

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI



MEGEP

(MESLEKÎ EĞİTİM VE ÖĞRETİM SİSTEMİNİN
GÜÇLENDİRİLMESİ PROJESİ)

PAZARLAMA VE PERAKENDE

SATILIK EMLAK

ANKARA 2007

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından geliştirilen modüller;

- Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığının 02.06.2006 tarih ve 269 sayılı Kararı ile onaylanan, Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında kademeli olarak yaygınlaştırılan 42 alan ve 192 dala ait çerçeve öğretim programlarında amaçlanan mesleki yeterlikleri kazandırmaya yönelik geliştirilmiş öğretim materyalleridir (Ders Notlarıdır).
- Modüller, bireylere mesleki yeterlik kazandırmak ve bireysel öğrenmeye rehberlik etmek amacıyla öğrenme materyali olarak hazırlanmış, denenmek ve geliştirilmek üzere Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında uygulanmaya başlanmıştır.
- Modüller teknolojik gelişmelere paralel olarak, amaçlanan yeterliği kazandırmak koşulu ile eğitim öğretim sırasında geliştirilebilir ve yapılması önerilen değişiklikler Bakanlıkta ilgili birime bildirilir.
- Örgün ve yaygın eğitim kurumları, işletmeler ve kendi kendine mesleki yeterlik kazanmak isteyen bireyler modüllere internet üzerinden ulaşabilirler.
- Basılmış modüller, eğitim kurumlarında öğrencilere ücretsiz olarak dağıtılır.
- Modüller hiçbir şekilde ticari amaçla kullanılamaz ve ücret karşılığında satılamaz.

İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR	iii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1	3
1. SATILIK EMLAK PORTFÖYÜNÜ(LİSTESİNİ) OLUŞTURMA	3
1.1. Portföy Oluşturma Yöntemi.....	3
1.1.1 Anlaşmalı Portföy(Listeleme) Yöntemi	4
1.1.2. Yarı Anlaşmalı Portföy Yöntemi	5
1.1.3. Anlaşmasız Portföy Yöntemi	5
1.2. Portföy Oluşturma Teknikleri	5
1.2.1. Evini Satmak İsteyen Emlak Sahibinden Portföy Oluşturma	6
1.2.2. Sahibinden Satılık Yöntemi İle Emlakini Satanlarla Görüşerek Portföy Oluşturma.....	7
1.2.3. Kapı Kapı Dolaşarak Portföy Oluşturma	14
1.2.4. İnternette Portföy Oluşturma.....	16
1.2.5 Diğer Emlak Komisyoncuları İle Birlikte Portföy Oluşturma	16
1.3. Emlak Kayıt Defteri	16
UYGULAMA FAALİYETİ	17
ÖĞRENME FAALİYETİ-2	20
2. SATILIK EMLAKİ PAZARLAMA	20
2.1. Emlakta Pazarlama.....	20
2.1.1 Pazarlama Kavramının Temel Unsurları.....	21
2.1.2. Pazarlama Yönetimi	21
2.1.3. Pazarlama Çevresi Faktörleri	21
2.1.4. Müşteri Pazarı ve Müşteri Davranışları	22
2.1.5. Müşterinin Davranışını Etkileyen Belli Başlı Faktörler.....	22
2.1.6. Müşterinin Satın Alma Karar Davranışı ve Süreci.....	22
2.1.7. Pazar Bölümlendirmesi	23
2.1.8. İnternette Pazarlama.....	23
2.1.9. Kampanya Yapma	24
2.2. Satılık Emlakta Reklam	24
2.2.1 Satılık Emlak Reklam Türleri	25
UYGULAMA FAALİYETİ	34
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	35
ÖĞRENME FAALİYETİ-3	37
3. EMLAK SATIMINI GERÇEKLEŞTİRMEK	37
3.1. Alıcıyla Görüşme	37
3.2. Gezdirme Planının Tasarlanması	37
3.3. Emlakin Gösterilmesi.....	38
3.3.1 Yer Gezdirmede Altın Kurallar.....	40
3.4. Anlaşma	40
3.4.1. Anlaşma Alanları	40
3.4.2. Anlaşma Teknikleri	43
3.4.3 Anlaşma Anayasaları.....	44
3.4.4 Alım/Satım Teklifi	44
3.4.5. Cayma(Pey) Akçesi (kapora)	45

3.5. Satış.....	46
3.5.1. Satış Sonuçlandırma.....	46
3.5.2 Satış İşlemleri.....	52
3.5.3. Arsa-Arazi Alım Satım İşlemleri	56
3.5.4. Devre Mülk Alım Satım İşlemleri.....	56
3.5.5. Kooperatif Hissesi Alım Satım İşlemleri	56
3.6. Kesin Ödeme Nasıl Sağlanır?	57
3.7. Tapu İşlemlerini Gerçekleştirmek.....	58
3.8. Tapu Devri Sağlandığında Firmanın Pazarlama Hizmeti Tamamlanmış Mıdır?.....	59
UYGULAMA FAALİYETİ	60
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	61
MODÜL DEĞERLENDİRME	63
CEVAP ANAHTARLARI.....	66
ÖNERİLEN KAYNAKLAR.....	68
KAYNAKÇA.....	69

AÇIKLAMALAR

KOD	342
ALAN	Pazarlama ve Perakende
DAL/MESLEK	Emlak Komisyonculuğu
MODÜLÜN ADI	Satılık Emlak
MODÜLÜN TANIMI	Emlak satış işlemleri ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırıldığı öğrenme materyalidir.
SÜRE	40/32
ÖN KOŞUL	
YETERLİK	Satılık emlak işlemlerini gerçekleştirmek
MODÜLÜN AMACI	Genel Amaç Emlak satışı ile ilgili işlemleri gerçekleştirebileceksiniz. Amaçlar 1. Satılık emlak portföyünü oluşturmak. 2. Satılık emlaki pazarlamak. 3. Emlak satış işlemlerini gerçekleştirmek.
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Ortam: sınıf, tapu sicil müdürlüğü Donanım: form belgeler, bilgisayar, bilgisayar masası, sarf malzemeleri, yazıcı, projeksiyon, tepegöz
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Modülün içinde yer alan her faaliyetten sonra, verilen ölçme araçları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek kendi kendinizi değerlendireceksiniz. Öğretmeniniz modül sonunda size ölçme aracı uygulayarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek değerlendirecektir.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenciler,

Ülkemizde emlak alanındaki kurallar ve meslekî standartlar yasalarla düzenlenmiştir. Ülkemizde emlak komisyonculuğu ile ilgili yasal düzenlemelerin yapılması, yeni kanunların yürürlüğe girmesiyle alandaki mesleklerin saygınlığı giderek artmıştır.

İleride popüler mesleklerden biri olacak olan emlak komisyonculuğunda elinizdeki modül ile daha başarılı olacaksınız. Alacağınız emlak komisyonculuğu sertifikası ile meslektaşlarınızın yanında farkınızı yansıtabileceksiniz.

İki yıllık meslek yüksek okuluna geçiş yapabilecek ya da dört yıllık fakülte için avantaj sağlayacaksınız. İleride düşünülen emlak müşavirliği için şimdiden adım atmış olacaksınız.

Ortalama emlak komisyoncusunun 5 ile 10 arası satılık anahtarı vardır ve bunların % 90'ı anlaşmasızdır ya da anlaşmaları bitmek üzeredir. Ayda bir satış yaparak geçinebilen bir emlak komisyoncusu için, zaten kendi bildiğinden daha fazlasını da bilmeye gerek yoktur. Hizmette, kendi vasat standardını yakalamıştır.

Eğitilmiş emlak komisyoncusu, ilişkide yönlendiren taraftır. Eğitilmiş emlak komisyoncusu işleri sonunda değil başında (daha da öncesinde) kazanmayı bilen kişilerdir. Şampiyonlar “savaşmadan kazanmasını” öğrenmişlerdir.

Elinizdeki modül ile alanımızda kullanılan emlak komisyonculuğunda satış işlemleri ile ilgili terimler, tanımlar, kısaltmalar, belgeler ve formlar size sunulmaktadır.

Bu sayede okul uygulamalarında, beceri eğitimlerinizde ve sonraki meslek hayatınızda ihtiyaç duyacağınız kavramlar, belgeler ve işlemleri tanıyacaksınız.

Bu konudaki mesleki bilgileri kazandığınız takdirde emlak komisyonculuğunda emlak satışı ile ilgili işlemleri kolay ve hızlı bir şekilde yapabileceksiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-1

AMAÇ

Satılık emlak portföyünü oluşturabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

Bu faaliyet öncesinde yapmanız gereken öncelikli araştırmalar şunlardır:

- Bir emlak komisyoncusuna giderek satılık emlak portföyünü nasıl oluşturduğunu öğreniniz.
- İnternette portföyün nasıl oluşturulduğunu araştırınız.
- Portföy oluşturma teknikleri nelerdir? Araştırınız.

Yaptığınız araştırmaları sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

1. SATILIK EMLAK PORTFÖYÜNÜ(LİSTESİNİ) OLUŞTURMA

Emlak kiralama modülünde emlak araştırma teknikleri ve emlak sahibi ile sözleşme yapmak hakkında detaylı bilgiler verilmişti. Bu bölümde bunlara ek olarak portföy oluşturma farklı bir şekilde incelenerek anlatılacaktır.

İyi bir emlak komisyoncusu olabilmek ve mesleği devam ettirebilmek için portföyün nasıl, hangi yöntem ve teknikle oluşturulduğunun iyi bilinmesi gerekmektedir.

1.1. Portföy Oluşturma Yöntemi

Kırtasiyeye kalem almak için giden müşteri, kalem reyonuna geldiğinde aradığı bütün marka kalemleri bir arada bulabilir ve bir tanesini alır. Emlak komisyoncusunun başarılı olması için, müşteri geldiği zaman, emlak portföyün içerisinde bulabilmelidir. Listeleme arttıkça, müşteri sayısı da onunla orantılı olarak artar.

Emlak komisyoncusu, portföy oluştururken aşağıdaki maddelere dikkat etmelidir:

- Müşterinin portföyünü vermesi, sizi sevmesi ve güvenmesi ile olur. Bunu sağlamak için de sizden gerekli bilgileri anında alması ve kendinizi işinize adanmış bilmesi ve korkularını sizinle yenmesi gerekir.
- Emlak sahibini kazanmak istiyorsanız onu sürekli olarak bilgilendiriniz. Eğer doğru bir şekilde; listeler, pazarlar, satışını gerçekleştirirseniz, başarınız garanti edilmiştir.
- Listelerken işi baştan kazanın ve işlem yapılabilecek en iyi fiyattan portföyünüze emlakı katınız.

- Mutlaka CV'nizi (öz geçmişinizi) veriniz.
- Müşterinizin adresine gidip işinizi hallediniz. Her alınan portföy bir satış anlamına gelir.
- Fiyatlandırma yöntemlerini öğreniniz.

Üç tür portföy yöntemi vardır:

- Anlaşmalı portföy yöntemi
- Yarı anlaşmalı portföy yöntemi
- Anlaşmasız portföy yöntemi

1.1.1 Anlaşmalı Portföy(Listeleme) Yöntemi

Bu anlaşmalı portföydür(listelemedir). Burada evi sadece anlaşma yapan emlak komisyoncusu satar. Anahtar ofiste durur ve emlak sahibi satarsa komisyon öder.

Anlaşmalı portföyün yararları şöyledir:

- Gerçekten satmak isteyen emlak sahipleri ile muhatap olunur.
- Kendinizi güvence altına alırsınız.
- Alınan portföyle, her gün kendinizin satışını yapmış olursunuz.
- Diğer emlak komisyoncularıyla rahat paylaşım girersiniz.
- Ciddi olmayanları elersiniz.
- Emlak sahibinin korkularına hitap edersiniz.
- Hilekârlığın önüne geçersiniz.
- Komisyon almak kolaylaşır.
- Emlak sahibinden alınan komisyon ile toplam ciro artar.
- İlan vermek kolaylaşır.
- Yer tarifi kolaylaşır.

Portföy oluştururken emlak sahibinden gelebilecek sorular ve bunlara verilebilecek cevaplar şöyledir:

- **Emlakım kayıtsız şartsız listenizde kalmak zorunda mı?** (Ya da anlaşma iptal edilebilir mi?).Ajanda hizmetlerinden memnun olmadığınız takdirde, anlaşmayı tek taraflı olarak fes etme hakkına sahip olmanızı sağlayan yazılı garantiniz olacak.
- **Broşürünüzü görebilir miyim?** Ofisimizin ihtiyaçlarınıza cevap verecek uzun dönemli (fonksiyonları) faaliyetleri gösteren broşürü vardır.
- **Başka hangi garantileri sunabiliyorsunuz?** Ofisimiz, hizmetlerindeki öge ve işlevleri anlatan altı adet hizmet garantisi sunmaktadır.
- **Emlakımla ilgili nasıl bir broşür oluşturacaksınız? Bir broşür görebilir miyim?** Ofisimiz, emlakınızın bütün ince (ayrıntılı) özelliklerini ve arsa detaylarını gösteren sıra dışı kalitede bir broşür hazırlayacaktır.
- **Çağrularına (telefonla aramalarımda) 60 dakika içerisinde döneceğinizi nasıl garanti edersiniz?** Ofisimiz, çağrularınıza 60 dakika içerisinde dönecektir, aksi takdirde her mağduriyetinizde alacağımız komisyondan 50 YTL düşeceğiz.

- **Bölgeme ve çevreme ne kadar aşinasınız?** Ofisimiz, (.....) yıllık menkul danışmanlık sektöründeki faaliyetlerinin % 80'ini aşına olduğu (.....örneğin Fenerbahçe-Kadıköy) bölgelerinde gerçekleştirmiştir.
- **Listeleme ve devir esasında benimle sürekli irtibatı sağlayacak halihazırda hangi sistemleriniz mevcuttur?** Listeleme esnasında düzenli (tel) konuşmalarını sıraya sokan ve randevuları düzenleyen sekreterlerimiz var.
- **Emlakımı görenlerle ilgili bana bilgi verecek misiniz?** Ofisimiz, sizi bilgilendirecektir. Emlakınızı en kaliteli, alım gücü en yüksek ve alma eğilimli müşterilere göstermesi, en önemli aktivitedir.
- **Çevremdeki satılık ve satılmış menkullere ne derece aşinasınız?** Bölge ve çevrenizde ofisimiz yeni listeleme ve satışlardan haberdar olmak maksadıyla açık toplantılara iştirak etmektedir.
- **İşletme misyonunuzu yazılı olarak görebilir miyim?** Firmanın misyonu; “Alım ve Satımlarınızda; işimiz, profesyonel menkul danışmanlığı olarak bütçenize uygun konforlu, güvenli bir ev bulmaktır. Bunu yapmak için; kendiniz ve aileniz için en iyi kararı vermenizi sağlayacak ihtiyacınız olan bilgileri size sunmalıyız. Hizmetteki gayemiz bütün araçları kullanarak başarıya ulaşip sizin günümüz menkul piyasasında maksimum sonuca ulaşmanızı sağlamaktır. Bizi her zaman profesyonel, üretken ve duyarlı olarak göreceksiniz”.
- **Bana başka bir emlak komisyoncusu yerine sizi tercih etmem için sebep gösterebilir misiniz?** Bizimle çalışmayı seçerek doğru karar verdiğinizde emin olabilirsiniz; memnun olmadığınız takdirde, istediğiniz zaman anlaşmayı fesh edebilirsiniz. Bu garantiyi size sunan herhangi başka bir emlak komisyoncusu biliyor musunuz?

1.1.2. Yarı Anlaşmalı Portföy Yöntemi

Emlak ofisinin ve emlak sahibinin satabildiği portföydür. Bu çalışma şeklinde emlak sahibi de pazarlayabilir. Anahtarları bir başka emlak firmasına vermez. Kendisi ilan verebilir. Komisyon anlaşmalı portföy olup; emlak sahibi ile ödenecek komisyon üzerinde anlaşma yapılır.

1.1.3. Anlaşmasız Portföy Yöntemi

- Anlaşmasız portföyde evi herkes satabilir.
- Bu çalışma şeklinde emlak sahibi anahtarları başka emlak firmalarına verebilir.
- Kendisi pazarlayabilir.
- Firma aktif olarak daireye müşteri götürmez, emlak sahibi bilgilendirmez ve firmanın verdiği hizmetlerin sadece kontrat yapımı aşamasından yararlanabilir.
- Firma daire ile ilgili herhangi bir pazarlama çalışması yapmaz.
- Emlak sahiplerine ihtiyacınız var; ancak bu ihtiyacın çok fazla olduğunu belirtmek, sizi güçsüz konuma getirebilir.

1.2. Portföy Oluşturma Teknikleri

Portföy oluşturma teknikleri üç şekilde olabilir:

- Evini satmak isteyen emlak sahibinden portföy oluşturma

- Sahibinden satılık yöntemi ile emlakini satanlarla görüşerek portföy oluşturma
- Kapı kapı dolaşarak portföy oluşturma

1.2.1. Evini Satmak İsteyen Emlak Sahibinden Portföy Oluşturma

Emlak sahibi için kendi emlakı hep en güzel emlak, kendi fiyatı yüksekte olsa da en iyi fiyat kendi fiyatıdır. Emlak komisyoncusuna verdiği zaman, fiyatı % 6 yükselttiğini düşünür zaten satış işini kendisi de yapabilir.

Normalde roller bu şekilde oynamakta ve kimse bunu değiştirmek istememektedir. Durumun bundan daha farklı olabileceğine kimse inanmaz. Sadece “eğitimli emlak komisyoncuları” bir şeyleri değiştirebileceklerini bilirler ve etrafındakilerden farklı şeyler yaparlar.

Emlak komisyoncusu portföyünü oluştururken:

- Emlak sahibinden asistanı vasıtası ile randevu alır.
- Randevusuna zamanında gider, giyimi ve donatımı iyi hazırlanmıştır. Emlak sahibi ile güler yüzle tanışır.
- Resimli kartını verir.
- Mal sahibini konuşturur, bilgi alır ve bilgileri ajandasına not eder.
- Emlakın bütün ölçülerini yanındaki metresi ile alır.
- Emlak sahibi, emlak komisyoncusuna emlakın ne kadar edeceğini sorar.
- Eğitimli emlak komisyoncusu “ekspertiz raporunu” bırakmak için randevu ayarlar ve notunu alır.
- Emlak sahibi anlaşma yapmak istemez. Eğitimli emlak komisyoncusu bunu doğal karşılar.
- Eğitimli emlak komisyoncusu ofise gelince emlak sahibini “arz defteri”ne işler.
- “Ekspertiz raporunu” hazırlar. Emlakin satılabilir fiyatını belirler.
- Randevusunu asistanına teyit ettirir. Zamanında randevusunda olur.
- Emlak sahibine önerdiği fiyatı bir kâğıtta verir.
- Emlak sahibi bu fiyatta eğitimli emlak komisyoncusu ile çalışmak istemez. Her hayır bir adım daha güçlendirmektedir.
- 5 gün içinde üçüncü ziyaretinde emlak sahibi ile bir daha görüşür.
- Emlak komisyoncusu emlak sahibinden telefon alır. Anlaşmak isteğini belirtir ancak bir aydan fazla bağlanmak istemez. Emlak komisyoncusu çok nazik bir şekilde emlak sahibini reddeder. Emlak komisyoncusu hazırlıklıdır durumuna atlamaz.
- Emlak komisyoncusu dördüncü görüşmesinde emlak sahibine “Süresiz/sürelili emlak satış sözleşmesini” verir.
- Emlak sahibi gerçekten fiyatta ve satışta sıkışmıştır, eğitimli emlak komisyoncusu dışındaki alternatifleri düşünür. Bir emlak ofisine gider ya da telefon açar emlak ofisinde ona bütün bildiği yalanlar söylenir. Onu kandırabilecek kişilere gitmek istemez ve kendini eğitimli emlak komisyoncusuna emanet eder.
- Eğitimli emlak komisyoncusu anlaşmalı portföyü altı ay ile bir yıl arasında yapar. Emlak komisyoncusu emlak sahibine emlakın en kısa sürede, en iyi fiyata satar ve ömür boyu müşteri kazanır.

- Müşteri ömrü boyunca posta bankasına girdiği için senede ortalama bir referans gönderir.

EXPERTİZ RAPORU SATILIK DAİRELER İÇİN		
İLİ: MERSİN	İLÇESİ: YENİŞEHİR	SEMTİ: PİRİREİS
SATILILACAK EMLAKIN AÇIK ADRESİ VE YERİN TARİFİ		
PRİREİS MH. 1117 SK HANİMELİ APT NO:10 KAT:6, YENİŞEHİR, MERSİN EMLAKIN YANINDA FENERUM MAĞAZASI VAR.		
GEREKİRSE ARKA SAHİFEYE KROKİ ÇİZİLECEK:		
MALSAHİBİNİN ADI SOYADI: YUNUS ÖKTEMER		
MESLEĞİ: ÖĞRETMEN		
AÇIK ADRESİ: DİLEK SABANCI CAD. NO:9 K.BAKKALKÖY/İSTANBUL		
TELEFONLARI: 0-216 572 69 48 /CEP: 0505 190 70 06		
DAİRENİN ÖZELLİKLERİ:		
FİYATI: 80.000 YTL		
CİNSİ: DAİRE		YAPILDIĞI TARİH: 2002
SİTE ADI:.....		BLOK SAYISI:.....
BİNA KAÇ KATLI: 8		KAÇ DAİRELİ: 16
KAÇINCI KATTA: 5		MANZARASI:.....
DIŞ CEPHESİ:.....		YÖN CEPHESİ:.....
M2'Sİ: 100 ODA: 2 SALON: 1		
ISITMA SİSTEMİ: (Sobalı, Doğalgazlı, Merkezi sistem): KOMBİLİ		
İSKANI VARMI: EVET AİDATI VARMI? EVET (30 YTL)		
TAPU KAYDI (Mirasçılı, Kendisine Ait): EVET TAPUDA ŞERH VARMI- (Haciz-İpotek) YOK		
BOŞ DAİRE: X KENDİSİ OTURUYOR: KİRACILI:		
İÇ DEKARASYON BOYA-VS.: SATEN BOYA,		
ISLAK ZEMİNLER :.....		KURU ZEMİNLER: PARKE
ASÖNSÖR VARMI :İKİ ADET ASANSÖR VAR		
NE MAKSATLA KULLANILABİLİR : MESKEN(EV) EV İSVERİ LOFİS.		
EXPERİN GÖRÜŞÜ: ÇEVRESİNDE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ VAR, OYUN PARKI VAR, İKİ ASANSÖR OLUŞU EVİN GÜNEY TARAFTA OLMASI BU EVİN 75.000 – 85.000 YTL DEĞERİNDE OLDUĞU TEPİT EDİLMİŞTİR.		
EXPER ADI: FATİH ÖZLER		EXPERTİZ TARİHİ: 04/10//2007
Bu belgeye tapu fotokopisi+nüfus cüzdanı ekleyiniz		
		04/10//2007 İMZA

Form 1.1: Expertiz raporu

1.2.2. Sahibinden Satılık Yöntemi İle Emlakini Satanlarla Görüşerek Portföy Oluşturma

Evini kendisi satanlara, sahibinden satılıklar denir. Kendilerini şu nedenlerden dolayı motive ederler:

- Ben bu işi yaparım düşüncesi. Emlak satmanın peynir ekmek yemek i olduğunu sanırlar.

- Piyasadaki emlak komisyoncularına güvenleri kalmamıştır.
- Piyasadaki emlak komisyoncularından hizmet almadıklarını düşünürler. Gerçekten de piyasadaki emlak komisyoncularından çoğu kez iyi hizmet alamazlar.
- Kimisi de komisyon ödemek istemez; onun için kendisi satmak ister.
- Vakti çoktur, başka işi yoktur.
- Çevre oluşturmak için yaparlar.

Sahibinden satılıkların karşılaştıkları problemler şunlardır:

- Boşu boşuna bir sürü insanla muhatap olurlar; kimi zaman da ilan verdikleri için pişman olurlar.
- İş nasıl yapmaları gerektiğini bilmedikleri için çok vakit kaybederler ve çok gereksiz masrafa girerler.
- Yeterince çok müşteri ile karşılaşmazlar. Çünkü yaptıkları sadece genelde gazeteye ilan vermektir.
- Kredi ve finansmanda danışmanlık alamazlar, bu gibi fikirlerden haberleri olmaz.
- 24 saat boyunca cep telefonuna ya da evdeki telefonlara hapsolurlar.

Emlak komisyoncusu ile çalışmanın avantajları şöyledir:

- Satıcının vakti kaybolmaz. Kendi işlerini aksatmadan pazarlama yapabilirler.
- Masraf riski yoktur ve çoğu zaman müşteri ile pazarlık etmeye gerek kalmaz. Onların yerine profesyoneller bütün işleri halleder.
- Yeni alıcı kitlelerine ulaşabilirler. Sadece gazete ilanları ile yeni alıcı kitlelerine ulaşmak zordur.
- Banka kredisi isteminden yararlanabilirler.
- 24 saat eve hapsolmezler. Kendi işleriyle uğraşmaya zaman ayırabilirler.
- Sahibinden satılıkları takip etmenin şu yararları olabilir:
- Evlerini satsalar dahi yeni satılan evlerin %12'si iki yıl içinde tekrar satılıyor.
- Ev başkasının portföyüne girmiş ise paylaşım yolu ile alıcı aranıyor.
- Miras kalırsa, mirasın %98'i satışla sonuçlanıyor.

1.2.2.1 Sahibinden Görüşme Aşamaları

Sahibinden görüşme aşamaları şöyledir:

- Arama- randevu
- Prezantasyon (sunum)
- Anlaşma

1.2.2.1.1 Arama – Randevu

Arama, randevu alma işleminin amacı emlak sahibinde etki bırakmaktır.

Örnek: Alo ZİYLAN Emlak satış takımı olarak arıyorum. Bilgisayar, sistem içinde 6 aylık evinizi buldu.



Dikkat: Müşteri ile her zaman dışarıda randevulaşması esastır. Ofisler randevu almak için kullanılır.

Esas amaç her zaman kendisine pazarlama hareket planını anlatmak için randevu almak:

“Merhaba ben’dan Erdem Şahin, emlak ofisi ile çalışmak ister misiniz?”

EVET	HAYIR	BELKİ
Size nasıl yardımcı olacağımızı göstermem 20 dakikanızı alacaktır. Akşam yedi ya da sekiz sizin ve eşinizle görüşmem için uygundur.	Eğer size en kısa zamanda en çok parayı en az zorlukla kazandırabilecek olsam benimle çalışır mıydınız?	Size nasıl yardımcı olacağımızı göstermem 20 dakikanızı alacaktır. Akşam yedi ya da sekiz sizin ve eşinizle görüşmem için uygundur.

1.2.2.1.2 Prezantasyon (sunum)

Emlakını satmak isteyen: YUNUS ÖKTEMER
Emlak komisyoncusu: CEMAL ZİYLAN’dır.

➤ Satıcı ile ilk kez karşılaştığınızda:

“İyi akşamlar Sayın **YUNUS ÖKTEMER**, Benim adım **CEMAL ZİYLAN** (Eve girin).

Emlak konusunda yaptığım araştırmayı ve bulgularımı sizinle paylaşmadan önce bana evinizi gezdirebilir misiniz? Mümkün olan en yüksek piyasa fiyatına ulaşabilmek için yapılan tüm yenilemeleri bana göstermeniz ve eve ait tüm bilgileri benimle paylaşmanızın önemli olduğunu düşünüyorum.”

➤ Konuşmayı sağlamlaştırmak için:

“Çantamı(veya paltomu asabilir miyim) yere bırakabilir miyim?” (Mutfak masasına doğru yönelin).

➤ Kendinizi ve firmanızı tanıtan belgeleri mutfak masasına koyarken:

“Sayın Bay ve Bayan **ÖKTEMER** başlamadan önce, birçok insanın emlak firmaları ve satış elemanlarının aynı olduğuna inandıklarını belirtmek gerek. Bir firma veya temsilcisine danışarak bir karar vermeden önce, firmamız sizin lehinize çalışacaktır. Firmamızla gurur duyuyor ve size sunacağı yararları göstermek istiyorum.”

➤ Bulgularınızı sergileyiniz:

“Sayın **ÖKTEMER** günün büyük bir kısmını eviniz hakkında veri araştırması yaparak ve yorumlayarak geçirdim. Bu detaylar konusunda eriştiğim sonuçları doğrulamak için bir dakikanızı ayırır mısınız?” (Listeyi uzatın)

➤ **“Henüz herhangi bir firmayla bir anlaşma yapmaya karar vermedik”** cümlesine cevabınız: (Gülümseyin).

“Ah, bunun kesinlikle farkındayım, ama eminim ki firmamızın size sunacağı ayrıcalık ve hizmetleri gördükten sonra, bizim firmamızın sizi temsil etmesinin doğru olduğu konusunda bize hak vereceksiniz.

“Evimizi bu fiyatlara satmayız”:

“O halde, emlakı ne kadara satmamız gerektiği konusunda bir fikriniz olmalı”. (Gülümseyin). “Sizce fiyat ne kadar olmalı?”

➤ “Profesyonel olan sizsiniz. Sizce ne kadar eder?” sorusuna cevabınız:

“Teşekkür ederim. Profesyonellikte önemli öyle değil mi? Bir mülkün satış fiyatı piyasada kalma süresi ve koşullarına bağlı olarak değişebilir.

➤ Müşteriniz piyasa fiyatının üzerinde bir rakam söylerse yanıtınız: (Kaygılı davranın. Kafanız karışmış gibi görünün).

“Bay ve Bayan **ÖKTEMER** Sanırım eviniz konusunda gözümden kaçan bir şey oldu. Bir dakikanızı ayırarak bana neden bu şekilde düşündüğünüzü anlatır mısınız?”

➤ Onları dinleyin, kendi görüşünüzü belirtmeden önce onlarla aynı fikirde olduğunuzu gösteriniz. Her zaman aşağıdaki yedi şıktan biri ile başlayınız.

- “Nasıl hissettiğinizi anlıyorum, ama şunu da dikkate almalıyız
- “Değindiğiniz noktada kesinlikle haklısınız, ancak
- “Sizin açınızdan bakınca, bu doğru, ama
- “Yorumlarınız mantıklı, bu su götürmez. Ancak
- “Bu konudaki gerçeğin farkındayım, ancak
- “Dediğinizde size hak veriyorum ve bu yargılamayı bir aşama daha ileri götürmek isterim.
- Bu durumda
- Şüphesiz, bu doğru. Yine de

➤ Fiyattan ziyade, nakde olan ihtiyaçları üzerinde yoğunlaşınız:

“Bay ve Bayan **ÖKTEMER** bir an için fiyatı unutam. Şu anda size bir çek yazmak üzere olsaydım, ipotek de dahil olmak üzere yapılan tüm masraflardan sonra eviniz için ne kadar talep ederiniz?”

➤ Kesin bir fiyat belirlerken:

“Bay ve Bayan **ÖKTEMER** olaya sizin açınızdan yaklaşmak için elimden geleni yapıyorum. Emlak satış personelleri başlıca portföy oluşturmaktan endişe duyar ve müşterilerine ne duymak istiyorlarsa onu söylerler. Ben bunun adil olduğunu düşünmüyorum çünkü sizin asıl hedefiniz evinizi satmak, öyle değil mi?”

İşte bu yüzden bütün gün adil bir piyasa fiyatı belirleyebilmek için bulgularım üzerinde çalıştım. Herhangi bir fiyattan bile portföy oluşturan satıcılar var. Fakat altı ay sonra, evi hâlâ ellerinde tutar durumda olduklarında, ilk zamanki avantajlar kaybolmuş oluyor. Bazı durumlarda satıcılar gerçekçi bir piyasa fiyatıyla pazara girmelerine rağmen, sahip olmaları gerektiğinden daha azını alıyorlar”.

Satıcı (Yunus Öktemer) piyasa fiyatından daha fazlasını talep ederse ona alternatif bir seçenek sunun. “Bu verilere dayanarak, sanırım fiyatı YTL ile (piyasa fiyatından biraz aşağıda bir rakam) YTL arasında (piyasa fiyatının biraz üzerinde) tutmalıyız.

➤ Satıcı (Yunus ÖKTEMER) “Her zaman kiralayabiliriz, satmak zorunda değiliz” dediğinde anlatım biçiminiz:

“Kesinlikle. Evi kiraya vermek de akıllıca yapılan bir yatırımdır. Ancak, sadece çok az sayıda kiracı eve mal sahibinin verdiği değeri verebilir. Evin iki ya da üç yıl elde tutulması ile tekrardan yapılan tamir ve bakım masrafları, değerdeki artış birbirini dengeleyecek seviyede olabiliyor. Daha önce hiçbir ev kiraladığınız veya tamir ettirdiğiniz oldu mu?” Satıcı “hayır” yanıtını verir.

“Pek hoş olmayan bir durum olabiliyor. Geçen gün emlak işinde on yıldır çalışan ve evini kiralamaya karar veren bir **Broker (franchising yöntemiyle çalışan emlak komisyoncusu)** ile görüştim. İnsanları yeterince tanıdığını düşünüyordu, ancak bizim ”profesyonel kiracı” olarak nitelendirdiğimiz insanları bulmak onu üzdü. Altı ay sonra, hiç kira almayarak ve kiracıyı çıkararak evini geri aldı. Evi tekrar tamir etmenin, elden geçirmenin neredeyse 1.000 YTL tuttuğunu söyledi. Bu tip şeyler beni endişeye düşürüyor, ya sizi?”

➤ “Anahtarı vermek istemiyoruz” itirazına karşılık:

“Pekâlâ, anahtarımız olmak zorunda değil. Bayan **ÖKTEMER** zamanınızın çoğunu evde mi geçirirsiniz?”

FATMA ÖKTEMER (Emlak sahibinin eşi) :“Evet.”

Cemal ZİYLAN :“Ne zaman alışverişe çıkıyorsunuz?”

FATMA ÖKTEMER: “Pazartesi sabahı”

CEMAL ZİYLAN :“Nitelikli bir alıcının bir pazartesi sabahı evinizi göremeyecek durumda olması kötü olurdu, sizce de öyle değil mi?”

➤ “Tabela istemiyoruz”:

“Biz bir tabela talep etmiyoruz. Ancak, alıcı taleplerinin yaklaşık %45’i, mülk üzerine konulan tabelalar sayesinde geliyor. Her türlü sergilemeye açığız, öyle değil mi?”

➤ “Evin reklamını yapacak mısınız?”:

“Hangi emlakların reklamının yapılacağı yönetime ait bir karardır. Bir emlakın reklamının yapılmasının tek nedeninin telefonun çaldırılması olduğu bilinir. Arayıcılarımızın bir pazarlık yapmaya çalışmasına bağlı olarak, piyasa fiyatının altında değer biçilen veya yapılan yeniliklerin eksik olarak gösterildiği bir mülke ait çok tatmin edici sonuçlar elde ettik. Ve tabii alıcılar evi gördükten sonra, sizin sahip olduğunuz bir ev gibi bir emlak gerçekten de kendi kendini satıyor. Ama yine de biraz bekleyelim ve yönetimin ev ile ilgili araştırmalarının sonucunu bir görelim.

➤ İkinci derecede önemli konuları sonuca bağlayan sorular:

“Bayan **ÖKTEMER**, evi göstermeden önce telefonla mı randevu almayı tercih edersiniz, yoksa ofisimize uğramayı mı?”

➤ Satıcıları evi sergilemeleri için hazır hâle getiriniz:

“Sayın **ÖKTEMER**, satış elemanlarımızı tarihinde evinizi gezmeleri için yanımda getireceğim. Bu çok önemli bir gün! Eğer satış elemanlarımız evinizden etkilenirlerse, müşterilerine gösterme eğiliminde olacaklardır. Ne kadar çok gezdirirsek, satış şansımız da o kadar artar. Dolayısıyla evi en güzel görünümüne sokalım, olur mu? Belirteceğim birkaç fikir” (Açık ışıklar, hoş bir müzik, fırında pişen yemeğin kokusu hoş bir atmosfer yaratmaya yardımcıdır.).

➤ Satıcıları hızlı yapılan bir teklife hazır hâle getiriniz:

“Elimizde bu tipte bir emlak almak için bekleyen bir alıcı olabilir, dolayısıyla önümüzdeki birkaç gün içinde bir depozit elde edecek kadar şanslı olabiliriz. Bu harika olurdu, öyle değil mi?”

➤ Onları önceden ayarlanmamış ev gezdirmelere hazır olmaları konusunda uyarınız:

“Sayın **ÖKTEMER**, daha önce de tartıştığımız gibi satış elemanlarının her birine evi gezdirmeden önce sizden bir randevu almalarını şart koşacağız. Ancak, kimi zaman satış elemanı alıcıya arazideki başka bir evi gösterdiğinde sizin evinizi hatırlayabilir ve bunu alıcıya bildirme telaşı ile sizi aramayı unutabilir. Eğer böyle bir durumla karşılaşırsanız, lütfen anlayışlı olun. Eğer bu o anda sizi sıkıntıya sokacaksa, geri dönmelerini rica edin, ama eğer mümkünse bırakın evinizi gezsinler, nitelikli alıcılar olabilir ve evi o gün satın almak isteyebilirler.

➤ Onları koruma amacıyla olduğunuzu belirtiniz. (Eğer mümkünse burada ilk isimleriyle hitap edin):

“Benim işim sizin çıkarlarınızı temsil etmektir. Bu amaçla, ben onaylamadan herhangi bir kontratı imzalamamanıza minnettar kalırım. Eğer bir satış elemanı veya **Broker** size bir teklif getirirse benim haberimin olduğundan emin olun. Bu sayede durumumuzu koruyabilirim.”

➤ Düşük bir teklifle karşılaşma durumuna karşı onları hazırlayınız:

“Sonuç olarak, alıcıların aslında emlakta ödeyebilecekleri miktar kadar değer biçtiklerinin farkında olmamız önemli. Biz, tabii ki optimum fiyatı arzuluyoruz. Ancak, eğer düşük bir fiyat önerilirse, makul bir biçimde bu fiyatın dikkatlice üzerine çıkacağız ve bu noktada bir sonraki adımımızın ne olacağına karar vereceğiz. Evinizi benim listelemem konusundaki güveniniz için bir kez daha teşekkür ederim. Güveninizi haklı çıkarmak için elimden geleni yapacağım. İyi akşamlar.”

➤ Eldeki veriler sonucunda gerçekleştiremeyeceğinizden emin olduğunuz bir satışı geri çevirmek durumunda kalırsanız:

“Sayın **ÖKTEMER**, sizi ve evinizi pazarlamak konusunda tüm içtenliğimle ilgileniyorum. Fakat tüm iyi niyetlerime rağmen evinizin değeri piyasa fiyatından çok yüksek olduğundan bu fiyattan listeme alamıyorum ve tabela asamıyorum. Belki de bir şey kaçırdım ve bir konuda hata yaptım. Birçok emlak firması mülkün satacağını umarak bir tabela asıyor ve onu listelerine alıyorlar. Ben bunu yapamam. Size belirlediğiniz fiyattan

evinizi listelemeleri için başka bir firmaya vermeniz ve 30 gün bekleyip neler olacağını görmeyi öneririm”.

1.2.2.1.3. Anlaşma

Süresiz/sürelili emlak sözleşmesi imzalanarak portföyümüze eklemiştir.



Resim 1.1: Anlaştığınız müşterilerle fotoğraf çektiniz.

SÜRESİZ SATILIK EMLAK SÖZLEŞMESİ

Protokol No : Acente Kodu :
İli : MERSİN İlçesi : YENİŞEHİR Mah/Sokağı : Pirireis 1117
Apartman Adı : HANİMELİ Kapı No : 10 Kat No : 6
Mevkii : Ada : Pafta : 06 Parsel No : 369

ÖZELLİKLERİ,

Konumu : PRİREİS MH. 1117 SK HANİMELİ APT NO:10 KAT:6 , 2 ODA, 1 SALON, KOMBİLİ ÇELİK KAPILI, PİMAPENLİ ACİL SATILIKTIR. 80.000 YTL.

Yaşı : 5 M2 : 8 Manzarası :
Oda miktarı : 2+1 Yakıt türü : DOĞALGAZLI Satış bedeli : 80.000 YTL

Diğer extra özellikleri :

Peşin veya vadeli satış şekli : PEŞİN

SATICININ/MÜŞTERİNİN;

Adı, soyadı : YUNUS ÖKTEMER

Adresi : DİLEK SABANCI CAD. NO:9 K.BAKKALKÖY/İSTANBUL

Telefonlar; (1) 0-.216 572 69 48 (2) 0-.....

Yukarıda özellikleri belirtilen emlak hususunda ZIYLAN EMLAK İLE EMLAK SAHİBİ YUNUS ÖKTEMER aşağıdaki şartlarda anlaşmışlardır.

- 1- Yukarıdaki adı geçen emlakın satışı için gerekli olan ilan teklifi mektubu T.V, radyo, gazete, dergilerde, ve ilan asmak için emlakın sahibinden herhangi bir ücret alınmayacaktır
- 2- Satış gerçekleştiğinde satış bedeli ne olursa emlak sahibi gerçekleşen satış bedeli üzerinden %3 komisyon + KDV 'sini ödemeyi kabul ve taahhüt beyan eder.
- 3- Emlak sahibi adı geçen emlakını ZIYLAN EMLAK dışında başkasına sattıramaz satış yapıldığı takdirde bu satıştan dolayı iki tarafın komisyon ücreti %6+ KDV 'sini cezai şart olarak ödemeyi kabul ve taahhüt eder
- 4- Yukarıda belirtilen emlakın satış bedeli 80.000 YTL(yazı ile) SEKSEN BİN'dir. Bu miktar üzerinden müşteri temin edildiğinde satış mecburiyeti vardır. Emlak sahibi takdirde %3 komisyon + 18 KDV 'si ile birlikte bedeli ödemediği kabul ve taahhüt eder.
- 5- Hisseli mülklerde satışlara uygun teklifi kabul etmeyen ve işi engelleyen hissedar, işin tümü sözleşmede geçen emlakın satış bedeli üzerinden yapılmış gibi iki taraftan da komisyon ücretini ödemeyi kabul ve taahhüt eder.
- 6- Sözleşme metni 06/10/2007 'de emlak sahibi ve ZIYLAN EMLAK İLE EMLAK SAHİBİ YUNUS ÖKTEMER ile 2 nüsha olarak müştereken imza altına alınmış kabul ve taahhüt edilmiştir.
- 7- Bu sözleşmenin uygulanmasından doğacak her türlü uyuşmazlığın giderilmesinde İstanbul Mahkemeleri ve İcra Daireleri yetkilidir.
- 8- Bu sözleşme müddeti / yazı ile gündür. Süre bitiminden 15 gün öncesinden yazılı bildirimle fesih yapılmadığı takdirde bir evvelki kadar uzar ve bu sözleşme hükümleri aynen uygulanır.
- 9- Emlak sahibi sözleşme süresi içinde satış fiyatını arttıramaz.
- 10- Bu emlakın satımını ZIYLAN Emlak dışında başka emlak komisyoncusuna vermedim.

Yetkili Şube
CEMAL ZIYLAN

Müşterinin,
Adı Soyadı : YUNUS ÖKTEMER
İmza :

Form 1.1: Süresiz satılık emlak sözleşmesi

1.2.3. Kapı Kapı Dolaşarak Portföy Oluşturma

Bulunduğu bölgeyi, mahalleyi, caddeyi ve sokakları tek tek gezerek portföy oluşturulabilir.

Müşteri ile kapıda karşılaştığımız zaman elimizde çanta olmalıdır. Profesyonelce giyinmemiz gerekir. Daha çok lacivert ve siyah giyinilmelidir. Bu renklerin dışındaki renkleri yapılan istatistiklere göre müşteri üzerinde daha olumsuz bir imaj bırakır.

Davranışlarınıza dikkat etmelisiniz. Not defteri ve kaleminizi yanınızda bulundurmalısınız. Agresif olmamaya özen göstermelisiniz. Agresif davranışlar müşteriler tarafından anında algılanır. Müşteri ile konuşurken yan dönün ve gülümseyin. Sizin gülümsemeniz karşı tarafın sizin hakkınızdaki ilk düşüncesinin olumlu olmasını sağlar. Doğrudan temasın avantajları şunlardır:

- Müşteri üzerinde daha iyi etki bırakılır.
- Kendinizi daha rahat ifade edersiniz.
- Kendi tanıtımınızın en düşük maliyetli şeklidir.
- O an için karşınızda rakip yoktur.

Aday yaratmanın önemi, emlak komisyoncuları tarafından bilinmese de, kapıları çalmak emlak komisyoncularına zor gelmektedir. Bu yanılgıdan kurtulmak için aşağıdakileri düşünerek kapı kapı dolaşarak portföyünüzü oluşturabilirsiniz:

- Evime para götürebilmek için kapı çalmayı sıkılmadan yaparım.
- Her çaldığım kapıdan bir değer yaratıyorum.
- Her çaldığım kapı 50 YTL.
- Her çaldığım kapı hedefime beni daha fazla yaklaştırıyor.
- Her çaldığım kapıda öz güvenim daha fazla artıyor.
- Ne kadar çok kapı çalarsam o kadar ünlü olurum.
- Kapı çalma benim günlük işim.
- Evime işimi yapmadan gitmiyorum.
- Etrafımda negatif düşünen insanları bulundurmuyorum; hep bir sonraki kapıya geçiyorum.
- Sahaya çıktığım her an kendi reklamımı yapıyorum.
- Korkuyorum farkındayım, ancak zorlukların üzerine gitmek bana zevk veriyor.
- Kapı çalmada rakipsizim, işimi seviyorum.
- Her görev gibi kapı çalmadada kendimi geliştiririm.
- Evime, bir sitenin komple kapılarını çalarak gidersem, çocuklarımla geleceğini garanti altına alırım.
- Ne kadar çok kapı çalarsam, gelecekte yapacağım işleri o kadar kolay yaratırım.
- İlerisi için birikim yapmanın en iyi yolu, her gün düzenli olarak kapıları çalmak.
- Her çaldığım kapı beni hedefe yaklaştırıyor.
- Her gün çaldığım kapıdan bana iş gönderecek bir kişi çıkabilir.
- Erken emekli olmak için maksimum kapı çalmaya bayılıyorum.
- Ne kadar çok kapı çalarsam, bilgi kadar hızlı bir şekilde artırabilirim.
- Kapıları çalarsam, her gün bilmediğim yerlerden kendime ekstra kazanç yaratırım.
- Herkesten önce davranırım; piyasaya çıkmamış yerleri ilk ben bulurum.
- Bu işi uzun yıllar boyunca yapacağım; kısa sürede tanınır olup, tanınır kalacağım.
- Kapıları çalarak kendi geleceğimi kendi irademle belirlerim.
- Ne kadar çok kapı çalarsam o kadar pozitif motive olmuş insan bulurum.
- Ne kadar çok kapı çalarsam, satış tekniklerimi o kadar artırırım.

- Zor olanı başarmak benim işim, başkasına zor geleni her gün yaparak kendime kolay hale dönüştürürüm.
- Para ödediğim eğitimlerin parasını, kapıları çalarak çıkarırım.
- Bir sonraki kapıda ailemin geleceği var.
- Kendime, aileme ve sevdiğime en iyisini verebilmek için çalışır gözükmek değil, piyasaya çıkıp kapıları çalarak gerekli değerleri yaratırım.
- Sadece bölgede değil, bölgedeki emlak sahiplerinin iş yerlerine gider etkinliğimi artırırım.

1.2.4. İnternette Portföy Oluşturma



Emlak sahipleri ilanlarını ücretsiz yayınlayan siteler vermektedir. Bununla ilgili ilanları araştırıp emlak sahibine ulaşarak portföyünü genişletebilir.

Bir web sayfası hazırlayarak da portföy oluşturabilirsiniz.

1.2.5 Diğer Emlak Komisyoncuları İle Birlikte Portföy Oluşturma

Meslektaşlarla iş birliği yaparak yeni emlak portföyünüze koyabilirsiniz. Sözleşmelerinizi ayrıntılı olarak yapınız.

1.3. Emlak Kayıt Defteri

Emlak komisyoncusu, portföyünde bulunan bilgileri emlak kayıt defterine kaydeder. Ama öncelikle portföyü oluşturmak için arz müşteri formu ve talep müşteri formunun doldurulması gerekir. Bu formlardan gelen bilgiler emlak kayıt defterine geçirilerek emlak komisyoncusunun portföyünü oluşturacaktır (Birer örneği Kiralık Emlak modülünde vardır.).

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
<p>➤ Satılık emlak portföyünü oluşturunuz.</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ Portföy oluşturma yöntemlerini öğreniniz.➤ Portföy oluşturma tekniklerini öğreniniz.➤ Franchising yöntemiyle çalışan emlak ofislerine giderek nasıl portföy oluşturduklarını öğreniniz.➤ Kendi adına çalışan bir emlak komisyoncusuna giderek portföyünü oluşturmada en çok hangi tekniği kullandığını öğreniniz.
<p>➤ Emlak sahibi ile satılık emlak komisyon akdini düzenleyiniz.</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ Sözleşmenin neden gerekli olduğunu öğreniniz.➤ Emlak sahibine sözleşmenin neden yapıldığını açıklayınız.➤ Sözleşmenin avantajlarını hem emlak komisyoncusu açısından hem de emlak sahibi açısından sayınız.➤ Bir emlak komisyoncusuna giderek sözleşme örneğini temin ediniz.

A. OBJEKTİF TESTLER

a. Aşağıdaki sorulara doğru (D),yanlış (Y) olarak cevap veriniz

	Doğru	Yanlış
1. Emlak sahibinin portföy oluşturulurken sürekli bilgilendirilmesine gerek yoktur.		
2. Emlak komisyoncusu emlak sahibine mutlaka CV'sini vermelidir.		
3. Portföy oluşturmada en iyi yöntem yarı anlaşmalı yöntemdir.		
4. Anlaşmalı portföy yönetiminde komisyon almak kolaylaşır.		
5. Anlaşmasız portföy yönetiminde emlak sahibi emlakını satamaz.		

b. Aşağıdaki soruların cevaplarını yuvarlak içine alınız.

6. Aşağıdakilerden hangisi evini kendisi satmak isteyen emlak sahibini motive etmez?
A) Bu işi yaparım düşüncesi
B) Çevre oluşturmak
C) Komisyon ödemek
D) Vaktinin çok olması
7. Arz edilen bir emlak önce nereye kaydedilir.
A) Arz müşteri formuna
B) Talep müşteri formuna
C) Emlak defterine
D) Kiralayan emlak sözleşmesine
8. Aşağıdakilerden hangisi emlak sahibiyle görüşme aşamalarından değildir?
A) Arama- randevu alma
B) Sunum
C) Anlaşma
D) Hiçbiri
9. Emlak sahibi ile aynı görüşte olduğunuzu belirtmek için aşağıdaki cümlelerden hangisi kullanılmaz?
A) Şüphesiz, bu doğru. Ama....
B) Sizin açınızdan bakınca bu yanlış, ...
C) Yorumlarınız mantıklı, bu su götürmez. Ancak ...
D) Kesinlikle haklısınız. Ancak
10. Emlak sahibi emlakının satılması amacıyla anlaşıldığında hangi sözleşme imzalanır?
A) Satılık emlak sözleşmesi
B) Alım-satım ve komisyon sözleşmesi
C) Talep formu
D) Arz formu

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer faaliyete geçiniz.

B.UYGULAMALI TEST

Öğrenme faaliyeti ile kazandığınız beceriyi aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

1. Emlak sahibiyle görüşme aşamalarında

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Arama – randevu alınır.		
2. Sunum yapılır.		
3. Anlaşma ve sözleşme imzalanır.		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda "Hayır" şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Cevaplarınızın tamamı "Evet" ise bir sonraki faaliyete geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-2

AMAÇ

Satılık emlakı pazarlayabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

Bu faaliyet öncesinde yapmanız gereken öncelikli araştırmalar şunlardır:

- Emlakta en çok kullanılan reklam araçlarını araştırınız.
- Müşterinin davranışını etkileyen faktörleri araştırınız.
- Bir emlak komisyoncusuna giderek nasıl kampanya yapıldığı hakkında bilgi alınız.
- En ucuz reklam çeşidini araştırınız.

Yaptığınız araştırmaları sınıfınızda arkadaşlarınızla paylaşınız.

2. SATILIK EMLAKİ PAZARLAMA

İşletmelerin başarılı olmalarında yatan sır, onların, temel pazarlama ilke ve anlayışına uygun faaliyette bulunmalarıdır. Müşterileri anlayan, pazarlarını iyi tanımlayan ve yüksek kaliteli ürün ve hizmet üretme ile müşterilerine bunları sunmada çalışanlarını iyi motive eden emlak komisyoncusu başarılı olabilmektedir.

Müşteri ile olan ilişkilerinizi güçlendirmeye çalışınız. Bütün amacınız emlak işlemi tamamlamak olsun:

- Önce kendinizi, sonra elinizdeki emlakı tanıtınız.
- Müşteri odaklı olunuz; onun dışında herhangi bir şeye odaklanmayınız.
- Her şey çok basit olsun, insanların kafaları karışmasın.

2.1. Emlakta Pazarlama

Müşteri ihtiyaçlarını iyi belirleyerek bir ürün geliştirip, belirli bir fiyattan müşterilere etkili bir şekilde tanıtp, doğru kanallardan dağıtılabilseniz, kolaylıkla satış yapabilecektir.

Emlak komisyoncusu, müşteriyi o kadar iyi tanımalıdır ki, geliştirilen hizmetler ihtiyaçları ile uyumlu ve kendi kendini satabilmelidir, yani müşteriler, hizmeti alma konusunda peşinen ikna olmuş olmalıdır. Kendilerine ürün hizmetler sunulduğunda, hemen satın alabileceklerdir.

Pazarlama kavramı, değişik yaklaşımlara göre şöyle tanımlanabilir:

- **Pazarlama:** Ürün ve hizmetlerin, üretim kademesinden, müşteriye doğru akışını sağlayan faaliyetlerdir.
- **Pazarlama:** Şekil, zaman, yer ve sahiplik faydası sağlayan faaliyetlerdir.
- **Pazarlama:** Birey ve örgütlerin, ürettikleri ürün ve değerleri, hedef pazarlarda başkaları ile değişimde bulunmak yoluyla, ihtiyaçlarını giderdikleri, toplumsal ve yönetsel faaliyetlerdir.

2.1.1 Pazarlama Kavramının Temel Unsurları

Pazarlama kavramının 7 temel unsuru olarak şunlar sayılabilir:

- **İhtiyaçlar:** İhtiyaç eksiklik hissidir. Buna bağlı olarak hissedilen huzursuzluk hâlidir.
- **İstekler:** İhtiyaçların, kültür ve kişisel özelliklere bağlı olarak aldıkları şekle, istek denir.
- **Talep:** İsteklerin satın alma gücü ile desteklenmesine talep denir.
- **Hizmetler:** Belirli bir ihtiyacı gidermek üzere pazara sunulan ve fayda sağlayan her şeydir.
- **Değişim:** Belirli bir değeri, karşılığında başka bir değer teklif etmek yoluyla elde etme faaliyetidir.
- **İşlem:** İki taraf arasında gerçekleşen değer alışverişidir.
- **Pazar:** Bir ürünün fiili ve potansiyel satın alıcılarının toplamı ya da değişimin gerçekleştiği yerdir.

2.1.2. Pazarlama Yönetimi

Pazarlama yönetiminden, genellikle işletmenin ürettiği mal ve hizmetleri alacak yeterli sayıda müşteri bulma faaliyetleri anlaşılmaktadır.

Modern anlamda pazarlama yönetimi; işletmenin amaçlarına ulaşmak için hedef pazarlama değişimi sağlamak üzere yaptığı analiz, planlama, uygulama ve denetim faaliyetleridir.

2.1.3. Pazarlama Çevresi Faktörleri

İşletmeler, varlıklarını devam ettirebilmek endişesi ile kendi çevresini oluşturan koşullara aktif ya da pasif uyum sağlama çabasındadırlar. Uyum sağlama faaliyetlerini gerçekleştirirken, kontrolleri altında ve kontrolleri dışında bulunan bir takım faktörler söz konusudur.

Kontrol altında bulunan faktörler: İşletmelerin, kontrolü altında bulunan ve rekabet koşullarına uyum sağlamak üzere kullandıkları araçlar ya da bileşenlerdir. Bunlara aynı zamanda, pazarlama bileşenleri de denilmektedir. Başlıca pazarlama bileşenleri ise şunlardır:

- **Hizmet:** Müşteri ihtiyaç ve isteklerini gidermek üzere, tüketim veya kullanımlarına sunulan her şey üründür.
- **Fiyat:** İhtiyacı gidermek üzere müşterilerin, ürün ve hizmetler için ödemeye razı oldukları bedeldir.
- **Dağıtım:** Ürün ve hizmetlerin, onları satın almak istedikleri yerlere ulaştırılması faaliyetleridir.

- **Tutundurma:** Ürün ve hizmetlerin tanıtılması ve benimsetilmesi amacıyla gerçekleştirilen iletişim faaliyetlerinin bütünüdür.

Rekabet ortamı içerisinde işletmelerin, pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirirken, kendilerini sınırlayan ve aynı zamanda pazar fırsatları doğuran bir takım güçler söz konusudur (kontrol edilemeyen dış pazarlama çevresi faktörleri). Bu faktör, mikro ve makro çevre şeklinde iki başlık altında incelenebilir.

➤ Çevre Faktörleri

İşletmenin, hedef pazar bölüm ve/veya bölümlerine sunduğu hizmetin düzeyini etkileyen ve onun çevresini oluşturan faktörlerden meydana gelmektedir.

Başlıca çevre faktörleri şunlardır:

- Demografik çevre
- Ekonomik çevre
- Doğal çevre
- Teknolojik çevre
- Sosyal ve kültürel çevre
- Siyasal ve yasal çevre
- Beklenmedik olaylar

2.1.4. Müşteri Pazarı ve Müşteri Davranışları

Müşteri, pazarı, ürün ve hizmetleri, kişisel tüketim veya aile tüketimi için satın alan tüm kişilerden oluşur. İşletmeler müşteri pazarlarında yer alan kişilerin, yani müşterilerin, neyi, ne zaman, hangi koşullarda, niçin ve nasıl talep ettiklerini bilmek ister. Bunun için, müşterilerin davranışını inceleme gereği vardır.

Müşteri davranışı: Bireylerin, ekonomik değeri olan ürün ve hizmetleri elde etme ve kullanmalarıyla doğrudan ilgili etkinlikler ve bunlarla birlikte gerçekleşen karar süresidir. Gerçekte müşteri davranışı, tüketimi değil, müşterinin satın almaya ilişkin eylem ve kararlarını içerir.

2.1.5. Müşterinin Davranışını Etkileyen Belli Başlı Faktörler

Bu faktörler dört grupta toplanabilir:

Kültürel Faktörler	Sosyal Faktörler	Kişisel Faktörler	Psikolojik Faktörler
➤ Kültür	➤ Referans grupları	➤ Meslek	➤ Motivasyon
➤ Alt kültür	➤ Aile	➤ Ekonomik durum	➤ Algılama
➤ Aile	➤ Roller	➤ Yaşam tarzı	➤ Tutumlar
➤ Roller	➤ Statüler		➤ İnanç
➤ Statüler			➤ Değerler

Şekil 2.1: Müşteri davranışlarını etkileyen faktörler

2.1.6. Müşterinin Satın Alma Karar Davranışı ve Süreci

Müşterinin satın alma karar davranışı, farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Her bir davranış, müşterinin o ürün ile ilgili önceki deneyimine ve bilgi düzeyine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Bu aynı zamanda, ilgili markayı tercih etmesi üzerinde de etkili olabilmektedir.

Müşteri, yoğun satın alma davranışı içerisinde olduğundan, tipik satın alma karar sürecinden geçmektedir. Satın alma karar süreci aşamaları ise aşağıdaki gibidir:

- İhtiyacın hissedilmesi
- Bilgilenme / araştırma
- Alternatifleri değerlendirme
- Satın alma kararı

2.1.7. Pazar Bölümlendirmesi

İşletmelerin ellerindeki kaynak ve olanakları ile bütün bir pazarı hedef olarak seçip ilgili pazara, etkin bir şekilde hizmet vermeleri mümkün olamamaktadır. Bunun için kendilerine bir ya da birden fazla pazar bölümünü hedef olarak seçmek zorundadırlar. Bu ise, ilk önce pazarı iyi tanımlayıp, onu bölümlendirmek ile mümkündür.

Pazar bölümlendirilmesi, potansiyel pazarı, birbirine benzer özellikler arz eden, homojen alt bölümlere ayırma işlemidir. Pazar bölümlendirilmesi, belli başlı şu değişkenlere göre yapılabilmektedir:

- Coğrafi değişkenlikler
- Demografik değişkenlikler
- Psikolojik değişkenlikler
- Davranışsal değişkenlikler

2.1.8. İnternette Pazarlama

Profesyonel olarak bir web sayfası oluşturarak portföy toplayıp, bunları internet ortamından pazarlamaktır.

Böylece daha geniş bir kitleye masrafı çok aza indirerek emlakları rahatlıkla pazarlama imkânı sağlanır.

Web sitesinin iyi hazırlanmış olması ve devamlı olarak güncellenmesi pazarlama açısından çok önemlidir. Siteye giren muhtemel müşteriler siteye devamlı girme zorunluluğu duyacaklardır.

Emlakçı Eğitimleri	Yönetici Eğitimleri	Müşteri Eğitimleri	Ofis Yönetimi
KARİYER BAŞLANGICI Başlangıç, Gerekli Araçlar, Kariyer, Satış...	BROKER Ofis Yönetimi Başlangıç, MT Performans Yönetimi, İnsan Kaynakları, MT Masrafları...	ALICI/KİRAÇI Emlak Alıcısının Bilmesi Gereken 3 Sır, Emlak Alırken Tuzağa Düşmeyin...	RESEPSİYON FORMLARI Üyelik, Ofis YKL, Ofis OKL, Genel Formlar...
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ İlişki Stratejisi, Telefonla İlişki, İş Takibi, İşlem Sonrası...	SEKRETER İletişim, Araçlar, Dokümanlar, MT İlişkiler...	MAL SAHİBİ Emlakınızı Yüksek Fiyata Hemen Satmak, Emlakınıza Değer Bıçme Emlak Satışında...	MUHASEBE FORMLARI İş Yönetim Formları, Püz Formları, Banka Formları, Muhasebe Formları
KİŞİSEL GELİŞİM Dış Görünüş, İç Görünüş, İleri Teknikler, Para Kazanırken...	RESEPSİYONİST Resepsiyon, Emlak Müşterisi Karşılama, Broker Toplantısı, İnternet...	EMLAK BORSASI Emlak Satarak Emlak Almak, Kiralarken Nelere Dikkat Edilmeli, Emlak İşinin Sırları...	DOKÜMAN YÖNETİMİ Doküman Yönetiminizi Doğru Yapın...
EMLAKÇILIK Listeleme, Emlak Pazarlama, Satış Aşaması, İşlem...	MT ASİSTANI Ofis Kullanımı, MT Müşterisi Karşılama, MT Toplantısı...	EMLAKÇI LINKLERİ Resepsiyon, Emlak Müşterisi Karşılama, Broker Toplantısı, İnternet...	SORUN ÇÖZME VE İYİLEŞTİRME Emlakçılık İçinde Karşınıza Çıkan Sorunları Çözme ve İyileştirme...

Resim 2.1: Bir emlak sitesinin görünümü

2.1.9. Kampanya Yapma

Satışların durgun olduğunda veya rekabetin kızıştığı ortamlarda kampanyalar düzenlenerek talebi artırmaktır.

Kampanya düzenlerken mutlaka ön araştırma yapılmalıdır. Müşterilerin nelere dikkat ettikleri, nasıl bir kampanya beklentisinde oldukları araştırılmalıdır.

Bundan sonra kampanyada çalışacak personel seçilmeli ve görev-sorumlulukları ayrıntılı olarak kendilerine verilmelidir.

Kampanyayı medyada yayınlayarak sürece başlanmalıdır. Kampanya sırasında kampanya iyi gidiyorsa bir sorun yok demektir. Ama sorun varsa kampanya sırasında iyileştirme yapılmalıdır.

2.2. Satılık Emlakta Reklam

Reklam emlak satışının kalbidir. Doğru reklam vermek için iyi eğitim ve piyasayı sürekli olarak test etmek gerekir. Reklam eğitimini anlatmadan önce bilmemiz gereken iki önemli kavram, satış ve pazarlamadır. Bu kavramlar, genelde reklâm ile karıştırılır.

Satış bir malın veya servisin bir kişiye ya da kuruma bir bedel karşılığında verilmesidir. Pazarlama bu mal ya da servisin müşteri adayı bulmak için yapılan çalışmaların bütünüdür. Pazarlama ile reklam iç içedir; ancak satış ile reklamın arasında sanıldığı gibi bir bağ yoktur. Emlak işinde kullanılan reklam türlerini ve reklâm verirken dikkat edilmesi gereken püf noktaları öğrenmeniz gerekmektedir.

Unutmayın, verilen reklamlar bedavaya verilmiyor. Eğer reklam vermesini bilmiyorsanız, servetinizi kısa sürede kaybedebilirsiniz. Sektörde yeni iseniz ya da reklamdaki dolaylı kâr edemiyorsanız **broker**'ınızdan, tecrübeli bir emlak komisyoncusundan veya reklâm ajansının tavsiyelerinden mutlaka faydalanmalısınız.

Emlak işinde önemli olan “işlem hacmi” değil “karlılık”tır. Belki çok reklâm veriyorsunuz ve ayda 10.000 YTL komisyon cirosu yapıyorsunuz. Ancak 13.000 YTL’yi reklama harcıyorsanız, aslında kendinizi kandırıyorsunuz demektir.

2.2.1 Satılık Emlak Reklam Türleri

Emlakta kullanılacak başlıca reklâm türleri şöyledir:

- Gazete
- Dergi
- Tabela
- Afiş /branda
- Kartvizit
- Kapı kapı dolaşma
- Posta
- Broşür
- İnternet
- Ağızdan ağıza

2.2.1.1 Gazete

Emlak ilanı verildiğinde, en kısa sürede tepki yaratan medya aracının gazete olduğu düşünülmektedir. Ancak bu yanlış bir varsayımdır. Gazete ilanı sadece iyi kullanıldığı zaman işimize yarar eğer gazete ilanını kullanmasını bilmezsek, bize yarardan fazla ziyan verir. Buradan çıkacak sonuç sadece X gazetesinin kullanılması gerektiği sonucu değildir. Her gazete farklı bir kesime hitap eder.

Aşağıdaki tabloya gazete isimlerini yazarak, bunlara verilen reklâmın maliyetlerini ve verimlerini yazın.

GAZETE	MALİYET	VERİM	TABAKA
			Üst, orta, düşük
			Üst, orta, düşük
			Üst, orta
			Orta, düşük
			Düşük gelir
			Yabancı kitleye hitap ediyor

Tablo 2.1: Gazeteleri karşılaştırma tablosu

2.2.1.2 Dergi

DERGİ	MALİYET	VERİM	VERİM
			Üst, orta, düşük
			Üst

Tablo 2.2: Dergileri karşılaştırma tablosu

Derginin avantajı günün sonunda atılmaması ve gazeteye göre daha uzun süreli etkisinin olmasıdır.

Aşağıdaki tabloya dergi isimlerini yazarak, bunlara verilen reklamın maliyetlerini ve verimlerini yazın.

2.2.1.3 Tabela

Tabelalar, metal yüzeylerin üzerine yazılar yazılarak kullanılan bir medya aracıdır. Tabela ışıklı, ışıksız, ayaklı ve ayaksız olmak üzere dört gruba ayrılır. Her tabela türünün kullanım amacı farklıdır. Tabelalar sizin 24 saat ayaklı reklamınızdır. Olması gereklidir, ancak yüksek maliyetlerinin olması nedeni ile sadece güçlü ofisler saha gücünü artırmak için kullanabilirler.

➤ **Arsalar üzeri tabela**

Genellikle üzerinde arsanın kaç m² olduğu ve tapu durumu yazısı bulunmaktadır.

➤ **Ofis üzeri tabelalar**

Emlak ofislerini gösteren tabelalardır. Amaç insanların dikkatini çekmek ve onların firma ile ilişkiye geçmelerini sağlamaktır.

➤ **Yönlendirme tabelaları**

Emlak ofislerinin yerlerini ve telefonlarını göstermek için kullanılan, ucunda ok bulunan, yarım metrekarelik yönlendirme tabelalarıdır. Yönlendirme tabelalarında esas olan, telefon numarasının ve ismin göze çarpıcı olması ve ofisin ne kadar mesafede olduğunu göstermesidir.

Tabela asılacak yerlerin ilçe belediyesine mi yoksa büyükşehir belediyesine mi ait olduğu tespit edilir ve haritadan koordinat tespiti yapılır. Kroki ile beraber belediyeye gidilip dilekçe verilir ve sözleşme yapılır. Tabela vergileri her sene belediyeler tarafında açıklanır. Eğer tabela asılacak yer elektrik direkleri ise TEK ve belediye ile ayrı sözleşme yapılır. Işıklı yapılması durumunda akşamları da tabeladan faydalanmak mümkündür.

2.2.1.4. Afiş/Branda

- Müşterilerin %20'si afiştan gelir.
- Branda yaptırılırken ebat önemlidir. Büyük bir iş merkezine asılacak branda ile apartman dairesine asılacak bir brandanın ölçüsünün aynı olması mümkün değildir. Çünkü reklamda esas olan dikkat çekmektir.

- Brandalarda görünecek olan metnin çok net bir şekilde görünmesi için büzülmemesi ve katlanmaması gerekir. O yüzden büyük brandaları desteklemek için metal aksam kullanmak durumunda kalabilirsiniz.
- Brandaların üstünde firma logosu ve afişi asan kişinin ismi olmalıdır.
- Afişler genelde daire ve iş yerlerinde camların içine yapıştırılarak kullanılmaktadır. Cama kâğıt afiş asarken afişin ışıktan dolayı görünebilir bir şekilde asılması gerekmektedir. Güneş ışığını alan bir afiş rengini kaybedebileceği için eskidikten sonra değiştirmelisiniz. Camlarda bant izi bırakmamaya özen göstermelisiniz.
- Kâğıt afiş asarken pencereye üst tarafından yapıştırmak, afişin daha sonradan kullanılmasını ve kolay sökülmesini sağlar.
- Brandaların vergilendirilmesinde esas olan brandanın m²'sidir. Reklam vergisi, belediye tarafından yıllık olarak belirlenir. Brandalar belediye tarafından mühürlenir.

2.2.1.5. Kartvizit

Kartvizit, emlak komisyoncusunun adının, soyadının, telefon numarasının ve iş unvanının üzerinde yazılı olarak bulunduğu karttır.

- Kartvizit dikkat çekmelidir, renkli olmalıdır. Dikkat çekmeyen bir kartvizitin pek fazla bir anlamı yoktur.
- Kartvizitinizi bulduğunuz ortamlarda dağıtın ancak buradan direkt müşteri gelir diye beklenti içinde olmayınız, işinizi yapınız.
- Müşterilerinizin size anında ulaşmasını istiyorsanız her müşteriye mutlaka kartvizitinizi veriniz ve onun aklında kalmayı sağlayınız.
- Resimli kartvizitlerinize kravatlı ve gülümseyen bir fotoğraf koydurunuz.
- Resimli kartvizitin amacı müşterinin aklına geldiğinizde sizin yüzünüzü hatırlamasıdır.
- Kartviziti yanında olmayan kişi emlak komisyoncusu olamaz. Müşterinin nereden ne zaman geleceği belli olmaz.
- Kartvizitinizi firmanın formatına göre ayarlayınız.

2.2.1.6. Kapı Kapı Dolaşma

Bölgenizdeki mal sahipleri ile gidip yüz yüze görüşmek, yani bedeninizi, dilinizi reklâm aracı olarak kullanmak, emlak işinde en etkili reklâm yöntemidir.

Genelde bu birçok emlak komisyoncusunu korkutsa da bunu, doğru bir şekilde yapabilen emlak komisyoncularının başarılı olabilme şansları daha yüksektir.

2.2.1.7. Posta

Pahalı bir reklam yöntemi olsa da doğru kullanıldığında en etkili reklâm yöntemlerinden biridir. Ancak bunda esas olan, yanıtı göre posta gönderme yöntemlerini öğrenmek, hatalı olan postaları kısa zamanda elemektir.

Eğer doğru bir şekilde posta bankası kurabilirseniz ve ulaşmayan postaları sistemden çıkarırsanız, maliyetlerinizi büyük ölçüde düşürebilirsiniz. Postanızın, olabildiğince kişisel

ve duygusal olmasına özen göstermelisiniz. Eğer gönderdiğiniz posta, açılmadan direkt çöpe atılıyorsa, paranızı çöpe atıyorsunuz demektir.

Postayı gönderirken şunlara dikkat etmelisiniz:

- Zarfın üstüne gidecek olan kişinin ismini el yazısıyla yazınız.
- Postanın üzerine dikkat çeken açılmasını sağlayacak bir slogan yazınız.
- Postanın içinde mutlaka bir tane kartvizitiniz olsun.
- Postanın ağzını kapalı gönderiniz.
- İlk defa tanışacağınız biri ise mektubu el yazısı olarak gönderiniz.
- Mektupta kendinizden değil, karşınızdaki insanlardan bahsediniz.

2.2.1.8. Broşür

Broşür firmanızı, sizi ve verdiğiniz hizmetleri tanıtan bir reklam aracıdır. Broşürün içinde bahsetmeniz gereken noktalar şunlardır:

- Kısa bir öz geçmişiniz. Okuduğunuz okullardan, neden emlak sektörünü seçtiğinizden ve en önemlisi evli iseniz ailenizden bahsediniz. Çünkü insanlar, kendisi ile aynı sorunları olan ve kendi sorunlarını anlayanla çalışmak isterler.
- Elinizde bulunan portföylerden
- Çalıştığınız bölgelerden
- Bölgede uzman olduğunuzdan
- Müşterinin sizle iş yapması gerektiğinden
- Emlak işindeki püf noktalardan bahsetmeniz müşteride bir merak uyandıracaktır.
- Alıcılar için broşür hazırlamak, eğer çok paranız varsa yapılabilecek bir şeydir, ancak hazırladığınız broşürler öncelikle bölgenizde oturan mal sahiplerinin dikkatini çekmesi esastır.

2.2.1.9 İnternet

- İnternet ilanları maliyetinin azlığı ve her geçen gün daha fazla kişinin İnternet bağlanması ile daha cazip hâle gelmiştir. Ancak bilgisayar kullanmasını bilmeyen bir kişi için bilgisayarı öğrenmek zamanı alacaktır. Bu konuda bilgisayarı bilen kişilerden yardım alınır: Bilgisayar yanlış kullanıldığı zaman çok zaman alan bir makinedir.
- Kendinize 300 YTL'lik bir web sayfası yaptırarak işe başlayabilirsiniz. www.kişiadi.com gibi.

WEB SİTESİ	MALİYET	VERİM	AÇIKLAMA
	Ücretli	Orta	Evinde bilgisayarı olan müşteri kesimine, minimum maliyet ile ulaşabilirsiniz.
	Ücretsiz	Yüksek verim	
		Orta	
	Ücretli	Orta	
	Ücretsiz	Düşük verim	

Tablo 2.3: Web sitesi karşılaştırma tablosu

KARŞILAŞTIRMALI İLAN MALİYETLERİ		
İLAN TÜRÜ	MALİYET	ULAŞILAN KİTLE
GAZETE (2 +1) Tekil ilan		50 müşteri
GAZETE (2 +1) Ortak ilan		30 müşteri
DERGİ (ortak ilanlar)		Türkiye
INTERNET	15 DAKİKA	İnternet kullanıcılar
TÜKETİCİ GAZETESİ		Düşük gelir seviyesi

Tablo 2.4: Karşılaştırmalı ilan maliyetleri

İLANSIZ ÇATKAPI MÜŞTERİ	İLANDAN GELEN MÜŞTERİ
Randevusuz	Randevu alır
Zaman kaybı çok	Zaman kaybı minimum
Plansız	Planlı
İsteği belirsiz	İsteği belirli
Gezmek için gelmiş	Satın almak için gelmiş
Belirsizlik hakimdir	Net
Formu açılmamış	Formu açılmış
Kısa zamanda az sayıda gelir	Kısa zamanda çok sayıda yaratılabilir
Maliyeti yüksek	Maliyeti düşük

Tablo 2.5: İlanlı ve ilansız gelen müşterilerin karşılaştırma tablosu

2.2.1.10 Ağızdan Ağıza (Buzz Yöntemi) Reklam

Buzz, bir grup insanın, birbirilerine interaktif olarak bir ürün ya da hizmet hakkında tanıtım yapmalarına denir. Buzz'ı oluşturmak demek, buluşunuzu dinleyicinize tohumlamaktır. Denemelerinizi yeteri sayıda, doğru insanlara yaparsanız, sizi konuşan insan grupları oluşturabilirsiniz.

Buzz'ı yaratmak, yani ağızdan ağıza yayılmanızı sağlamak size, pazarınızda güç kazandırabileceği gibi kaybettirebilir de. Eğer buzz'ı nasıl yönlendireceğinizi bilerseniz, başarıya ulaşırsınız.

İnsanlar gördükleri reklamlardan çok, etrafındaki etkiden dolayı satın alma işlemi yaparlar. "Buzz", satışta büyük bir rol oynar.

Örnek: İstanbul'da yapılmış bir araştırmaya göre, hastaların %65'i, çevrelerinin tavsiye ettikleri doktoru tercih etmektedirler.

Satışta, kişilerin tek tek etkilenmeleri esastır ve bu sosyal bir süreci gerektirir. Buzz'ı yaratmak isteyenler, kişiye özel ilişkinin önemini göz önünde bulundurmalıdır.

Buzz, görünmez ağlarla yayılır. Burada her ağ bir bağlantıyı, her kişi bir noktayı temsil eder. Herkes birbiri ile bir şekilde bağlantılıdır. Her geçen gün yeni bağlar kurulduğu gibi, doğal olarak da bu bağlar zamanla yok olmaktadır. Buzz, zaman içinde izlediği yolu ve şeklini değiştirecektir. Buzz işte bu görünmez ağın içinde yayılacaktır.

Peki, buzz'ı oluştururken nereden başlamalı; ağdan mı, noktalardan mı? Noktalara yani kişilere ulaşılmalıdır ve kişilere ulaşmak, pazarlamacının günlük görevi olmalıdır. Zayıflayan ağları, yeni noktalar ile güçlendiriniz. Buzz'ın daha fazla ilgi çekmesi için;

- Heyecan yaratmak
- Kişisel deneyim yaratmak
- Komplike ürün yaratmak
- Görsellik yaratmak

Ne kadar çok insan ile ilgili iş yaparsanız o kadar "Buzz"a ihtiyacınız olacaktır. "Buzz", güçlüdür; çünkü insanların genlerine işlemiştir. Diğer canlıları ele alın. Bir karınca, yemeği bulunca tek başına yemek yerine, yuvasına taşır ve diğerlerine haber verir. Tek başına yemek akılcı olsa da, bunu yaparken, ağızdan ağza yayılan reklâm temel ihtiyaç hâline gelecektir.

Burada anlamanız gereken; buzz'ı yaratan motivasyonun, insanların konuşmasına neden olmasıdır. Çünkü bu şekilde ayakta kalacaklarını düşünürler. Tavsiye verildiği gibi de riski düşünmek için istenen bir şeydir. Satın alınacak ürünün değeri ne kadar artarsa, buzz'ın da önemi o kadar artacaktır. Dikkat etmeniz gereken negatif buzz'dır. Bu rakiplerinizin yararına olacaktır. Buzz'ın etkili olması için firma ile ilgili değil insanlar ile ilgili olması gereklidir.

Servisinizden memnun olanların sizin hakkınızda anlattıkları etki çevrenizin güçlenmesine neden olacaktır. Çünkü insanlar tanıdıklarından gelen tavsiyeyi daha rahat kabul ederler. Hikâyelerin reklamını her fırsatta yapmalısınız. Hikâyelerde ünlülere yer verirken neyin dikkatini çektiğinize önem veriniz.

Referans yazısı alınırken;

- Referansı veren kişinin onayının olması sağlanmalıdır.
- Hikâye yazılırken arkadaşta arkadaşta yazılıyormuş havası olmalıdır.
- Resimlere yer verilmelidir.
- A3 formatını kullanınız, bir gazete havasını veriniz.
- Renkli kâğıt kullanıp dikkat çekiniz.

Buzz (ağızdan ağza pazarlama) uygulama formu:

- Emlak komisyoncusu bir mal mı satıyor yoksa bir servisi mi pazarlıyor?
- Emlak komisyoncusu müşteriye dürüstçe direkt olarak nasıl hitap eder?
- Emlak komisyoncusu olarak "Buzz Noktası" bulmak için düşünüyor musun?
- Emlak komisyoncusunun insanların yaşam şekline etkisi nedir?
- Emlak işinde "Buzz Ağını" nasıl geliştirmeyi düşünüyorsunuz?
- Emlak komisyoncusu ürününü satışa nasıl hazırlar?
- Emlak komisyoncusunun hizmeti veya ürünü gözle görülebilir mi? Daha görünebilir hale gelebilir mi?

- Emlak komisyoncusu müşterisine ne teklif etmelidir? Yeni mi, sıradan bir şeyi mi teklif ediyorsunuz?
- Müşteriler servisiniz için ne diyor? Memnun müşteri hikâyelerini müşterilerinize veriyor musunuz?
- Müşterileriniz referanslarınız hakkında ne diyorlar?
- Oluşturduğunuz buzz'ı nasıl takip ediyorsunuz? Buzz'ı hangi yollardan duyabiliyorsunuz?
- Çevrenizde sizi aşağıya çeken insanlar var mı? Neden bu kişilerle birlikte oluyorsunuz?
- Sürekli bir programınız var mı?
- Buzz'ı nasıl ayakta tutuyorsunuz?

2.2.2. Satılık Emlak Reklamında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

- Tekrarlamanız gereken iki altın kavram

Reklam yaparken, emlak sahiplerinin aklında bu iki kavramı, sürekli olarak tekrar etmeniz ve bütün medya araçlarında kullanmanız gereklidir.

- “Bölgenin uzman emlak komisyoncusuyum”.
- “Sizin çalışmanız gereken emlak komisyoncusuyum”.
- Reklâm araçlarını alıcılar için minimum kullanınız.

Alıcılar için kullanılan medya araçları, zaman içinde emlak komisyoncusunun bütün servetini kaybetmesi ile sonuçlanacaktır. Sonuçta gazeteye ilan vermek, kumar oynamak gibidir.

Unutmayın; kumarda sadece kumarhane kazanır onun için her zaman emlak sahibinin aklında imaj yaratmak için çalışın. Alıcıları oluşturmak, emlak sahibini bulduktan sonra çok kolaydır.

- Medya araçlarını aynı anda kullanınız.

Medya araçları aynı anda kullanıldığında yüksek verim alınır. Müşteriye,

- Kartınızı veriniz.
- Sizi tanınması için CV'nizi veriniz.
- Web'de kendinizi tanıttınız.
- SMS mesajını doğum gününde yollayınız.

Hepsini aynı anda yaptığınız zaman karşınızdaki bir imaj oluşturacaksınız.

- Reklamı tekrar eden bir düzen içinde yapınız.

İmajın oluşması için tekrar önemlidir. Tekrarın yapılması, karşınızdakinin sizi öğrenmesi için önemlidir.

İnsan beyninin, bir şeyi ortalama yedi kez tekrar ettikten sonra kalıcı hafızasına attığı düşünülürse, karşınızdaki kişi, yedi kere etkili bir şekilde dikkatini çekmeniz hâlinde sizi hatırlayacaktır.

➤ Gizlenmeyiniz.

Hiç bir mal sahibi kafasını kuma sokmuş bir emlak komisyoncusu ile iş yapmak istemez. Sizler medya araçlarını kullanmadan müşterilere ulaşamazsınız. Kendinizi ve yaptığınız işi, tanıştığınız herkese anlatınız. Kartınızı veriniz, karşınızdakinin kartını alınız.

➤ Sınıflandırılmış gazete ilanı

Bölgenize uygun etkili sınıflandırılmış ilanının nasıl verildiğini öğreniniz; istatistik tutunuz.

➤ Tek ayaküstüne oynamayınız.

Kendinize reklâmda alternatif yaratınız, bütün bütçenizi broşür yaptırarak harcamayınız, önce piyasanızı test edip ona göre reklam yapınız.

➤ Anahtar kelimeleri öğreniniz.

Sempatik meşe mutfak, keyifli Amerikan banyo, şirin romantik gibi kelimeler müşterileri çeker. Bayanları çekebilen ilan vermeyi unutmayınız. Mutfak ve banyoyu her seferinde vurgulayınız.

➤ Eğer elinizde uygun fiyatlı yer yok ise

Eğer emlakı yaratamadıysanız kesinlikle ilan vermeyiniz, ilanı verirken amaç, alıcı yaratmak değildir. Kimse size iyilik yapmak size kıyak yapmak için bir şeyi satın almaz. İnsanlar sadece kendi menfaatleri doğrultusunda satın alma işlemi yaparlar.

Yanlış fiyatlı ilan, çöpe atılan para ve zaman demektir.

➤ Parayı akılcı harcayınız.

İlanı verirken, para harcarsınız ve bir tek amacınız vardır; o da telefonlarınızı çaldırmak. Çünkü satış olması için insan olması, insan olması için de karşınızdakinin sizi araması gereklidir.

Örnek: 50 milyona verilen bir ilanla yaratılan 20 kişi mi, yoksa 100 milyona verilen bir ilan ile yaratılan 200 kişi mi daha ekonomiktir?

Burada vurgulanmak istenen, ilanının etkisi (satış gücü) değil, ilanı verdiğiniz zaman yapılan arama sayısının önemidir.

TÜR	İLAN MALİYETİ	AÇIKLAMA
Süper İlan	Az	Alıcıları gruplandırırınız, servet kazanırsınız.
Normal İlan	Orta	Ortalama emlak komisyoncusunuz.
Zayıf İlan	Yüksek	Şansınıza sektörde bulunuyorsunuz dikkat edin.
Vasat İlan	Çok yüksek	Servetinizi ışık hızı ile bitirirsiniz.

Tablo 2.6: İlan ve maliyetlerle emlak komisyoncusunun bütçesi

- İlanı verirken dikkat çekiniz

DİKKAT ÇEKEN	SIKICI
Hayalleriniz	Akatlar'da 40 milyara
Kadıköy'de sadece 40 milyar	3+1 kombili,
Son iki gün	Bahçe katı daire
0212 350 90 10	0212 350 90 10

Tablo 2.7: Gazeteye verilebilecek dikkat çeken ve çekmeyen reklam örneği

- Ne için kime reklam yaptığınıza dikkat ediniz.

Reklamda esas olan kendinizi anlatmanız değildir; karşınızdaki müşteriyi anlatmanız esastır. Emlak işinde doğru reklâm mal sahibine hitap eden reklâmdır. Çünkü reklâm ile alıcı yaratmak işletmelerin zaman ve para kaybetmelerine neden olacaktır.

Örnek: Yerde bulduğunuz tanımadığınız bir firmanın broşürünü alırsınız mı? Tabii ki hayır. Peki ya broşürün üzerinde sizin isminiz yazılı olsaydı!

- Reklâm verirken hazırlıklı olunuz.

Reklâm verirken önceden hazırlığınızı yapınız. Ofiste müşterinizi eğer başka bir emlak komisyoncusu karşılarsa, buna üzülmeyiniz. “Emlak içinde alıcıyı kim karşılarsa onun olur. Açık denizde gemi bulmak gibi...”

- Satış işinin kaidelerini unutmayınız.

- Dikkat çekmek
- İlgi çekmek
- Karar verdirmek
- Harekete geçirmek

İnsanların sadece dikkatini çekerseniz, onları harekete geçirme şansınız olacaktır.

- Reklâmı doğru kesime yapınız.

Emlak işi “Direkt Yanıtı göre Pazarlama” işidir. Reklâmınızı başarıya ulaşması için, üç ana kavramı doğru bir şekilde kullanınız.

- Liste: Doğru insanlara gidiniz. Sizin müşteriniz olan kesime reklâm bütçenizi yönlendiriniz.
- Teklif: Yaptığınız teklif dikkat çekici ve müşteriyi sizin servisinizi kullanmaya çeksin (copywriting).
- Grafikler: Emlak işi insan işidir. Resminizi bütün medyalarda kullanın; siz insanların aklında kalabilerseniz başarılı olursunuz.

- Pazarlama/reklâm eğitimi alınız.

Bulabildiğinizi pazarlama hakkındaki bütün kitapları okuyun, gidebileceğiniz bütün seminerlere katılın. Çünkü medya araçları, ustaca kullanıldığında işe yarayacaktır. Aksi takdirde hem zamanını, hem de paranızı boşuna harcarsınız. Doğru reklâmlar vermek için;

- “Copywriting”
- Pazarlama

UYGULAMA FAALİYETİ

Bu faaliyet ile hangi bilgileri kazandığınızı, aşağıdaki soruları cevaplayarak belirleyiniz.

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none">➤ Müşterinin davranışını etkileyen faktörleri belirleyiniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ İyi bir kârlılık için müşteri davranışlarının nelerden etkilendiğini öğreniniz.➤ Bir emlak komisyoncusuna giderek müşterilerin davranışlarını gözlemleyiniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Müşterinin satın alma karar davranışı ve sürecini sayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Kendinizden yola çıkarak sürecin nelerden oluşabileceğini bulunuz.➤ Franchising yöntemiyle çalışan emlak ofislerinden davranış ve süreçleri gözlemleyiniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Reklam türlerinden reklamınızı seçiniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ Piyasada en çok kullanılan emlak reklâmını emlak ofislerinden araştırınız.➤ Reklâm ücretlerini araştırınız.➤ Size en uygun reklâmı seçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Bu faaliyet ile hangi bilgileri kazandığınızı, aşağıdaki soruları cevaplayarak belirleyiniz.

A. OBJEKTİF TESTLER

. Aşağıdaki sorulara doğru (D),yanlış (Y) olarak cevap veriniz:

Değerlendirme Ölçütleri	Doğru	Yanlış
1. Pazarlama, ürün ve hizmetlerin, üretim kademesinden, müşteriye doğru akışını sağlayan faaliyetlerdir.		
2. Ürün ve hizmetlerin, onları satın almak isteyen yerlere ulaştırılmasına tutundurma denir.		
3. Reklâm araçlarından dergi, gazeteye göre daha uzun süreli etkili olur.		
4. Tabela, nereye asıldıysa ilgili belediyeye vergisi ödenir.		
5. Brandalarda vergilendirme yoktur.		
6. Ağızdan ağza reklâm en pahalı yöntemdir.		

Aşağıdaki soruların cevaplarını yuvarlak içine alınız.

7. Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın temel unsurlarından değildir?

- A) İhtiyaçlar
- B) Hizmetler
- C) Para
- D) Talep

8. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama bileşenlerindendir?

- A) Tutundurma
- B) Dağıtım
- C) Fiyat
- D) Hepsi

9. İhtiyacı gidermek üzere müşterilerin ürün ve hizmetler için ödemeye razı oldukları bedele ne denir?

- A) Hizmet
- B) Fiyat
- C) Pazar
- D) Değişim

10. Aşağıdakilerden hangisi çevre faktörlerinden değildir?

- A) Ekonomik çevre
- B) Teknolojik çevre
- C) Personel çevresi
- D) Demografik çevre

11. Aşağıdakilerden hangisi müşterilerin davranışını etkileyen psikolojik faktörlerdendir?

- A) Motivasyon
- B) Ekonomik durum
- C) Kültür
- D) Meslek

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz.

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer faaliyete geçiniz.

B. UYGULAMALI TEST

Öğrenme faaliyeti ile kazandığınız beceriyi aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

1. Müşterinin satın alma sürecini değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Müşteriler ihtiyaçları olduğunu fark ederler.		
2. Bu ihtiyaçları karşılamak için bilgi toplarlar.		
3. Alternatifleri değerlendirirler.		
4. Satın alma kararını verirler.		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda “Hayır” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Cevaplarınızın tamamı “Evet” ise bir sonraki faaliyete geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-3

AMAÇ

Emlak satış işlemlerini gerçekleştirebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

Bu faaliyet öncesinde yapmanız gereken öncelikli araştırmalar şunlardır:

- Satılacak bir emlakta nasıl bir hazırlık yapıldığını araştırınız.
- Yer gösterme tutanağını internetten araştırınız.
- Bir emlak komisyoncusuna giderek alım-satım ve komisyon protokol sözleşmesi edininiz.
- Emlak komisyoncularından satış tekniklerini araştırınız.

Yaptığınızı araştırmaları sınıfınızda arkadaşlarınızla paylaşınız.

3. EMLAK SATIMINI GERÇEKLEŞTİRMEK

Portföyünüzü oluşturduunuz, reklâmınızı yaptınız sıra geldi alıcı ile buluşarak emlakın satışına.

3.1. Alıcıyla Görüşme

Evin iç temizliği yapılır. Sunuma hazır hâle getirilir. Emlak sahibinden onay alınır. Evin içinde telefon, masa, sandalye ve broşür sistemleri kurulur. Gelen müşterilerin bilgileri alınır.

Günün bir saatinde emlak ofisinin önünde bir araba durur. Arabadan bir bey ve bir bayan iner. Ofise doğru yönelirler ve içeri girerler.

İlk iş müşteriyi ayakta karşılamak ve buyur etmektir. Öncelikle kendinizi tanıtmalısınız. Müşterinizi tanımalısınız. Hatırlarını sormalı, konuşurken hareket ve tavırlarınızla onlara güven vermelisiniz. İkramda bulunmalısınız(çay, kahve, kola gibi). Dileklerini dikkatle dinleyip müşteri talep formunu düzenletmelisiniz.

3.2. Gezdirme Planının Tasarlanması

Çoğu müşteri ne istediğini bilmez; ancak ne istemediklerini bilirler. Alıcıların çoğu sizin ne tarz bir emlak istediklerini anlamanız için beğenmediği bir-iki evi görmeleri gerekir. Başka bir deyişle, alacaklarını düşündüğünüz emlakla kıyaslamak amacıyla, birkaç tane fazladan emlak gezdiriniz. Bu size, düşündüğünüz emlakın onlar için doğru emlak olup olmadığına dair bir fikir verecektir.

Alıcınızı dinleyiniz; sizin amacınız alıcı neye âşık, nelerden nefret ediyor, öğrenmektir. Bırakın kendisini, çevresini anlatsın. Sizin amacınız, onların "kendilerini önemli hissetmeleri"ni sağlamaktır. Eğer alıcınız bu şekilde hissederse alır.

Eğer mümkünse, satıcıyla müşterilerinizin önünde randevulaşmayınız. Sonuçta bu insanlar hiç tanımadığınız kişiler. Belki de sadece yoldan geçiyorlar veya sizi bir ilan dolayısıyla aradılar. Satıcıyı aradığınızda, "Sayın X Bey, şu anda yanımda bugün evinizi göstermeyi düşündüğüm iki kişi var" şeklinde bir konuşma yaptığınızı var sayın. Satıcı ona muhtemel bir alıcı bulduğunuz için değil, sizinle konuşmak istediği bazı problemler olduğu için sevinebilir.

Telefon görüşmelerini yapmak için müşterilerden ayrılırken şu şekilde: "Elimizdeki bilgilere göre, size göstermek istediğim çok güzel evler var. Şimdi gidip randevuları ayarlamam gerekiyor. **Yer gösterme tutanağını** doldurur musunuz? Sonra beraberce evleri görmeye gideriz" denilebilir (Kiralık Emlak modülünde yer gösterme tutanağı gösterilmiştir).

Yer gösterme tutanağı ile ilerde bir anlaşmazlık doğması halinde komisyon hakkının doğması sağlanır. Eğer alıcı ile satıcı kendileri anlaşırca.

Ofisteki konunuza göre, gösterim için randevuları ayarlamak ve onları sınıflandırmak durumunda kalabilirsiniz. Bu tip durumlar için stratejiler geliştirmeye çalışmalısınız.

Gösterme ırası,

- Önce kendi portföyünüzü(eğer emlak danışmanı iseniz)
- Ofisin portföyünü
- Franchise ağının portföyünü(eğer franchisee olarak çalışılıyorsa)
- Diğer emlak ofislerinin **portföylerini**

gezdirebilirsiniz

Emlak işinde heyecan duymak demek, malın bilgisini iyi bilmek ve bunu etkili bir şekilde karşınızdakine aktarmaktır. Özellikle bölge hakkında her şeyi detaylı ile biliniz. Çok hızlı heyecanlanmayın, alıcınız her şey kafasında tam olmadan, işin sonuçlanmasına izin vermeyecektir. Çok hızlı girerseniz, çok hızlı çıkmak zorunda kalacaksınız.

3.3. Emlakin Gösterilmesi

Mal sahibi ile görüşünüz, birdenbire ortaya çıkmayınız. Bütün notlarınızı alınız. Arabada sorabildiğiniz kadar soru sorunuz. İş bitince yaptığınız hataları çıkartınız.

Anahtarları ve portföyün durumunu kontrol ediniz. Anlaşmasız portföylerin anahtarları iki emlak komisyoncusunda birden olabilir. Sokak kapısının anahtarı veya göbeği değişmiş bile olabilir. Fazla vakit kaybetmemek için önceden kontrolünüzü yapınız.

Eğer evde kiracı varsa, kiracıdan randevu alınıp gidilen yerlerde yanınıza galoş alınız; kiracıya saygı gösterirseniz size olan davranışı değişir. Kiracıdan aldığımız randevularınızı, iki kere kontrol ediniz. İptal olan randevularınızı emlak içinde bekleyen kişilere bildiriniz. Aksi takdirde güven yitirirsiniz.

Mümkünse, göstereceğiniz yerleri önceden görünüz. Eğer bilmediğiniz bir yere gidiyorsanız yanınıza harita alınız, mutlaka önce haritadan yerine bakınız. Yer tarifini ayrıntılı bir şekilde öğrenmeden, bulurum düşüncesi ile yola çıkmayınız.

İlk önce elinizdeki "EN İYİ" emlak müşteriye gösteriniz. Eğer elinizdeki en iyi yeri müşteriye gezdirirseniz, müşteri sizin onunla iletişime geçtiğinizi düşünür.



Resim 3.1: Elinizdeki iyi emlak en sona bırakmayın.

Emlaka her zaman ilk önce emlak komisyoncusu girer. Işıkları yakar. İçeriye kontrol eder. Sonra müşteri girer. Daire gezdirilirken müşteriye emlak komisyoncusu yönlendirir.

Evi gezdiriniz, hiçbir zaman yorum yapmayınız, sadece soru sorunuz. Sizin amacınız alıcının düşüncelerini öğrenmek ve kontrolü ele almaktır. Satış demek, aslında soru sormaktan başka bir şey değildir. Soru sorarsanız, alıp almayacaklarını öğrenip pazarlamaya geri dönünüz. Amacınız, alıcı için sizden satın alma işini kolaylaştırmaktır. Eğer karşınızdaki bakıcı ise hemen pazarlamaya dönünüz.

Sihirli sorumuz "Değil mi?" sorularını sorunuz. Dedektif olunuz. Mutfak büyük değil mi? Cevap evet ise devam ediniz. Ancak müşterinin cevabı, "Ben İtalyan tercih ederim" ise, bazı ipuçları vermektedir.

Unutmayın evi gezdirmek bir stratejidir. Hiçbir zaman görmediğiniz bir evi göstermeyiniz. Tabii ki siz de yeni gelen evleri anında geziniz.

Müşteri gezdirmek, satış sürecinde itirazların başladığı andır. Müşterinin itirazlarını yenemezseniz yapmanız gereken, pazarlamaya geri dönmek ve aday yaratmaktır. Burada yapılan en büyük hata, işi duygusal olarak almak ve takip sürecine döndürmektir.

İş sonuçlandırması, müşterinin evet dediği yerde yapılabilir. Gerekirse, duvarların üstünde teklifi imzalatabilirsin. Evi gösterirken alıcının satın almalarını isteyin ve gerekirse teklifi orada, anında yazın; ofise gidip teklif yazmayı beklemeyiniz. Müşteri satın aldığı şeyin önünde iken, işinizi sonuçlandırınız. Teklifi almak, sizin ev gösterirken en önemli amacınızdır. Net olun; teklif sırasında malın yanında olunuz.

3.3.1 Yer Gezdirmede Altın Kurallar

- Yol boyunca okul, sağlık ocağı, durak yerleri detaylı olarak anlatılmıdır.
- Emlakın dıştan gösterilip dış özellikleri sırasıyla anlatılmıdır.
- Emlakın iç özelliklerini detaylı bir şekilde anlatınız.
- Bir hafta içinde teklif imzalamayanları süreçten çıkarınız. (Alıcıların teklif vermeleri gereklidir. Teklif vermeyen bir alıcıyı, neden ne olursa olsun, bırakınız).
- Sınıflandıracağınız müşteriye veya sınıflandırılmak amacıyla sorulan sorulara cevap vermeyenleri, kesinlikle gezdirmeyiniz.
- Ev gezdirmeyenler ev de satamazlar; ev satış şansınızı artırmak istiyorsanız daha çok sayıda ev gezdirmeniz gerekir.
- Eğer anlaşmaya varılmışsa alım-satım- komisyon protokolünü imzalatınız.(Anlaşma konusunda bir örneği bulunmaktadır.)

3.4. Anlaşma

Emlak komisyonculuğu ile ilgili yasaları, formların nasıl doldurulduğunu bilmek, emlak işini yapabileceğiniz anlamına gelmemektir. Pek çok iyi emlak komisyoncusu anlaşmayı birçok işlem yaptıktan sonra öğrenir. Sizler kuralları öğrendikten sonra, pratik, tekrar ve uygulama ile güçlendiriniz.

Peki, emlak işinde her şey üzerine anlaşılabilir mi? Evet, karşıdakinin durumuna göre her şey üzerine anlaşılabilir. Ancak bu da her zaman istediğinizi elde edeceksiniz anlamına gelmez. Ana teknikleri iyi kullanırsanız, en iyi işi çıkartırsınız.

3.4.1. Anlaşma Alanları

Anlaşma dört alanda geçer:

- İnsanlar
- Taktikler
- Strateji
- Zaman

Kendinize sorun, eğer anlaşma oyununun kurallarını sadece karşınızdaki biliyorsa, tahmin edin kim kazanacak?

3.4.1.1. İnsana Dayalı Kurallar

- İnsanlarla çalışırken karşınızdaki alıcı ya da satıcıya hakaret etmeyiniz. Emlak işinde size denen hiçbir şeyi "kişisel" almamanız gerekir. Alıcı/satıcı genelde olayları kişisel alırlar ve profesyonel gibi davranmazlar. Kısa dönemde sertlik, para kazandırıyor gibi görünse dahi uzun dönemde geri dönüş olmayacaktır.

Örnek: Alıcı ile satıcı 5 dakika önce tanışmışlardır. Alıcı; emlak sahibinin şartlarının uygun olmadığını, emlak sahibi alıcının emlakın değerini kavrayamadığını söyler. Alıcı uygun olmadığını belirtir ve masadan kalkarlar (bazen oturmazlar dahi...)

Anlaşma sürecinde emlak komisyoncusu işini profesyonelce yapmalıdır. Söylenen hiçbir şeyi "kişisel" almamalıdır. Kendi sinirinizi karşı tarafa aktarmak, sadece ona daha fazla silah vermek anlamına gelir.

- Emlak komisyoncusunun "gerçekçi" olması gerekir. Kendi gerçekliğinden taviz vermemelidir.

Örnek: Kendi oturduğu evi 120.000 YTL olarak hayal eden emlak komisyoncusunun, komşusunun emlakını bu fiyattan alması akılsızlıktır, fiyatı emlak komisyoncusu değil piyasa belirler. 80.000 YTL'ye satılması gerekiyorsa satılmalıdır.

- Emlak işinde yalnızca kendinize güveniniz.
- Emlak komisyoncusunun anlaşırma işinde net olması gereklidir. Şüpheli davranışlardan kaçınmalıdır. Güven duyulmayan kişi ile kimse iş yapmak istemez. Çünkü verebileceği bir şey olmadığı düşünülür.

3.4.1.2 Taktiğe Dayalı Kurallar

- Kişiliğe yönelik saldırıdan -yapmaktan / almaktan- kaçınınız. Kişiliğinize dönük bir saldırıda konuyu değiştiriniz.
- "Bazen" dengesiz hareket ediniz. "Biraz" deli olduğunuzun bilinmesi avantajdır. Eğer biraz "deli" olduğunuzu karşı taraf düşünürse, sizi daha fazla itmek ve zorlamak istemeyecektir. Sizinle daha kolay bir şekilde anlaşmak isteyecektir.
- Arada saf gözükünüz. Sağırı dahi oynayabilirsiniz. Maksat, karşı tarafın size dolambaçlı olarak söylemek istediğini, net olarak söyletirmenizdir.

Örnek:

Emlak sahibi(S): 123. 000 YTL 'den 120.000 YTL 'e verebilirim.

Emlak komisyoncusu(E): Efendim, Ne?

S: 117.000 YTL 'e verebilirim.

E: Ne?

S: En son 115.000'e veririm. Karışmam elime net isterim.

E: Duymadım ne?

S: 115.000 YTL 'den aşağı inmem, ancak 2 ay oturmama izin verirlerse 112.000 YTL veririm.

Tabii siz 104.000 YTL'den teklifi çıkartırsınız. **Emlak sahibi** kızar ve şaşırır. 108.000 YTL'e anlaşırınız, sizin alıcınız da üç aydan önce zaten taşınmak istemiyordu.

- Her zaman "neden" diye sorunuz. En güçlü silahlarınızdan biri budur. Neden bu kadar düşük teklif ediyorsunuz? Neden sorusu ortamı gerecektir, ancak müşterinizden önemli bilgiler alacaksınız. Motivasyonun nereden kaynaklandığını öğreneceksiniz.

- Kararsızlık anında otoriteye danışınız.

Örnek:

Müşteri: **Ben** bu binanın sağlam olmadığını duydum, ama diğer özellikleri tam bana göre,

Emlak komisyoncusu: Bu binanın projesi FB'ye ait sizi onunla görüştüreyim... (tabii ki otoritenin sizin tezinizi savunması gereklidir).

- Yazıya meydan okuyunuz. Yazılı her şey "kesin" anlamına gelmez. Eğer yazılı bir şey doğru olsa, gazeteler hep doğruyu söylerdi. Siz gerektiğinde yazılı olan şeylere meydan okuyabiliyor olunuz.

- İyi dinleyiniz.

ALICI: "Bu ilk teklif", "İlk denememiz", "Bir de bununla deneyin", "Artık anlaşalım", "Bu ilk ve son teklif", "Bu en iyi teklifimiz", "Kabul et ya da etme". Her birinin aslında farklı anlamları vardır. İyi dinleyiniz; karşı taraf aslında ne diyor onu anlayınız. Buna göre davranınız.

3.4.1.3. Stratejik Kurallar

- Her zaman kendinize bir alternatif yaratınız. Bu, kural dengeleme için önemlidir. Kendinize çıkış yolu yaratınız. Eğer kendinize alternatif yaratmazsanız, karşı tarafın verdikleri ile yetinmek zorunda kalırsınız.

Faydacı insanlar Anlaşılabilir

Mükemmeliyetçilerİstediklerinin bedelini sonuna kadar öderler.

- Her zaman önceden bilgi edininiz, işinizi her zaman başından kazanın. Karşı tarafın dediklerini anlamanız için alt yapınız sağlam olmalıdır.
- İlk önce çözebileceğiniz durumları ele alınız. Eğer anlaşmayı durdurursanız kaybettiniz demektir. Önemli olan devam etmektir. Yanınıza alınız, en iyi şekilde kullanınız.
- Sonuçlandıramayacağınız tekliflere cevap vermeyiniz. Sizin amacınız, karşı tarafın anlaşma masasına oturması ve kaporalı yazılı bir teklif vermesidir. Eğer bunu alamadıysanız üzerinde anlaşılacak bir şey yoktur. Anlaşırken aceleniz hiçbir zaman olmasın.
- Sınırlarınızı önceden belirlemeyiniz. Çünkü sınırlar, işinizi yapmanızı engelleyecektir. Kendinizi işinizin içine kilitlemeyiniz; amacınız anlaşmaktır, sınırlarınızı belirlemek değil.

Örnek: Burası 80.000 YTL eder; fiyat hayal ürünüdür. Fiyatı alıcı verir.

- Ne olursa olsun bazı işler sonuçlanmayacaktır bunu unutmayınız. Eğer bunu anlarsanız yapacağınız en yanlış şey bunu anladığınız an anlaşmaya çalışmaya devam etmektir. Takip sürecinde hata yapmış olursunuz.

Örnek: Size sözlü teklif gelirse sonuçlandırmaya çalışmayınız, kapora ve imzasını isteyiniz.

3.4.1.4. Zamana Dayalı Kurallar

- Karşı tarafın zamanını işe yatırınız. Zaman harcadıkça bu paraya dönecektir.
- Her zaman "zaman limitli" çalışınız. Örneğin yazarlar, zaman limitli çalışmazlarsa hiçbir zaman hikâyelerini yetiştiremezler. Eğer bir zaman limitiniz yok ise hiçbir zaman, elinizdeki işi sonuçlandıramazsınız. Emlak komisyoncusu bazen teklifi bir haftalık alır. Bir haftalık teklif çok uzundur. Emlak komisyoncusunun her zaman gerçekçi olması lazımdır. Ancak unutmamalıdır ki emlak sahiplerinin çoğu ilk gelen teklifi genelde reddederler.

Eğer emlak komisyoncusu emlak sahibinden kontra teklif alabilirse, karşısındakinin daha fazla zaman yatırmasına neden olacaktır.

DİKKAT : "Ya al, ya git" türünden tehdit teklifleri, insanların düşündüğünden çok daha az işe yarayacaktır. Uzun dönem bu tür teklifler size kaybettirecektir.

- Hızlı hareket ediniz. Evet, karşı tarafın size zaman yatırmasını istemek akıldır, ancak sizin işiniz her zaman işinizi sonuçlandıracaktır. Eğer emlak işinde siz elinizi çabuk tutmazsanız "kıvılcım" kendi işini kendi yapacaktır.

3.4.2. Anlaştırma Teknikleri

Emlak komisyoncusu, sadece emlakın fiyatı üzerinde anlaşmaya yoğunlaşmamalıdır; şartların tümünü göz önünde bulundurmalıdır. Bu şartlar:

- Komisyon indirimi

Bazı insanlara göre mal ya da alıcı bulmak için % 6 komisyon çok fazladır. 300.000 **YTL** bir satışta 18.000 **YTL** büyük bir para olabilir. Alıcının altı aylık maaşı olabilir. Ancak unutmayın; mal sahibi emlakın satışı ile ne kadar çok uğraşırsa, o kadar çok para harcıyor demektir. Soğuk piyasalarda, özellikle emlak komisyoncusu kendi özelliklerini değil, kendisinin emlak sahibine sağladığı faydaları vurgulamalıdır.

- Kaporanın önemi

Kapora, alıcının ne kadar ciddi olduğunu gösterir. Amaç, alıcının yazılı olarak işin sonuçlanmasına kendisini adanmasıdır. Emlak komisyoncusu, kapora üzerindeki korkusunu aşması için, alıcıyı psikolojik olarak rahatlatmalı, prosesi(süreç) garanti etmelidir.

- Konut kredisi

Eğer büyük bankalar ile anlaşamıyorsanız, bir de yerel küçük bankalarla çalışınız. Kişisel eşyalar

Bazen alıcı emlak sahibinin kişisel eşyalarını da almak isteyebilir (gömme fırın, klima, özel yapım hamak dahi olabilir). Eğer alıcı kişisel eşyaları da istiyorsa, bu teklifte belirtilmelidir. Yoksa emlak komisyoncusu aradaki bedeli, cebinden ödemek durumunda kalabilir.

Unutmayınız; emlak sahibi kesinlikle anlaşmam diyorsa, bu genelde istediğinizi alabilirsiniz demektir. Ancak; bunun için masrafına katlanmak zorundasınız. Kişisel eşyalarınızın size problem olmasını istemiyorsanız, emlakı gezdirirken eşyaları ortadan kaldırın ya da alıcıya belirtiniz.

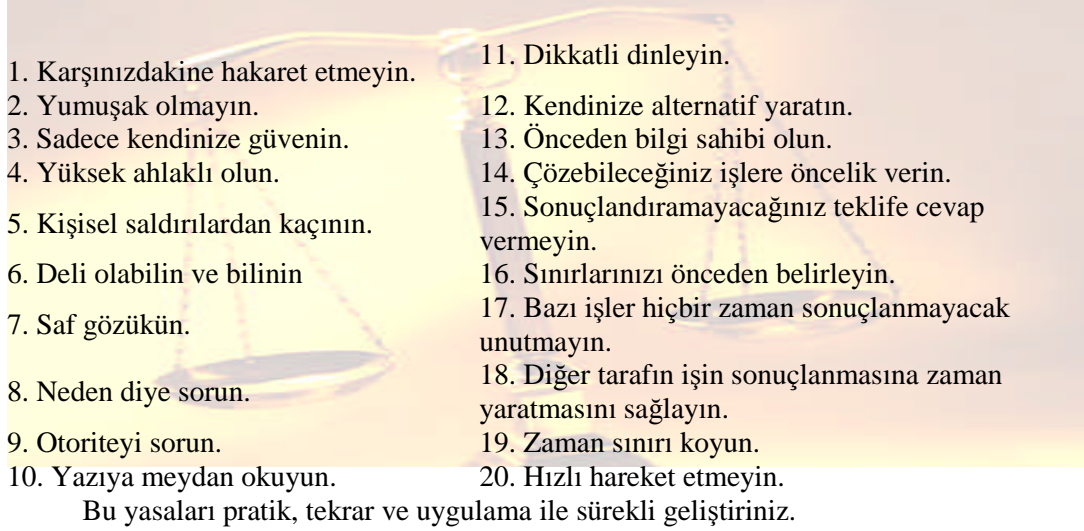
- Emlak ekspertiz (uzman incelemesi)

Bazı kredi kurumları emlake, %70 oranında ve daha düşüğünü verebilir veya ekspertizini daha düşük gösterebilir. Ancak bunu siz kişisel almamalı, işinize profesyonel olarak bakmalı, ekspertiz için iyi hazırlık yapmalı, ekspere emlakla ilgili bütün bilgileri yazılı olarak vermeli ve anlatmalısınız.

- Fazla masraf

Emlak sahiplerini uyarınız. Eğer malın üzerine değerinde %50 üzerinde masraf yapılırsa, bu para satışıta geri toplanmayabilir. Anlaşma sürecinde masraf sıfırlanabilir.

3.4.3 Anlaştırma Anayasaları

- 
1. Karşınızdakine hakaret etmeyin.
 2. Yumuşak olmayın.
 3. Sadece kendinize güvenin.
 4. Yüksek ahlaklı olun.
 5. Kişisel saldırılardan kaçının.
 6. Deli olabilin ve bilin
 7. Saf gözükün.
 8. Neden diye sorun.
 9. Otoriteyi sorun.
 10. Yazıya meydan okuyun.
 11. Dikkatli dinleyin.
 12. Kendinize alternatif yaratın.
 13. Önceden bilgi sahibi olun.
 14. Çözebileceğiniz işlere öncelik verin.
 15. Sonuçlandıramayacağınız teklife cevap vermeyin.
 16. Sınırlarınızı önceden belirleyin.
 17. Bazı işler hiçbir zaman sonuçlanmayacak unutmayın.
 18. Diğer tarafın işin sonuçlanmasına zaman yaratmasını sağlayın.
 19. Zaman sınırı koyun.
 20. Hızlı hareket etmeyin.
- Bu yasaları pratik, tekrar ve uygulama ile sürekli geliştiriniz.

3.4.4 Alım/Satım Teklifi

Teklifi, işini profesyonel olarak yapınız,. Tabii ki emlak komisyoncusunun da işini tam olarak yapabilmesi için yazılı ve büyük kaporalı teklif alması şarttır. Unutmayınız, emlak işinde bedava yemek yoktur. Her zaman bir elden verilir diğer elden alınır. Bunu unutmayınız. Ne verirseniz onu alırsınız. İstedığınız şeyi almak için doğru şeyi vermelisiniz.

Teklifi iletirken;

- Teklifi her zaman alan kişi iletir.
- Teklif yüz yüze iletilir (Her zaman göz teması kurulur).
- Sadece yazılı ve kaporalı olan teklifler iletilir.
- Teklif masada iletilir. Emlak sahibi, sağ kola oturtulur.
- Teklif sunulurken, paraya odaklanılmaz.

Teklif alma teknikleri;

DURUM 1

Emlak sahibi emlakine 125.000 YTL istemektedir.

Alıcının 115.000 YTL parası vardır. Daireyi beğenmiştir.

Müşteri temsilcisinin ne yapması gerekir? Müşteri temsilcisi, alıcıdan kapora almalı ve emlak sahibine cayma akçesi ile teklif hazırlamalıdır. Bu şekilde alıcının işlemi takip edilir. Alıcı, caydırıcı bir miktarda kapora vermelidir.

DURUM 2

Alıcı belirli bir bölgede emlak almak istemektedir.

Piyasada istediği türde bir daire yoktur.

3.4.4.1 Teklif Alma Prosedürü

- Emlak komisyoncusu veya müşteri temsilcisi, teklif alırken alabileceği en yüksek kaporayı alır.
- Kapora ve teklif formunu "Teklif Takip Pano"suna işler.
- Teklifin alınmasından sonra broker'e haber verir (Eğer franchisee olarak çalışılıyorsa).

3.4.4.2 Teklif İletme

- Emlak komisyoncusu(EK) veya müşteri temsilcisi(MT) teklif iletmeden önce mutlaka birçok kez prova yapar.
- Teklifi alan kişi teklifini iletirken yüz yüze görüşme yapar. Telefon ile teklifi iletmekten kaçınır. Gerekirse şehirlerarası yolculuk yapılabilir.
- 500 YTL (Beşyüz Yeni Türk Lirası) üzerindeki kaporaları emlak sahibine iletirken paranın nasıl saklanacağına, bulunacağına **broker** karar verir.
- Anlaşmalar imzalandıktan son durumu hakkında teklifi alan müşteri temsilcisi broker'e haber verir. Burada belirtilen işlemler bütün kiralama ve satış işlemleri için geçerlidir.

3.4.5. Cayma(Pey) Akçesi (kapora)

Cayma akçesi; tarafları güvenceye almak için alınan paradır.

Örnek:

Önce Fatih ÖZLER'den 11 YTL'ye bir kalem satın almak istersiniz. Sizde para, Fatih ÖZLER'de kalem vardır. Önce kalemi Fatih Özler mi verecek, yoksa önce parayı siz mi vereceksiniz? İki taraf da birbirini iyi tanımıyor, o zaman ne yapacağız? Bir üçüncü şahıs bulup onun aracılık yapması istenir. Bu üçüncü şahıs, Kamil KARAGÖNLÜM olsun. O sizden parayı alacağına dair bir garanti alır. Fatih ÖZLER'den de, kalemi alacağına dair bir garanti verir ve her iki tarafa da bu işlemde aracı olacağına dair bir garanti verir. Sizin paranızı Fatih ÖZLER', kalemi Kamil KARAGÖNLÜM'e verir. Oda size getirir ve işlem problemsiz bir şekilde gerçekleşmiş olur.

Örnek:

Süre 2 hafta, cezai şart 4.000 YTL, taahhüt 110.000 YTL üzerinden bir anlaşma yapılırsa;

Eğer emlak sahibi 110.000 YTL'ye satmak isterse alıcının yaptığı teklifi değerlendirir, gelir kaporasını iki hafta içinde alır ve kendisi ile cayma akçesi düzenlenir.

Eğer emlak sahibi kaporayı alır ve belirtilen alıcıya 110.000 YTL'den satmaz ise aldığı kaporanın iki mislini caizi şart olarak geri öder. Müşteri, cayma akçesini verdikten, **emlak sahibi** onayını aldıktan sonra, belirtilen süre içinde satın alma işlemi yapmaz ise kaporasını alamaz.

Mal sahibi, cayma akçesi karşısında bu üç şeyi yapabilir:

- Reddedebilir.
- Kabul edebilir.
- Kontra teklif yapabilir.

Peki, alıcı ne yapar?

- Tam rakam verebilir.
- Çok az altında verebilir.
- Çok düşük teklifte bulunabilir.

3.5. Satış

Artık emlakın el değiştirilmesine gelinmiştir. Kapora ve cayma akçesi alınmıştır. Emlak komisyoncusu satışı sonuçlandırarak komisyonunu almak ister. Ve sonra devamlı müşterileri olacak alıcı ve satıcı ile ilişkilerine rutin bir şekilde devam eder.

Satışı iyi bir şekilde sonuçlandırmak için mutlaka tekrar yapılmalıdır.

3.5.1. Satış Sonuçlandırma

Gerçekleştirilen her satışın önemli adımları vardır. Eğer bu adımlardan bir tanesi bile eksikse o satışı gerçekleştiremezsiniz. Bunlar:

- Müşterilerinizin ihtiyaçlarını anlayınız. Eğer neye ihtiyaçları olduğunu anlamazsanız satış yapamazsınız. Sizin o komisyona ihtiyacınız var. Onlara kapora veya bir araba fiyatı gibi bakamazsınız. Bunu anlarlar. İhtiyaçlarının ne olduğunu anlayabilmeniz için onları sınıflandırmanız gerekir. Daha sonra, onların alıcı içgüdülerini kullanarak ve yerinde sorular sorarak, mutlu bir şekilde yeni evlerine yerleştirebilirsiniz.
- Alacaklarına dair ipuçlarının farkına varınız. Vasat bir alıcı, söyledikleriyle değil, davranışlarıyla evi istediğini size anlatır.
- Müşterilerinizin olumlu gelişen dürtülerine göre, yatırım yapacakları bir tercih yapınız. Eğer sahip olmak isteyeceklerinden emin değilseniz, satışı nasıl gerçekleştireceksiniz?
- Satışı gerçekleştiriniz. Bunu yerinde sorular sorarak, onları yönlendirdiğiniz mülkle ilgili karar vermelerini sağlayarak yapınız.

Anlaşmayı imzaladıklarında, "Yuppii!" diyerek satıcıya koşmayınız. Müşterilerinizi evlerine yerleştirmek için bulunduğunuz vaatleri sağlamlaştırmınız. Size olan güvenleri için onlara teşekkür ediniz. Alıcılar belirlenmiş fiyattan daha düşük fiyat önerirlerse satıcıya yeni bir teklif getirebileceğini söyleyiniz.

Sizden haber almak için beklemelerini söyleyiniz. Emlak sahibini satıcıyı görmeniz için beklemeniz gerektiğini ve bir takım detayları onunla beraber gözden geçirmeniz gerektiğini söyleyiniz. Müşteriler çoğu zaman sonucu öğrenmek için geç saatlere kadar beklemeyi dert etmezler.

3.5.1.1 Satış Sonuçlandırma Teknikleri

➤ Farz etme yöntemi

Satıcı görüşmenin olumlu sonuçlarını varsaymak suretiyle satışı sonuçlandırmaktır.

Karşınızdakini basit bir şekilde yönlendiriniz:

- Bahçeyi beğendin mi? Evet
- Odalar yeterince büyük mü? Evet
- Fiyatı makul mü? Evet
- Teklif anlaşmasının noktalı yerini onaylar mısınız?

➤ **Basit yazılı sonuçlandırma**

Emlak komisyoncusunun her an yanında sonuçlandırma dokümanları bulunmalıdır. Sonuçlandırma dokümanlarına, müşterinin yanında bilgileri not ediniz. Önceden hazır olunuz. Müşteriniz, dokümanları doldurma nedeninizi sorar ise; "unutmamak ve düzenli olmak için" diyebilirsiniz.

➤ **Avantaj- dezavantajları listeleterek sonuçlandırma**

Satıcıların en fazla kullanmaları gereken sonuçlandırma türlerinden biridir. Bunu müşterileriniz ev hakkında bir karar verme güçlüğü çektiklerinde kullanınız. Bu konuda kullanacağınız cümleler oldukça önemli. Onları kelime kelime öğrenmeniz gerekir. Eğer karar vermelerinde yardımcı olma konusunda içten bir arzu duyuyorsanız ve bu kelimeleri doğru olarak kullanırsanız, bir teknik kullandığınız belli olmasına rağmen işe yarayacaktır.

İşte cümleler:

" Şimdi, yapmak istediğim en son şey, size yanlış bir karar almanız konusunda ilham vermektir. Ancak siz iyi bir karar olduğuna inanırsanız, onu uygulardınız, öyle değil mi? Güzel."

"Size yardımcı olmamın bir sakıncası var mı? Elimizdeki çizgili kâğıdın tam ortasına bir çizgi çekelim. Bir tarafına evin sağladığı avantajları, diğer kısmına da dezavantajlarını yazalım. Bitirdiğimizde, doğru kararı vermek için hangi tarafın daha fazla olduğuna bakmamız yeter." (Evin olumlu özelliklerinden 6'sını sıralamak yeter. Daha sonra, dezavantajları sıralamalarını bekleyin.)

Temiz bir sayfa alıp ortasından ikiye ayırınız. Sol tarafa alım için olumlu şeyleri, sağ tarafa olumsuzları yazıp birbirileri ile karşılaştırınız. En alta bir çizgi çizin ve kaç tane evet-hayır çıkıyor toplayınız. Kesinlikle durmadan, sonuçlandırma dokümanlarına bilgi alınız. Önemli olan diyalogu ayakta tutmak ve olayın mantıklı ve basit olduğunu göstermektir. Müşterinin itiraz etmediği noktaya gelip, sonuçlandırma dokümanlarını tamamen doldurup imzasını alınız.

➤ **Keskin aç sonuçlandırması**

Müşterinizin sorusuna öyle bir soru ile geri dönün ki, sorunuza vereceği cevap, sizi işi sonuçlandırmanıza taşısin.

Müşteri: Eğer almaya karar verirse 15 Mayıs'a kadar işleriniz biter mi?

Düz satıcı: Evet, Evet, Evet

Eğitimli emlak komisyoncusu: Eğer size ayın 15'ini garanti edersem sizden...

Eğitimli emlak komisyoncuları kendilerine hep üstün bir soru tekniği geliştirirler. Şampiyonlar düz satıcının beş misli satarlar, çünkü sattıkları hakkında firmalarını

anlatabilirler. Şampiyonlar sistemle savaşmaktansa, onu nasıl daha iyi kullanırlar; onun yolunu bulur ve üretkenliklerini artırırlar.

➤ **Üstün otorite sonuçlandırması**

Kendinize liderlik vasıfları edininiz. Çevrenizdeki lider kişiyi bulup evin onayını alınız. Rekabet ortamı bile olsa müşterinizin liderin peşinden gitmesi olasıdır. Lider ile öyle bir ilişki kurun ki işiniz düştüğü zaman gerekli bilgiyi elde edebiliyor olunuz.

➤ **Benzer iş sonuçlandırma (hikâyeleme)**

Müşterinize benzer olan durumlardan bahsedebilirsiniz. Burada dikkat edeceğiniz ilk şey, hikâyenin doğru olmalıdır; yalan ortaya çıkınca iş bozulur. İkincisi, hikâye sizin hakkınızda değil, başkasının hakkında olmalıdır ki, inandırıcılığı olsun.

Bu durumda, müşterilerinize kendilerini şu an içinde buldukları duruma düşmüş başka kişilerin ne karar verdiğini ve bu kararın onlara ne yarar sağladığını açıklayacaksınız. Her yaptığınız satışta, neler olduğunu not alınız. Eğer bunu yaparsanız, kullanabileceğiniz yeni "benzer durumlar" ortaya çıkacaktır.

Henüz satış yapamamış olanlar, "Geçenlerde bu durumda olan başka biri hakkında bir şeyler okuyordum" diyerek hikâye anlatabilirsiniz. Bu tip durumlar her zaman "Hissetmek-Hissettiler-Karşılaştılar" formülünün üzerine kurulmuştur. Şu şekilde oluşur: "Nasıl hissettiğinizi anlıyorum. Diğerleri de o şekilde hissetmişlerdi. Karşılaştıkları şey şu oldu."

Burada sizin anlatabileceğiniz bazı hikâyeler var. Eğer karar vermekte acele etmiyorlarsa şunu kullanınız:

"Geçen gün kararlarını vermek için beklemek isteyen insanlarla ilgili bir şey okuyordum. Alıcılar evi çok seviyorlar, ama daha karar vermeye hazır hissetmiyorlardı. Emlak komisyoncusu onları evlerine gönderdi ve akşama aradıklarında evin satıldığını söylemek zorunda kaldığı için çok üzüldü. Bu evin sizin için doğru ev olacağına ve uzun yıllar boyunca ailenizle beraber burada mutlu bir şekilde yaşayacağınıza inanmasam bu kadar ısrarcı olmazdım."

Eğer önerebilecekleri fiyattan daha pahalı bir evi satın almak istiyorlarsa:

"Birkaç yıl önce, sizinki gibi genç bir aile buna benzer bir durumla karşı karşıya kalmıştı. Evi satın almak için ayırdıkları para sınırlıydı ve bu miktarla istedikleri kadar güzel bir eve sahip olamıyorlardı. Birkaç yıl bekleyip yatırımlarını daha artırarak bir ev satın almanın doğru bir karar olup olmadığına bir türlü karar veremiyorlardı. Çok şükür ki, bizim "Başarı Yolu" olarak adlandırdığımız bir evi almaya karar verdiler. Geçtiğimiz günlerde de onu satarak bekleyip para biriktirerek almak istedikleri ev gibi bir ev satın almalarını sağlayacak kadar büyük bir kâr elde ettiler. Kira ödemeyi bırakıp kendi istedikleri şeyi yaptıkları için çok mutluydular. Doğru şeyi yaptıkları konusunda siz de benimle aynı fikirdesiniz, değil mi?"

➤ **Susarak sonuçlandırma**

Bir sonuçlandırma sorusu sorduğunuz zaman susunuz. Unutmayınız; ilk kim konuşursa kaybeden o olur. Eğer ilk siz konuşursanız karşınızdakine yenik düşmüş

olursunuz. Ortalama satıcılar, soruya yanıt gelmez ise hemen konuşurlar. Şampiyonlar ise bir dakika kadar çok rahat bir şekilde bekleyebilirler.

Müşterilerinizin tüm itirazlarının üstesinden geldikten ve teklifleri konusunda hemfikir olduktan sonra, evi satın almamaları için hiçbir sebep kalmayınca, onaylarını almak için anlaşmayı onlara uzatınız. Bu durumda son sözü söylemek size düşer. Şu cümleyi kullanmayı deneyiniz:

"Sayın, eğer şu noktada onayınızı belirtirseniz (imzayı atacakları yeri gösterin), sizi bu akşam evinize yerleştirmek için elimden geleni yapacağım". Size kapanış ile ilgili en önemli şeyi anlatayım. Kapanış konuşması sırasında sorduğunuz en son sorudan sonra susunuz.

Bunu sakın unutmayınız: Susun! İlk önce konuşan kişi genellikle evin gelecekteki sahibidir. Bir başka deyişle, bu kritik noktada ilk önce kim konuşursa, diğerini saf dışı bırakır. Eğer o anda konuşan kişi siz olursanız, müşterilerinizin evi satın alma konusundaki tüm baskılarını ortadan kaldırmış olursunuz ve elinizde satılmamış bir evle öyle kalabilirsiniz.

Eğer ilk önce onlar konuşursa, genelde evi satın alacaklardır demektir. Bu gerçekten çok önemli! Onaylarını veya izinlerini istediğiniz süre içinde sessiz kalırsanız, sadece şu iki şeyden birini yaparlar: Evi satın alırlar veya son kez bir şeye daha itiraz ederler. Her ne olursa olsun, siz pratik, alıştırma ve prova yaptığınız için bunun da üstesinden gelebilirsiniz öyle değil mi?

Eğer yine de sessizlik anını bir şekilde bozmanız gerektiğini düşünüyorsanız, şu cümleyi kullanınız: "Annem yıllar önce bana sessiz kalmanın kabul etmek olduğunu söylemişti. Haklı mıydı sizce?" Onlara söylemiş olduğunuz şey size itiraz etmeleri için bir ortam yaratmamakla birlikte, ev konusunda anlaşmaya varmalarını sağlar. Bunun ne kadar işe yaradığını görünce siz de şaşıracaksınız.

➤ **Biraz düşüneceğim sonuçlandırması**

Ortalama satıcılar bunu duydukları zaman olayı durdururlar. Eğer böyle yaparsanız kendinizi vurmuş olursunuz. Karşı taraf; "Düşünmem gerek" derse, aklında cevaplandırılmamış bir soru var demektir; öğrenmeye çalışınız.

Bu size yapılmış son bir itiraz değildir. Bu sadece onların kararı ertelemek için söylemiş oldukları bir sözdür. Bunu söylediklerini duyduğunuzda, bunu yapmalarının iyi bir şey olduğu konusunda onlarla aynı fikirde olduğunuzu belirtiniz.

Onlarla tartışmayın. Siz sadece tekrar düşünmek istedikleri şeyin ne olduğunu size söylemelerini istiyorsunuz ki bunun üstesinden gelebilesiniz. Bu tekniğin işe yaramasını sağlayan şey, yenilgiye uğramış gibi davranmanızdır. Bir başka deyişle, siz işinizi iyi yapmamışsınızdır veya onlar zaten kararlarını çoktan vermişlerdir. Kullanmanız gereken anlatım biçimi:

"Peki Sayın, açıkçası eğer gerçekten evi satın almakla ilgilenmeseydiniz durumu tekrar gözden geçirmek için zaman ayırmazdınız, değil mi? Bu kadar ilgili olduğunuza göre, evle ilgili dikkatlice düşünüp taşınacağınızı varsayabilir miyim? Bana bunu sadece benden kurtulmak için söylemiyorsunuz, öyle değil mi? Açıklığa kavuşturmak gerekirse, tekrar düşünmek istediğiniz şey nedir? (Burada duraksamayın) Evin yeri mi, Bahçe düzenlemesi

mi? Halılar veya perdeler mi? Yoksa para olabilir mi?" Eğer sorunun para olduğunu söylerlerse, para dışında emin olmadıkları başka bir konu var mı diye sorunuz. Paranın tek problem olduğundan emin olduğunuz takdirde, sorun yaratan miktarın ne kadar olduğunu belirleyiniz ve işleme azaltma sonuçlandırması yöntemiyle devam ediniz.

➤ **Küçük fark sonuçlandırması**

Emlak 120.000 YTL olur, ev 100.000 YTL olur. Aradaki farklı kullanma süresine bakınız. 20.000 YTL, 10 sene içinde senede 2000 YTL, günde 8 YTL. Hep aradaki farktan bahsediniz. Farkı komik rakamlara getiriniz.

Satışlarınızın çoğunda karşılaşacağınız en büyük sorun paradır. Birçok insan evi daha az bir fiyatla almak isteyecektir. Veya aylık yatırımlarını artırmalarına rağmen yine de fiyat artışından çekinebilirler. Bu yüzden onlara karar vermelerinde yardımcı olmalısınız.

Alıcı : "Bu fiyat çok fazla."

Emlak komisyoncusu: "Sayın , çok mu fazla olduğunu düşünüyorsunuz? En azından bir şey beni memnun etti. Eğer evi satın almak istemeseydiniz fiyat konusunda yorum yapmazdınız, yanılıyor muyum?"

Alıcı: "Evet"

Emlak komisyoncusu: "Size ne kadar fazla olduğunu düşündüğünüzü sorabilir miyim?"

Alıcı: "5000 YTL "

Emlak komisyoncusu: "Öyleyse bir başka deyişle, sizi rahatsız eden konu evin sizin önereceğiniz fiyattan hemen hemen 5000 YTL daha pahalı olması, bu doğru mu?"

Alıcı: "Evet."

Emlak komisyoncusu: "Yani şu anda ev ve sizin aranızdaki tek problem 5000 YTL öyle değil mi?"

Alıcı: "Evet."

Emlak komisyoncusu: "Eğer para problem olmasaydı evi satın alır mıydınız?"

Alıcı: "Evet."

Şu anda müşterilerinizin evi satın almak için ödeyecekleri fiyatı ve ne kadarlık bir miktara karşı çıktıklarını biliyorsunuz. Bu evi satın almamaları için başka bir sebep yok. Bunu kullanabilmeniz tamamen matematiği iyi bilmenize bağlıdır. Bu kritik bir durumdur. Eğer hata yaparsanız yenilgiye uğrarsınız. Bunu gerçekleştirmenin yolu, itiraz ettikleri "fazla" miktarı aylara, haftalara bölüp azaltarak aslında karşı çıktıkları miktarın ne kadar küçük olduğuna inandırmaktır.

Örnek:

Emlak komisyoncusu: "Sayın , zaman zaman bazı şeyleri yerli yerine oturtamıyoruz ve bence oturtmalıyız. İleri bir adım atmadan önce, bugün gördüğümüz evlerden bir tanesini oldukça beğendiniz, öyle değil mi?"

Alıcı: "Evet."

Emlak komisyoncusu: "Olaya bir de parasal açıdan bakalım. Lütfen bir parça kâğıt alarak evle sizin aranızdaki problem olan 5000 YTL' yi oraya yazın. Eğer evi satın almış olsaydınız, burada 10 yıl yaşayacağınızı söyleyebilir miydiniz?"

Alıcı: "Muhtemelen o kadar yaşardım."

Emlak komisyoncusu: "5000 YTL' yi 10'a böler misiniz? Bu yılda 500 YTL yapar, öyle değil mi?"

Alıcı : "Evet."

Emlak komisyoncusu: "Eğer burada yaşıyor olsaydınız, bu güzel mutfağın ve geniş oturma odasının tadını çıkarıyor olsaydınız ve 2 hafta evden uzakta bir tatil geçiriyor olsaydınız, her yıl evde 50 hafta geçiriyor olurdunuz,doğru mu?"

Alıcı: "Evet"

Emlak komisyoncusu: "500 YTL'yi 50 haftaya böler misiniz? Sonuç ne çıkıyor?"

Alıcı: "Hafta başına 10 YTL. "

Emlak komisyoncusu: "Eğer ailenizle beraber haftanın yedi günü dikkatinizi çeken tüm bu konforların tadını çıkarıyor ve bu evde yaşıyor olsaydınız,10 YTL' yi 7 güne böldüğümüzde ne elde ederdik?"

Alıcı: "1.43 YTL civarında"

Emlak Komisyoncusu: "Dürüst olmak gerekirse, ikinizin de sevdiği bu ev için günde 1.43 YTL ödemeyi görmezden gelmeli miyiz?"

Eşlerin devreye girerek, zaten her zaman yapmak istedikleri şeyi yapıp, sigara içmeyi bırakırlarsa evi satın alabileceklerini söyledikleri durumlar olmuştur. Çoğu zaman, gün bazında gösterdiğiniz fiyatın ne kadar düşük olduğu konusunda sizinle hemfikir olacaklardır. Ancak bu tekniği eğer günlük olarak bu parayı ödeyebileceklerse kullanın. Eğer ödeyemeyecek durumdadır ise, zaten onlara bu hesaplamayı göstermenin bir önemi yoktur.

Müşterilerinizin sizinle bu konuda aynı fikirde olmalarını sağlayabilirsiniz, ancak yine de daha az bir fiyattan evi satın almak isteyebilirler. Eğer emlak sahibinin daha uygun bir fiyattan satıp satamayacağını öğrenmek isterlerse şu şekilde cevap veriniz: "Bir müşterimin adına asla karar vermemeyi öğrendim. Sadece bana söylenen fiyatı size sunabilirim, daha azını müşterimle görüşmem gerekiyor".

Evi her zaman daha düşük bir fiyattan satın almak isteyen müşterileriniz olacaktır. Daha sonra yapmanız gereken şey, asıl fiyatın, müşterileriniz tarafından anlaşılmasını sağlamaya yardımcı olmak amacıyla eve değer biçmektir. Bu sadece satıcının yararına olmaktadır ve her zaman temsil ettiğinizi hatırlamalısınız. Şu cümleyi kullanarak alıcıyı yerine koyun: "Sizin ve ailenizin bu evde uzun yıllar boyunca mutlu olacağınıza inanıyorum. Size sağladığım hizmeti görünce, eminim ki evi satmak istediğinizde beni arayacaksınız. Taşınmak istediğiniz zaman ihtiyacınız olan şeyleri benim sağlamamı ister misiniz?" Tabii ki sizinle hemfikir olacaklardır. Yine de asıl fiyattan daha düşük bir fiyat vermek isterlerse, kabul ediniz. Ne de olsa emlak sahibinin kapora almasını sağlama zorunluluğunuz var. Sonra, alıcıyı olası bir karşı-teklife hazırlayınız.

Bu çeşit bir konuşma yaparken matematik bilmeniz önemlidir. Kendinize bir iyilik yapın ve 3000, 4000, 5000, 6000 ve 7000 YTL için yıllık, haftalık ve günlük miktarları hesaplayınız ki, bu tip bir itirazla karşılaştığınızda hazırlıklı olunuz.

➤ Boş kâğıda atılan imzalarla yapılan sonuçlandırmalar

Anlaşmadaki onaylarını almadan önce, her zaman para konusunda bir itirazla karşılaşmayabilirsiniz. Aslında çoğu zaman, kapanış aşamaları boş bir kâğıda imza atmakla başlar. Bu tarz bir sonuçlandırma, sorular sorup cevaplarını bir listeye yazmaktan başka bir şey değildir. Elinizde beyaz boş bir sayfa, kapora makbuzu ve alım-satım ve komisyon

sözleşmesi var. Buna başlamanın yolu bir refleks sorusu sormaktır. Kullanmak için en uygun soru, eşlerin göbek adlarının baş harflerini sormaktır. Buna düşünmeden cevap verirler.

Eğer sizi durdururlarsa ve "Tüm detayları yerli yerine oturtmuş durumdayım". Kalıbını kullandıysanız onun yerine "Düşünmeniz için detayların altını çizeyim" diyebilirsiniz. Bu noktada ilginç olan şey, sizi durdurmuyacak olmalarıdır. Eğer sizi durdurmuyorsa, evi satın almışlar demektir. Kalan tek şey onaylarını anlaşma üzerinde göstermelerini sağlamaktır.

➤ **Anlıyorum sonuçlandırması**

"Sizin nasıl hissettiğinizi biliyorum" ve "Haklısınız birçok insan sizin gibi düşünmüştü" deyip sonra yönlendirmek istediğiniz yere, yani sonuçlandırmaya yöneliniz.

➤ **Satış sonuçlandırma**

Vasat bir emlak satıcısı, bir satışı sona erdirmenin iki tip yolu olduğunu bilir ve onlardan birini kullanır. Belki duymuşsunuzdur. "Evet, ne düşünüyorsunuz?" şeklinde sorarlar. "Devam edelim mi?" ise en çok kullanılanlardan biridir. Bu, satışı sonuçlandırmak değildir. Bu sadece tezgâhtarlık yapmaktır; insanlar da bu yüzden bir tezgâhtar kadar kazanıyorlar.

En başarılı satıcıların satışlarını 5. denemelerinden sonra gerçekleştirdikleri görülmüştür. Eğer sadece iki tip son söz kullanabiliyorsanız, çok fazla para kazanamamanızın nedeni bu olabilir.

Kapanış için beşinci girişiminizden sonra, son sözünüz çok heyecanlı olduğunuz için özür dilemek olmalı.

Yapmak istediğiniz en son şey onlara baskı yaptığınızı hissettirmektir. Bu onlara geri çekildiğinizi gösterecek ve rahatlamalarını sağlayacaktır. Müşterilerinizin şimdiye kadar ev hakkında sizinle hemfikir olduğu tüm ayrıcalıkların üzerinden tekrar geçin ve şimdiye kadarki bulgularınızı onlarla paylaşınız.

Kendinizi tekrarladığınız için rahatsız hissedebilirsiniz, ama lütfen kapanışların ve prezantasyonların anlatıma çok benzer şeyler olduğunu anlamaya çalışınız. Burada prezantasyonunuz bir bölümü olması gereken üç tane anlatım biçimi yer almaktadır:

Onlara söyleyeceğiniz şeyi söyleyiniz.

- Söyleyiniz.
- Onlara söylemiş olduğunuz şeyi tekrar söyleyiniz.

Bir başka deyişle, tekrarlamanın satış yapma konusunda hayati önemi vardır.

3.5.2 Satış İşlemleri

Sizin amacınız, satış işlemi müşteriye kolaylaştırabileceğiniz kadar kolaylaştırmaktır. Bu listeyi tümüyle okumak değil, gerekli yerleri anlatmanız yeterlidir. Bu işi siz biliyorsunuz; alıcınızın kafasını karıştırmayınız.

Satış işlemlerinde alıcı ve satıcı açısından dikkat edilecek hususlar bilinmelidir.

3.5.2.1 Emlak Alımında Alıcı Açısından Dikkat Edilecek Hususlar

➤ Haciz

Hacizli olan tapunun devri (alıcı kabul etmeyeceğinden), mümkün değildir. Bu durumlarda satıcının, **emlak üzerindeki haczi kaldırtması** istenmelidir. Bu da 2 şekilde yapılabilir.

- Satıcı, haciz işleminde borçlu olduğundan, ya icra dosyasına borcun tamamını ödeyip "haczin fekki" ne dair yazı alır ya da haciz alacaklısı ile haricen anlaşır, icradan "haczin fekki" ne dair yazı alır. (Satıcı, ödemeleri kendisi yaparak problemi çözer).
- Emlakın alıcısından alınan peşinatla haciz miktarı ya dosyaya ödenir, ya da dosya alacaklısı ile haricen anlaşılır ve haricen ödenip haczin fekkine dair yazılar alınır. (Bu durumda yapılan masraflar alıcı tarafından yapıldığından, satış bedelinden mahsup edilir.)

➤ İpotek

İpotekli emlak da, alıcılar açısından problemlidir. Bu sebeple de ipoteğin çözülmesi gerekir. Bir emlak üzerindeki ipotek 2 şekilde olur.

- Teminat ipoteği: Bu durumda ipotek belgesinde yazılı rakamın ödenmesi sorunu çözmez. Her halükârda ipotek alacaklısının, ipoteğin fekkine dair imzası gerekir.
- Bedel ipoteği: Bu durumlarda, ipotek bedelinin, ipotek alacaklısına ödenmesi ile, ipotek fekki işlemi tapudan sağlanmalıdır. Bu hususlarda, yukarıda haciz işleminde bahsettiğimiz yöntemlerle çözülebilir.

Her iki ipotek türünde de alıcı, ipotekli olarak tapuyu devralabilir. Bu durumlarda alıcıyı, ileride doğabilecek hukuki sorunlar için uyarmak ve gerekirse durumu bilip kabul ettiğine dair elinden yazı almakla **iyi niyetli aracı kurum** imajı sağlanmış olur.

➤ Şerh

Daha önce satıcı tarafından veya vekilleri tarafından konulan tedbir kararıdır. Eğer şerh varsa alım işlemi gerçekleştirilemez. Satış vaadi şerhi, aile konutu şerhi olabilir. Bunların satıcı tarafından kaldırılması gerekir.

➤ Emlakin Geçmiş Vergi Borcu

Satıcıdaki makbuzları alıp kontrol etmek ve her ihtimale karşı da birer fotokopisini saklamaktır.

Emlak Vergisi Yasası'na göre; satış konusu emlakın, satıldığı yıl ve geçmiş yıllara ait ödenmemiş emlak vergisinin ödenmesinden, alıcı ve satıcı zincirleme olarak sorumlu tutulurlar. Emlaki satın alan kişi, ödediği geçmiş yıl emlak vergilerini faiziyle birlikte daha sonra önceki sahibine rücu edebilir.

➤ Emlakin tapudaki değeri

Emlakin tapudaki değeri birkaç açıdan önemlidir.

- Gelir vergisi açısından(Vergi Dairesinde Emlak İşlemleri modülünde ayrıntılı olarak anlatılmıştır.)

Emlakların, iktisap (edinme) tarihinden itibaren 4 yıl içinde elden çıkarılmasından sağlanan kazanç değer artışı kazancı” olarak beyan edilip gelir vergisinin ödenmesi gerekiyor.

Satın aldığı gayrimenkulü 4 yıl içinde elden çıkarmaları söz konusu olanların, emlakın maliyet bedeline esas olan, alış bedelini düşük göstermemelerinde yarar var. Aksi halde, 4 yıl içinde satılması sonucu ortaya gerçeğin de üzerinde bir kâr çıkar.

- Harç yönünden

Emlakın gerçek alış bedelinin tapu harcına esas olan tutardan düşük olması hâlinde, gerçek alış bedelinin tapu senedine yazılmasını tapu işlemleri sırasında talep etmek mümkündür.

Bu durum özellikle kamu görevlilerini “mal beyanı” yönünde önümüzdeki yıllarda da, vergi mükelleflerini de “nereden buldun” sorgulaması yönünden ilgilendiriyor.

- Harcın oranı yönünden

Gayrimenkul alımı sırasında, hem alıcı hem de satıcı; tapu harcına esas değer üzerinden binde 15 oranında harcı ayrı ayrı öderler.

- Emlak vergisi beyannamesi (Vergi Dairesinde Emlak İşlemleri modülünde ayrıntılı olarak anlatılmıştır.)

Emlaki alanların o yılın sonuna kadar” emlak vergisi beyannamesi vermeleri gerekiyor. Buna göre örneğin Ocak 2007’de gayrimenkul alanların en geç 31 Aralık 2007’ye kadar emlak vergisi beyannamesi vermeleri gerekiyor. Emlak vergisi ise izleyen yılda yani 2008’ den itibaren ödenmeye başlanacak. Satıldığı yılın emlak vergisini ise satıcı ödeyecektir.

- Eşe ve Çocuğa Alınan Emlak

Emlakin eş ya da çocuğa alınması ancak ödemesinin aile reisi tarafından yapılması halinde ivazsız” yani karşılıksız bir intikal söz konusu olur. Bu ise veraset ve intikal vergisine tabidir. Eş ya da çocuğun beyanname verip yüzde 5 – 15 arasında oranı değişen, veraset ve intikal vergisini ödemeleri gerekir. Ancak aile reisinin eşe ya da çocuğa gayrimenkulün bedelini borç olarak” vermesi halinde herhangi bir vergileme söz konusu olamaz.

- Satış vaadi sözleşmesi

Emlak alım satımları ancak tapu kütüklerinde veya noterler vasıtası ile yapılan “Emlak Satış Vaadi” sözleşmeleri ile geçerli olur. Satış yapılırken bu tür bir sözleşme yapılmaksızın alınan kapora, sözleşmeye konulan ceza-i şart geçersiz olup alıcıyı bağlamaz. Dolayısı ile alıcıyı bağlayacak veya vazgeçme durumunda yapmış bulunduğu ön ödemenin geri iade edilmesini engelleyecek bir sözleşme yapılması istendiği takdirde ilgili sözleşmenin mutlaka noterden yapılması gerekmektedir.

3.5.2.2 Emlakin Satışında Satıcı Açısından Dikkat Edilecek Noktalar

➤ Emlakin tapudaki Satış değeri

2007 yılında satılacak olan emlak için kaçta satılacak olursa olsun tapuda ‘‘asgari bir değeri’’ göstermek gerekiyor. Satış sırasında gayrimenkulün 2006 yılındaki emlak vergisine esas değerini asgari yüzde 56 oranında artırmak zorunluluğu var. Örneğin, 2006 yılındaki emlak vergisi değeri 100 milyar lira olan gayrimenkulü 2007 yılında satarken ister ocak ayında ister haziran ya da aralık ayında satılsın, alım satıma esas tapu değerini asgari 156 milyar lira göstermek gerekiyor. Kuşkusuz bu değerin üzerinde gösterilmesinde herhangi bir sakınca yok. Yani 200 milyar lira da gösterilebilir. Ancak ona göre harç ödenir.

➤ Gayrimenkulün gerçek satış değeri

Emlakın, gerçek satış değerinin, tapu harcına esas olan değerin altında olması halinde gerçek alım satım bedelinin, tapu senedinde ayrıca gösterilmesinin satıcı tarafından talep edilmesi gerekiyor. Bu durumda, tapu harcına esas olan tutar üzerinden harç alınır, ancak tapu senedinde gerçek satış bedeli yazılır.

➤ Ödenecek harç

Emlakin satışında, hem satıcı hem de alıcı , tapu harcına esas değeri üzerinde, binde 15 oranında harcı ayrı ayrı öderler.

➤ Kazancın gelir vergisi

Emlakin edinme tarihinden itibaren 4 yıl içinde satılması hâlinde satıştan doğan kazanç nedeniyle gelir vergisi ödenmesi söz konusu olabilir. Ancak 4 yıllık süre geçtikten sonra satılması hâlinde kazancın tutarı ne olursa olsun gelir vergisi ödenmez. Satılan gayrimenkul miras ya da hibe yoluyla edinilmişse satış bedeli kaç milyar lira olursa ve ne zaman satılırsa satılsın, ortaya çıkan kazanç nedeniyle gelir vergisi ödenmez.

➤ Şirketlerin emlak satışı

Şirketlerin, aktifinde kayıtlı olan emlakları elden çıkarmaları halinde, beyan edecekleri asgari değeri, ödeyecekleri harç oranı aynen yukarıda olduğu gibidir. Şirketler emlakın satışı nedeni ile fatura düzenlemek ve ayrıca KDV tahsil etmek zorundadırlar. Emlakın satışından doğan kazanç da vergiye tabidir.

Kurumlar vergisi mükellefi olan şirketler, en az 2 yıldır işletmelerinin aktifinde kayıtlı olan emlakı sattıklarında, satıştan doğan kazancı sermayelerine eklerlerse

- Gayrimenkul satış kazancı nedeni ile kurumlar vergisi ödemezler.
- Tapu harcı ödemezler.
- Satış işlemi de KDV’ ye tabi tutulmaz.

➤ Satışın belediyeye bildirilmesi

Emlakini satanlar, ilerde emlak vergisine çöp vergisine yönelik bir takiple karşılaşabilirler. Bunu önlemek için emlakın satışını yaptıktan hemen sonra ilgili belediyeye bir dilekçe ile durumu bildirmelerinde yarar vardır.

➤ Emlakini satanların kazanç vergisi

Gayrimenkulün iktisap (yani edinme) tarihinden itibaren 4 yıl geciktikten sonra satılması, örneğin 1996 ya da daha önceki yıllardan edinilen gayrimenkulün satılması halinde kaç liraya satılırsa satılırsın gelir vergisi ödenmeyecektir.

Satılan gayrimenkulün edinme tarihinden itibaren 4 yıl içinde satılması hâlinde ise ortaya çıkan kazanç nedeni ile gelir vergisi ödenmesi söz konusu olabilecektir. Ancak gayrimenkulün miras ya da hibe yoluyla edinildiği durumlarda satış bedeli kaç milyar lira olursa olsun gelir vergisi ödenmez.

3.5.3. Arsa-Arazi Alım Satım İşlemleri

Bir arazinin imar durumunu bulunduğu bölge, çevresinde göl olup olmadığı, yola olan cephesi gibi hususlar belirler. Alınması planlanan arazinin imar durumunu, bağlı bulunulan belediyenin imar işleri bölümünden veya alacağınız arazi belediye sınırları içerisinde değil ise il imar müdürlüklerinden öğrenebilirsiniz.

➤ Arazinin satın alınma durumu

Bir arazi alınırken arazinin sahibinin kontrol edilmesi ve arazinin yetkili kişilerden alınması gereklidir. Ayrıca, alıcı, T.C. vatandaşı değil ise her yerde arazi alması mümkün değildir. Bir araziye almak için girişimde bulunmadan önce alıcının bağlı bulunduğu konsolosluga başvurarak Türkiye içerisinde mülk sahibi olup olamayacağını ve eğer olabiliyor ise nerelerde mülk sahibi olabileceğini öğrenmesi gerekmektedir.

NOT: Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde devlete ait olmayan tüm araziler tapu kütüğüne bağlıdır. Eğer satılmak istenen arazi tapusuz ise, bu durum, arazinin aslında devlete ait olduğunu ve teklif eden kişinin sadece kullanım hakkına sahip olduğunu açık bir göstergesidir. Bu türdeki bir araziye kanunen satın almak mümkün olmayıp, sadece kullanım hakkı devredilir. Kullanım hakkı mutlak bir hak olmayıp, kullanım hakkının devralındığı durumlarda alıcının konumu devletin arazisinin işgalcisi olmaktan öteye gitmez.

3.5.4. Devre Mülk Alım Satım İşlemleri

Eğer satın almak istenilen mülkün tamamı ile kullanımı değil de belirli bir işletim sistemi içerisinde yılın belirli dönemleri kullanım hakkı verilmekte ise, bu sisteme devre mülk adı verilmektedir.

Bir devre mülk alınırken dikkat edilmesi gereken devre mülk mü devre tatil mi satıldığıdır. Devre mülk alımında mülkün tapusu kişinin üzerine geçmekle beraber devre tatillerde ilgili binanın belirli bir süre için kullanımı satılmaktadır.

Dolayısı ile satın almak istediğiniz tatilin kişiye ait bir taşınmaz olarak mı yoksa 20-30 yıl gibi uzun ama belirli bir süre ile kısıtlı olarak sunulan tatil hakkı olarak mı satıldığının araştırılarak durumun öğrenilmesinde büyük faydalar vardır.

3.5.5. Kooperatif Hissesi Alım Satım İşlemleri

Kooperatife üye olurken, kooperatifin bölgesel bir üst birliğe üye olup olmadığına bakın. Çünkü bu sistemde gelişmiş bir denetim mekanizması bulunur.

Kooperatif arsasının kooperatif adına tapulu ya da tahsis belgeli olup olmadığına bakmalısınız.

Kooperatife ait arsanın imar durumunu inceleyin, imarı yoksa üye olmayınız.

Bir kooperatife üye olduktan sonra işlerin nasıl yürütüldüğünü takip etmek için yılda bir yapılan genel kurul toplantılarına düzenli olarak katılınız.

Kooperatif aidatlarını elden vermek yerine banka hesabına yatırın. Dekontları saklayınız.

Yönetimde bulunan kişilerin yakın çevrelerine ucuz devir gibi yollarla çıkar sağlayabileceklerini düşünerek uyanık olmanızda da ayrıca fayda var.

3.6. Kesin Ödeme Nasıl Sağlanır?

Satış işlemi imza aşamasına geldiğinde, imzalama işlemi yapılmadan bedel, alıcıdan (firma tarafından emanet olarak) **nakden** alınır. Bu bedeli alırken, alıcı tarafa parayı emanet alan kişi tarafından (firma güvencesi olarak) **senet** verilir. Satıcı tarafından imza atıldıktan sonra, satıcıya devredilir. Yeni tapu senedi alıcı adına düzenlendiğinde bu **tapu senedi alıcıya verilirken alıcıda bulunan senet iade alınır.**

Günümüz şartlarında çoğu kişiler üzerlerinde yüklü miktar teşkil eden parayı taşımak istemezler. Böyle durumlarda alıcı taraf satış bedeli karşılığını bankadan ödemek isteyebilir.

ALIM SATIM VE KOMİSYON PROTOKOLÜ

İli : MERSİN Mevkii :
İlçesi : YENİŞEHİR Ada :
Mah/Sokağı : PİRİREİS 1117 SK Pafta : 06
Apartman Adı : HANİMELİ Parsel No : 369
Kapı No : 6 Kat No : 5

Müşteri **ERGİN SERİNYEL** ile emlak sahibi **YUNUS ÖKTEMER**

Yukarıda bahsi geçen emlak satışı hususunda aşağıdaki şartlarda anlaşmayı kabul ve taahhüt ederler.

- 1- Satıcı sahibi bulunduğu bu emlakın satışını 78.000 YTL/ Yazı ile **YETMİŞSEKİZBİN YENİTÜRKLİRASI** olarak kabul ve taahhüt etmiştir.
- 2- Satış bedeline mahsuben alıcıdan 5.000 YTL Yazı **BEŞBİN YENİTÜRKLİRASI** olarak kabul ve taahhüt etmiştir.
- 3- Satışın **TAMAMI PEŞİN OLARAK** ödenecektir.
- 4- Bu protokol imzalandıktan sonra borçlar kanununun 156/2. Maddesine göre taraflardan alıcı emlakı almaktan vazgeçtiği takdirde verdiği kaporayı geri alamayacaktır. Satıcı emlakı satmaktan vazgeçerse kapora miktarı kadar tazminat ödemekle yükümlü olacaktır.
- 5- Alıcı ve satıcı kendilerine bu anlaşmayı sağlayan **ZİYYAN EMLAK'A** anlaşmanın imzası anından itibaren her biri gerçek satış bedeli üzerinden %3 'er komisyon ödemeyi, kabul, taahhüt ve beyan ederler. Taraflar komisyon ücretinin fazlalığından bahisle kendisi hakkında talep ve müracaat haklarından kabili Rücu olmamak kayıt ve şartıyla anlaşmayı kabul etmişlerdir. Satıştan vazgeçen taraf iki tarafın komisyonunu ödemeyi kabul ve taahhüt eder.
- 6- Anlaşmazlık halinde haksız olan taraf bu anlaşmada yazılı talimatlarla birlikte ayrıca diğer tarafın maruz kalacağı her nevi zarar, ziyan, mahkeme ve icra masrafları ve ücreti vekâleti de ödemekle yükümlüdür.
- 7- Bu protokolü uygulamasından doğacak her türlü uyuşmazlığın giderilmesinde İstanbul Mahkemeleri ve İcra Daireleri yetkilidir.

ALICI

SATICI

ADI SOYADI: **ERGİN SERİNYEL**

ADI SOYADI: **YUNUS ÖKTEMER**

ADRESİ: **ÇAKMAK CAD. NO: 10 YENİŞEHİR/MERSİN**

ADRESİ : **DİLEK SABANCI**

CAD. NO:9 K.BAKKALKÖY/İSTANBUL

TEL:

TEL :

Form 3.1: Alım-satım ve komisyon protokolü belgesi

3.7. Tapu İşlemlerini Gerçekleştirmek

Tapu işlemlerinde hazır bulunması gereken evraklar şu şekildedir:

- adet vesikalık resim
- 1 adet nüfus cüzdanı fotokopisi / aslı ve T.C.kimlik nu'sı.

Satıcı için,

- 1 adet nüfus cüzdanı fotokopisi / aslı ve T.C.kimlik nu'sı.
- 1 adet vesikalık resim
- Emlak ile ilgili DASK .belgeleri,

- İlgili belediyeden alınan temiz belgesi
- İlgili belediyeden alınan rayiç değer belgesi
- Emlake ait tapu belgesi

Tapu müdürlüğüne gitmeden önce emlak sahibi ve alıcı tüm evraklarını eksiksiz olarak emlak komisyoncusuna iletmelidirler. Ortak olarak belirlenen en kısa sürede emlak sahibi, emlak Komisyoncusu ve alıcı, tapu müdürlüğünde işlemleri sonuçlandırmak üzere hazır bulunmalıdırlar. Tapu müdürü ve memurları tarafından evraklar incelendikten sonra alıcı gayrimenkulün parasını satıcıya takdim eder ve müdürün odasında satış senedini her iki taraf da imzalayarak satış işlemini gerçekleştirirler.

Emlak komisyoncusu da görevlerini eksiksiz ve problemsiz yerine getirdikleri için yasal olarak belirlenen komisyon oranını alıcı ve satıcıdan tahsil eder.

3.8. Tapu Devri Sağlandığında Firmanın Pazarlama Hizmeti Tamamlanmış Mıdır?

Satış işlemine konu emlakın fiili teslimi, alıcıya yapılarına kadar firmanın pazarlama işlemi tamamlanmamış demektir. Bunu sağlamak için, aşağıdaki hususlara dikkat edilmelidir:

- **Satıcı, satışa konu emlakta oturuyorsa;** satıcıdan **taahhüdü** muhakkak alınmalıdır.
- **Satışa konu emlakte, kiracı oturuyorsa;** kiracı ile yeni malikin anlaşması sağlanmalı ya da **kiracıdan, tahliye taahhüdü** alınmalıdır.
- **Eğer, kiracı ile yeni malik (alıcı) anlaşamazlarsa alıcı,** her halükarda bir hukukçudan yardım almalıdır (Uzun karışık bir hukuki prosedürü vardır; her olayda değişkendir).

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Alıcı ile görüşünüz.	➤ Alıcıya talep formunu doldurunuz. ➤ Yer gösterme tutanağını temin ediniz. ➤ Alıcıya nasıl davranacağını öğreniniz.
➤ Gezdirme planını hazırlayınız.	➤ En iyi emlakten başlayınız. ➤ Önceden prova yapınız. ➤ Gerekli belgeleri hazırlayınız.
➤ Emlaki alıcıya gösteriniz.	➤ Emlake giderken çevresini anlatınız. ➤ Emlakin iç ve dış özelliklerini anlatınız. ➤ Komşularından bahsediniz.
➤ Anlaşma şartlarını belirleyiniz.	➤ Fiyat konusunda anlaşmaya çalışınız. ➤ ➤ Her türlü olasılığı göz önünde tutarak tekrar yapınız.
➤ Alım-satım ve komisyon protokolünü imzalatınız.	➤ Alım-satım ve komisyon protokolünü temin ediniz. ➤ Bir emlak komisyoncusuna giderek sözleşmede dikkat edilecek hususları öğreniniz.
➤ Tapu işlemlerini gerçekleştiriniz.	➤ Alıcının yanında bulunması gerekli evrakları www.tapu.gov.tr adresinden öğreniniz. ➤ Tapu modüllerinden tapu işlemlerini inceleyiniz. ➤ Satıcının yanında bulunması gerekli evrakları öğreniniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER

A. Aşağıdaki sorulara doğru (D),yanlış (Y) olarak cevap veriniz:

Değerlendirme Ölçütleri	Doğru	Yanlış
1. Satılık evin temizlenmesine gerek yoktur.		
2. Müşteri(alıcı) karşılandıktan sonra arz talep formu doldurulur.		
3. Satıcıya yer gösterme tutanağı düzenlenmez.		
4. Emlak göstermeye en iyi emlaktan başlanmalıdır.		
5. Emlake önce müşteri(alıcı) girmelidir.		
6. Emlak işinde size denilen her şeyi kişisel olarak algılayınız.		
7. Hacizli bir emlak satılamaz.		
8. Emlaki alan o yılın sonuna kadar emlak vergisi beyannamesini verir.		

b. Aşağıdaki soruların cevaplarını yuvarlak içine alınız.

9. Emlak komisyoncusu aşağıdakilerden hangisine öncelikli olarak bakmalıdır?
- A) Ofisin portföyüne
 - B) Kendi portföyüne
 - C) Franchise ağının portföyüne
 - D) Diğer ofislerin portföyüne
10. Aşağıdakilerden hangisi müşterinin(alıcının) ciddi olduğunun göstergesidir?
- A) Kapora ödemesi
 - B) Pey akçesi ödemesi
 - C) Cayma akçesi ödemesi
 - D) Hepsi
11. Aşağıdakilerden hangisi anlaşma anayasasında yoktur?
- A) Hakaret etmemek
 - B) Otoriteye sormak
 - C) Hızlı hareket etmek
 - D) Zaman sınırı koymak

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz.

B.UYGULAMALI TEST

Öğrenme faaliyeti ile kazandığınız beceriyi aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

1. Aşağıdaki hususları emlak alıcısı açısından alımda dikkat etmesi gerekenlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Emlakte haciz var mı?		
2. Emlakte ipotek var mı?		
3. Emlakte herhangi bir şerh var mı?		
4. Emlakin geçmiş vergi borcu var mı?		
5. Emlakin DASK sigortası var mı?		

2. Aşağıdakileri müşterinin satın alma karar süreci aşamalarına göre değerlendiriniz.

	Evet	Hayır
1. İhtiyaç hissedildi mi?		
2. Bilgilenme/araştırma yapıldı mı?		
3. Alternatifler değerlendirildi mi?		
4. Satın alma kararı verildi mi?		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda “Hayır” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Cevaplarınızın tamamı “Evet” ise bir sonraki faaliyete geçiniz.

MODÜL DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER

Aşağıdaki sorulara doğru (D),yanlış (Y) olarak cevap veriniz:	Doğru	Yanlış
1. Emlak komisyoncusu için portföy, satış demektir.		
2. Anlaşmalı portföy, emlak komisyoncusu tarafından tercih edilen yöntemdir.		
3. Yarı anlaşmalı portföy yönteminde emlak sahibi emlakı satamaz.		
4. Emlak sahibinden mutlaka randevu alınarak görüşülmelidir.		
5. Sosyal ve kültürel çevre, emlak ofisinin satışını etkilemez.		
6. Elektrik direklerine asılan tabela için belediyeye vergi ödenir.		
7. Kartvizitinizin resimli olması bir avantajdır.		
8. Emlak göstermeye giderken çevre anlatılmalıdır.		
9. Alıcıya önce alım-satım ve komisyon protokolü imzalatılır.		
10. Kişiyeye yönelik saldırıdan (yapmak/almaktan) kaçının.		

11. Aşağıdakilerden hangisi alıcıyı ilgilendirmez?

- A) Talep formu
- B) Alım-satım ve komisyon protokolü
- C) Komisyon ücreti
- D) Dask sigortası

12. Aşağıdakilerden hangisi kapı kapı dolaşarak portföy oluşturmanın faydalarından değildir?

- A) Daha iyi etki bırakılır
- B) Kendinizi daha rahat ifade edersiniz.
- C) Maliyeti yüksektir.
- D) Karşınızda rakip yoktur.

13. Hizmetlerin, üretim kademesinden, müşteriye doğru akışına ne denir?

- A) Pazarlama
- B) Satış
- C) Kiralama
- D) Hiçbiri

14. Aşağıdakilerden hangisi müşterinin davranışını etkileyen faktörlerden değildir?

- A) Kültürel faktörler
- B) Demografik faktörler
- C) Kişisel faktörler
- D) Psikolojik faktörler

15. Müşterilerin satın alma karar süreci aşamalarını sıraya koyunuz?
I- Satın alma kararı II- Bilgilendirme/araştırma
III- İhtiyacın hissedilmesi IV- Alternatifleri değerlendirme
- A) I- III – II – IV
B) III- II – IV- I
C) III- IV- II- I
D) III – I – IV - II
16. Aşağıdaki reklam türlerinden hangisi ücretsiz yapılıır?
A) Posta
B) İnternet
C) Kulaktan kulağa
D) Broşür
17. Aşağıdakilerden hangisi yer gezdirmede anlatılacak konulardandır?
A) Emlakin iç özellikleri
B) Emlakin dış özellikleri
C) Emlakin çevresi
D) Hepsi
18. Alıcı ile anlaşmaya varılırsa hangi sözleşme imzalanır?
A) Alım-satım ve komisyon sözleşmesi
B) Satış vaadi sözleşmesi
C) Yer gösterme sözleşmesi
D) Arz müşteri sözleşmesi

B.PERFORMANS TESTİ (YETERLİK ÖLÇME)

Modül ile kazandığınız yeterliği aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Satılık emlak portföyünü oluşturabilir misiniz?		
2. Emlak sahibi ile satılık emlak komisyon akdini düzenleyebilir misiniz?		
3. Müşterinin davranışlarını anlayabilir misiniz?		
4. Emlak için reklam verebilir misiniz?		
5. Gezdirme planını hazırlayabilir misiniz?		
6. Alıcı ile anlaşma yapabilir misiniz?		
7. Tapu işlemlerini gerçekleştirebilir misiniz?		

DEĞERLENDİRME

Yaptığınız değerlendirme sonucunda eksikleriniz varsa öğrenme faaliyetlerinizi tekrarlayınız.

Modülü tamamladınız, tebrik ederiz. Öğretmeniniz size çeşitli ölçme araçları uygulayacaktır. Öğretmeninizle iletişime geçiniz.

CEVAP ANAHTARLARI

ÖĞRENME FAALİYETİ 1'İN CEVAP ANAHTARI

1	Y
2	D
3	Y
4	D
5	Y
6	C
7	A
8	D
9	B
10	A

ÖĞRENME FAALİYETİ 2'NİN CEVAP ANAHTARI

1	D
2	Y
3	D
4	D
5	Y
6	Y
7	C
8	D
9	B
10	C
11	A

ÖĞRENME FAALİYETİ 3'ÜN CEVAP ANAHTARI

1	Y
2	Y
3	D
4	D
5	Y
6	Y
7	D
8	D
9	B
10	A
11	C

MODÜL DEĞERLENDİRMENİN CEVAP ANAHTARI

1	D
2	D
3	Y
4	D
5	Y
6	Y
7	D
8	D
9	Y
10	D
11	D
12	C
13	A
14	B
15	B
16	C
17	D
18	A

Cevaplarınızı cevap anahtarları ile karşılaştırarak kendinizi değerlendiriniz.

ÖNERİLEN KAYNAKLAR

- www.ilkon.com
- www.emlakakademi.net

KAYNAKÇA

- Özelmacıkl, Nuri, **Altın Emlak Emlakçının El Kitabı**, İstanbul,
- Şahin, Erdem, **Emlak bilgieri**, İstanbul, 2007
- Verdi, Volkan, **Gayrimenkul ve İşlemler Hakkında**, www.emlakjet.com, 2006.
- MEGEP, **Tanıtım Modülleri**. Ankara, 2005.
- MEGEP, **Tanıtım CD'leri**. Ankara, 2005.
- www.emlaknetwork.net
- www.rehamedin.com