

Milliókat érő tippek **AJÁNDÉKBA**

Hogyan készítsd fel lakásod eladásra vagy kiadásra



Kezdjük azzal, hogy mi az a Home Staging

A Home Staging a lakás eladás művészete: az ingatlan tudatos felkészítése, értékének növelése és egy átgondolt értékesítési stratégia, amely kiemeli annak előnyeit, erőteljes piaci megjelenést biztosít, és gyors, sikeres értékesítést eredményez.

A home staging az ingatlan professzionális felkészítése eladásra vagy kiadásra. Segít kiemelni az ingatlan erősségeit, harmonikus és vonzó tereket kialakítani, hogy a lakás a lehető legjobb arcát mutassa. Ennek köszönhetően a vevők már az első pillanatban kapcsolódni tudnak hozzá, és könnyebben meglátják benne leendő otthonukat. Mindez gyorsabb értékesítést vagy kiadást, magasabb árat és igényesebb érdeklődőket eredményez.

Sokan úgy gondolják, hogy a home staging csupán „párnatologatás”, hiszen első ránézésre csak ennyi látszik. Valójában azonban egy tudatos, stratégiai folyamat, amely minden esetben az ingatlan és a piaci környezet alapos elemzésével kezdődik. Feltérképezzük az adottságokat, az előnyöket és a fejlesztendő területeket, majd meghatározzuk a potenciális célcsoportot.

A célcsoport igényeire hangolva tesszük vonzóvá az ingatlant, figyelembe véve a te céljaidat és lehetőségeidet. Ezt egy átgondolt értékesítési stratégia követi, amelyhez professzionális és igényes marketing anyagok társulnak – így nemcsak maga az ingatlan, hanem annak piaci megjelenése is kiemelkedővé válik.

A cél:

Valódi értéknövelés, ahol a lakásra fordított összeg többszörösen megtérül a gyorsabb eladásban és a jelentősen magasabb eladási árban.



Mi a különbség a lakberendezés és a Home Staging között?

Ha ingatlanokról beszélünk, könnyű összekeverni a lakberendezést és a home staginget.

Pedig bár első ránézésre hasonlóknak tűnnek, valójában teljesen más célt szolgálnak. Az egyik rólad szól, a másik a vevődről. És ez a különbség minden döntésben visszaköszön.

Segítek tisztán látni, hogy mikor melyikre van szükséged, és miért kulcsfontosságú ez a különbség, ha eladásban gondolkodsz.

Lakberendezés – a te álomotthonod

A lakberendezés célja, hogy az otthonod valóban a saját világodat tükrözze. Amikor lakberendezőt bízol meg, az első és legfontosabb lépése az lesz, hogy megismerjen téged: az igényeidet, a szokásaidat, a családod életvitelét. Csak ezután kezdődik el a tervezés.

A fókusz végig rajtad van. Azon, hogy hogyan élsz, mire van szükséged a mindennapokban, és mitől érzed igazán otthon magad. A színek, a bútorok, az anyagok és az elrendezés mind ezt szolgálják. Egy jól megtervezett enteriőr nemcsak szép, hanem kényelmes és hosszú távon is működőképes.

Itt nincs valódi korlát: lehet merészebb színed, lehet hatalmas kanapéd, lehet teljesen egyedi stílusod. A lakásod lehet skandináv, rusztikus, bohó, pop up, retro, vintage vagy akár több stílus harmonikus keveréke is. A lényeg az, hogy rólad szóljon, és a te életedhez igazodjon.



Home Staging – új otthon a vevőnek

A home staging ezzel szemben teljesen más szemléletet követ. Itt az ingatlan már nem a te otthonod, hanem egy „termék”, amit el szeretnél adni vagy kiadni. A cél nem az, hogy neked tetszen, hanem az, hogy minél több érdeklődő számára legyen vonzó.

A folyamat során a személyes elemek háttérbe szorulnak. A családi fotók, az egyedi dekorációk, a túl karakteres megoldások eltűnnek, és helyüket egy letisztultabb, semlegesebb, mégis hívogató tér veszi át. Nem azért, mert unalmasnak kell lennie, hanem azért, mert így tud a vevő kapcsolódni hozzá.

Sokan azt gondolják, hogy a home staging csupán egy gyors „ráncfelvarrás”, pedig valójában ennél sokkal több. Ez egy tudatosan felépített folyamat, amely egyszerre foglalkozik az esztétikával, a funkcionalitással és az érzelmi hatással. A cél az, hogy az ingatlan már az első benyomásnál megszólítsa a vevőt.



Gondolkodj úgy, mint a vevő

A home staging egyik legfontosabb alapelve, hogy ki tudj lépni a saját nézőpontodból. Ami neked otthonos és szerethető, az más számára lehet túl sok vagy éppen idegen.

Gondolj csak egy élénk, piros konyhabútorra. Lehet, hogy számodra kifejezetten izgalmas és karakteres, de a vevők jelentős része inkább egy világos, semleges konyhát keres. Egy fehér vagy letisztult front sokkal több ember számára elfogadható, így nagyobb eséllyel szólít meg több érdeklődőt.

A cél tehát nem az, hogy mindenki rajongjon a lakásért, hanem az, hogy minél többen el tudják képzelni benne a saját életüket. Ehhez olyan környezetet kell teremteni, ami inspirálja a fantáziát, de nem nyomja rá erősen a saját személyiséged bélyegét.

Egy jól home stagingelt lakás nem steril, hanem tudatosan kialakított. Barátságos, világos, tágas, rendezett, és azt az érzést kelti: itt könnyű elképzelni a mindennapokat.



Két külön világ – két külön cél

A lakberendezés és a home staging közötti legnagyobb különbség a célokban rejlik. A lakberendezés hosszú távra szól, a saját kényelmedet szolgálja, és teljes mértékben a te ízlésedre épül. Ezzel szemben a home staging kifejezetten az eladás támogatására jött létre, és minden döntés mögött a piaci szempontok állnak.

A home staging valójában egy stratégiaépítés, amely piacelemzésre, célcsoport meghatározásra és tudatos döntésekre épül. A tér berendezése csak egy eszköz ebben a folyamatban – nem maga a cél. A lényeg a tudatosság: annak pontos meghatározása, hogy kinek szól az ingatlan, mit keres a vevő, és hogyan tudod ezt a lehető leghatékonyabban megmutatni.

Ez a különbség a költségekben is megjelenik. Lakberendezésnél annyit költesz, amennyit szeretnél, míg home stagingnél tudatos keretek között maradsz, hiszen a cél a megtérülés és a profit. Általános irányelv, hogy az ingatlan értékének egy kisebb részét fordítjuk rá, és minden kiadásnak az eladást kell szolgálnia.

A megközelítés is eltérő: míg a lakberendező veled dolgozik együtt, addig a home staging során a vevő válik a központi szereplővé. Egy jól felkészített ingatlan mindig egy konkrét célcsoportnak szól, még akkor is, ha elsőre úgy tűnik, hogy „mindenkinek”.





Miért fontos ezt tudni?

Azért, mert teljesen más eredményre jutsz attól függően, hogy melyik szemléletet követed. Ha eladás előtt a saját ízlésed szerint alakítod a lakást, könnyen előfordulhat, hogy épp azoknak nem fog tetszeni, akiknek meg szeretnéd mutatni.

A home staging abban segít, hogy az ingatlanod a lehető legjobb formáját mutassa. Kiemeli az előnyeit, javítja az összehatást, és érzelmileg is megszólítja az érdeklődőket. Ennek köszönhetően gyorsabban talál gazdára, és nagyobb eséllyel ér el jobb árat.

Összefoglalva az eddigieket...

A különbség tehát egyszerű, mégis meghatározó. A lakberendezés a te álomotthonod megteremtéséről szól, míg a home staging az ingatlanod piaci sikeréről.

Ha saját magadnak alakítod ki a teret, bátran kövesd a saját ízlésedet. Ha viszont eladásra készülsz, érdemes egy lépést hátra lépni, és feltenni magadnak a kérdést: vajon a vevő mit lát majd ebben a lakásban?

Ha ezt a nézőpontot sikerül felvenned, máris sokkal közelebb kerülsz egy sikeres eladáshoz.

Ha szeretnél biztosra menni, és a lehető legtöbbet kihozni az ingatlanodból, egy jól átgondolt, tudatos felkészítésben érdemes gondolkodni – ebben szívesen segítek neked, mert ez az a lépés, ami sokszorosan megtérül.

Hiszen tudod, az ingatlan érték – a kérdés csak az, mennyit hozol ki belőle.



És akkor most jöjjenek azok a milliókat érő tippek...

Hogyan készítsd fel lakásod eladásra vagy kiadásra

Egy ingatlan eladása vagy kiadása nem a véletlenül múlik. A legtöbb vevő és bérlő ugyanazt keresi:

világos, tágas, rendezett és azonnal szerethető otthont

A jó hír, hogy mindezt tudatos felkészítéssel te is meg tudod teremteni – sokszor komoly felújítás nélkül is.

A home staging, vagyis az ingatlan tudatos felkészítése abban segít, hogy a lakásod kitűnjön a piacon, gyorsabban keljen el, és magas áron találjon gazdára. Az alábbi 13 + 1 lépés pontosan ebben támogat: végigvezet azon, hogyan hozd ki a maximumot az ingatlanodból.

Menj végig rajtuk lépésről lépésre – és készülj fel rá, hogy a végeredmény nemcsak látványos, hanem pénzben is mérhető lesz.

1

Ne úgy áruld, ahogy élsz benne

Ha valóban el szeretnéd adni az ingatlanod, az egyik legfontosabb szemléletváltás, hogy kilépsz a saját nézőpontodból, és a vevő fejével kezdesz gondolkodni. A te otthonod számodra tele van emlékekkel, megszokásokkal és személyes részletekkel – a vevő azonban ebből semmit nem keres. Ő egy érzést keres: azt a pillanatot, amikor belép, körbenéz, és azt mondja: „igen, itt el tudom képzelni az életemet.”

Ehhez viszont térre, nyugalomra és vizuális tisztaságra van szüksége. Minél inkább a saját izlésedre szabott egy lakás, annál nehezebb másnak kapcsolódni hozzá. A cél tehát nem az, hogy megmutasd, hogyan élsz, hanem az, hogy megmutasd a vevőnek, milyen jól lehetne itt élni.

A rend valóban mindennek az alapja

A rendrakás nem egy gyors előkészület, hanem az egyik legerősebb értéknövelő eszköz. Egy zsúfolt lakás automatikusan kisebbnek, sötétebbnek és rendezetlenebbnek hat, még akkor is, ha valójában jó állapotban van.

Érdemes úgy gondolni erre a folyamatra, mint az első lépésre a költözés felé: amit nem használsz napi szinten, azt nyugodtan el lehet csomagolni. A tapasztalat azt mutatja, hogy a legtöbb tárgyunk csupán „jelen van” az életünkben, de nem használjuk aktívan. Ez vonatkozik a felesleges és túl nagy bútorokra is. Ha ezeket eltünteted a térből, azonnal fellélegzik a lakás. A polcok, asztalok, pultok felszabadítása látványosan növeli a térérzetet.

2



3

Szelektálj és személyteleníts

Az egyik legnehezebb, mégis kulcsfontosságú lépés a személytelenítés. A vevőnek nem egy kész történetre van szüksége, hanem egy lehetőségre, amibe bele tudja helyezni a saját életét. A reménybeli vevőknek valójában egy üres festővászonra van szükségük – egy olyan térre, amit a saját ízlésük, élethelyzetük és vágyaik szerint tudnak „berendezni” fejben.

A családi fotók, gyerekrajzok, személyes tárgyak mind azt üzenik: „itt már él valaki más.” Ez tudat alatt távolságot teremt. Gondolj csak bele: amikor vendégségbe mész, ösztönösen visszafogottabban viselkedsz, szinte lábujjhegyen jársz. Minél személyesebb egy tér, annál inkább ezt az érzést erősíti a vevőben is. Ezzel szemben egy semleges, letisztult környezet megnyugtatóbb, és sokkal könnyebben segít neki kapcsolódni.

Emellett érdemes őszintén ránézni a tárgyaidra is. Hajlamosak vagyunk gyűjtögetni, körülvenni magunkat dolgokkal, és sokszor elhangzik a jól ismert mondat: „jó lesz még valamire.” Az ingatlan felkészítése viszont pont az a pont, ahol ezekkel érdemes végleg leszámolni. Amihez nem kötödsz igazán, amit nem használsz, vagy az új otthonodba sem vinnéd magaddal, attól most könnyebb megválni.

Ez nem veszteség, hanem felszabadulás – és közben a lakásod is egy sokkal szerethetőbb, élhetőbb, „beleszerethetőbb” állapotba kerül.



Aranyszabály: a kevesebb több

A térérzet az egyik legerősebb befolyásoló tényező a vásárlási döntésben. Mivel a falakat nem tudod arrébb tenni, a berendezéssel kell „nagyítanod” a teret.

A túl sok bútor, különösen a nagy, nehéz darabok zsúfoltságot és nyomottságot keltenek. Ezzel szemben egy átgondolt, szellős berendezés könnyedséget sugall. Érdemes minden helyiségben feltenni a kérdést: ez a bútor valóban szükséges? Ha nem, ideje ideiglenesen megválni tőle.

És igen, ez azokra a darabokra is vonatkozik, amikhez érzelmileg kötődsz, vagy amik „csak úgy ott vannak”. A nagymamától örökölt fotel a sarokban, amit évek óta csak nézegetsz, a nem használt szobabicikli, amin valójában a ruháid száradnak, vagy a gyerek ezredik játékdobozra, ami a szekrény tetején porosodik – ezek mind észrevétlenül szűkítik a teret.

A cél nem az üresség, hanem az egyensúly – amikor a tér funkcionális, mégis szabadon „lélegzik”. Minél több helyet hagysz a szemnek és a mozgásnak, annál tágasabbnak és élhetőbbnek hat majd a lakásod az érdeklődők számára.

4

5

Gondolkodj funkciókban

A legtöbb ember nem látja első pillantásra a lehetőségeket egy térben – neki meg kell mutatni. Statisztikák szerint 100 emberből mindössze 4 képes valóban „látni” a térben rejlő potenciált, a maradék 96-nak viszont konkrétan meg kell mutatni, hogy melyik helyiség mire való. Ezért kulcsfontosságú, hogy minden tér egyértelmű, tiszta funkciót kapjon.

Itt jön a nehezebb rész: ne azt nézd, hogy te mire szoktad használni a lakást. Az, ami számodra logikus és működőképes, egy kívülállónak gyakran teljesen érthetetlen. Ha egy szobának több funkciója van, az zavart kelt, és a vevő nem tud kapcsolódni hozzá.

Éppen ezért fontos, hogy „visszarendezd” a lakást az eredeti funkciók szerint. A hálószobából vidd ki a fitness eszközöket, a nappaliban ne legyen gyermekmászóka, az étkezőből tüntesd el a félbehagyott puzzle-t. A hálóban legyen egy ágy, éjjelszekrény és ruhatárolásra alkalmas bútor. Az étkezőben maradjon az asztal és a székek, a nappali pedig adjon teret a pihenésnek, beszélgetésnek és kikapcsolódásnak.

Különösen fontos ez kisebb lakásoknál. Két szobás ingatlanoknál gyakran előfordul, hogy a gyerek miatt a hálóból lesz gyerekszoba, a szülők pedig „beköltöznek” a nappaliba. Ez rövid távon működő megoldás, de eladásnál komoly hátrány: ha nincs nappali, az érdeklődő nem fogja érteni a lakás logikáját. Az ilyen elrendezésű ingatlanok gyakran hosszú ideig a piacon ragadnak.

És ne feledkezz meg az erkélyről sem: az nem lomtár. Egy kis asztallal, székekkel, párnákkal és néhány növényvel pillanatok alatt egy plusz „szobává” alakíthatod. Nemcsak rendezettebb lesz, hanem értéket is adsz vele a lakásnak.

A jól definiált funkciók biztonságot adnak a vevőnek. Ha érti a teret, könnyebben el tudja képzelni benne az életét – és ez az a pont, ahol megszületik a döntés.

7





6

Mutasd meg a terek valódi potenciálját

Az egyik leggyakoribb hiba, hogy az ingatlant teljesen üresen próbálják meg eladni. Pedig fontos kimondani: üres lakást szinte soha nem érdemes árulni. Bár elsőre praktikusnak tűnhet, a valóságban az üres terek a legtöbb érdeklődő számára kisebbnek, hidegebbnek és nehezebben értelmezhetőnek hatnak.

Ennek egyszerű oka van: az emberek döntő többsége nem tud viszonyítási pontok nélkül gondolkodni térben. Ha nincs mihez mérni a méreteket, ha nincs kapaszkodó, akkor a helyiségek arányai torzulnak, és a lakás kevésbé lesz vonzó. Egy jól megválasztott bútor viszont azonnal „életre kelti” a teret: megmutatja a méreteket, kijelöli a funkciót, és segít elképzelni a mindennapokat.

A berendezés nemcsak praktikus, hanem érzelmi hatása is van. Egy szépen kialakított nappali vagy hálószoba hangulatot teremt, és ez az, ami elindítja a kötődést. Az érdeklődő nemcsak látja a lakást, hanem elkezdi érezni is, milyen lehet ott élni.

Nem kell túlzásba esni – itt is a tudatosság a kulcs. Néhány jól elhelyezett, arányos bútor, egy kis textil, pár dekoráció bőven elég ahhoz, hogy a tér értelmezhetővé és szerethetővé váljon.

Ne feledkezz meg a „rejtett” lehetőségekről sem: egy erkély, loggia vagy akár egy kisebb sarok is lehet plusz funkció. Egy kis odafigyeléssel ezekből könnyedén olyan életteret hozhatsz létre, ami megkülönbözteti a lakásodat a többitől.

A cél, hogy a vevő ne egy üres lakást lásson, hanem egy élhető, szerethető otthon lehetőségét – mert végül ezért fog dönteni.



Javítsd ki a hibákat

A vevők nagyon érzékenyek a hibákra – még az aprókra is. Egy csöpögő csap, egy lógó kilincs vagy egy kiégett izzó azonnal azt az üzenetet közvetíti: „itt még lesz dolgom.” És innentől már nem otthont lát, hanem egy feladatlistát.

Ez két dolgot eredményez: vagy azonnal alkudozni kezd, vagy rosszabb esetben tovább is lép. Minden egyes kijavítatlan hiba pénzbe kerülhet neked – akár közvetlenül az árban, akár az elvesztett érdeklődők számában. Ne adj ajándék alkulehetőséget a vevőnek, mert ezzel szó szerint a saját zsebedből veszel ki pénzt.

Gondolj végig mindent: nincs-e hiányzó parkettaszegély, repedt fuga, kilógó konnector, foltos fal vagy sérült burkolat. Ezek apróságnak tűnnek, de összeadódva azt az érzetet keltik, hogy az ingatlan problémás. A cél az, hogy a vevő ne hibákat keressen, hanem egy gondtalan, azonnal élhető otthont lásson maga előtt.

7

8

Okosan költ, hogy többet nyerj

A tudatos ingatlanfelkészítés nem egyenlő a drága felújítással. Sőt, sokszor épp az visz félre, ha valaki túl sokat költ rossz helyen. A cél nem az, hogy mindent kicserélj, hanem az, hogy azt javítsd és emeld ki, ami valóban számít a vevő szemében.

A home staging kulcsszava a megtérülés. Egy jól időzített festés, egy kis javítás, tudatos berendezés sokkal nagyobb hatást tud elérni, mint egy költséges átalakítás.

A vevők nem luxust keresnek, hanem egy jól működő, szerethető, gondozott otthont. Fontos szemléletváltás: nem költesz, hanem befektetsz. Minden egyes forintod azért dolgozik, hogy az ingatlanod kitűnjön a versenytársak közül, több érdeklődőt vonzzon, és végül jobb áron keljen el. És sokszor már egészen kis ráfordítással is látványos szintlépést érhetsz el.

Fény és világosság mindenek felett

A fény az egyik legerősebb “eszköz”, mégis sokan alábecsülik. Egy világos, fényben fürdő lakást mindenki vonzóbbnak és tágasabbnak érez. Ez az egyik legegyszerűbb módja annak, hogy növeld az ingatlanod értékét – szinte azonnali hatással.

Az első lépés a természetes fény maximalizálása: húzd fel a redőnyöket, húzd el a függönyöket, és pakolj el mindent az ablakok előtt. A cél, hogy semmi ne állja útját a beáramló fénynek.

A mesterséges világítás legalább ennyire fontos. Cseréld le a sárgás fényű izzókat természetes fehérre, és használj erősebb fényforrásokat. Fontos, hogy ne legyen kiégett égő a bemutatáskor! Sőt, nyugodtan kapcsolj fel az összes lámpát nappal is, mert ezzel egységes, világos hangulatot teremtesz. A sötétebb sarkokkal is érdemes foglalkozni: egy jól elhelyezett állólámpa vagy valami hangulatfény teljesen új életet adhat egy helyiségnek. A cél, hogy a lakás minden pontja világos, hívogató és „élő” legyen – mert a vevők ösztönösen ezt keresik.

9



10

Friss, világos falak – az azonnali hatásért

A falak állapota az egyik leggyorsabban érzékelhető minőségi jelzés egy ingatlanban. A friss festés tisztaságot, rendezettséget és gondoskodást sugall már az első pillanatban. Egy kopott, foltos vagy elszíneződött fal viszont nagyot ront az összképen. A semleges, világos színek segítenek abban, hogy a lakás szélesebb kör számára vonzó legyen. A törtfehér, halvány szürke vagy meleg bézs árnyalatok optikailag növelik a teret, és „nyugodt háttérrel” adnak, amire bárki rá tudja vetíteni a saját stílusát. És igen, itt jön az a pont, ahol egy kicsit el kell engedni a személyes ízlést. A gyerekszobában a hercegnős tapéta vagy a fekete falon lévő Star Wars poszter lehet, hogy a ti világotok része – de egy vevő számára zavaró és kellemetlen lehet. Ugyanez igaz az erős színekre, mintás falakra vagy nagyon karakteres megoldásokra. A cél most nem az önkifejezés, hanem az eladhatóság. Egy frissen festett, világos lakás azt üzeni: ide csak költözni kell. És ez az egyik legerősebb érv a mai piacon.

Makulátlan tisztaság

Egy tiszta lakás alapelvárás – de ami igazán működik, az a makulátlan tisztaság. Az a szint, ahol minden felület ragyog, minden részlet rendben van, és az egész tér frissnek, gondozottnak hat. Itt nem egy gyors takarításról van szó. Gondolj inkább egy alapos, mindenre kiterjedő nagytakarításra: fugatisztítás, sütőtisztítás, párael-szívó zsírtalanítása, ablakmosás, függőnymosás, szekrények kipakolása. A konyha és a fürdőszoba különösen kritikus, mert ezek a helyiségek szó szerint „eladják” a lakást. Fontos, hogy ne csak a látható felületek legyenek tiszták. A részletek számítanak: vízkő a csapokon, por a sarkokban, ujjenyomatok a felületeken – ezek mind tudat alatt rombolják az összképet.

És egy fontos összefüggés: minél több tárgyat csomagoltál el korábban, annál könnyebb lesz ezt a szintet elérni. Egy letisztult tér nemcsak nagyobb, hanem tisztábbnak is hat – és ez az érzés azonnal átfut a belépés pillanatában.

11

12

Hass minden érzékszervre

Egy lakás megtekintése nemcsak vizuális élmény. Az illatok, a levegő minősége, a textilek állapota mind hozzájárulnak az összképhez – sokszor teljesen tudat alatt. Megtekintés előtt alaposan szellőztess ki, és lehetőleg aznap ne főzz erős illatú ételeket. A pörkölt, rántott hús vagy dohányszag ilyenkor nagyon zavaró. Egy finom, semleges illatosító viszont sokat segíthet. Nem kell túlzásba vinni – a cél nem az, hogy „illatfelhő” legyen, hanem hogy friss, tiszta érzet fogadja az érdeklődőt. A textilek állapota különösen fontos: a kanapé, szőnyeg, függönyök tisztasága rengeteget számít az összképben. Érdemes akár profi kárpittisztítást is igénybe venni. Ha kisállatod van, külön figyelj a fekhelyekre, játékokra és a szagokra. Lehet, hogy valaki állatbarát, de az is lehet, hogy pont emiatt fordul ki az ajtóból. A cél az, hogy a vevő ne csak lássa, hanem érezze is: ez egy tiszta, friss, szerethető otthon.



Az első benyomás mindent eldönt

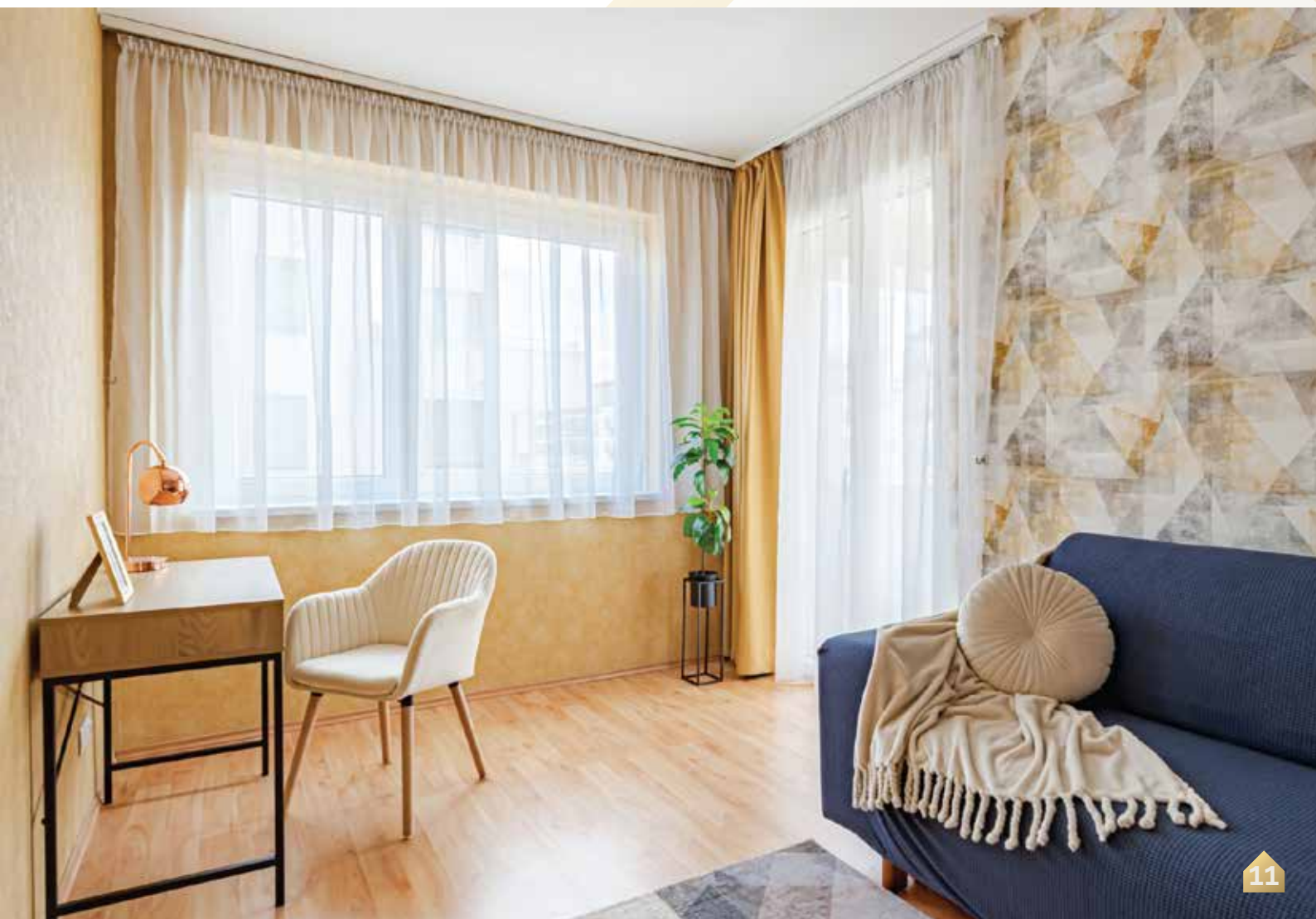
Az első benyomást nem tudod újra megtenni – és ez az ingatlanoknál különösen igaz. Az érdeklődő már azelőtt elkezd dönteni, hogy egyáltalán belépne az ajtón, és ez a döntés sokszor másodpercek alatt megszületik.

Egy tiszta, rendezett bejárat, egy új lábtörlő, egy szép növény már az első pillanatban pozitív érzést kelt. Társasház esetén a lépcsőház állapota is ide tartozik: egy kellemetlen szag, egy rendezetlen környezet már az elején elveheti a kedvet. Családi háznál pedig a kapu, a kerítés és az előkert az, ami megalapozza az élményt.

És itt jön az a plusz, ami igazán emlékezetessé teszi a lakásodat: hass az érzésekre. Egy szépen elrendezett párna, egy-egy gyertya, egy friss virágcsokor vagy akár egy frissen sült sütemény illata mind hozzájárulnak ahhoz, hogy az érdeklődő ne csak megnézzze, hanem meg is élje a teret.

A vevők nem csupán egy ingatlant keresnek – vágyakat, érzéseket, jövőképet keresnek. Ha ezt meg tudod nekik adni, akkor nem csak egy lakást mutatsz meg, hanem egy lehetséges életet. És ez az a pont, ahol megszületik a döntés: „igen, ezt akarom.”

13



11



+1

Profi fotók nélkül nincs sikeres hirdetés

Az ingatlanod első „megtekintése” ma már online történik. A fotók döntenek el, hogy valaki egyáltalán rákattint-e a hirdetésedre – vagy észrevétlenül továbblép. Hiába tökéletes a lakásod, ha ezt a képek nem adják vissza. Sokan gondolják, hogy elég egy jobb telefon, vagy „a szomszédnak van egy jó fényképezőgépe”. Mások egy esküvői fotóst kérnek meg – ami elsőre logikusnak tűnhet, de az enteriőr fotózás teljesen más szakma, más látásmódot igényel.

Egy profi ingatlanfotós pontosan tudja, hogyan használja a fényt, milyen szögekből érdemes fotózni, hogyan mutassa meg a tereket úgy, hogy azok tágasnak és hívogatónak hassanak. Ez az, ami megállítja a görgetést.

És itt jön a következő kulcselem: az alaprajz. Egy jól átlátható, arányos alaprajz segít az érdeklődőnek megérteni a tereket, összekapcsolni a helyiségeket, és előre elképzelni, hogyan fog mozogni a lakásban. Ez biztonságot ad, és növeli a komoly érdeklődések számát.

Ehhez társuljon egy jól megírt hirdetési szöveg, ami nem rólad, hanem a vevőről szól – arról, hogy mit nyer ezzel az otthonnal. Ez a hármas együtt az, ami igazán kiemel a tömegből – és elindítja a megfelelő vevőket feléd.

Ha már csak néhány lépést is megvalósítasz ezek közül, azonnal komoly előnybe kerülhetsz a piacon. Egy tudatosan felkészített ingatlan gyorsabban kel el, kevesebb alkudozással, és gyakran magasabb áron.

A home staging nem költség – hanem tudatos befektetés, amely könnyedén milliókban mérhető megtérülést hozhat. Élj bátran a home stagingben rejlő lehetőségekkel, és tedd az ingatlanodat vonzóvá a vevők számára már az első pillanattól!

Ha szeretnél biztosra menni, és a lehető legtöbbet kiharcolni az ingatlanodból, egy jól átgondolt, tudatos felkészítésben érdemes gondolkodni – ebben szívesen segítünk neked, mert ez az a lépés, ami sokszorosan megtérül.

*Hiszen tudod, az ingatlan érték,
a kérdés csak az, mennyit
hozol ki belőle...*



12

