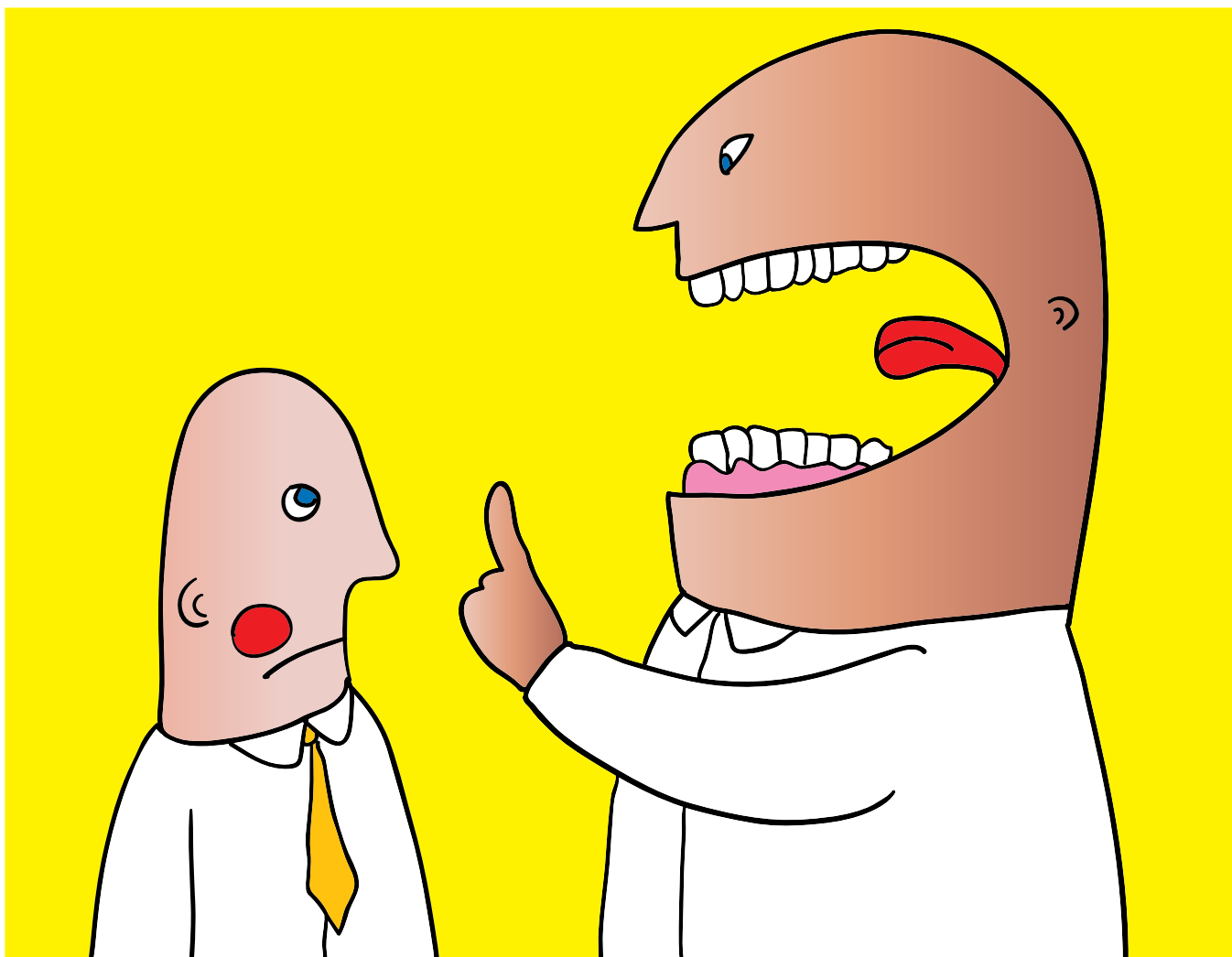
1. **אם** - המילה "אם" רומזת על כך שמהו יכול גם לא להתקיים. בכדי להמנע מהמילה "אם", נוכל להחליף אותה בביטוי "כאשר" או "כש...". כשאנחנו משתמשים בביטוי "כאשר", אנו מניחים כי התוצאה הרצויה תתקיים ועכשיו נשאר רק להמתין.

לדוגמה: "כשנבחר לעבוד ביחד בבלעדיות, יהיה לנו קל למקד את מאמצי השיווק שלנו בצורה יעילה יותר".

2. **נסה** - הביטוי "נסה" מעיד על כך שהלקוח לא מצליח לבצע משהו. כשנרצה שהלקוח שמונע יעשה משהו, עלינו לבקש ממנו לעשות זאת בזמן הווה. מצד שני, כאשר נרצה לרפות את ידיו של הלקוח מעשייה נבקש ממנו לנסות לעשות אותה.

לדוגמה: "נסה (ל) דמיין באיזו מהירות נמכור את הדירה, כאשר נפרסם אותה לקהל יעד ממוקד יותר".

3. **מקווה** - הפועל "מקווה" מראה כי אנו איננו



מולי בבלעדיות? כי רק כשאנחנו מרכזים את המאמצים שלנו ולא מתחרים בעצמנו אנחנו יכולים להגיע לתוצאות בזמן קצר. אחרת זה סתם לשים לעצמנו רגל".

לסיכום, כאשר אנו שמים לב למילים אשר יוצאות לנו מהפה, אנחנו למעשה מנוטים נכון יותר את מחשבותינו של הלקוח. תשומת הלב הזו והחלפת המילים, עשויות להגדיל את הסיכויים לחתום על הסכם בלעדיות בעשרות אחוזים. שינוי זה בלבד, יכול להיות היתרון שיגרום לנו להיות יותר טובים מהשכן.

ליאור ברקן, יועץ עסקי ומרצה בתחומי השכנוע, המכירות והמשא ומתן בעזרת כלי ה-NLP, כתב את הספר "פשוט ומלוכלך: המדריך לאנשי מכירות מתחילים".
<http://www.operationlp.com>

ניסיון שיכולים להביא לך תוצאות מהר יותר".

5. **בעיה** - המילה "בעיה" יוצרת התנגדות באותו מקום, שלעתים לא היתה בו התנגדות להסכמה. כדי להימנע משימוש במילה "בעיה", נוכל להחליף אותה במילה "אתגר". המילה "אתגר" רומזת על כך שיש פה קושי שפתירתו תעורר אצלנו תחושת הנאה.

לדוגמא: "האתגר שעומד בפנינו הוא לגרום לקונה להבין מדוע עליו לשלם תוספת למרות שהמטבח אינו משופץ".

6. **איך** - השימוש במילת השאלה "איך" גורמת ללקוח לבחון את הדרך שבה הוא מחליט. כשזה קורה, הוא עשוי להטיל ספק בבחירותיו. לכן, נחליף את השאלה "איך" בשאלה "למה" ובכך נכווין אותו למצוא סיבות נוספות לעשות כן.

לדוגמא: "אתה יודע למה שווה לך לעבוד

מאמינים שמהו יקרה ולכן נשאר לנו רק לקוות. כדי להמנע מהפועל "מקווה" במהלך משא ומתן, נחליף אותו בביטויים שיראו כי הדבר בטוח יקרה כמו "בוודאי" או "ברור". שימוש בביטויים אלו יקנו ללקוח ודאות בהתגשמות הבטחתנו.

לדוגמא: "ברור שפרסום לקהל יעד ממוקד יותר יביא למכירת הדירה תוך פחות זמן".

4. **אבל** - המילה "אבל" מסמנת כי כל מה שנאמר במשפט הקודם איננו נכון. כדי להמנע משימוש במילה "אבל" אנו יכולים לבחור להשתמש באות החיבור "ו" או בביטוי "ועם זאת". בצורה זו אנחנו משדרים ללקוח שאנחנו מכירים בדעה שלו, אפילו אם, לדעתנו היא אינה נכונה.

לדוגמא: "ישנם סוכני נדל"ן שמוכנים לקחת פחות אחוזים, ועם זאת, ישנם סוכני נדל"ן עם



מדריך יעיל לגורם היעיל

/ עו"ד רובי ניתאי

במקרים לא מעטים הלוקחות מסרבים לשלם את התמורה המגיעה למתווך. איך ניתן לבחון את קיומו של מתווך כגורם יעיל בעסקה? עו"ד רובי ניתאי עושה לנו סדר.

התיווך במקרה שבו חולקים המתווכים ביניהם למי עומדת הזכות לשכר.

• **קיומו של גורם נוסף, אשר סייע לצדדים בהשגת החוזה, ומידת התערבותו של אותו גורם נוסף.**

נזכיר, כי במקום בו למתווך יש מעורבות ממשית, ברור שהוא יהיה זכאי לשכרו כמי ששימש כגורם היעיל שהביא להתקשרות בין הצדדים, גם במקום בו המעורבות של הגורם האחר היא מעורבות שקידמה את ההתקשרות, אך לא נחשבת עדיין בבחינת הגורם שנוכחותו דווקא היא שהשפיעה על קיום ההתקשרות הלכה למעשה.

• **תשלום דמי תיווך על ידי הצד השני (המוכר או הקונה) ושיעורם.**

במקרים של מחלוקת לגבי הגורם היעיל בעסקה, עשויה לשמש העובדה שהצד האחר (הקונה או המוכר) נשא בתשלום דמי התיווך למתווך מסויים, אינדיקציה ראויה כי אותו מתווך זכאי אף הוא לקבל את שכרו מהצד השני לעסקה. יחד עם זאת, אין מדובר במבחן חד משמעי, וישנם בהחלט נסיבות לא מעטות שבהן דווקא נעדיף את המתווך האחר אם אמנם סכום של כל המאפיינים שהעלנו כאן מכריע את הכף לטובתו.

• **זהות הצדדים המנהלים את המשא ומתן כמצביעה על שמירת הזיקה הסיביתית.**

הכוונה לאותם מקרים בהם מתחלפת הזהות של הצדדים המנהלים משא ומתן (בדרך כלל מדובר בהחלפת זהויות על רקע של קרבה בקשר דם). למשל, ראובן חתם על חוזה לקבלת שירותים עם המתווך, ושמעון אחיו הוא זה שבסופו של דבר התקשר בהסכם הרכישה. גם במקרים שכאלה אם יעלה להוכיח זיקה ממשית של ראובן לעסקה, יהיה בהם כדי להביא לחיוב הלוקוח בתשלום שכרו של המתווך, אף שבעל הדירה עצמו מסתתר מאחרי המסך שההתקשרות המשפטית המחייבת נעשתה בידי גורם אחר.

למבחנים שנקבעו בפסיקת בית המשפט העליון, כפי שנראה להלן.

• **מידת הדמיון בין ההצעה המקורית שבה היה מעורב המתווך לבין החוזה הסופי.**

לפי מבחן זה, על המתווך לשכנע כי טווחי המחיר שבין ההצעה המקורית (שנעשתה בזמן ההתקשרות בין המתווך ללקוח) ובין המחיר שבו נתבצעה העסקה בסופו של דבר הם קרובים, מה שמגדיל את ההנחה שאותו מתווך ולא אחר היה הגורם שסייע לתפור את העסקה בין הצדדים.

• **הקירבה בין תנאי התשלום ושיעורו בהצעה המקורית לבין הגיבוש הסופי של החוזה.**

מבחן זה דומה למבחן הראשון ונועד להשלים, ולפיו נדרש להראות כי המתווך מצוי בפרטי ההצעה עצמה וכי סדרי התשלום הם אותם סדרי תשלום המתאימים גם להצעה המקורית, אשר היתה לטענתו הבסיס להצעה.

במקום שבו חלוקים צדדים מחלוקת מהותית מיהו אותו גורם יעיל, יש לבחון זאת בהתאם למבחנים שנקבעו בפסיקת בית המשפט העליון

• **חלוף הזמן בין ההצעה המקורית לבין סיום העסקה.**

מבחן זה ישים עדיין לגבי עסקאות שמצביעות על מרחק משמעותי של זמנים בין מועד ההתקשרות שנעשה בין הלוקוח למתווך ובין מועד כריתת ההסכם. לדעתנו, מבחן זה מתיייתר במידה ואנחנו בוחנים עסקאות בהסכמי בלעדיות.

• **מידת האינטנסיביות של המתווך ביצירת הקשר בין הצדדים.**

מאפיין זה יבחן מיהו אותו מתווך שהיה פעיל ועשה פעולות ממשיות כמי שהוא הזכאי לשכר

חת הסוגיות החשובות שלא זכתה עדיין למענה ממצה בדיני המתווכים מתייחסת לבירור השאלה, אימתי יחשב מתווך מסויים במחלוקות המתעוררות, לאותו "הגורם היעיל" בעסקה. שהרי, הגדרתו ככזה, היא שתעניק בידו את הזכות להיפרע בשכר הטרחה עבור השירותים שהוענקו ללקוח מסויים.

במאמר זה אנסה לבחון את הצורך בהגדרת המושג "הגורם היעיל" לצד הצורך לבחון, מהן אותן הפעולות אותן מצופה לקבל מהמתווך, המעידים על מעורבותו של המתווך ביצירת ההתקשרות בין הצדדים לחוזה מסויים.

בתי המשפט בישראל עדיין נדרשים לבחון ולפסוק במקרים שבאים לפתחם, הקשורים בבירור זכויות מתווכים לקבלת שכר עמלם. שהרי, ישנם עוד מספיק מקרים בהם מתווכים עומדים לכאורה ברשימת הדרישות הספציפית הקבועה בחוק ואינם זכאים בסופו של דבר להיחשב כגורם היעיל, ומאידך, ישנם עדיין לא מעט מקרים בהם נראה לכאורה כי מתווך מסויים לא נקט כל פעולה אופרטיבית ובכל זאת, יהיה זכאי לשכר הטרחה, כך הוא במקום שבו הוענקה בידי מתווך זכות בלעדיות בעסקה, אף שמתווך אחר הגיע את הצדדים ליצירת ההתקשרות המחייבת.

במקום שבו חלוקים צדדים מחלוקת מהותית מיהו אותו גורם יעיל, יש לבחון זאת בהתאם



ראויה, תוך מילוי חובת נאמנות מלאה ומוחלטת ללקוח, כדי להימנע מחשש שעשוי לשמש כמטה בומרנג כנגדו, בכל מקרה בו יתעורר ספק ממשי להתנהלות חסרת תום לב מצידו. רק שילוב נכון בין עשיית פעולות נכונות באופן מקצועי, בדרך מקובלת ובתום לב, יבטיח בסופו של דבר למתווך הראוי את השכר המגיע לו עבור שירותים שסיפק ללקוח, המבקש לאחר מעשה להתכחש לחבותו לשאת בתשלום הנדרש.

עו"ד רובי נתאי מרצה בכיר בתחום הנדל"ן ומומחה לענייני תיווך ומקרקעין.

**רישום מדויק של שיחות
טלפון, פגישות, התייעצויות,
וכל פעולה אחרת שנועשת
בידי המתווך עשויה לשרת
אותו בבוא העת, לכשיידרש
להוכיח את מידת מעורבותו
בקיום העסקה**

הנה כי כן, רבים הם המקרים בהם עסקה יכולה להסתבך, במובן הנוגע בביצוע התשלום המגיע לאותו מתווך שעשה את עיקר הפעולות וזכאי להחשב על פי הוראות הדין כגורם היעיל לדעת, נכון הוא שמתווכים ינהלו תרשומת מלאה של הפעולות הממשיות שנקטו בליווי עסקה מסוימת. רישום מדויק של שיחות טלפון, פגישות, התייעצויות, וכל פעולה אחרת שנועשת בידי המתווך עשויה לשרת אותו בבוא העת, לכשיידרש להוכיח את מידת מעורבותו בקיום העסקה. ומעל כל זאת, חשוב שהמתווך ינקוט בכל הפעולות המקצועיות שאותן הוא נדרש לבצע בדרך



בוא ליהנות מהנכסים של סוכני רי/מקס:

- **עוצמה** - מוניטין של מותג בינלאומי המעניקים לך עמדת זינוק חסרת תקדים.
- **ידע ששווה זהב** - תכניות הכשרה והדרכה המעניקות לך יתרון מובהק בשוק.
- **קידמה** - מערכות טכנולוגיות מהמתקדמות מסוגן בחשיפה בין-לאומית.
- **הפניות** - פריסה ארצית ומסת סוכנים מסייעים לך במכירת/מציאת נכסים.
- **איכות** - קוד אתיקה המבטיח שאיפה אחידה לרמה גבוהה של מצוינות ושירות.
- **הזדמנויות** - מודל של עצמאות כלכלית המאפשר לך תגמול ישיר בהתאם לאיכות העבודה.

עם הצלחה לא מתו כחים... מצטרפים!



לחל כהן

סוכן, הצטרף להצלחה
של חברת התיווך
הגדולה בישראל!



RE/MAX®

עם הצלחה לא מתו כחים

חפשו אותנו בפייסבוק:
facebook.com/remaxisrael



www.remax.co.il

1-800-211-311 | רמקס



האם כדאי לעבוד במשרד פרטי או ברשת?

בעד משרד פרטי

מזל טוב! קיבלת רישיון תיווך. יופי, אבל מה הלאה? איך מתחילים? יש כ"כ הרבה משרדי תיווך, לאן הולכים? למה זקוק מתווך ובעיקר מתווך מתחיל?



אנחנו, במשרד הפרטי perfect נכסים, מאמינים כי מתווך מתחיל זקוק להרבה תשומת לב, הדרכה וליווי אישי צמודים. במשרד כמו שלנו מתייחסים לכל מצטרף חדש כאל סוכן שעתידי להשאר ולעבוד איתנו שנים ארוכות. לפיכך, אנחנו משקיעים בסוכנים בהתאם, ולראייה, תחלופת הסוכנים קטנה באופן משמעותי.

נכון, נחמד להשתייך למותג בינלאומי או ארצי מוכר, אך בתנאי ההעסקה, יש עדיפות ברורה למשרד פרטי ומשפחתי כמו שלנו. אנו דואגים לכסות את כל ההוצאות השוטפות במלואן: החל בהוצאות המשרד הגדולות, דרך חשבונות, תוכנת נדל"ן, פרסום, שלטים, מודעות, טלפון, וכלה בכרטיסי הביקור והסוכר לקפה. עבור סוכן בתחילת דרכו זהו נתון משמעותי, כיוון שבחודשים הראשונים יש סיכוי נמוך מאוד לסגירת עסקאות ויצירת הכנסות, מצב שגורם ללחצים כלכליים ולהרגשת אי נוחות עם ההחלטה לעסוק בתחום.

בנוסף, כיוון שהאינטרס שלנו הוא להביא את הסוכן לרמת מקצועיות מקסימלית, הוא זוכה מאיתנו להכשרה והעשרה מקצועית, אשר חיוניים מאוד לפיתוח המיומנויות והיכולות בשטח. והכי חשוב - במשרד פרטי שפטור מתשלום דמי זכיון, אפשרויות התגמול לסוכן גמישות, כך שהרווח לסוכן עבור כל עסקה גדול באופן משמעותי. בהמשך לכך, במשרד ניתן להעלות את אחוזי העמלה לסוכנים מצטיינים על מנת לעודד אותם להשאר לעבוד במשרד.

בסופו של דבר אנו רואים כי הצלחת משרד תלויה בעבודת השטח של הסוכנים ושל מנהל המשרד. מיתוג ומיצוב של משרד מקצועי באזור המצומצם בו הוא פועל, יביא לתוצאות טובות יותר מכל מוניטין ארצי או בינלאומי שנרכש בכסף.

אז... להיות חלק ממשרד פרטי, זה לשמור על הזהות האישית שלך ולפתח מיקצוענות אישית מתגמלת.

מוריה ברמן, מנהלת גיוס, השמה והדרכה, Perfect נכסים.

בעד רשת

נתפסתי ברשת! כשהחלטתי להיכנס לעולם התיווך, לא היה לי ספק שאני הולך לבנות את הקריירה שלי ברימקס. בשתי לחיצות כפתור וירטואליות, הבנתי שזאת רשת שיווק ומכירות הנדל"ן הגדולה והמצליחה ביותר בארץ ובעולם, ועם הנתון הזה, באמת לא מתווכחים.



כשאני בוחן את העסק שלי ברימקס, אני מבין את המושג "טובים השניים מן האחד". אם הייתי מחליט לפתוח משרד עצמאי בשם "ארי קוקה - תיווך נדל"ן", אולי היה לי עסק, אבל זה היה 'עוד' עסק עצמאי שנמצא בתחרות עם עוד 430 משרדי תיווך רק בתל אביב.

היות והחלטתי לפתוח עסק בחממה של רשת רימקס, אז כמוכר שמלבד העובדה שכל הכאב ראש שכרוך בניהול עסק נחסך ממני (פרסום, מיתוג, הוצאות משרד, הנהלת חשבונות) הרי שהיתרון הבולט בעיניי הוא השימוש במותג ובמוניטין העוצמתיים של רימקס כפותרת דלתות. מרגע שנפתחה הדלת, אני רק צריך להזכיר ללקוח מה זה רימקס, ולהוכיח למה דווקא אני.

מה שאני מאוד מעריך ברשת רימקס הוא העקביות בתנאי העבודה מול הלקוח, בלעדיות ועמלה של 2% מהמוכר. דבר זה מאפשר לי בעצם לבצע שת"פ מלא, ולהיות חוליה מקשרת בין כל אותם משרדי התיווך השונים לבין המוכר, וכך גם לספק למוכר את הקונה הטוב ביותר. בנוסף, כך ניתן לספק למתווכים נכסים רלוונטיים למאגרי הקונים שלהם.

אני שומע רבים שמתקשים עם העובדה שהם צריכים "להיפרד" מאחוז אחד לטובת הזכיון והרשת, כמו גם הרבה סוכנים ש"מוכרחים לבצע עיסקת שני צדדים". אני משתדל שלא לחשוב על רמת העיסקה (כמה ארוויח עכשיו), אלא על רמת העסק (כמה ארוויח עכשיו, כמה מוניטין הרווחתי אתמול, ומהי ההכנסה הכוללת שלי בעתיד).

לסיכום, אולי עשיתי לעצמי חיים קלים בזה שהתלבשתי בבגדים שנתפרו בשבילי, אבל החשוב הוא שאני הוא זה שלוש אותם וצריך בסופו של דבר להיראות איתם כמה שיותר ולהצליח בעסק שלי.

ארי קוקה הוא מנהל שיווק נכסים במשרד רי/מקס פלייס בתל אביב, ואחראי על מאגר שיתופי פעולה עם מתווכים.



המדריך לטיפול בהתנגדויות

/ איתי הל-אור

**טיפול נכון ואפקטיבי
בהתנגדות לקוח, הינו למעשה
טכניקה פשוטה לביצוע,
העשויה לחולל מפנה במכירות
שלכם, להגדיל את מאגר
הלקוחות, ולגרום לתחושה
טובה ואנרגיה חיובית של
הבנה הדדית לשני הצדדים.**

ההתנגדות לנקודת מכשול אחת שיש להתגבר עליה. ועכשיו אנחנו יודעים- אם טיפלנו בנקודה הזו, התגברנו על ההתנגדות.

מענה: עכשיו ורק עכשיו, אפשר לתת מענה להתנגדות של הלקוח, כשהלקוח מרוכז יותר, כשאנחנו מודעים לסיבה האמיתית להתנגדות, ומכירים את הצרכים החשובים ללקוח.

דוגמא: "דווקא בגלל שהחשיפה למתעניינים חשובה לך, השרות הבלעדי הכי יתאים לך, כי רק בדרך השיווק האינטנסיבי הזו, הנכס יקבל את החשיפה המקסימלית שניתן". לא מאמינים שזה עובד- נסו ותיווכחו. הטכניקה עושה קסמים בטיפול בהתנגדויות. אז מעכשיו, במקום לוותר, או לענות מיידית, שבו, הפעילו את מודל ת.ש.ב. ותייהנו!

**איתי הל-אור, מדריך ומאמן סוכני נדל"ן להצלחה
במשרדים פרטיים ורשתות, מרצה במכללות
להכשרת סוכני נדל"ן.**

מהמשקל הכבד של ה"התנגדות" לא נותר דבר, לאחר שאנו מפרקים אותה בהדרגתיות. לסיבת ההתנגדות נקרא "הנקודה הכואבת". בדרך כלל יש ללקוח אחת כזו, או מקסימום שתיים. טיפול בהתנגדות דומה לטיפול באמצעות עיסוי: בתחילה מוצאים את הנקודה הכואבת, מרככים אותה ואז לוחצים עליה, כדי שתיעלם. את טכניקת הטיפול קל לזכור באמצעות מודל-ת.ש.ב- בטרם תקום ותסתער על הלקוח באמצעות צרור התשובות שבאמתחתך, ת.ש.ב, תנוח, קח נשימה, ונסה בנינוחות לפרק את ההתנגדות בעזרת הפעולות הבאות.

ת- תשאול:

מומלץ לשאול את הלקוח שאלות שיעזרו לנו להבין את מהות ההתנגדות. לדוגמא: "מדוע אינך מעוניין בשרות הבלעדי? מאיזו סיבה? למה אתה מתכוון?" וכד'. שאלות כל כך חשובות, שמשום מה אנו מתפתים לדלג עליהן שוב ושוב. תופתעו לגלות כי במקרים רבים, ההתנגדות תיעלם כבר בשלב הזה, כאשר הלקוח יבין בעצמו, שההתנגדות שלו חסרת ביסוס.

ש- שיקוף:

חזרו על דברי הלקוח במלים אחרות, ותמיד באופן חיובי. כלי פשוט, ומרכז התנגדויות נפלא. לדוגמא: לקוח: "אני לא רוצה שיבואו רק קונים של מתווך אחד". שיקוף: "אני מבין שחשוב לך לחשוף את הנכס לכמה שיותר קונים". לקוח: "אני לא מוכן להיתקע עם שירות בלעדי שאני לא מכיר". שיקוף: "אוקיי, אתה מעוניין להיות בטוח באיכות השרות הבלעדי שתקבל". הלקוח ירגיש שאנחנו מקשיבים לו, מבינים אותו, אמפטיים כלפיו וערים לצרכים שלו. רמת ההתנגדות תצולל מטה...

ב- בידוד:

אנחנו צריכים לוודא שזוהי ההתנגדות היחידה שעומדת כמכשול בדרך לסגירת העסקה. לדוגמא: "האם זו הסיבה היחידה שמונעת ממך להתחייב לשרות הבלעדי?". פעולה זו תבודד את

תם סוכני נדל"ן מקצועיים, אפילו מדהימים, יש לכם שרות מעולה, ששווה כל שקל, ולמרות זאת, אתם שומעים "לא" מהלקוח כאשר הוא מאזין להצעתכם. כמה פחד מעורר אותו "לא" אצל רבים מאיתנו. פחד כזה שגורם לנו לעיתים לסגת ולוותר ללקוח ולעצמנו, או במקרה הטוב, לשלוף מבנק התשובות שבמוחנו את כל התשובות, שיבהירו ללקוח מדוע הוא טועה, מעין "פינג-פונג" אשר מן הסתם אינו מוביל לשום מקום.

מי מסוכני הנדל"ן אינו מוצא עצמו בסיטואציה כזו? מי לא נתקל מדי יום בלקוחות מתנגדים? התשובה היא כולנו! התדירות משתנה והסיבות להתנגדות, גם הן.

"לא, אני לא חותם לך על שום מסמך", "לא, אני מוכן לשלם לך רק חצי אחוז", "לא, אין סיכוי שאתן לך בלעדיות על הנכס", "לא, אני לא רוצה כרגע לעבוד עם מתווכים", "לא, אני לא רוצה שתשים שלט על הדירה", "לא, אני רוצה קודם לנסות לבד", "לא, תביא לי קונה ואז אחתום לך", הן ההתנגדויות הנפוצות אותן שומע הסוכן באופן יומיומי. אז... כיצד מתמודדים עם לקוח מתנגד? איך מטפלים בו בדרך הטובה ביותר על מנת להגיע לתוצאות הרצויות, תוך שמירה על נאמנותו לנו? ראשית, עלינו לשאול "כשאת אומרת לא למה את מתכוונת?". בהרבה מקרים נגלה שלמעשה,





אין מחשבים תשואה?

/ מיכה מרום

**מה צריך לדעת בכל הנוגע
להיבטים כלכליים ברכישת
נכס נדל"ני להשקעה? אין
מומלץ לחשב את התשואה על
ההון המושקע? ומה ההבדל
בין סוגי התשואות השונים?
התשובות לא כל כך מסובכות
כפי שהייתם חושבים.**

הנדל"ן לעשות ללקוח סדר בדברים. התשואה משקפת את היחס שבין הפירות שהנכס מניב (בדרך כלל - שכר דירה) לבין ההשקעה המתחייבת. השימוש במושג זה מאפשר השוואה אובייקטיבית בין השקעה בנכסים שונים, לרבות השקעות פיננסיות שאינן נדל"ן. לדוגמה, אם לפניי שתי אפשרויות להשקעה: אפשרות א' מניבה 64,000 ש"ח לשנה ואפשרות ב' מניבה 80,000 ש"ח לשנה - איזו מהן עדיפה? ללא שימוש במושג התשואה לא ניתן יהיה להשיב על שאלה יסודית זו.

תשואת הנכס:

NOI = Net On Investment

זה מושג התשואה הנפוץ ביותר בשוק, בדרך כלל קל לחישוב, אך במרבית המקרים איננו רלוונטי ואיננו מספיק להחלטת השקעה מושכלת. תשואה זו אינה לוקחת בחשבון משתנים חשובים לגבי מבנה ההון המושקע, ומשמשת בעיקר להשוואה בין נכסים שונים. לדוגמה: נכס נרכש תמורת 2,000,000 ש"ח, מכניס 5,500 ש"ח משכר דירה לחודש. הדרך המקובלת בה תחושב תשואה שנתית של הנכס:

$$\text{נכס} = \frac{66,000}{2,000,000} = \frac{12 \times 5,500}{2,000,000} = 3.3\%$$

(שכ"ד חודשי לפי 12 חודש בשנה) (עלות ההשקעה בנכס)

אולם חישוב בסיסי ונפוץ זה התעלם מ-2 עובדות מהותיות בתהליך ההשקעה: העלות האמיתית של ההשקעה, כולל כל ההוצאות הנלוות ברכישה (מס רכישה, שכר טרחה עו"ד, שכר טרחה מתווך), והסיכון הכרוך בהשקעה (תקופות ללא איכלוס, תיקונים, תחזוקה, התנהלות הדייר). ולפיכך תחושב תשואת הנכס המתוקנת באופן הבא:

$$\text{נכס} = \frac{55,000}{2,160,000} = \frac{11 \times 5,500}{2,160,000} = 2.54\%$$

(שכ"ד חודשי לפי 11 חודש בשנה) (עלות ההשקעה כולל הוצאות)

כישת נדל"ן מהווה אפיק השקעה נפוץ ופופולרי למשקיעים בעלי הון כמו גם למשקיעים ממונפים. בשורות הבאות אתייחס למספר היבטים כלכליים המשפיעים על כדאיות ההשקעה ועל התנהגות המשקיעים. ההתייחסות במאמר זה תהיה להשקעות טווח ארוך - מסלול שבו המשקיע יבקש ליהנות מפירות השקעתו לאורך זמן בעתיד, ואינו מתכנן מימוש הנכס והפקת רווח הון מיידי.

**התשואה משקפת את היחס
שבין הפירות שהנכס מניב
(בדרך כלל - שכר דירה) לבין
ההשקעה המתחייבת**

סוכן הנדל"ן נדרש בעבודתו לא אחת לאתר עבור קונה משקיע, נכס שיענה על הצרכים הפיננסיים הספציפיים שלו. סוכן השולט ברזי הכדאיות הכלכלית, יוכל לספק ללקוחותיו המשקיעים ערך מוסף משמעותי וייתפס בעיניהם כמקצוען מומחה. בקרב רבים בשוק שורר בלבול רב ואי הבנה של הגדרת המושג הבסיסי בעולם ההשקעות - תשואה, וזהו בדיוק מקומו של סוכן

עכשיו נבדוק האם ההשקעה הזו עדיין מעניינת.

תשואה על ההון המושקע: ROI = Return On Investment

המשקיע הסביר מבקש לחשב ולדעת את התשואה על הסכום שאותו הוא משקיע. רק חישוב כזה יאפשר לו לבחון חלופות השקעה נדלניות ופיננסיות אחרות. לעיתים נמצא כי קניית דירה מסוימת להשקעה, משתלמת למשקיע אחד ואינה משתלמת למשקיע אחר, כיוון שמבנה ההון שלהם בהשקעה שונה.

לדוגמה:

סך הכל השקעה בנכס	₪2,160,000
60% מימון בנקאי	₪1,296,000
40% הון עצמי	₪864,000
ריבית שנתית 3%	₪38,880
הכנסה משכר דירה	₪60,000
רווח שנתי נטו	₪21,120
ROI = הון עצמי מושקע	$\frac{21,120}{864,000} = 2.44\%$

זו התשואה ששיגי המשקיע על כספו המושקע.

עכשיו נבדוק האם תשואה זו מספקת אותו ביחס לחלופות אחרות.

תשואת המזומנים: COC = Cash On Cash

תשואת מזומנים עונה על השאלה כמה תזרים מזומנים המשקיע יקבל על השקעתו ולא כמה ירוויח בחישוב הכוללני. תשואה זו חשובה עבור משקיעים שזקוקים לתזרים מזומנים ושזו סיבת ההשקעה שלהם. תזרים מזומנים חופשי = תזרים מזומנים לאחר פירעון קרן וריבית.

תזרים מזומנים חופשי

= תשואת מזומנים

הון עצמי מושקע

לדוגמה:

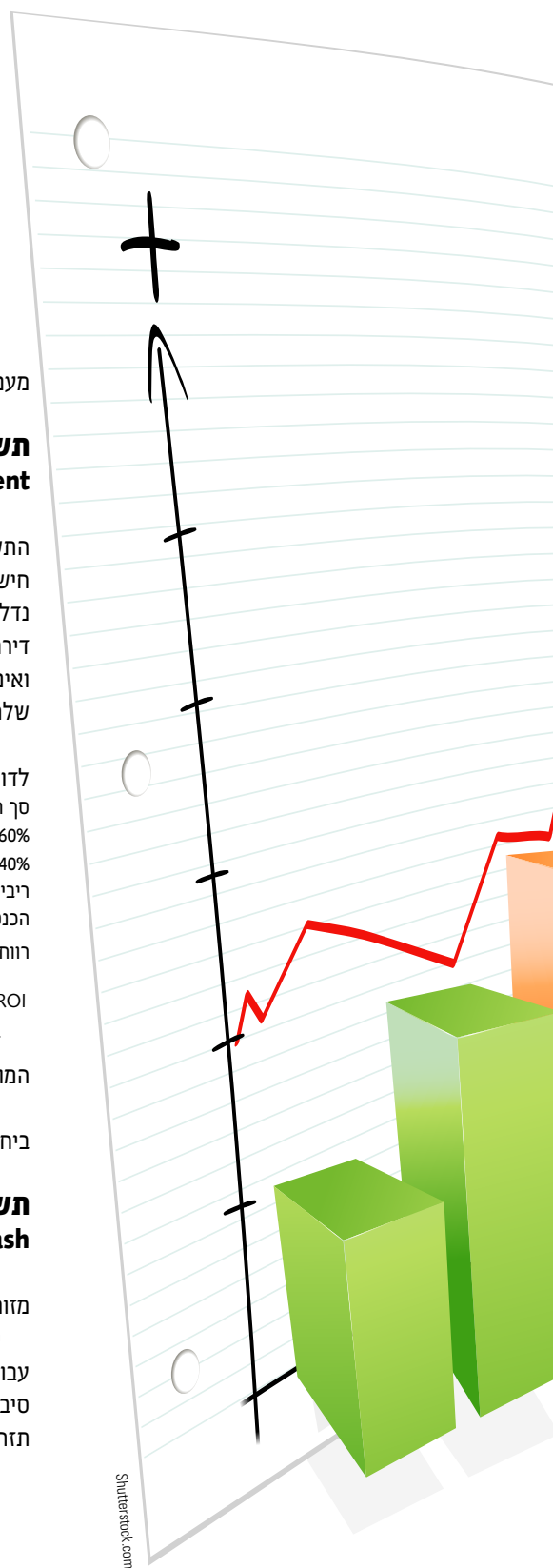
רכישת נכס (כולל כל ההוצאות)	₪2,000,000
הון עצמי	₪700,000
מימון בנקאי	₪1,300,000
החזר חודשי [25 שנה ריבית 3%]	₪6,165
החזר שנתי קרן וריבית	₪73,980
שכר דירה חודשי	₪6,500
שכר דירה שנתי	₪78,000
תזרים מזומנים חופשי	₪4,020

תשואת המזומנים על ההון העצמי:

$$COC = \frac{4,020}{700,000} = 0.57\%$$

כל חישובי התשואה לא לקחו בחשבון רווח (או הפסד ...) הון אפשרי בעתיד. משקיע שאינו בוחן את התשואות האמיתיות על הונו העצמי פועל בעיוורון ומשול לנהג המנסה לנהוג ברכב ללא שעונים. בהשקעה - סוף מעשה במחשבה תחילה!

מיכה מרום, יועץ עסקי וכלכלי ליזמים ומשקיעים בנדל"ן, מתמחה בשיקולי כדאיות ובניית תיקי מימון לפעילות נדל"ן, מנהל אקדמי במגמת הנדל"ן והיזמות במכללת בילדינג, ומרצה במסגרות נוספות.





הפייסבוק - קיר תומך

/ עמרי רווח

מרחפת על פניהם. אם קיר היה נופל שם, מי בכלל היה שומע - אתם מהרהרים בינכם לבין עצמכם. החדשות הטובות הם שאפשר ליצור חיים בדף שלכם, אם תרצו, אפילו מסיבה. לפניכם הסודות העיקריים שיביאו את האוהדים שלכם לפעילות רבה בדף:

שבירת דיסטנס

הגישה הרווחת והמוטעית של רוב העסקים היא לחשוב שהאוהדים שלהם רחוקים מאוד מהם, ספונים בבתיים, זרים, וכל הקשר שלהם איתם הוא שהם צריכים להיות לקוחות משלמים. גישה כזאת בדרך כלל מובילה לעדכונים שנראים כמו הודעות מהז'אנר של מחסני חשמל - "עכשיו במבצע! סדנת פלקס'מר ב-50 תשלומים בלבד! הרשמו כעת, המלאי מוגבל!". מה קורה להודעה כזאת כאשר היא מופיעה בחדשות של האוהדים שלך? נכון, 99% מהצופים יפעילו עליה את המסננת המנטאלית שנמצאת בראשינו ומתנגדת לפרסומות ויתעלמו ממנה, אחוז מזערי ביותר ילחץ על הקישור המצורף ויתעניין במבצע, ורק אחותך וגם אבא שלך ילחצו על לייק.

הגישה המנחה בעבודה בפייסבוק היא אחרת: האוהדים של הדף שלך הם גם חברים שלך, אתה מרגיש בנוח לדבר, לדבר אליהם בשפה ישירה ובגובה העיניים. יותר מכך - בתור בעל הבית, אתה המארח, וכמארח למופת, אתה פותח את הבמה עבור האורחים שלך לדבר, להביע דעתם, לספר את החוויות שלהם, להכיר אחד את השני, להיות חלק מקבוצה חברתית חשובה שהנה התאגדה לה כאן, ברת מזל, למצוא את דף האוהדים שלך. חלקם עדיין אינם לקוחות שלך, אבל מבחינתך זה רק עניין של זמן עד שהם יהיו. אלו שהם כבר כן לקוחות שלך, ישמחו אם תנתן להם האפשרות לשבח ולספר לאחרים על השרות המצויין שהעסק שלך נתן להם.

עכשיו. בואו ננסה מתוך הגישה הזאת לעדכן סטטוס בדף שלנו (כדאי שכל אחד יכתוב את זה כמו שיוצא לו, בשפתו, מתוך הגישה החדשה):

והקצה עבור עסקים, להקות ומנהיגים. היתרונות של דף אוהדים הם רבים: הוא זמין גם למי שאינו חבר בפייסבוק, הוא נסרק ע"י גוגל, הוא מספק ללקוח הוכחה חברתית שהעסק פופולארי, הוא מאפשר ערוץ מהיר וזמין לקשר חם עם קהל היעד שלנו, ובניגוד לפרופיל אישי וקבוצה בפייסבוק אשר מוגבלים ומגבילים עסקים (בכמות החברים, או בפונקציות שאינם מתאימות), דף האוהדים אינו מוגבל וימשיך לתפקד במלואו גם שתעברו את ה-5000.

הגישה המנחה בעבודה בפייסבוק היא שונה מכל שיווק אחר: האוהדים של הדף שלך הם גם חברים שלך, אתה מרגיש בנוח לדבר, לדבר אליהם בשפה ישירה ובגובה העיניים.

כאשר אתם מעדכנים סטטוס בדף האוהדים שלכם, או מפרסמים משהו על הקיר (זה יכול להיות תמונה, ארוץ, וידאו, קישור אל הבלוג, קישור לדיון שמתנהל בתוך הדף), חלק מהאוהדים שלכם יראו זאת בדף הבית שלהם. שימו לב שזה לא יהיה שם לנצח, וגם לא יופיע לכולם, אבל זה יהיה. וככל שיותר אנשים יגיבו, כך זה גם יישאר יותר זמן, וכך זה יופיע ליותר אוהדים. העדכונים מאפשרים לכם לתת ערך נוסף לקהל היעד שלכם ובאותה הפעולה לגרום להם להכיר אתכם, לחבב אתכם ולהגדיל את רמת האמון בכם עד לרמה המתאימה, בה הם ירגישו בנוח להיות לקוחות שלכם ולהמליץ עליכם לאחרים.

יצירת מעורבות

אז יש לכם פייסבוק, ויש לכם גם חברים בפרופיל ואוהדים בדף, אבל דממה של יום כיפור

המאמר הבא יעשה לכם סדר לגבי השיווק בפייסבוק, וייתן לכם כמה אפשרויות טובות לשימוש יעיל, במה שמסתמן ככלי השיווק החשוב של העידן הנוכחי.

שיווק באמצעות ערוץ הפייסבוק הוא כבר מזמן ערוץ שקשה להתעלם ממנו. בארה"ב כ-30% מתקציבי הפרסום מושקעים בערוצי המדיה החברתית, ובארץ התחילו ללמוד שכל קמפיין פרסומי מחייב השלמה בערוץ הפייסבוק. גם בענף הנדל"ן כבר ניתן לאחרונה לחוש בתופעה, ועסקאות רבות מתחילות את דרכן באמצעות ערוץ המדיה הזה שהפך כל כך שימושי עבור רבים מאיתנו. סוכני נדל"ן משתמשים בפייסבוק לטובת שיתוף פעולה עם סוכנים אחרים, לטובת הצגת נכסים, ובעיקר להגדלת מאגר הלקוחות והקשרים שלהם בקרב קהל הלקוחות הפוטנציאליים. בנוסף לכך הפייסבוק התגלה ככלי עזר מצויין ליצירת שיתוף פעולה עם עסקים שמסלימים את עבודת משרד הנדל"ן כמו אדריכלים, עו"ד, שמאים, שיפוצניקים ועוד, שיכולים להמליץ על המשרד ללקוחותיהם. למרות שהשימוש בפייסבוק הינו לכאורה פשוט וזול לתפעול, מסתבר שלא קל להגיע באמצעותו לתוצאות מיידיות, ולא מעט עסקים מוצאים אותו לעיתים ככלי שיווק מתסכל, בהיעדר הידע לגבי האופן בו ניתן למנף אותו. לפיכך חשוב מאוד להכיר את האפשרויות שיהפכו אותו לנכס שיווקי בעל ערך עצום עבור כל משרד נדל"ן.

דף אוהדים

דף אוהדים הוא ה-מקום שפייסבוק פיתח

"חברים, אנחנו עושים שיפור בפרסום לקראת סדנת הפלקצ'מר הבאה, צריכים את עזרתכם. מה הדבר שהכי מושך אתכם לעשות את הסדנה, או שהכי משפיע עליכם?"

ודוגמא מענף הנדל"ן: **"אנו זקוקים לעזרתכם לקראת טור שיתפרסם בעיתון המקומי, שייתן טיפים שימושיים בנדל"ן. מה הכי מעניין אתכם לקרוא בתחום?"** דוגמא נוספת: **"נראה כי בעקבות המחאה החברתית, יותר ויותר בעלי דירות מתקשים למכור ופונים למתווכים. מה דעתכם? האם המחאה תשפיע על שוק הנדל"ן?"** שאלה כזאת אשר נשאלת בצורה חברית, תעורר אצל הלקוחות שלנו ואצל כל אלה שמתעניינים בשירותים שלנו, את הרצון לעזור לנו ולתת תשובה. כאשר הם יכתבו תשובה הם הופכים למעורבים בדף שלנו, מחזקים ומאשרים את הקרבה שאנחנו יצרנו בפנייה הזאת. הם יסמנו לייק על חלק מהתשובות של האוהדים האחרים ובכך ייצרו אינטרקציה ביניהם, משמע, הקהילה שלכם נבנית. חבריהם יראו בפרופיל שלהם שהם הגיבו אצלכם בדף וכך ייחשפו גם הם אל הדף שלכם. אם תענו להם, בתודה או בלייק, תתנו להם אישור על מה שהם כתבו ותחזקו אצלם את הרצון להגיב גם בפעם הבאה. ו...

אחותך וגם אבא שלך יספרו בגאווה על הפעילות הרבה שיש סביב הדף שלך בפייסבוק.

קושיות

שאלת שאלות זאת דרך מצויינת לעורר שיחה בדף שלכם. אני מזמין אתכם לנסות ולעשות זאת קודם כל בפרופיל, ולהיווכח בכוח של שאלת שאלות. אתם יכולים לשאול כמעט כל שאלה: "אז מה המטרה שלכם להיות?" / "יש לכם המלצה על מסעדה טובה בקצריץ?" / "האם יש לכם המלצה על מערכת דיוור?". אתם תגלו מהר מאוד ששאלת שאלות בפרופיל שלכם, וגם בדף האוהדים, יכולה להיות הרבה יותר עוצמתית ומדויקת מאשר חיפוש בגוגל. החברים שלכם בעלי הנסיון יירתמו עבורכם וימצאו לכם את התשובות שמדויקות לכם, מתוך ההכרות איתכם. גם בדף האוהדים אתם יכולים ואף כדאי מאוד לשאול שאלות שנוגעות לתחום שלכם, לחוויה של האוהדים, לשאלות שיש להם. לדוגמא: "מי אצלכם בבית מחליט על הדירה שתקנו, הגבר או האישה?". דף האוהדים הינו מקום מצויין לבדוק עם הקהל שלכם מה מעניין אותם, במסגרת התחום שלכם כמובן, ואילו שירותים תוכלו להציע להם שיענו להם על צורך. מומלץ לחפש את השאלות שבהם כל התשובות נכונות, כך תתנו במה לאוהדים לשתף בחוויות או בידע שלהם. לדוגמא: "מיהו הלקוח

מתן ערך לקוראים

ככל שהאוהדים שלכם ירגישו שאתם נותנים להם יותר, כך הם יעריכו יותר את הדף, יגיבו ויהיו פעילים בו. "הערך" עבור קהל היעד שלכם תמיד נמצא בנתינה מדויקת, לעומת ה"תוכן"-שלעיתים לא נותן תועלת לקוראיו. איך ניתן ערך לאוהדים שלנו? הנה כמה דוגמאות:

1. כתבו מאמרים עם ידע ממש חשוב והעלו אותם בתור "פתקים" לדף שלכם. לדוגמא מאמר בנושא **"טיפים להכנת דירה למכירה"**, או **"מה האזור המומלץ ביותר היום לקניית נכס"**.
2. אם אתם יכולים לתת ערך במספר בודד של משפטים, כתבו אותם כעדכוני סטטוס, ואם מתאים להם גם להסתיים בשאלה - מה טוב. לדוגמא: **"מחירי הנדל"ן בחיפה ירדו מתחילת השנה ב-10%, אם אתם שוקלים למכור את הנכס שלכם - זה הזמן"**.
3. השתמשו בוידאו שלכם בו אתם נותנים ערך, לדוגמא צילום של הרצאה שלכם בנושא "מכירת דירה בצ'יק צ'אק".

במידה והאוהדים לא יודעים להעריך את הערך שאתם נותנים אפשר בהחלט לדבר על כך, לציין שבדרך כלל את התוכן שהרגע העלתם היו מקבלים רק לקוחות משלמים וכעת החלטתם לתת אותו בחינם עבורם. נתינת ערך הינה מתכון בטוח להגדלת הדף ליצירת פעילות רבה בו.

סיכום

דף אוהדים זה המקום האידיאלי לעסקים, הוא הותאם ע"י פייסבוק לענות על הצורך שלהם, ולאפשר לנו לתרום לקהילה בפייסבוק ערך ובתמורה לקבל את מה שאנו רוצים - לקוחות חדשים ולקוחות חוזרים. עדכוני הסטטוס מאפשרים ללקוחות פוטנציאליים להכיר אתכם לאורך זמן תוך קבלת ערך בתחום שמעניין אותם, בזמן שנוח להם ומבלי להעיק על תיבת המיילים.

ניהול נכון של דף האוהדים מאפשר לסוכן הנדל"ן לשווק לקהל הלקוחות והמתווכים נכסים למכירה או קונים פוטנציאליים, מבלי שזה יתקבל כפרסומת זולה.

עמרי רווח הוא מומחה לשיווק ועבודה עם פייסבוק לבעלי עסקים.

www.facebook.com/face4biz



Shutterstock.com



מו"מ לץ

/ עו"ד יניב זייד

5 עצות פשוטות לביצוע מו"מ עם בעל הנכס, עשויות לחולל שינוי משמעותי בתהליך סגירת העסקה. לגזור ולשמור.

משא ומתן עם בעל נכס מתחיל למעשה מרגע הפניה הראשונית שלכם אליו (גם כאשר מדובר במודעת שיווק) ונמשך למעשה לאורך הקשר שלכם איתו, בהחתמתו על טופס הסכמה או טופס בלעדיות, בהחלטה על התנאים למכירת הנכס, וגם לאחר השלמת העסקה, אם וכאשר אתם מעוניינים לשמר אותו ולעשות איתו עסקאות נוספות בעתיד.

משא ומתן הוא בדרך כלל תחילת הקשר העסקי (ולעתים גם קשר חברתי) שלכם עם הצדדים, ובסיס לבניית יחסים ארוכי טווח עימם. לכן מומלץ שבכל משא ומתן עם הצדדים תשאפו למצב בו שני הצדדים יצאו מרוצים בסיום המשא ומתן (מצב זה נקרא בשם "win win" - מנצח-מנצח). במידה ואחד הצדדים יריגש שהפסיד או "נדפק" מביצוע העסקה עמכם, חלקו בביצוע העסקה בפועל יהיה בהתאם, הוא לא יתאמץ להשביע את רצונכם!

עבור המתווך המשא ומתן הינו משימה מורכבת יותר מכל בעל מקצוע אחר, כיוון שבנוסף למשא ומתן מול שני הצדדים בנפרד, יש לו אחריות מוחלטת על ניהול המשא ומתן הישיר ביניהם. בכתבה זו אביא בפניכם חמישה כללים ועקרונות בסיסיים לניהול משא ומתן מוצלח עם בעל נכס, אם בנושא העמלה בעבור העסקה, ואם בנוגע למחיר הנכס.

הכנה למשא ומתן

חלק מהותי בהכנה מקצועית למשא ומתן הוא השגת מידע מקסימלי על הצד השני במשא ומתן.

במשא ומתן עם בעל נכס מסוים, עליכם להשיג מקסימום מידע על אותו בעל נכס - למשל, מצבו המשפחתי, מידת הלחץ שהוא נמצא בו להשיג מקום מגורים, מצבו הכלכלי, מוטיבציית המכירה, אינטרסים שלו ועוד. המידע הזה עשוי להעניק לכם כוח רב, במידה ותעשו בו שימוש. הוא מעניק לכם יתרון משמעותי על הצד השני, ומרחיב את כושר התמרון שלכם במשא ומתן.

כשם שעליכם להגדיר מטרות בהכנה לפגישה עם לקוח, ולהכין נושאי שיחה ומסר מרכזי, גם במשא ומתן עליכם להגדיר לעצמכם מטרות ויעדים ברורים, מה אתם מעוניינים להשיג במשא ומתן, מהי תוצאה אופטימלית עבורכם, מה הסכום אותו אתם מבקשים ועוד. ללא הגדרת מטרות ויעדים ברורים, לא תוכלו לבחון בסיום המשא ומתן האם השגתם תוצאה רצויה מבחינתכם או לא, והאם הצלחתם או נכשלתם! לדוגמה במשא ומתן על מחיר הנכס, הגדירו טרם המפגש את המחיר האופטימלי מבחינתכם, את תנאי התשלום ואת זמן הפינוי, בהתאם לדרישות ולצרכים של הקונה. בדומה לכך, בטרם קיום משא ומתן על גובה העמלה הנגבית מבעל הנכס, כדאי להגדיר לעצמכם את העמלה האופטימלית בעבור עבודתכם, וכן את העמלה המינימלית שבפחות ממנה לא תהיו מוכנים לעבוד.

הכנה חשובה נוספת במשא ומתן הינה הגדרת "קווים אדומים", עליכם להחליט מראש בהתייעצות עם הקונה, עוד לפני תחילת המשא ומתן, על מה ניתן לוותר, על מה אתם לא מוכנים לוותר בשום מקרה, ועל מה אתם מוכנים להתפשר.

חשיבות המלה הכתובה במשא ומתן

כאשר הנכם מציעים לבעל נכס הצעת מחיר רצינית כלשהי, הגישו לו אותה מוגדרת ומסודרת בכתב. אל תאמרו לו רק רעיון כללי בעל פה. לקוח יתנגד ויתווכח פחות עם הצעה מוגדרת ומסודרת שתוגש לו בכתב ותכלול את תנאי התשלום וזמן

הפינוי, מאשר עם אותו רעיון שיוצע לו בעל פה. כל זאת משתי סיבות עיקריות: הראשונה היא שהגשת החומר בכתב משדרת ללקוח שהשקעתם זמן ומחשבה בגיבוש, ניסוח וכתובת ההצעה (ולא רק חשבתם על רעיון מופשט כלשהו רגע לפני שנפגשתם איתו). נתתם לו יחס אישי, ואין דבר שאנשים אוהבים יותר מאשר יחס אישי. שידרתם לו שהוא לא "עוד אחד" שאתם נפגשים איתו באותו היום.

נמצא כי שימוש בדוגמאות הוא כלי אפקטיבי לשכנוע במהלך משא ומתן וגורם לאנשים לחשוב בצורה שונה מזו שחשבו עד כה

השנייה היא שללקוח יהיה קשה יותר מבחינה פסיכולוגית להתנגד למלה כתובה, מאשר לדברים שנאמרים בעל פה. אם ניקח את המחירים בחנות כדוגמה, הרי שכאשר מוצמד תו מחיר למוצרים או מחירון, לקוח יתווכח פחות לגבי מחיר הפריטים שבחר.

שימוש בדוגמאות

נמצא כי שימוש בדוגמאות הוא כלי אפקטיבי לשכנוע במהלך משא ומתן וגורם לאנשים לחשוב בצורה שונה מזו שחשבו עד כה. למתן דוגמאות שני יתרונות בולטים: ראשון, דוגמאות מסבירות את החומר המועבר במהלך המשא ומתן בצורה הברורה ביותר. שני, דוגמאות מחיי היוםיום יוצרות עניין ומושכות תשומת לב גדולה יותר מאשר עובדות יבשות.

בשימוש בדוגמאות במהלך משא ומתן עם בעל נכס, מומלץ לתת דוגמאות רלוונטיות מתהליך שיווק הנכס שלו ורלוונטיות לענף או השוק הספציפי. לדוגמה: אם אתם מעוניינים להסביר

לבעל הנכס כי המחיר הגבוה שהוא דורש עבור הנכס עלול להביא להחמצה של קונים רציניים ולהקשות על מכירת הנכס, כדאי להשתמש בדוגמא רלוונטית: "אתה זוכר שלפני חודשיים משפ' כהן התעניינו בבית ובסוף החליטו שהמחיר גבוה מדי? אותה משפ' כהן קנתה השבוע בית בשכונה. חבל שנפספס עוד קונים רציניים".

שימוש בעובדות

אחת הדרכים הטובות ביותר להסביר הצעה ללקוח ולשכנע אותו במסגרת משא ומתן היא באמצעות הצגת עובדות וסטטיסטיקות התומכות במסר שאתם מעוניינים להעביר. הסיבה היא שקשה מאד להתווכח עם עובדות נכונות. על מנת להציג עובדות או סטטיסטיקות נכונות במהלך משא ומתן עם בעל נכס, עליכם להגיע מוכנים. למשל, אספו נתונים על עסקאות דומות שנערכו באותו רחוב או באותה שכונה, ובנוסף על נכסים דומים שעומדים למכירה, ועל נכסים דומים שכבר זמן רב אינם נמכרים. אם אינכם מוכנים או בקיאים בחומר, ואם אין לכם עובדות שתומכות במסר שאתם מעבירים ללקוח, אל תמציאו נתונים או סטטיסטיקות

בשום אופן!!! אמינותכם כנושאים ונותנים היא הנכס החשוב ביותר שלכם!

הקשבה לצד השני במשא ומתן

הקשבה ללקוח במהלך משא ומתן היא כלי חשוב מאד. למרבה הצער מרבית האנשים לא עושים בו שימוש מספיק בשעה שהם נושאים ונותנים על בסיס יומיומי. הקשבה במהלך משא ומתן מאפשרת ללמוד רבות על הלקוח, לימוד שיאפשר לכם לתכנן את צעדיכם בצורה יעילה ונכונה יותר.

השתדלו תמיד לתת לצד השני במשא ומתן "לעשות את העבודה" - לדוגמה, לתת לו להציג ראשון את עמדתו. בצורה כזו תוכלו להתוודע לתפיסותיו ולציפיותיו הבסיסיות במשא ומתן ביניכם, וגם תמנעו ממנו להשיג וויתורים גדולים מצדכם, בשלב מאוחר יותר של המשא ומתן. דוגמה נוספת היא לתת לצד השני להציג ראשון את המחיר שהוא רואה לנגד עיניו. יתכן למשל, שתגלו כבר בתחילת המשא ומתן שהצעת המחיר שהציע שונה משמעותית ממה שחשבתם (לטוב או לרע).

דרך טובה נוספת ללמוד על כוונותיו ורצונותיו

של הלקוח היא לשאול אותו במהלך המשא ומתן שאלות פתוחות (שאלות שהתשובה עליהן אינה יכולה להתמצות ב"כן" או ב"לא", ויש להשיב עליהן תשובה מפורטת) על מנת ללמוד עליו ולהשיג מידע נוסף. שאלות פתוחות גם יוצרות אצל הלקוח תחושה של התעניינות ואמפתיה מצדכם. דוגמאות לשאלות פתוחות: "על מה חשבת? מה דעתך? איך ניתן להתקדם? איך הגעת דווקא לסכום הזה? למה חשוב לך לקבל חלק גדול מהסכום בזמן החוזה? מה חשוב עבורך לגבי תנאי התשלום וזמן הפינוי?".

לסיכום: התכוננו למשא ומתן, הגישו הצעות בכתב, הציגו עובדות, השתמשו בדוגמאות והקשיבו! יישום נכון של כללים אלה עשוי להוות שינוי משמעותי בין משא ומתן כושל לכזה מוצלח ואפקטיבי. בהצלחה!

יניב זייד, מומחה בינלאומי לשכנוע, עורך דין, כלכלן, מתווך ודוקטורנט למשפטים, מחבר הספרים "לדבר בפני קהל", "לדבר בפני לקוח" ו- "לעשות כסף באינטרנט".





בעלי נאחסים

/ אורן מזרחי

בעלי נכסים "מיוחדים", הם אותם אלה שתהליך העסקה מולם הוא מורכב מאין כמוהו. אורן מזרחי, מנהל משרד נדל"ן בראש העין, מחלק אותם ל-9 קבוצות עיקריות וגם נותן עצות להתמודדות.

גם היום, אחרי 12 שנים כיועץ נדל"ן וכזכין, אני יודע לספר על ההנאה שבעבודה מול בעל נכס שמבין עניין, אותו לקוח חלומות שהעסקה איתו זורמת בקלי קלות. אבל דווקא מי שמוסיפים נופך מעניין במיוחד לעבודה שלנו, הם אותם בעלי נכס "מיוחדים", אותם אלה שתהליך העסקה מולם הוא מורכב מאין כמוהו. להלן קווים לדמותם, בצרוף מס' טיפים שעשויים לעזור בהתמודדות עימם.



העייף - כבר היו אצלו לקוחות והוא כבר היה במו"מ, אבל בסוף זה לא נסגר ואין לו כוח לאף אחד ורק אם הלקוחות מאוד רציניים שיבואו לראות. בעל הנכס הזה לא מבין איך זה שכל הלקוחות לא רציניים ורק מבלבלים את המוח. מה עושים איתו: מבהירים לו שזו בדיוק הסיבה שהוא צריך אתכם, ושאתם הכתובת שלו על מנת לא להתעסק כעבודה שנייה במשהו שהוא לא

את הלקוחות ואת הצרכים הייחודיים שלהם ושכל משפט שעשוי להוות יתרון ללקוח אחד יהווה חיסרון ללקוח השני, ולפיכך זהו בדיוק תפקידכם: להציג את הדירה באופן שמתאים ללקוח. והוא מוזמן בזמן הזה לתת לכם להרוויח את שכרם... מרחוק.

הלחץ - בעל הנכס שמתקשר לאחר כל ביקור של לקוח שראה את הבית, ושואל מה הלקוח אמר ואיך הוא בדיוק אמר ולמה הוא התכוון, ושנתקשר אליו לבדוק האם הוא רוצה לראות שוב את הבית, ואולי ברבע שעה האחרונה השתנה אצל הלקוח משהו בנתונים ושנתקשר לבדוק.

מה עושים איתו: מסבירים שזו בדיוק הסיבה שהוא משלם לכם - בשביל להירגע ולסמוך עליכם שאתם במעקב צמוד גם ללא בקשתו, ואם הוא בלחץ אז ניתן פעם שבוע לעשות סנכרון מידע.

האדיש - לא מעניין אותו שום דבר אף פעם, מה שיהיה יהיה. כשהלקוח אומר שהוא מתלבט על דירה אחרת, הוא עונה לו "עזוב אל תתלבט לך תקנה אותה".

מה עושים איתו: מבהירים שהדרך הזאת עובדת מעולה לסוג לקוחות מסויים, אבל גרועה מאוד ללקוחות אחרים, ושחבל לפספס חלק מנתח השוק בגלל היצמדות לדרך אחת.

המתלונן - לא משנה מה נעשה, כמה ומתי, תמיד יהיו לו תלונות למה לא אמרתם ככה, למה הגעתם רק עם שני לקוחות היום ולא שלושה, ולמה ולמה ולמה...

מה עושים איתו: תיאום ציפיות ראשוני, ברור וכתוב, ולא להבטיח שום דבר שלא תוכלו לקיים בוודאות. ויש כמובן את המתלוננים הסדרתיים שייתכן שנמליץ להם בחום על המתחרה שלנו.

המתחכם - כל הזמן מנתח את השוק ומשווה את הדירה שלו לכל דירה אחרת בשוק, בוחן כל כתבה איך היא תשפיע על הדירה שלו, בקיצור מתחכם.

מה עושים איתו: שולחים לו כקונטרה גם את הכתבות השליליות, ומבהירים שהגיע הזמן להפסיק להאמין לעיתונים, כיוון שעל כל כתבה חיובית אחת, תמיד תהיה כתבה שלילית בעיתון אחר.

ועכשיו אחרי שזיהיתם מן הסתם חלק מהלקוחות שלכם בכתבה, אתם מוזמנים לספר לנו איך אתם מתמודדים איתם, בדף הפייסבוק של דף הבית. בהצלחה לכולנו!

אורן מזרחי, זכין סניף אנגלו סכסון בראש העין, בעל טור נדל"ן קבוע בעיתונות מקומית וארצית, מרצה לנדל"ן ובעל ניסיון רב בתיווך והשקעות נדל"ן.

מבין בו, ושאלו לו מושג מה צריך לעשות כדי להצליח בו. כן, ואם הוא עייף כדאי שילך לישון.

השרוט - לפני כשבועיים התקשרתי לבעל נכס שפרסם מודעה וביקשתי לקבוע פגישה. הוא ענה, שכבר היו אצלו מתווכים ושהוא מבין איך הדברים עובדים, ושייפגש איתי בתנאי שאחתים כל לקוח שארצה להביא, בנוסף לטופס הרגיל, גם על מסמך המציין שהלקוח יודע את מחירו של הבית, ואשלח לו בפקס ורק אחר כך אביא את הלקוח לראות את הבית. טוב... מיד אני שולח... (נראה לך???)

מה עושים איתו: מחכים! הזמן יעשה את שלו. הרבה שריטות של מוכרים נעלמו בשטף ההיסטוריה. לפיכך מסבירים לו שהבקשה לא הגיונית ושומרים איתו על קשר.

המתלבט - בעל נכס שהחליט למכור, ולמחרת אולי לא, ואפשר אולי להשכיר, ואולי לקנות בלי למכור, ומצד אחד ומצד שני... ובכל יום אתה יודע שהתמונה עלולה להשתנות לבלי היכר עד מחר.

מה עושים איתו: מציבים מולו לקוח שמעוניין לבצע עסקת קנייה או השכרה, ובוחנים את תגובתו. הרבה פעמים מסתבר שזה רק פחד שצריך ללטף מיד פעם.

העסוק - הוא כל היום בפגישות מאוד חשובות ואין לו זמן לדבר עם אף אחד, וצריך לדבר איתו הכי מהר והכי ענייני כי אין לו זמן, אבל הוא לא מבין איך הבית שלו לא נמכר אם אתה מראה אותו פעם בשבועיים ורק ביום ראשון ורק מתשע וחצי בערב.

מה עושים איתו: מעבירים לו את המסר (מומלץ ב SMS או במייל) שדווקא חסכון בזמן הוא הסיבה הטובה ביותר לכך שהוא יצטרך אותנו, ושאלו כמתווכים קשה להשיג אותנו, כך קורה ככל הנראה גם ללקוחות שמעוניינים לקנות, רק שהם יתייאשו הרבה יותר מהר.

המתיש - כל מי שנכנס אליו הביתה מקבל המון הסברים על המבנה, והקרבה לבית ספר, והנוף, והתמונה הזאת, והרהיט הזה, ואיך הוא קנה את הדירה, ולכן הוא רוצה לעבור, ולמה ומתי ומדוע ו... ו... ו...

מה עושים איתו: מבהירים לו שאתם מכירים

אָרטריטיס שְׁמֵכָּטֵרִיטִיס

“שלוקית אחת ביום ואומרים לכאבים שלום שלום”

כואבים לך הפרקים?

באצבעות הידיים? הברכיים? הקרסוליים? המרפקים?
למה לסבול ???

אפשר להפתור מהכאבים בקלות!!!
התקשרו היום והמוצר יגיע אליכם הביתה מחר

שהם שפי 052-3787254 ריינס 66 גבעתיים

מכיל: שמן סלדרין, גלוקוזאמן וידרוכלוריד, כונדרויטין סולפט, MSM, מחיל סולפניל מתאן (טבעיים)
מאושר על ידי משרד הבריאות



מופץ על ידי מפיץ ענמא 3787254

www.agel.com

מעצבת לכם את החלום

Shuli Beimel Architecture
אדריכלית

שולי ביימל

עיצוב נקי,
יצירתיות ואלגנטיות

יעוץ לחיצוי המוטנציאל
של הנכס

טל/פקס: 5258652 052
סלולרי: 28507052
studio@shulibeimel.com
shulibeimel.com





(כמעט)

כל מילה מיותרת

/ רמי צור

שפת הגוף היא מרכיב משמעותי בכל מפגש עם לקוח, ולמעשה מהווה גורם מכריע באפקטיביות של התקשורת הבין אישית שלנו. כיצד יוצרים כימיה באמצעות שפת הגוף, ממה כדאי להימנע, ועל מה חשוב לשים את הדגש.

להקשיב לך לפני שהוא חורץ את דינך, לשבט או לחסד. תוך מקסימום 60 שניות אדם בונה תמונה המכוונת את הרגש שלו, וקובע באופן לא מודע, אם יש או אין כימיה. משהו המדבר חזק מדי או מהוסס מדי, לבוש לא נכון לסיטואציה או משתמש בתנועות ידיים שאינן מתאימות, גם אם בידו הזדמנות נדירה לעסוק מצוינת, יש סיכוי שרוב האנשים יגלו חוסר עניין וינתקו מגע! והנה כמה טיפים חשובים בנוגע לרושם ראשוני (או: מהו הדבר הראשון שפוגש הלקוח שלך?):

א. המשרד

האם המשרד שלכם מאפשר היפתחות מיידית של הלקוח ומשרה תחושת נינוחות? אולי כדאי להגיש לו קפה איכותי וטוב עם הגיעו למשרד? הקפה יגרום לריכוך וחיוך. ואיך נראה השולחן שלכם? עמוס בניירת או מסודר ונקי? האם מסך המחשב יוצר חיץ ביניכם לבין הלקוח? האם הנחתם את הטלפון הצידה או שאתם מקבלים שיחות נוספות ומשאירים את הלקוח באוויר? המשרד שלכם הוא כרטיס הביקור שלכם. הוא מהווה חלק משמעותי ביותר מן הרושם הראשוני אותו אתם יוצרים על הלקוח, בין אם הפגישה הראשונה נעשית במשרד ובין אם כבר הכרתם את הלקוח. כאן הוא למעשה מקבל מידע רב ערך עליכם במסעו לקראת קבלת החלטותיו. אולם פרט לרושם שאתם עושים על הלקוח - כאן יש בונוס מיוחד: משרד נקי ומסודר, אשר יש בו שטיחים, וילונות ואווירה רכה, אור רך ומזמין וכאמור כוס קפה, יאפשרו ללקוח להרגיש בבית. תחושה מוגנת ובטוחה תיצור פתיחות אצל הלקוח, אשר תהפוך את המשך תהליך המכירה לנינוח וקל הרבה יותר.

ב. קצב דיבור

40% מההתקשורת הלא-מילולית מבוססת על טון הדיבור. כדאי שהקצב יהיה ברור, ושהדיבור

הכימיה נמצאת בפעולה מתמדת (או שלא עובדת!), החל מרגע המפגש הראשון ועד הסיום המוצלח של העסקה בסופה של דרך מפותלת. ה'כימיה' היא הדבק שעוזר לעבור דרך ההתלבטויות, הקשיים, הספקות או הפחד בתהליך המורכב של סגירת עסקה בנוגע לנכס. ה'כימיה' היא כמובן, מרכיב עלום. אך מחקרים מוכיחים (וחישבו על עצמכם בבואכם לרכוש מוצר מסוים), שהיא הגורם המשפיע ביותר בקבלת החלטות. כאשר באים לבדוק מה הם המרכיבים של "הכימיה" הזאת, בין אם בזוגיות, מכירות, חינוך, נישור או פוליטיקה, מגלים שמדובר במרכיבים זהים, בלי קשר לתחום העיסוק או סוג הקשר.

מה יוצר קשר ואמון

במפגש פנים אל פנים ישנם שני מרכיבי תקשורת אשר יוצרים (או לא יוצרים) כימיה: המרכיב האחד הוא המסר המילולי שאנחנו מעבירים ("שלום, נעים מאוד, שב בבקשה ואספר לך עלינו ועל השרות שלנו"). על חלק זה נוטים, בטעות, לשים דגש רב מדי ואולי, אפילו, מתמקדים רק בו. אולם חלק זה מהווה רק שבעה אחוזים מן האפקטיביות של המסר אותו אנו מעבירים. אני מדגיש: רק 7% !!! תשעים ושלושה אחוזים מן האפקטיביות של המפגש הבין-אישי נמצאים במרכיב השני, הלא מודע של התקשורת, זו הלא-מילולית, הידועה גם כשפת הגוף. אני חוזר ומדגיש: 93% !!! לצערנו, רק לעתים נדירות אנחנו מודעים לחלק הלא-מילולי של האופן בו אנחנו מציגים את עצמנו, את המוצר או השרות שלנו, חלק המהווה נדבך חשוב כל כך מן ההחלטה אליה יגיע בסופו של דבר הלקוח שלנו.

חשיבותו הגדולה של הרושם הראשוני

באופן לא מודע, חלון ההזדמנויות שאנחנו מקבלים ונותנים זה לזה נמשך בין 10 שניות ועד לדקה אחת. זהו משך הזמן שמישהו מוכן

להיות סוכן ואיש נדל"ן פירושו: להיות איש מכירות, להיות מומחה במשא ומתן, להיות מגשר, להיות גם קצת עורך דין, להיות פסיכולוג וזהו רק תחילת הרשימה. כל אלה כמובן באדם אחד! אך למעשה, יש למתווך צורך ביכולת בסיסית אחת, העלומה מכולן, המרכזת בתוכה את כל יתר התפקידים שעליו לגלם. עליו להיות מומחה בתקשורת בין אישית! תקשורת אנושית הינה מיומנות הכרחית, כמו תוכנת יסוד בסיסית שבלעדיה לא ניתן יהיה להפעיל את המחשב. עם זאת מעטים ניחנו בתכונה זו באופן טבעי. גם מי שיש לו מושג בסיסי, מתקשה לעיתים להבין את כוחה של תקשורת זו. הבשורה הטובה היא שניתן ללמוד את עקרונות התקשורת הבין אישית ולהפעיל יכולת זו גם אצל אלה שלוקים בחוסר, ולפתח אותה לרמה טובה ואיכותית.

מיומנות התקשורת הבין-אישית היא אשר עושה את ההבדל בין איש נדל"ן טוב לאיש נדל"ן מצויין, והיא שעושה את ההבדל בין סוכן נדל"ן שעובד הרבה לבין סוכן נדל"ן שסוגר עסקאות. עיקרה של התקשורת הבין אישית נעוצה ב'כימיה' המתפתחת בין הלקוח לנותן השרות.

יהיה מתון ומבהיר עובדות. אם יש צורך לבנייה של חזון - אזי קצב הדיבור הופך להיות מהיר במקצת, אבל לא להגזים. דיבור מהיר שדוחק לסגירה מעורר חשד, על פי רוב מוצדק, של כיסוי על עובדות מעורפלות והסחת דעת. שיטה יעילה לתקשורת טובה היא לשקף את קצב הדיבור של הלקוח.

רוצים להתמקצע? הקליטו את עצמכם מדברים ואחר כך הקשיבו איך נשמע קולכם באוזני הלקוח. האם הוא מהוסס? האם הוא ברור או מטושטש? יציב או מקרטע?

ג. תנוחת הגוף

שפת גוף של ביטחון מקרינה את עצמה דרך יציבות. תנועות רבות מדי, נפנוף ידיים ומעבר מרגל לרגל מייצרים תחושה של חוסר יציבות. שפת הגוף המומלצת של מרכז הגוף היא עמידה יציבה במרחק מהלקוח שאינו פולשני (מעל 60 ס"מ לפחות, אך לא יותר ממטר וחצי). כאשר שני גברים מדברים, חשוב מאוד לא לדבר חזיתית, כיוון שהדבר יכול לעורר תחושה של איום. החזיתיות מיועדת רק כאשר מנסים ללבן דברים. כדאי לפתוח זווית קלה ביניכם ובין הלקוח, כך ששניכם תחושו בנוח.

ד. קשר עין

כ 80% מזמן השיחה אנשים נוטים להתמקד בפניו של האיש שממול. 80% מהזמן הזה מיועדים למבט בעיניים ובשפתיים. העיניים משדרות ומעבירות מידע רב. ההמלצה היא ללמוד לפתח שפת גוף של הקשבה, אשר בה מביטים בעיניים ומהנהנים בזמן הנכון, כך שניתנת לאדם השני תחושה של הקשבה מלאה ואמפטיה. כדאי להמנע מלהתפרץ ולחתוך באמצע דברים, אלא אם כן זה ממש נדרש. כאשר אתם מדברים חשוב להביט בעיניים, אבל להסיטן כל 15-20 שניות הצידה או למעלה, ואז לחזור ולהביט שוב. הסיבה לכך היא שבתוכנו קיים מנגנון בלתי נשלט המרגיש מותקף ממבטים ארוכים מדי. הדבר עלול לעורר את המערכת הסימפטטית, להזרים אדרנלין ולייצר תוקפנות נגדית. הסתת המבט מדי פעם, או מיקוד האדם בגורם אחר כמו נייר, נוף, תוכניות, מאפשרים

התחלה מחודשת של שעון העצר.

ה. כפות ידיים

כפות ידיים סגורות = אדם סגור, כמו גם ידיים משולבות. הפיתרון הוא יד שמונחת על השולחן (במשרד) או "מדברת" בשעת הצגת הנושא. אם אתם נמצאים בשטח ואין לידכם שולחן, רצוי שתמצאו חבילת מסמכים אותה תחזיקו ביד אחת, וביד השניה "לדבר", כך שתיווצר תחושה של מקצועיות.

כדאי להיזהר מאצבע מצביעה. אצבע שלופה שכה אהובה על אקדוחנים ישראלים, מתפרשת ובצדק, כאיום בעולם המערבי.

ו. לחיצת היד

לסיום, גם אם הלקוח לא סגר דבר, ואולי אפילו נראה שלא ישוב ויפגוש אתכם יותר, עדיין נשארת דרך טובה להטביע בו חותם אחרון של איכפתיות ואמון: לחיצת היד.

לחיצת יד הינה סמל להכרה הדדית בין אנשים. העצבים שלנו זוכרים. כאשר תפגשו אדם שלחץ את ידכם לחיצה רכה ורפה - הגוף יזכור זאת ויבנה את הרושם בהתאם. לחיצת יד הינה כמו כרטיס ביקור לא מודע אשר מלווה את האדם לאחר סיום המפגש. לכן, בלי כל קשר לתוצאות המפגש, כדאי לתת לחיצה איתנה אשר מושהית בכשניה מעבר לזמן הרגיל. חלקיק הזמן הזה הינו מספיק כדי להעביר מסר של אדם שניתן לסמוך עליו ואשר יהווה משענת בטוחה, ועדיין לא ארוך מדי כדי לתת תחושה של הצקה. סוג כזה של לחיצות יד מחייב אימון הדרגתי, אך ההשקעה בהחלט משתלמת.

לסיכום

93% של האפקטיביות בתקשורת הבין-אישית מושגת על ידי שימוש נכון בשפת הגוף, תנועות, טון הדיבור ועוד. מצד אחד כלים אלה הינם קלים להבנה ומעניינים, אבל יש צורך בהגברת מודעות כדי לשפר אותם. שיטה אחת היא להתאמן עם מומחה בתחום, שיעבוד אתכם על שינוי דפוסים ובנייה של תקשורת איכותית לאורך זמן. שיטה שניה היא להסתכל על הטובים שבתחום ולא להתבייש לחקות אותם. רק זיכרו, אם כבר מחקים - עשו זאת בסגנון שלכם, ולא בסגנון שלהם! והכי חשוב, כמובן, בהצלחה בעסקותיכם!

רמי צור, מנהל חברת כישורים, מומחה בארץ ובעולם לשפת הגוף ותקשורת בין אישית.



Shutterstock.com



בחינת התיווך התקיימה השבוע לראשונה במתכונתה החדשה, שכללה הרחבה משמעותית של חומר הלימוד (ראו גם כתבה בנושא זה של **רועי יהלום**). עפ"י הדיווחים מס' הנרשמים לבחינה היה קטן בהרבה, בהשוואה לבחינות הקודמות. האם כבר החלה הסלקציה המדוברת? בהצלחה לבעלי הרשיון החדשים!

בחוה"מ פסח התקיימה בגעש ה"נדלניאדה"- יריד הדירות של מרכז הבנייה. לדברי **ערן רולס** מהמרכז, ביריד ביקרו כ-11,000 איש, ובמהלך היריד נמכרו כ-100 דירות. חברות הבנייה הציגו למבקרים הנחות משמעותיות בטווחים של 30,000 - 200,000 ש"ח, ביותר מ-60 פרויקטים שונים.

בחודשים האחרונים צמחה והתפתחה לה, אט אט בלי לעורר יותר מדי רעש, קהילת המתווכים המקצועית הראשונה בפייסבוק. בניהולו של **מיכאל יורובסקי**, מרכז לימודי הנדל"ן במערך לימודי המשך באוני' הפתוחה. בקהילה שנקראת Nadlanist מתקיים פורום פעיל של אושיות בענף התיווך והנדל"ן כמו בני לובל, יוחנן אס, יוסי בן חיים ועוד, הדנים בנושאים על

סדר היום, ובקישורים אקטואליים לענף, מהארץ והעולם.

הצעת החוק להקמת ועדת משמעת למתווכים נמצאת בשלבים סופיים של דיונים בועדת הכלכלה של הכנסת. כפי שנראה, בעוד דיון אחד תסיים הועדה את המלצותיה וההצעה תועבר להצבעה בכנסת, כך שהצעת החוק תיכנס לתוקף כבר בקרוב. מטרת הועדה, עפ"י התומכים בהקמתה, היא להסדיר את תחום התיווך ולשפר את תדמיתו של המתווך בעיני הציבור הישראלי.

יוסי בן חיים, סגן יו"ר לשכת המתווכים בירושלים: "בניגוד למה שניתן לחשוב, מדובר בצעד מאוד חשוב לענף התיווך. ועדת המשמעת תסייע לנו, המתווכים, להיפטר מהחאפרים בענף, ממתווכים שפוגעים בתדמית ובמקצוע באופן שיטתי, ותאפשר לייצר תפיסת ערך גבוהה יותר למתווך הישראלי, שסובל מתדמית נמוכה גם בשל בעיות אתיות. זהו אינטרס ראשון במעלה עבור כל מתווך שמתכנן קריירה בתחום לטווח הארוך."

לעו"ד אבנר פרדימן, מנכ"ל מכללת נדלניז, יש השגות: "למרות שאני מסכים לגבי

הצורך בועדת משמעת, בהקמת הועדה יש טעות בסיסית, מכיוון שהיא תדון רק כנגד מתווכים בעלי רשיון תיווך. אדם שאינו בעל רשיון תיווך ועובד במשרד תיווך תחת הגדרת "תפקיד מנהלתי", חוק המתווכים לא חל עליו, כמו גם ועדת המשמעת שתקום. יוצא אפוא שלאותו אחד אין כל מחויבות למקצוע והוא זה הגורם את הנזק לענף."

החודש התכנסו משרדי התיווך העצמאיים בהרצליה, בהשתתפות חבר הכנסת **יריב לוין**. על הפרק - הקמת איגוד מקצועי למתווכי הרצליה ובניית מערכת לשיתוף נכסים בין המתווכים, כדוגמת שיר"ן בירושלים.

אבי חיון ושי שטרן, זכייני רי/מקס פלוס בבאר-שבע, הוכרזו בתחילת החודש כזכייני השנה של הרשת העולמית לשנת 2011 (מחוץ לצפון אמריקה). בכנס הבינלאומי שהתקיים בלאס וגאס, ארה"ב, זכו השניים בהוקרה על מס' העסקאות ומס' הסוכנים במשרד. שאפו!

יש לכם משהו לספר לנו? ניתן לשלוח הודעות ולוונטיות לענף התיווך לתיבת המייל שלנו:
info@dhh.co.il

הצטרפו כרשימת התפוצה שלנו

דף הבית

הירחון המקצועי לסוכן הנדל"ן

בואו לדבר איתנו בפייסבוק

על הקיר

תגובות
עידכונים
הערות
הצעות

קבלו אשר אשר עקרוני מבוקר לשכונתאח
לש פנוי עד הסמח
מחזור משכונתאח
הרצליה גשר

א.ה. יעוץ נדל"ן
ТОРОВАЯ ПОРЯДКА

עובדים בכל הארץ

דוברי רוסיה
052-4328436
052-6448201

איהור
טטיאנה

טלפונים במשרד:
03-9342223 03-9342220

אמיגו
תיקונים

תיקון והתקנת מזגנים
תיקון מוצרי חשמל
צביעת דירות

אדי גונזלס
050-9170182

קחו את עצמכם ברגליים
ישי שפי
רפלקסולוג מומחה ומטפל הוליטי

מרפא באמצעות טיפולים נקודתיים ומערכתיים
כאבים ובעיות תפקוד פנימיות
חנך שימוש ברפלקסולוגיה, ארומתרפיה,
אקופונורה, רייקי אבנים חמות סו גוק ועוד

קליניקה בהוד השרון ובגבעתיים
09-7425165 052-5690913





איתי הל-אור הדרכת משרדי תיווך

- קיצור הדרך להצלחה ● שיפור הביצועים והתוצאות ● טיפול אפקטיבי בהתנגדויות
- הגדלת מאגר הלקוחות ● יצירת שיטות עבודה מנצחות

איתי הל-אור, מרצה בבתי ספר להכשרת סוכני נדל"ן, יועץ ארגוני ומאמן במשרדים פרטיים וברשתות, בוגר מכללת גומא למאמנים, בעל תואר ראשון בפסיכולוגיה, בעבר מנהל הדרכה וייעוץ ברשת אנגלו סכסון.

לפידוט מערך הסדנאות- היכנסו לאתר:

www.nadlan-coach.com

050-8170180



לכבוד הקיץ שהגיע...



אסנת גואטה | 050-3257785 | blackosnat@gmail.com

הרבה
עיצוב גרפי ואוכל



רילטי אקזקיוטיב
רשת בינלאומית לשיווק ויזמות נדל"ן

זיכיון להצלחה!

רילטי אקזקיוטיב מזמינה אותך לפתוח עסק עצמאי
משלך כזכיון של רשת בינלאומית.

הצטרף אל אלפי זכיינים מצליחים ב- 28 מדינות ברחבי
העולם ובארץ ובוא להקים עסק משלך, תוך שאתה נהנה
מבסיס מקצועי ותמיכה מרשת הנדל"ן המקצועית בעולם.



טל. 1-700-702-722 | www.rexe.co.il