

CHUYÊN ĐỀ 1

TỔ CHỨC QUẢN LÝ SÀN GIAO DỊCH BẤT ĐỘNG SẢN

1. Giới thiệu sàn giao dịch bất động sản

Thực ra khái niệm về sàn giao dịch bất động sản mới được thừa nhận qua Luật kinh doanh bất động sản năm 2006. Để hiểu được ý nghĩa, mục đích và vai trò của sàn giao dịch bất động, nhà nước đang xây dựng mô hình sàn giao dịch chuẩn để từ đó đưa các hoạt động giao dịch vào sàn nhằm mục đích phát triển và lành mạnh hoá thị trường bất động sản.

Vậy có thể hiểu “Sàn giao dịch bất động sản là nơi diễn ra các giao dịch bất động sản và cung cấp dịch vụ về bất động sản” Còn các tiêu chí hoạt động của sàn, qui chế của sàn, trách nhiệm và quyền hạn của sàn như thế nào thì theo qui định của nhà nước.

Tổ chức, cá nhân kinh doanh bất động sản khi bán, chuyển nhượng, cho thuê, cho thuê mua bất động sản phải thông qua sàn giao dịch bất động sản.

Nhà nước khuyến khích tổ chức, cá nhân không kinh doanh bất động sản thực hiện giao dịch bất động sản thông qua sàn giao dịch bất động sản để bảo đảm công khai, minh bạch và quyền lợi của các bên. (Điều 59 Luật KDBDS).

1.1 Tại sao cần sàn giao dịch BĐS.

- Đáp ứng những nhu cầu ngày càng phức tạp trong các hoạt động giao dịch BĐS của thị trường.
- Thoả mãn nhu cầu ngày càng cao, khó tính của khách hàng, nhà đầu tư.
- Khẳng định đẳng cấp, thương hiệu của chủ đầu tư, đơn vị phân phối, tiếp thị dự án BĐS.
- Minh bạch hoá thị trường BĐS.
- Thống kê, báo cáo, tham mưu cho ban lãnh đạo doanh nghiệp các diễn biến của thị trường nhằm đưa ra các chiến lược và chính sách đầu tư phù hợp.
- Sân chơi chung cho các lĩnh vực tài chính pháp lý, bảo hiểm tham gia thị trường BĐS.

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

- Nơi cung cấp Thông tin, tiếp thị, quảng bá các dự án, sản phẩm BĐS tập trung, hiệu quả.
- Nơi cung cấp các dịch vụ để thuê chỗ giao dịch.

1.2 Công cụ của sàn giao dịch BĐS.

- Sàn giao dịch truyền thống
 - Hệ thống các giao diện bán hàng tại trụ sở, các văn phòng chi nhánh, văn phòng đại diện và văn phòng bán hàng tại dự án.
 - Các đối tượng tham gia giao dịch trực tiếp.
- Sàn giao dịch điện tử.
 - Cung cấp thông tin sản phẩm, thị trường BĐS qua các phương tiện điện tử, internet, các thiết bị số tích hợp internet.
 - Sàn giao dịch này chỉ mang ý nghĩa trao đổi thông tin, mọi giao dịch cuối đều phải thông qua sàn giao dịch truyền thống.

1.3 Cơ hội gì từ hoạt động sàn giao dịch BĐS.

- Đối với đầu tư.
 - Cơ hội tiếp cận nguồn sản phẩm đầu tư đa dạng, phong phú
 - Cơ hội tiếp cận các chuyên viên tư vấn đông đảo, lành nghề, am hiểu thị trường, phục vụ chu đáo, tận tình chuyên nghiệp.
 - Cơ hội các dịch vụ đầu tư thuận lợi: Dịch vụ tài chính, dịch vụ pháp lý, thiết kế xây dựng.
 - Cơ hội mở rộng quan hệ đầu tư thông qua các hoạt động của sàn giao dịch.
 - Tạo ra bộ mặt chuyên nghiệp trước khách hàng, các nhà đầu tư.
 - Giới thiệu tư vấn sản phẩm tập trung phong phú cho khách hàng.
 - Sức mạnh tổng hợp từ các bộ phận hỗ trợ kinh doanh phục vụ cho các hoạt động giao dịch tại sàn giao dịch.
- Đối với quảng cáo
 - Cơ hội tiếp cận nguồn thông tin khách hàng, nhà đầu tư đa dạng, phong phú, cập nhật.

- Xây dựng các chương trình bán hàng tập trung, hiệu quả.
- Cộng hưởng các dự án tại sàn cho việc quảng cáo, tiếp thị các dự án mới.
- Cơ hội triển khai các công cụ quảng cáo, tiếp thị hiện đại tại sàn: Film, video, internet...

2. ***Vai trò của sàn giao dịch bất động sản trong thị trường bất động sản***

- Tất cả các giao dịch bất động sản qua sàn sẽ giúp cho nhà nước quản lý được các giao dịch bất động sản từ đó nhà nước có những chính sách kịp thời và chính xác để điều tiết thị trường.
- Nhà nước hạn chế tối đa thất thu thuế do việc chuyển nhượng, mua bán ngầm bên ngoài.
- Giảm đáng kể số lượng bất động sản và tần suất bất động sản tham gia giao dịch từ đó giá cả sẽ bình ổn hơn. Vì khi một bất động sản được giao dịch nhiều lần sẽ đẩy giá lên rất cao, người có tiền đầu tư nhiều sản phẩm nay sẽ hạn chế rất nhiều do giá cả bình ổn, họ thấy không có lời và sẽ không đầu tư trực lợi.
- Giảm đáng kể số lượng người tham gia đầu tư với mục đích kiếm lợi làm khan hiếm thị trường tạo cơn sốt. Cơn sốt bất động sản làm cho mọi người dân phải tìm mọi cách để đầu tư kiếm lợi và làm cho thị trường càng sốt hơn, giá cả ngất ngưỡng. Một khi giao dịch được qua sàn người đầu tư chịu một khoản thuế chênh lệch giữa giá bán và giá mua lên tới 25%, phải chi phí khoản hoa hồng, chi phí chuyển nhượng, lãi xuất vay vv... và từ đó họ cảm thấy không có hiệu quả so với số vốn bỏ ra chưa kể rủi ro nên sẽ hạn chế tham gia và giá cả sẽ bình ổn với giá trị thực của thị trường.
- Một khi giao dịch được qua sàn giá cả được công khai, nhiều loại sản phẩm được giới thiệu, thông tin đầy đủ sẽ tránh được rủi ro và thiệt hại cho các bên giao dịch từ đó làm lành mạnh hoá thị trường bất động sản.
- Về vĩ mô sàn giao dịch bất động sản cũng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế xã hội nói chung và phát triển hoạt động bất động sản nói riêng. Vì nếu giá cả thị trường cao hơn giá trị thật của thị trường dẫn tới mọi người, mọi thành phần kinh tế tham gia kinh doanh bất động sản kiếm lời và sao lãng hoạt động kinh doanh của mình làm ảnh hưởng tới phát triển sản xuất tạo ra sản phẩm cho xã hội. Giá bất động sản cao dẫn tới chi phí sản xuất kinh doanh dịch vụ cao và giá thành tăng cao dẫn đến lạm phát tăng.

Giá bất động sản cao làm mất lợi thế cạnh tranh, thu hút đầu tư nước ngoài giảm do giá bất động sản cao.

- Vai trò của sàn giao dịch bất động sản cũng góp phần phát triển hoạt động của thị trường bất động sản thông qua việc các hoạt động dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp hơn tạo được giá trị gia tăng cho chủ đầu tư như nghiên cứu thị trường, tư vấn lập dự án, thiết kế sản phẩm, dịch vụ tiếp thị, chăm sóc khách hàng và quản lý bất động sản. Tạo ra nhiều loại hình dịch vụ bất động sản đang bỏ ngõ chưa đưa vào hoạt động như đấu giá, quảng cáo, dịch vụ pháp lý, ngân hàng, bảo hiểm vv... Tất cả dịch vụ này sẽ đẩy mạnh hoạt động bất động sản tạo giá trị thặng dư cho xã hội và lợi ích cho chủ đầu tư và người đầu tư.

Như vậy sàn giao dịch bất động sản có những vai trò cơ bản sau:

- Cầu nối giữa người mua và người bán.
- Minh bạch thông tin, tạo cơ hội tiếp cận hàng hoá bất động sản như nhau cho mọi người, góp phần lành mạnh thị trường bất động sản.
- Chuyên nghiệp hoá giao dịch, Tránh được rủi ro và thiệt hại cho các bên tham gia giao dịch.
- Hoàn thiện cơ cấu của thị trường và hỗ trợ thị trường phát triển.
- Đầu mối nghiên cứu thị trường.
- Hỗ trợ quản lý và thu ngân sách.

3. Nguyên tắc tổ chức và hoạt động của Sàn giao dịch bất động sản

- a. Tổ chức, cá nhân kinh doanh BĐS, tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ bất động sản (BDS) được thành lập Sàn giao dịch (SGD) BĐS hoặc thuê SGD BĐS của tổ chức, cá nhân khác để thực hiện cho hoạt động kinh doanh BĐS.
- b. Sàn giao dịch BĐS phải là pháp nhân. Trường hợp doanh nghiệp, hợp tác xã kinh doanh BĐS thành lập SGD BĐS thì sàn giao dịch đó phải có tư cách

pháp nhân hoặc sử dụng tư cách pháp nhân của doanh nghiệp, hợp tác xã kinh doanh BĐS để hoạt động.

- c. Hoạt động của SGD BĐS phải công khai, minh bạch, và tuân thủ pháp luật.
- d. Sàn giao dịch BĐS, doanh nghiệp, hợp tác xã kinh doanh BĐS thành lập sàn giao dịch BĐS phải chịu trách nhiệm về hoạt động của sàn giao dịch BĐS.
- e. Sàn giao dịch BĐS phải có tên, địa chỉ, biển hiệu và phải thông báo về việc thành lập trên phương tiện thông tin đại chúng; trước khi hoạt động phải thông báo với cơ quan nhà nước có thẩm quyền tại địa phương.

4. Điều kiện thành lập sàn giao dịch BĐS

Theo quy định tại Điều 57 của Luật Kinh doanh bất động sản thì để thành lập sàn giao dịch bất động sản, các tổ chức, cá nhân phải đáp ứng các điều kiện:

4.1. Đáp ứng các điều kiện theo quy định tại khoản 2 Điều 8 của Luật Kinh doanh bất động sản;

- Sàn giao dịch bất động sản phải là pháp nhân có chức năng kinh doanh dịch vụ bất động sản.

- Có quy chế hoạt động của sàn giao dịch bất động sản;

4.2. Phải cơ sở vật chất, kỹ thuật phù hợp với nội dung hoạt động của sàn giao dịch BĐS và có mặt bằng theo qui định tối thiểu của nhà nước về diện tích mặt bằng của sàn giao dịch bất động sản.

4.3. Người quản lý, điều hành sàn giao dịch BĐS phải đáp ứng các điều kiện của người lãnh đạo doanh nghiệp, phải có giấy chứng nhận đã hoàn thành khoá đào tạo, bồi dưỡng kiến thức quản lý, điều hành sàn giao dịch bất động sản.

4.4. Cơ cấu tổ chức của sàn giao dịch bất động sản gồm giám đốc, các phó giám đốc và các bộ phận chuyên môn nghiệp vụ phù hợp với nội dung hoạt động của sàn giao dịch. Giám đốc sàn giao dịch bất động sản phải có giấy chứng nhận đào tạo, bồi dưỡng kiến thức quản lý, điều hành sàn giao dịch bất động sản của đơn vị đào tạo được nhà nước công nhận. Sàn giao dịch bất động sản phải có tối thiểu 2 (hai) nhân viên làm công việc môi giới bất động sản có chứng chỉ môi giới bất động sản. Nếu có dịch vụ định giá bất động sản phải có tối thiểu 02 (hai) nhân viên làm công việc định giá bất động sản có chứng chỉ định giá bất động sản do cơ quan có thẩm quyền cấp.

4.5. Như vậy sàn giao dịch bất động sản đáp ứng các yêu cầu:

1. Phải là pháp nhân (khác văn phòng môi giới), phải có tên, biển hiệu và phải có địa chỉ giao dịch ổn định tối thiểu trong thời hạn 01 năm.
2. Có chức năng kinh doanh dịch vụ bất động sản.
3. Phải có diện tích sử dụng để giao dịch tối thiểu 50m² phục vụ cho hoạt động môi giới, giao dịch và thêm 20 m² cho mỗi hoạt động dịch vụ bổ sung, đồng thời đảm bảo có trang thiết bị phù hợp với nội dung hoạt động.
4. Có Quy chế hoạt động với nội dung theo quy định (nêu tại phần
5. Có nhân sự phù hợp (2 chuyên gia môi giới có chứng chỉ, Giám đốc sàn qua đào tạo quản lý sàn)
6. Báo cáo Sở Xây dựng trước khi hoạt động. Sở XD báo cáo Bộ XD, đưa lên Website Mạng các sàn giao dịch BĐS Việt Nam.
(không đòi hỏi vốn pháp định, không cấp phép).

4.6. Hồ sơ báo cáo sở Xây dựng gồm:

1. Công văn
2. Đăng ký kinh doanh (có chức năng kinh doanh dịch vụ BĐS)
3. Quy chế hoạt động.

4. Hồ sơ chứng minh cơ sở vật chất phù hợp (50m² + 20 m²...)
5. Giấy chứng nhận đã qua đào tạo của Giám đốc sàn và chứng chỉ của 2 chuyên gia môi giới.

5. Quy chế hoạt động của sàn giao dịch bất động sản

Sàn giao dịch bất động sản phải có Quy chế hoạt động, gồm những nội dung cơ bản sau:

Theo quy định của Thông tư 13/2008/TT-BXD, Sàn giao dịch bất động sản phải có Quy chế hoạt động, gồm những nội dung cơ bản sau:

1. Những quy định về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của sàn giao dịch bất động sản;
2. Quy định về tổ chức bộ máy và hoạt động của các bộ phận của sàn giao dịch bất động sản;
3. Quy định về chế độ quản lý tài chính của sàn giao dịch bất động sản;
4. Quy định về quan hệ với khách hàng trong khi giao dịch;
5. Quy định về thông tin bất động sản đưa vào giao dịch; chế độ quản lý, cung cấp thông tin về bất động sản, giao dịch tại sàn giao dịch bất động sản.

6. Mô hình tổ chức và hoạt động của sàn giao dịch bất động sản

6.1. Sàn giao dịch bất động sản phải là pháp nhân có chức năng kinh doanh dịch vụ bất động sản. Trường hợp doanh nghiệp kinh doanh bất động sản thành lập sàn giao dịch bất động sản thì sàn giao dịch đó phải có tư cách pháp nhân riêng hoặc sử dụng tư cách pháp nhân của doanh nghiệp đó để hoạt động.

6.2. Sàn giao dịch bất động sản ngoài việc thực hiện các dịch vụ về giao dịch mua bán, chuyển nhượng, cho thuê, cho thuê mua và môi giới bất động sản còn được phép thực hiện một, một số hoặc toàn bộ các dịch vụ sau:

- 6.2.1. Định giá bất động sản;
- 6.2.2. Tư vấn bất động sản;
- 6.2.3. Quảng cáo bất động sản;
- 6.2.4. Đấu giá bất động sản;

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

6.2.5. Quản lý bất động sản.

6.3. Cơ cấu tổ chức của sàn giao dịch bất động sản gồm giám đốc, các phó giám đốc và các bộ phận chuyên môn nghiệp vụ phù hợp với nội dung hoạt động của sàn giao dịch.

6.4. Người quản lý điều hành sàn giao dịch bất động sản phải đảm bảo các điều kiện theo quy định tại Điều 21 Nghị định 153/2007/NĐ-CP.

6.5. Sàn giao dịch bất động sản phải có tối thiểu 02 (hai) nhân viên làm công việc môi giới bất động sản có chứng chỉ môi giới bất động sản. Nếu có dịch vụ định giá bất động sản phải có tối thiểu 02 (hai) nhân viên làm công việc định giá bất động sản có chứng chỉ định giá bất động sản do cơ quan có thẩm quyền cấp.

6.6. Sàn giao dịch bất động sản phải có diện tích sử dụng để giao dịch tối thiểu $50m^2$ phục vụ cho hoạt động môi giới, giao dịch và thêm $20m^2$ cho mỗi hoạt động dịch vụ bổ sung, đồng thời đảm bảo có trang thiết bị phù hợp với nội dung hoạt động.

6.7. Sàn giao dịch bất động sản phải có tên, biển hiệu và phải có địa chỉ giao dịch ổn định tối thiểu trong thời hạn 01 năm (12 tháng). Nếu có sự thay đổi về địa điểm giao dịch phải thông báo tới cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương và khách hàng đang giao dịch biết. Trước khi tiến hành hoạt động, sàn giao dịch bất động sản phải gửi hồ sơ bao gồm đăng ký kinh doanh và quy chế hoạt động về Sở Xây dựng địa phương. Sở Xây dựng địa phương có trách nhiệm báo cáo Bộ Xây dựng để thống nhất quản lý và đưa lên website của Mạng các sàn giao dịch bất động sản Việt Nam.

6.8. Sàn giao dịch bất động sản phải có Quy chế hoạt động, gồm những nội dung cơ bản sau:

6.8.1. Những quy định về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của sàn giao dịch bất động sản;

6.8.2. Quy định về tổ chức bộ máy và hoạt động của các bộ phận của sàn giao dịch bất động sản;

6.8.3. Quy định về chế độ quản lý tài chính của sàn giao dịch bất động sản;

6.8.4. Quy định về quan hệ với khách hàng trong khi giao dịch;

6.8.5. Quy định về thông tin bất động sản đưa vào giao dịch; chế độ quản lý, cung cấp thông tin về bất động sản, giao dịch tại sàn giao dịch bất động sản.

6.9. Bất động sản khi đưa ra giới thiệu, giao dịch tại sàn giao dịch bất động sản phải đảm bảo các điều kiện quy định tại Điều 6, Điều 7 Luật Kinh doanh bất động sản và phải kê khai đầy đủ nội dung thông tin về bất động sản theo quy định tại Thông tư 13/2008/TT-BXD.

6.10. Các hoạt động dịch vụ của sàn giao dịch bất động sản phải được thực hiện thông qua hợp đồng.

6.11. Quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia sàn giao dịch bất động sản thực hiện theo quy định tại Điều 62 Luật Kinh doanh bất động sản.

6.12. Cá nhân kinh doanh dịch vụ môi giới bất động sản độc lập phải có chứng chỉ môi giới bất động sản và phải đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật về đăng ký kinh doanh.

7. Thông tin về bất động sản

Nội dung thông tin về hàng hoá bất động sản phải đầy đủ theo các nội dung quy định tại Khoản 3 Điều 11 Luật kinh doanh bất động sản gồm:

7.1. Loại Bất động sản

Phải ghi rõ loại hàng hoá bất động sản cụ thể:

7.1.1. Đối với nhà ở phải nêu rõ là nhà ở riêng lẻ hay căn hộ chung cư. Nếu là nhà ở riêng lẻ thì nêu rõ là biệt thự, nhà liền kề hay nhà vườn..;

7.1.2. Đối với bất động sản dịch vụ phải nêu rõ là văn phòng, cửa hàng, siêu thị, chợ, khách sạn, nhà nghỉ hay nhà trọ..;

7.1.3. Đối với bất động sản công nghiệp phải nêu rõ là hạ tầng khu công nghiệp hay nhà xưởng, nhà máy, kho, bãi..;

7.1.4. Đối với quyền sử dụng đất phải nêu rõ là loại đất phi nông nghiệp (đất ở, đất KCN, đất làm mặt bằng sản xuất kinh doanh...), loại đất nông nghiệp hay các loại đất khác (nếu có).

7.2. Vị trí bất động sản

7.2.1. Đối với bất động sản tại khu vực đô thị đã xác định được địa chỉ cụ thể, phải nêu rõ số nhà, ngách, ngõ (hẻm), đường phố, quận (huyện), thành phố (tỉnh). Đối với nhà chung cư thì nêu cụ thể số phòng, tầng, dãy (lô) chung cư. Đối với khu vực nông thôn nêu rõ địa chỉ của bất động sản theo tên xóm, thôn, xã, huyện, tỉnh;

7.2.2. Đối với bất động sản chưa xác định được địa chỉ cụ thể (chưa thành lập được đơn vị hành chính) thì nêu tên dự án, ký hiệu lô đất (đối với các lô đất xây dựng nhà ở riêng lẻ hoặc công trình xây dựng khác), ký hiệu từng căn hộ (đối với nhà chung cư).

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

7.2.3. Sơ đồ vị trí: vẽ vị trí bất động sản, khoảng cách đến các công trình lân cận và lối đi tới đường chính. Nếu sử dụng ảnh vệ tinh thì đánh dấu vị trí bất động sản và chỉ dẫn lối đi ra đường chính.

7.3. Thông tin về quy hoạch có liên quan đến bất động sản

Tại vị trí bất động sản hay lân cận đã có quy hoạch được duyệt ảnh hưởng đến bất động sản như mở đường, công trình hạ tầng kỹ thuật, công trình hạ tầng xã hội, dự án sản xuất kinh doanh...

7.4. Quy mô, diện tích bất động sản

7.4.1. Đối với nhà ở: ghi diện tích đất, diện tích xây dựng, số tầng, tổng diện tích sàn, diện tích sàn từng tầng, số phòng, diện tích sử dụng từng phòng, diện tích ban công, lô gia. Riêng nhà chung cư ghi số phòng, diện tích sử dụng từng phòng, diện tích sử dụng chung.

7.4.2. Đối với bất động sản khác: ghi diện tích đất, số tầng, số phòng, tổng diện tích sàn, diện tích sàn từng tầng, diện tích sử dụng chung, công suất (nếu có).

7.4.3. Đối với hạ tầng khu công nghiệp: ghi diện tích đất, mật độ xây dựng, diện tích sử dụng chung.

7.4.4. Bản vẽ tổng mặt bằng, mặt bằng các tầng, mặt cắt công trình. Đối với bất động sản có nhiều hạng mục thì mỗi hạng mục phải có đủ mặt bằng, mặt cắt.

7.4.5. Ảnh chụp toàn cảnh công trình tại thời điểm giới thiệu.

7.5. Thông tin về đặc điểm, tính chất, công năng sử dụng, chất lượng của bất động sản

7.5.1. Về đặc điểm, tính chất nêu rõ kết cấu công trình, móng, khung, tường, sàn, mái;

7.5.2. Công năng sử dụng bất động sản thông tin theo thiết kế ban đầu;

7.5.3. Chất lượng bất động sản nêu cụ thể năm xây dựng, cấp, hạng công trình;

7.5.4. Ảnh chụp toàn cảnh công trình tại thời điểm giới thiệu (nếu có).

7.5.5. Thời điểm xây dựng, các sửa chữa lớn đã thực hiện và tình trạng kỹ thuật hiện tại.

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

7.6. Thực trạng các công trình hạ tầng, các dịch vụ về kỹ thuật và xã hội có liên quan đến bất động sản

7.6.1. Hạ tầng kỹ thuật về điện, cấp nước, thoát nước, nơi xả rác, nơi để xe, đường giao thông...

7.6.2. Hạ tầng xã hội ghi các hạ tầng xã hội thiết yếu gần nhất như nhà trẻ, trường học, bệnh viện, chợ, siêu thị, bến xe, công viên, rạp chiếu phim, nhà hát...

7.7. Tình trạng pháp lý của bất động sản

Bao gồm hồ sơ, giấy tờ về quyền sở hữu, quyền sử dụng và các giấy tờ có liên quan khác đến việc tạo lập bất động sản, lịch sử sở hữu bất động sản..

7.8. Các hạn chế về quyền sở hữu, quyền sử dụng bất động sản

Phần sở hữu chung, phần sở hữu riêng. Phần sử dụng chung, phần sử dụng riêng..

7.9. Giá bán, chuyển nhượng, cho thuê, cho thuê mua bất

động sản Giá có thể ghi theo đơn giá hoặc tổng giá.

Giá ghi theo loại tiền đồng hoặc vàng hoặc loại tiền khác. Nếu ghi bằng loại tiền khác thì phải mở ngoặc ghi thêm quy đổi ra tiền đồng.

Có thể ghi thời gian có hiệu lực của giá.

7.10. Quyền và lợi ích của người thứ ba có liên quan

Về quyền sở hữu, quyền sử dụng, quyền hưởng lợi ích, tình trạng đang cho thuê, thế chấp, cho mượn, cho ở nhờ...(nếu có).

7.11. Các thông tin khác

Thông tin khác về bất động sản do các bên thoả thuận hoặc do chuyên gia khảo sát thu thập thông tin thực tế ghi để thấy rõ lợi ích hoặc các hạn chế khác của bất động sản.

8. Điều kiện, quyền và nghĩa vụ của người quản lý, điều hành sàn giao dịch bất động sản

8. 1. Điều kiện của người quản lý, điều hành sàn giao dịch bất động sản

Theo quy định tại Điều 21 Nghị định số 153/2007/NĐ-CP ngày 15/10/2007 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Kinh doanh BĐS thì người quản lý,

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

điều hành sàn giao dịch bất động sản phải đáp ứng các điều kiện sau đây :

- Có năng lực hành vi dân sự đầy đủ; không đang trong tình trạng bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc chấp hành án phạt tù;
- Có giấy chứng nhận đã hoàn thành khóa đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về quản lý, điều hành sàn giao dịch bất động sản;
- Không bị cấm hành nghề theo quyết định của cơ quan có thẩm quyền.

8.2 Quyền của người quản lý, điều hành sàn giao dịch BĐS

- a. Quản lý, điều hành hoạt động của sàn giao dịch BĐS.
- b. Yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền cung cấp thông tin có liên quan đến BĐS theo quy định của pháp luật.
- c. Yêu cầu khách hàng cung cấp thông tin, tài liệu về BĐS được đưa lên sàn giao dịch BĐS.
- d. Bảo đảm BĐS được đưa lên sàn giao dịch phải có đủ điều kiện để đưa vào kinh doanh.
- e. Cung cấp đầy đủ, trung thực thông tin, tài liệu liên quan đến BĐS và chịu trách nhiệm về thông tin, tài liệu do mình cung cấp.
- f. Cung cấp các dịch vụ về BĐS tại sàn giao dịch BĐS.
- g. Bảo đảm cơ sở vật chất, kỹ thuật và điều kiện hoạt động của sàn giao dịch BĐS

8.3 Nghĩa vụ của người quản lý điều hành sàn giao dịch BĐS

- a. Bảo đảm để sàn giao dịch BĐS hoạt động đúng nội dung đã đăng ký, thực hiện chế độ báo cáo theo quy định của pháp luật và chịu sự kiểm tra, thanh tra của cơ quan nhà nước có thẩm quyền; thực hiện các nghĩa vụ về thuế và các nghĩa vụ tài chính khác theo quy định của pháp luật.
- b. Bồi thường thiệt hại do lỗi của mình gây ra.
- c. Các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

9. Quyền, nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia sàn giao dịch BĐS.

9.1. Quyền của tổ chức, cá nhân tham gia sàn giao dịch BĐS

- a. Tổ chức, cá nhân tham gia sàn giao dịch BĐS có quyền sau đây.

- b. Yêu cầu cung cấp thông tin, tài liệu có liên quan đến BĐS.
- c. Yêu cầu cung cấp các dịch vụ về BĐS.
- d. Yêu cầu sàn giao dịch BĐS bồi thường thiệt hại do lỗi của sàn giao dịch BĐS gây ra.
- e. Các quyền khác theo quy định của pháp luật.

9.2. Nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia sàn giao dịch BĐS

- a. Tổ chức, cá nhân tham gia sàn giao dịch BĐS có các nghĩa vụ sau đây:
- b. Thực hiện quy chế hoạt động của sàn giao dịch BĐS
- c. Trả tiền dịch vụ cho sàn giao dịch BĐS.
- d. Bồi thường thiệt hại do lỗi của mình gây ra.
- e. Các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

10. Hướng dẫn về giao dịch bất động sản qua sàn

Doanh nghiệp kinh doanh bất động sản phải thực hiện việc bán, chuyển nhượng, cho thuê, thuê mua bất động sản thông qua sàn giao dịch bất động sản (trừ các dự án nhà ở xã hội theo Luật Nhà ở) theo quy định sau:

1. Bất động sản phải đủ điều kiện theo quy định của pháp luật mới được đem bán, chuyển nhượng, cho thuê, cho thuê mua;

2. Chủ đầu tư có thể tự thành lập sàn giao dịch hoặc lựa chọn sàn giao dịch bất động sản do đơn vị khác thành lập để giới thiệu bất động sản và thực hiện các giao dịch bất động sản;

3. Sàn giao dịch bất động sản phải công khai các thông tin (theo quy định tại Điểm 2 phần IV của Thông tư này) về bất động sản cần bán, chuyển nhượng, cho thuê, cho thuê mua tại sàn giao dịch để khách hàng biết và đăng ký giao dịch. Thời gian thực hiện công khai tối thiểu 07 (bảy) ngày tại Sàn giao dịch. Trong thời hạn nêu trên, thông tin về tên dự án, loại, số lượng bất động sản, địa điểm và thời gian tổ chức việc bán, chuyển nhượng, cho thuê, cho thuê mua bất động sản phải được đăng tải tối thiểu 03 (ba) số liền tiếp trên một tờ báo phát hành tại địa phương, tối thiểu 01 (một) lần trên đài truyền hình địa phương nơi có dự án và trên trang web (nếu có) của Sàn giao dịch bất động sản. Chi phí đăng tải thông tin do chủ đầu tư (hoặc chủ sở hữu) chi trả;

4. Khi hết thời hạn công khai theo quy định tại Điểm 3 Phần này, chủ đầu tư (hoặc sàn giao dịch bất động sản được uỷ quyền) được tổ chức việc bán, chuyển nhượng, cho thuê, thuê mua bất động sản đã công khai. Trường hợp cùng một loại bất động sản có từ 2 (hai) khách hàng đăng ký trở lên hoặc số khách hàng đăng ký

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

nhiều hơn số lượng bất động sản thì chủ đầu tư (hoặc sàn giao dịch bất động sản được uỷ quyền) phải thực hiện việc lựa chọn khách hàng theo phương thức bốc thăm hoặc đấu giá. Việc đặt cọc trước khi triển khai bốc thăm hoặc đấu giá bất động sản do các bên thoả thuận theo quy định của pháp luật;

5. Việc đấu giá bất động sản tại sàn giao dịch thực hiện theo quy định của pháp luật về bán đấu giá tài sản;

6. Sàn giao dịch bất động sản có trách nhiệm xác nhận bất động sản của các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản được giao dịch qua sàn (theo mẫu tại phụ lục 4) để xác nhận bất động sản đã được giao dịch theo đúng quy định của pháp luật;

7. Đối với bất động sản của tổ chức, cá nhân không kinh doanh bất động sản mà giao dịch qua Sàn giao dịch bất động sản thì không bắt buộc phải công khai thông tin theo quy định tại Điểm 3 của Phần này.

11. Quy định về công khai, minh bạch thông tin trên thị trường bất động sản

11.1. Các thông tin về thị trường bất động sản phải được công khai tại trụ sở và trên Website của sở Xây dựng. Riêng thông tin về quy hoạch tại Thành phố Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh phải được công khai tại trụ sở và trên Website của Sở Quy hoạch - Kiến trúc; thông tin về các dự án kêu gọi đầu tư và tình hình triển khai các dự án về phát triển nhà ở, khu đô thị mới, các dự án phát triển hạ tầng đô thị, cụm công nghiệp, khu công nghiệp phải được công khai tại trụ sở và trên Website của sở Kế hoạch và Đầu tư.

11.2. Các chủ đầu tư có dự án được duyệt phải công khai quy hoạch chi tiết 1/500 của dự án và phương án tiêu thụ sản phẩm tại trụ sở cấp xã nơi có dự án.

11.3. Nội dung thông tin trên thị trường bất động sản phải đảm bảo đầy đủ, rõ ràng theo quy định sau:

a) Thông tin về quy hoạch phát triển đô thị phải bao gồm các nội dung: bản vẽ quy hoạch chung, quy hoạch chi tiết 1/2000, 1/500 (nếu có) và các chỉ số quy hoạch cơ bản;

b) Thông tin kêu gọi đầu tư các dự án phát triển nhà ở, khu đô thị mới, cụm công nghiệp, khu công nghiệp, các dự án phát triển hạ tầng đô thị phải bao gồm các nội dung: quy mô dự án, bản vẽ quy hoạch (nếu có), các điều kiện, các yêu cầu, thời gian, nội dung đăng ký, nơi nhận hồ sơ;

c) Thông tin tình hình triển khai các dự án phát triển nhà ở, khu đô thị mới, cụm công nghiệp, khu công nghiệp, các dự án phát triển hạ tầng đô thị phải bao

gồm các nội dung: quy mô dự án, bản vẽ quy hoạch, chủ đầu tư, tiến độ thực hiện, kết quả thực hiện thực tế cập nhật theo quý, thời điểm dự kiến tiêu thụ sản phẩm.

d) Thông tin về chuyển nhượng, bán, cho thuê hàng hoá bất động sản của các tổ chức cá nhân kinh doanh bất động sản phải gồm các nội dung theo quy định tại Mục 4 Phần 5;

e) Thông tin về các cơ sở đào tạo chuyên gia môi giới, định giá và quản lý sàn giao dịch bất động sản trên địa bàn tỉnh gồm: tên công ty hoặc trung tâm, địa chỉ, lĩnh vực đào tạo, địa chỉ đào tạo, ngày đăng ký hoạt động, danh sách giảng viên. Đồng thời phải có thông tin về các trung tâm bị đình chỉ hoạt động xem chi tiết tại (phụ lục 18)

f) Thông tin về chuyên gia môi giới, định giá đăng ký hoạt động trên địa bàn tỉnh gồm họ và tên, năm sinh, nơi đào tạo, số chứng chỉ, ngày cấp, nơi cấp, ngày đăng ký hoạt động. Đồng thời phải có thông tin về việc thu hồi chứng chỉ hoặc thôi hoạt động của các chuyên gia môi giới, định giá xem chi tiết tại (phụ lục 19).

g) Thông tin về các trung tâm, các sàn giao dịch bất động sản trên địa bàn bao gồm tên trung tâm, địa chỉ, các hoạt động dịch vụ, tên giám đốc, số điện thoại liên lạc, website (nếu có) xem chi tiết tại (phụ lục 20)

h). Thông tin về tình hình giao dịch tại các trung tâm, các sàn giao dịch trên địa bàn gồm các nội dung: Số lượng giao dịch, tổng giá trị giao dịch, giá cả giao dịch.

11.4. Thời gian đưa thông tin trên thị trường bất động sản phải từ bắt đầu cho đến khi sự việc kết thúc theo quy định sau:

a) Thông tin về quy hoạch phát triển đô thị phải được công bố từ khi quy hoạch được phê duyệt đến khi quy hoạch đó đã được thực thi hoàn chỉnh trên thực tế;

b) Thông tin kêu gọi đầu tư các dự án phát triển nhà ở, khu đô thị mới, cụm công nghiệp, khu công nghiệp, các dự án phát triển hạ tầng đô thị phải từ khi các dự án đó được phê duyệt đến khi dự án đã lựa chọn được chủ đầu tư thực hiện dự án;

c) Thông tin tình hình triển khai các dự án phát triển nhà ở, khu đô thị mới, cụm công nghiệp, khu công nghiệp, các dự án phát triển hạ tầng đô thị phải từ khi các dự án đó được phê duyệt đến khi dự án được hoàn thành đưa vào sử dụng hoàn toàn;

d) Thông tin về chuyển nhượng, bán, cho thuê hàng hoá bất động sản phải duy trì từ lúc giới thiệu đến khi tổ chức giao dịch xong;

e) Thông tin về các cơ sở đào tạo chuyên gia môi giới, định giá và quản lý sàn giao dịch bất động sản trên địa bàn tỉnh; về chuyên gia môi giới, định giá đăng ký hoạt động trên địa bàn tỉnh; về các trung tâm, các sàn giao dịch bất động sản trên địa bàn tỉnh phải liên tục và cập nhật;

g) Thông tin về tình hình giao dịch tại các trung tâm, các sàn giao dịch trên địa bàn phải cập nhật hàng tháng, hàng quý và hàng năm.

12. Tổ chức các dịch vụ tại sàn giao dịch bất động sản

Sàn giao dịch bất động sản được phép thực hiện các hoạt động kinh doanh và dịch vụ bất động sản như :

- Giao dịch mua bán, chuyển nhượng, thuê, thuê mua bất động sản.
- Môi giới bất động sản.
- Định giá bất động sản.
- Tư vấn bất động sản.
- Quảng cáo bất động sản.
- Đấu giá bất động sản.
- Quản lý bất động sản.

a. Tư vấn bất động sản

- Theo quy định tại Điều 63 Luật Kinh doanh bất động sản thì tổ chức, cá nhân khi kinh doanh dịch vụ tư vấn bất động sản phải có các điều kiện quy định tại khoản 2 Điều 8 của Luật này.

- Nội dung kinh doanh dịch vụ tư vấn bất động sản bao gồm :

- + Tư vấn pháp lý về bất động sản;
- + Tư vấn về đầu tư tạo lập, kinh doanh bất động sản;
- + Tư vấn về tài chính bất động sản;
- + Tư vấn về giá bất động sản;

- + Tư vấn về hợp đồng mua bán, chuyển nhượng, thuê, thuê mua BĐS;
- + Tư vấn về các nội dung khác liên quan đến bất động sản.
- Nội dung, phạm vi tư vấn, quyền và nghĩa vụ của các bên, giá dịch vụ tư vấn bất động sản do các bên thỏa thuận trong hợp đồng.
- Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ tư vấn bất động sản phải chịu trách nhiệm về nội dung tư vấn do mình cung cấp và bồi thường thiệt hại do lỗi của mình gây ra.

b. Đấu giá bất động sản

- Theo quy định tại Điều 64 Luật Kinh doanh bất động sản thì tổ chức, cá nhân khi kinh doanh dịch vụ đấu giá bất động sản phải có các điều kiện quy định tại khoản 2 Điều 8 của Luật này;

- Đấu giá BĐS phải được thực hiện theo nguyên tắc công khai, trung thực, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các bên;

- Hình thức đấu giá bất động sản bao gồm :

+ Trực tiếp bằng lời nói

+ Bỏ phiếu

+ Hình thức khác do các bên thỏa thuận hoặc do pháp luật quy định.

- Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ đấu giá bất động sản phải công bố công khai, đầy đủ, chính xác thông tin về bất động sản trong bản niêm yết đấu giá do tổ chức, cá nhân bán, chuyển nhượng bất động sản cung cấp.

- Hình thức, nội dung đấu giá bất động sản, quyền và nghĩa vụ của các bên, giá dịch vụ đấu giá bất động sản do các bên thỏa thuận trong hợp đồng.

- Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ đấu giá bất động sản chịu trách nhiệm thực hiện cam kết trong hợp đồng và bồi thường thiệt hại do lỗi của mình gây ra.

c. Quảng cáo bất động sản

- Theo quy định tại Điều 65 Luật Kinh doanh bất động sản thì tổ chức, cá nhân khi kinh doanh dịch vụ quảng cáo bất động sản phải có các điều kiện quy định tại khoản 2 Điều 8 của Luật này;

- Quảng cáo BĐS được thực hiện thông qua sàn giao dịch BĐS, trên phương tiện thông tin đại chúng hoặc các phương tiện khác;

- Hình thức, nội dung quảng cáo, quyền và nghĩa vụ của các bên và giá dịch vụ quảng cáo bất động sản do các bên thỏa thuận trong hợp đồng;

- Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ quảng cáo bất động sản chịu trách nhiệm thực hiện cam kết trong hợp đồng và bồi thường thiệt hại do lỗi của mình gây ra.

- Việc quảng cáo bất động sản phải theo quy định của Luật này và pháp luật về quảng cáo.

d. Quản lý bất động sản

- Theo quy định tại Điều 66 Luật Kinh doanh bất động sản thì tổ chức, cá nhân khi kinh doanh dịch vụ quản lý bất động sản phải có các điều kiện quy định tại khoản 2 Điều 8 của Luật này;

- Nội dung kinh doanh dịch vụ quản lý bất động sản bao gồm :

+ Bán, chuyển nhượng, thuê, thuê mua bất động sản theo uỷ quyền của chủ sở hữu, chủ sử dụng bất động sản;

+ Cung cấp các dịch vụ bảo đảm duy trì hoạt động bình thường của bất động sản;

+ Thực hiện bảo trì, sửa chữa bất động sản;

+ Quản lý, giám sát việc khai thác, sử dụng bất động sản của khách hàng theo đúng công năng, thiết kế và hợp đồng;

+ Thực hiện các quyền và nghĩa vụ đối với khách hàng, với Nhà nước theo uỷ quyền của chủ sở hữu, chủ sử dụng bất động sản.

+ Nội dung, phạm vi quản lý bất động sản, quyền và nghĩa vụ của các bên và giá dịch vụ quản lý bất động sản do các bên thỏa thuận trong hợp đồng.

+ Tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ quản lý bất động sản chịu trách nhiệm quản lý bất sản theo hợp đồng và bồi thường thiệt hại do lỗi của mình gây ra.

CHUYÊN ĐỀ 2

QUY TRÌNH VÀ KỸ NĂNG MÔI GIỚI BẤT ĐỘNG SẢN

I. Thu thập thông tin về cung cầu bất động sản

1/Nguồn cung bất động sản

- Các dạng cung:
 - + Bán.
 - + Cho thuê, cho thuê lại.
 - + Đầu tư liên doanh liên kết.
 - + Khai hoang, khai phá: bán đất chưa sử dụng thành sử dụng được
- Thông tin nguồn cung
 - + Văn phòng môi giới
 - + Từ khách hàng.
 - + Từ các phương tiện thông tin đại chúng.
 - + Các công ty đầu tư kinh doanh xây dựng, các dự án.
 - + Các cơ quan đầu giá đất và bất động sản, nguồn hàng pháy mãi.
 - + Các cơ quan quản lý: địa chính, tnmt. sở kiến trúc, sở quy hoạch.
 - + Từ thực tế : những nhà bỏ trống, khu đất trống, những bất động sản mới phát triển, từ dân cư địa phương.
 - +MLS: hệ thống niêm yết đa chiều.

2Thông tin về bất động sản

- Kinh tế kỹ thuật:
 - + Vị trí: môi trường xung quanh.
 - + Loại, kích thước, hình thể, không gian, hướng.
 - + Trang thiết bị: cơ sở vật chất kỹ thuật
 - + Tình trạng kỹ thuật: xem tổng thể như thế nào, chi tiết, chất liệu, thời gian sử dụng, kiến trúc, bảo dưỡng...
 - + Hạ tầng kỹ thuật : đường, điện, nước,

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

- + Giá cả toàn bộ và từng phần của bất động sản.
- Pháp lý:
 - + Giấy tờ xác nhận quyền năng đối với bất động sản: sổ đỏ, sổ hồng. quyết định giao đất, giấy phép xây dựng, phân chia tài sản,,
 - + Quy hoạch: sử dụng đất, không gian, các công trình liên quan khác.
 - + Các giấy tờ liên quan đến tranh chấp: uỷ ban nhân dân.
 - + Quyền năng và sự hạn chế về quyền năng: ví dụ: hạn chế độ cao...
- Xã hội, lịch sử:
 - + Thời gian sử dụng, người sử dụng, xây dựng và quá trình phát triển của bất động sản.
 - + Môi trường xã hội, dân cư: có bị ô nhiễm không...
 - + Phong thuỷ và các yếu tố đặc biệt khác: ví dụ trước đây có tai biến gì không....
- Nguồn thông tin và phương pháp thu thập:
 - + Tìm hiểu từ chủ sở hữu: giấy tờ pháp lý liên quan đến bất động sản, các loại hoá đơn.
 - + Cơ quan quản lý nhà nước: phòng quản lý nhà đất, sở quy hoạch, nhà đất.
Ví dụ : Sở quy hoạch: xem quy hoạch hiện tại và xu hướng trong tương lai.
 - + Tổ dân phố và hàng xóm.
 - + Tự điều tra và thăm dò.
 - + Cơ sở dữ liệu cá nhân và kinh nghiệm kiến thức.
 - + Bản đồ: ví dụ bản đồ quy hoạch đất đai, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội, bản đồ điện tử.
 - + Các đề tài nghiên cứu, hội thảo.... ví dụ: ảnh hưởng của chất thải đối với môi trường đời sống dân cư.
 - + Trao đổi kinh nghiệm: giữa các nhà môi giới -> rất quan trọng.

3 Thông tin về cầu bất động sản

3.1 Phân loại đối tượng cầu bất động sản

- Người mua:

- + Đề tiêu dùng: nhà ở, sản xuất nhà xưởng, kinh doanh dịch vụ.
- + Đề đầu tư: những người kinh doanh bất động sản, đầu cơ tiền nhàn rỗi/
- + Đề bảo toàn vốn.

☞ Phân loại cầu bất động sản để biết mục tiêu của khách hàng -> đáp ứng nhu cầu tốt hơn của khách hàng.

- Người thuê:
 - + Văn phòng, chi nhánh, phòng giao dịch.
 - + Để kinh doanh dịch vụ.
 - + Để sản xuất kinh doanh thuê mặt bằng.
 - + Nhà ở: đối với sinh viên, người ngoại tỉnh, người nước ngoài, nhà công vụ.
- Tín dụng, thế chấp và bảo hiểm: cầu gián tiếp

3.2 Phương pháp thu thập thông tin về cầu bất động sản

- Chủ động:
 - + Tìm kiếm qua các phương tiện thông tin đại chúng.
 - + Gửi thư trực tiếp tới khách hàng: chủ yếu là khách hàng tiềm năng (người thuê), khách hàng của các văn phòng môi giới khác, khách sạn, văn phòng, công sở, thương mại điện tử, sân bay, du lịch, cá nhân hoặc nhóm khách hàng mục tiêu.
 - + Tiếp cận tận nơi: đón hoặc gọi điện
 - + Khách hàng cũ: hồ sơ cũ, giới thiệu khách hàng, đón trước nhu cầu.
- Thụ động:
 - + Đón tại văn phòng.
 - + Phụ thuộc quảng cáo
 - ☒ Thời gian đầu: chủ động, sau - thụ động.

II Xác định đối tượng và các bên tham gia trong thương vụ môi giới

a. Người cung:

- + Lí do nguyện vọng của họ ; nhanh hay chậm

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

- + Nắm được thông tin về bất động sản như thế nào.
- + Các điều kiện kèm theo.
- + Khung giá, có phù hợp, các điều kiện về kinh tế (thuế hoặc phí).
- + Năng lực bán của khách hàng: có đủ điều kiện pháp lý.
- Người cho thuê:
 - + Đầu tư.
 - + Sinh lợi: để thu nhập hàng tháng không quan tâm giá bất động sản.
 - + Trông coi: để bảo vệ.
 - + Lí do: ví dụ: cho thuê để người đi thuê đầu tư trang thiết bị cho bất động sản.
- Người bán:
 - + Tự nguyện.
 - + Bị ép buộc.

b. Người cầu:

- Người mua:
 - + Quan tâm đến đặc tính của bất động sản.
 - + Giá cả bất động sản: xác định khả năng tài chính.
 - + Mục tiêu của người mua.
 - + Các ràng buộc khác: ví dụ đối với người nước ngoài: vấn đề mua nhà...
- Người thuê:
 - + Cụ thể chính xác ngay ban đầu.
 - + Rất nhanh gọn.
 - + Chú ý tính ổn định bất động sản.
 - + Chủ sở hữu quan tâm đến người thuê: quan tâm thu nhập người thuê, hoàn cảnh người thuê, độ ổn định...

Xác định các bên tham gia thương vụ:

- Phân loại khách hàng
 - + Hiểu mục tiêu của việc mua bán phải rõ ràng.
 - + Tìm hiểu độ tuổi của khách hàng: vì ảnh hưởng đến tâm sinh lý

Ví dụ: già - dẫn đo; trung tuổi – táo bạo;

+ Nghề nghiệp.

+ Thu nhập: sở thích của họ, tiềm năng.

- Xác định các bên tham gia:

+ Thông tin cá nhân, tổ chức đó.

+ Mục tiêu tham gia thương vụ.

+ Các kỳ vọng: mua để ở, để chờ tăng giá, gần trường...

+ Mức độ sẵn sàng.

+ Điều kiện pháp lý.

III. Lập hồ sơ thương vụ môi giới

- Thông tin cá nhân.

- Giấy tờ liên quan đến bất động sản.

- Giấy tờ khác liên quan đến thương vụ như thoả thuận cọc, đăng ký bán, thuê, cho thuê, thuê mua vv...

- Hợp đồng dịch vụ môi giới.

- Những ghi chép về khách hàng: đưa ra nhận xét về khách hàng -> phục vụ tốt hơn.

Chú ý: Không nhận bản gốc giấy tờ của khách hàng, chỉ dùng để photo. Trong suốt quá trình diễn ra thương vụ phải tiếp tục thu thập giấy tờ liên quan.

- Dạng hồ sơ: văn bản, file văn bản

IV. Thời hạn và những bước thực hiện thương vụ môi giới

Bước 1: Tìm thông tin chung

- Thông tin mua, bán, cho thuê -> thông tin nguồn cung, cầu.

- Phải xem xét bất động sản bán một cách tỉ mỉ, cẩn thận và đầy đủ.

- Điều tra phân tích môi trường, hạ tầng xung quanh, tình trạng kỹ thuật của bất động sản.

- Tình trạng pháp lý của bất động sản.

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

- Chia sẻ cung cấp cho chủ sở hữu những thông tin về giấy tờ cần thiết cho việc bán.
- Tìm khách hàng mua.

Bước 2: Xử lý thông tin

- Xác định được giá của chủ sở hữu muốn bán: phải tư vấn cho khách hàng xem giá có hợp lý không. Phải biết khu vực đó giá bất động sản bao nhiêu, loại bất động sản đó giá bao nhiêu.
- Phải tập trung ghi chép miêu tả bất động sản, chú ý đến đặc tính của bất động sản đó: bất động sản nằm trong khu vực đó, có bất động sản nổi trội hơn làm giảm giá bất động sản đó.
- Soạn thảo thông tin để quảng cáo.
- Phải thiết lập cơ sở dữ liệu riêng cho bất động sản đó.
- Phải thiết lập cơ sở dữ liệu riêng về khách hàng mua, bán
- Tìm hiểu phân tích cụ thể, chính xác nhu cầu của khách hàng mua cũng như điều kiện liên quan đến thương vụ.
- Tận dụng những thông tin phản hồi của người mua: động cơ họ mua hàng...
- Chia sẻ và cung cấp cho các bên tham gia những thông tin cần thiết về khía cạnh pháp lý: thuế, phí...

Bước 3: Giao dịch với khách hàng

- Thỏa thuận với chủ sở hữu những điều khoản về dịch vụ môi giới -> ký kết hợp đồng.
- Lên kế hoạch hành động.
- Giới thiệu cho khách hàng mua bất động sản phù hợp với họ.
- Giúp đỡ tạo điều kiện cho các bên trong quá trình đàm phán.
- Dẫn dắt các bên ký kết hợp đồng khởi điểm.
- Hỗ trợ các bên trong việc hoàn chỉnh hồ sơ và chuẩn bị ký kết hợp đồng chính thức.
- Tham gia thực hiện các hoạt động thỏa thuận trong hợp đồng khởi điểm.
- Thực hiện các công việc liên quan đến thương vụ.

- Tham gia vào quá trình thanh toán tổ chức các lần chi trả giao tiền.
- Phải hỗ trợ cho các vấn đề liên quan: ví dụ

Bước 4: Kết thúc thương vụ:

- Giao nhận bất động sản: vì có thể có sự sai lệch lúc giao nhận
- Kết thúc thương vụ và nhận tiền hoa hồng: ví dụ: ở nước ngoài khi đến một bước nào đấy của thương vụ, nhận 80 % hoa hồng. Kết thúc thì nhận phần còn lại.
- Giải quyết các vấn đề sau thương vụ: Chuyển tiền sổ đỏ, gửi thư cảm ơn đến khách hàng và đưa hồ sơ của họ vào hồ sơ khách hàng.

+ Họ tên, thường trú, hộ khẩu, cmt, ngày cấp, nơi cấp, tỉnh, tình trạng hôn nhân.

+ Địa điểm nơi thực hiện hợp đồng.

+ Giá bất động sản, lượng tiền đặt cọc, thông thường 10 % giá trị hợp đồng.

+ Miêu tả bất động sản.

+ Các quyền bất động sản: ví dụ: đất giãn dân, thổ cư, thừa kế.

+ Các trang thiết bị trong bất động sản mà chủ nhà để lại.

+ Những thoả thuận điều khoản chuẩn bị trong hợp đồng chính thức.

+ Xác định thời gian ký hợp đồng chính thức.

+ Ghi rõ giấy tờ nào còn đang thiếu cần bổ sung.

+ Ghi rõ bên nào trả loại tiền gì.

+ Phải cân nhắc về các mốc thời gian: giao nhận tiền (thường 3 đợt: thời gian giao nhận bất động sản, thời gian cắt hộ khẩu, thời gian di chuyển đồ đạc.).

+ Hình thức giao nhận tiền: tiền mặt, chuyển khoản.

- Hợp đồng chính thức

+ Gồm các giấy tờ cần thiết để ký kết hợp đồng công chứng.

+ Báo phí trả cho công chứng: ai trả, hình thức trả.

V. Kỹ năng môi giới bất động

sản

a. Môi giới mua.

- Tạo sự hứng thú cho người mua.
- + Kỹ năng gợi mở dịch vụ: Khi chưa biết có dịch vụ -> phải gợi mở
- . Chìa khóa để tạo hứng thú cho người mua là giành được niềm tin của họ. Khi đó mọi sự tranh cãi và phản kháng sẽ biến mất.
- . Cố thuyết phục họ đến xem bất động sản: nhiều người có tiền nhưng chưa biết đầu tư vào đâu, vì thế khi họ xem họ sẽ xuất hiện nhu cầu mua.
- . Hiểu động lực của người mua: khi đó ta sẽ làm cho họ hào hứng với việc mua của họ.
- . Phảo trả lời được câu hỏi mà người mua cho là quan trọng. Điều này đòi hỏi phải hiểu biết rộng.
- . Đưa ra những lời khuyên hướng dẫn thích hợp với từng người mua để họ nhanh chóng quyết định mua.
- . Cung cấp bất động sản có chọn lọc: đỡ mất thời gian của hai bên và tránh làm rối trí khách hàng.
- Giúp họ mặc cả giá (trả giá bất động sản) với người bán.
- + Thích hợp nhất là tại văn phòng bất động sản: ngày nay thường họ uỷ quyền cho người Môi giới Có thể trả giá qua văn bản, qua thư...
- + Trả giá bằng văn bản cho người bán: người bán có thời gian suy nghĩ kỹ càng, khuyên người mua lên mang văn bản trả giá đó cho luật sư để luật sư xem xét. Vì Môi giới không thể sâu rộng bằng luật sư. Luật sư có lời khuyên hữu ích.
- + Giá cả giao dịch vào khoảng 90 đến 93 % giá cả ban đầu (qua thống kê).
- + Trong tâm lý của người mua, người bán thường lấy mức trung bình của hai bên.
- Dịch vụ hậu mãi,
- + Giúp khách hàng các thủ tục như điện thoại, nước, hộ khẩu...

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

- + Giúp đỡ kỹ thuật: người mua thường thích thay đổi theo ý mình như thay đổi đồ đạc, nội thất
- + Giúp phát triển ý tưởng, tư vấn sử dụng; ví dụ nhà chật nên xin cấp phép mở rộng hay nên có thêm gác xép....
- + Quan tâm và tham hỏi đến khách hàng.

b. Môi giới bán bất động sản.

Bất động sản Nhà ở

- Trước khi bán
 - + Làm cho bất động sản tươi mới, ấm áp, gọi mời.
 - + Tạo hình ảnh dễ nhận thấy, dễ nhớ.
 - + Gửi trẻ nhỏ đi nơi khác.
 - + Chuẩn bị giấy tờ pháp lý.
- Cân nhắc những vấn đề sau:
 - + Giá cả:
 - + Thời gian: dự tính bán cho khách hàng.
 - + Tình trạng kỹ thuật;
 - + Sửa chữa: nhỏ hay lớn. khuyến cáo chủ sở hữu nên sửa chữa lớn hay nhỏ.
 - + Đầu tư: nên đầu tư thêm cái gì?
 - + Xem xét khu vực: khu vực tác động đến thay đổi bất động sản

Dù đầu tư; thì giá bán tăng cao nhất từ 10 đến 12 % giá ban đầu.

 - + Chủ nhà tự sửa sang hay thuê thợ.
 - + Những tính toán về kinh tế cho chủ sở hữu.
- Giới thiệu căn nhà:
 - + Nguyên tắc giới thiệu:
 - . Nhấn mạnh mọi ưu điểm của bất động sản
 - . Sắp xếp một chuyến du lịch nhỏ đi thăm căn nhà như thế nào cho tiết kiệm thời gian.
 - . Hãy để thời gian cho họ xem xét căn nhà.

- . Hãy hỏi họ về cảm giác nếu chưa vừa lòng thì tại sao? Không nên đưa quá nhiều câu hỏi.
- . Không mặc cả ngôi nhà.
- . Tỏ ra ngoan đạo thân thiện, đừng cố chấp hiếu thắng.
- . Trả lời câu hỏi một cách chắc chắn để thấy am hiểu.
- . Tỏ ra tôn trọng khách hàng.
- . Gọi mở ưu điểm của khuyết điểm khi khách hàng phát hiện ra nó.
- . Kiến thức: của khách hàng và kiến thức của môi giới khác nhau -> giúp có hình ảnh đẹp trong mắt người mua.
 - + Chỉ xem nhà sau khi đã hẹn rõ ràng. Để không bị động hi căn nhà chưa được chuẩn bị chu đáo.
 - + Cát vật đất tiền, vật nhọn vì nảy sinh phạm tội hay đề phòng tai nạn những vật sắt, điện ...
 - + Phải có sự kiểm tra theo dõi họ một cách tế nhị nhưng đừng nôn nóng dục khách hàng mua.
 - + Chỉ để một cửa ra vào để kiểm soát hành vi của khách hàng.
 - + Phải cảnh gi,c ví dụ: hỏi vấn đề bảo mật, lịch làm việc của chủ sở hữu -> không nên cho kh,ch hàng biết nhiều hệ thống bảo mật, camera, b_o động của căn nhà.
- Mời kh,ch hàng đến xem một lần nữa.
- Những đặc điểm cần chú ý khi tư vấn cho người bán.
 - + Quan trọng nhất là sự gần gũi bỏ đi những thứ kh«ng cần thiết
 - + Ấn tượng đầu tiªn rất quan trọng nhất là đối với nhà ở: nhiều người xem bên ngoài rồi mới vào bªn trong.
 - + Sạch sẽ chỉnh trang
 - + Nói rộng căn nhà: 2 yếu tố làm thước đo: thay đổi và diện tích sử dụng cho một căn nhà tăng diện tích bằng cách bỏ bớt đồ đạc, và dùng ánh sáng..
 - + Sắp xếp đồ đạc lại
 - + Bép: gọn gàng, sạch sẽ ,không có mùi...

+ Nhà tắm, toa lét.....

Bán nhà chung cư

- Động cơ:

+ Cần tiền mặt, lợi nhuận, tình hình sức khỏe, quan hệ đối tác, nhà quản lý, người chủ sở hữu di cư, chuyển đổi sang bất động sản khác, tuổi già, ly dị, do chết,

- Quy trình phân tích

+ Phân tích đặc điểm của bất động sản: Vùng, tầng, ...

+ Đánh giá mức giá có thể của căn hộ chung cư đó, chất lượng môi trường xung quanh, chất lượng của bất động sản có thể qua người thuê, người ở chung cư đó, -> khảo sát 3 đến 5 toà nhà xung quanh.

+ Xác định số lượng bất động sản trong tà nhà trong khu vực .

+ Xác định tuổi của bất động sản.

+ Xem xét bãi đỗ xe.

+ Kết cấu xây dựng: Nhà khung xây bằng vữa gạch hay bê tông.

+ Đặc điểm tiện nghi của căn hộ chung cư.

+ Chi phí để duy trì hoạt động của toà nhà.

+ Xác định thu nhập có thể của căn hộ

Có thể đánh giá bằng hai cách:

+ Chấm điểm: Từ 1 đến 10

+Theo 3 mức: Tốt, Trung bình, kém

Bán bất động sản thương mại và công nghiệp

- Đánh giá người mua: Xem xét tài chính, xem xét mục đích mua, tâm lý, xem xét yếu tố pháp lý:

.Bất động sản đầu tư lớn

- Sẽ tốn nhiều thời gian với các luật sư, kế toán, người quản lý bất động sản,...để giải quyết các sự kiện và con số

- Người mua thường làm việc với các tư vấn chuyên nghiệp....

- Phải xác định có những bất động sản, xảy ra tình trạng chuyên gia làm việc với chuyên gia.
- Người mua thường là các tổ chức lớn, cá nhân giàu có -> tiếp cận người mua ở các kênh khác.
- Phải chuẩn bị một lượng tiền đáng kể vì chi phí bán cao.
- Khi bán Bất động sản đầu tư lớn phải chú ý đến điều kiện kinh tế tổng hợp của địa phương, xác định thời điểm tối ưu để bán bất động sản. Vì có những Bất động sản chỉ nên bán theo mùa.

Bất động sản chỉ dùng cho mục đích công nghiệp và thương mại

- Phải tiến hành thanh tra Bất động sản.
- Phải hoàn thành các mảng thông tin về Bất động sản, phải tiến hành chụp ảnh ở nhiều góc độ khác nhau.
- Phải quảng cáo trên các tạp chí, vùng địa phương.
- Thời gian, may mắn và nỗ lực marketing đúng hướng trong một giai đoạn dài sẽ mang nhiều thành công.

Khu đất sử dụng cho mục đích thương mại và công nghiệp mà chưa có công trình

- Cần khẳng định ngay những Bất động sản này chắc chắn sẽ bán.
- Phải chú ý đến hạ tầng xung quanh.
- Có thể yêu cầu chủ sở hữu cùng chịu chi phí trong việc bán với nhà mua giới.
- Phải chú ý vẽ sơ đồ mảnh đất chụp ảnh không gian, địa hình, chi phí và thời gian lắp đặt tiện nghi.
- Phải xem xét sử dụng trong quá khứ -> Để xác định xem khả năng chất thải ra môi trường như thế nào?
- Đặt ngay trên quảng cáo ở từng khu đất ngoài những cách quảng cáo khác.
- Phải hướng đến nhóm đối tượng khách hàng có kinh phí quảng cáo trong thời gian dài.

- Xác định khách hàng là ai -> Quảng cáo trên tạp chí, truyền hình quốc gia chứ không chỉ trong tầm địa phương -> Chi phí cao, khả năng thu hút khách hàng lớn.

Môi giới cho nhà đầu tư.

- Hấp dẫn hơn Môi giới cho người sử dụng vì họ thoág hơn và vòng quay nhanh: ngoài hoa hồng người Môi giới còn được % của lợi nhuận của nhà đầu tư vì Môi giới là người tư vấn cho họ sử dụng tiền mang lại lợi nhuận cho họ.

- Nhưng đề Môi giới cho nhà đầu tư phải có mạng lưới khách hàng rộng, có độ tin cậy.

Yêu cầu: Phải là người có kinh nghiệm lâu năm, có kiến thức sâu rộng và có uy tín.

Có nhiều lợi ích khác nhau không thể hiện bằng tiền; giới thiệu khách hàng

- *Các dạng nhà đầu tư:*

+ Để sử dụng: tránh lạm phát

+ Đầu tư ngắn hạn: thu nhập từ việc bán.

+ Đầu tư dài hạn: Tính mục tiêu đầu tư là có thu nhập thường xuyên làm vốn sống

+ Người cho vay để đầu tư bất động sản:

- *Môi giới cần :*

+ Nhìn nhận khả năng tài chính của nhà đầu tư.

+ Dung hoà được mục đích của khách hàng với lợi thế của bất động sản.

+ Phải chuẩn bị rất kỹ để chuẩn bị giới thiệu cho khách hàng.

+ Phải chú trọng đến việc phân tích tài chính hơn là phân tích vật lý (khác người sử dụng).

- Thu nhập ở các góc độ:

+ Thu nhập ròng trước khấu hao.

+ Thu nhập ròng sau khấu hao.

+ Thu nhập ròng trước thuế thu nhập.

+ Thu nhập ròng sau thuế thu nhập.

- + Thu nhập ròng trước, sau lãi vay.
- + Thu nhập vốn tăng thêm.
- Tiền: VĐT tự có, vốn đầu tư ban đầu, khoản vay thế chấp, vốn tăng thêm, giá cả thị trường của bất động sản.

Vậy với tỷ suất lợi nhuận = $TN/Vốn$ có thể nói lên nhiều vấn đề khác nhau trong góc độ thu nhập và vốn khác nhau.

*) Tính quay vòng

- Nhà Môi giới giúp nhà đầu tư trong tất cả các khâu này => Hiệu quả đầu tư tăng lên (kinh nghiệm kiến thức và thông tin).

c. Kỹ năng soạn thảo hợp

đồng.

1. Mục đích dịch vụ môi giới

- Là hợp đồng giữa nhà môi giới với khách hàng nhằm cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Trong hợp đồng nêu rõ: quyền lợi của nhà môi giới với khách hàng.

1.1 Kỹ năng và yêu cầu

- Hợp đồng dịch vụ môi giới là bản quy định phạm vi, trách nhiệm của nhà môi giới và khách hàng. Là minh chứng cho vị trí thống nhất của hai hay nhiều bên trong đó có các quy định thống nhất giữa các bên.
- Các dạng hợp đồng.
 - + Tự soạn thảo.
 - + Tình huống: mua- bán; thuê –cho thuê.
 - + Độc quyền: việt nam không có: chỉ nhà môi giới ký hợp đồng khách hàng mới được bán bất động sản
- Người bán ký hợp đồng độc quyền.
 - + Ký với người có uy tín, năng lực, quan hệ rộng.
 - + Phải tin tưởng vào nhà môi giới.
 - + Chi trả tiền môi giới cho nhà môi giới mà mình ký hợp đồng dịch vụ.
- Yêu cầu:
 - + Xem bất động sản.

- + Ai là người ký trực tiếp hợp đồng môi giới đó.
 - + Tuân thủ những điều khoản của hợp đồng.
 - + Thiết lập dưới dạng văn bản.
 - + Ghi số thẻ.
 - + Tiêu chuẩn đạo đức: không được cài những khoản hợp đồng không được phép.
 - + Bảo hiểm nghề nghiệp cho người môi giới.
 - + Bảo đảm lợi ích của bản thân.
 - + Thống nhất với khách hàng nguyên tắc làm việc.
 - + Giúp khách hàng hiểu được các điều khoản của bản hợp đồng.
 - Phạm vi hoạt động: không có giới hạn
 - + Nhà môi giới có quyền lựa chọn ký hợp đồng với tổ chức, cá nhân.
 - Điều khoản:
 - + Xác định rõ các bên tham gia.
 - + Xác định các điều khoản làm hợp đồng trên vô hiệu.
 - + Bảo đảm lợi ích cho xã hội.
 - + Xác định quan hệ của khách hàng với quyền bất động sản.
 - + Ghi giá bất động sản vào hợp đồng, nếu có sự thay đổi giá phải sửa toàn bộ,
 - + Soạn thảo nguyên tắc thu phí hoa hồng.
 - + Thông báo cho khách hàng là có thể người môi giới cho bên thứ 2 (người mua).
 - + Cam kết sử dụng thông tin cá nhân của khách hàng ở mức độ nào.
- Cần nhắc cẩn thận giai đoạn mà nhà môi giới cho là quan trọng nhất . Soạn thảo hợp đồng sao cho tất cả các bên công nhận.
- Lưu ý: Cần nhắc cẩn thận các quy định mà môi giới cho là quan trọng.

1.2 Hợp đồng giao dịch

Hợp đồng giữa người mua – bán.

- Nguyên tắc cơ bản: Điều gì không có trong hợp đồng thì nó không tồn tại (để tránh tranh cãi).
- Nhà môi giới phải tuân thủ nguyên tắc cơ bản sau khi làm hợp đồng.
 - + Xác định thời gian và giá cả.
 - + Xác định người bán và người mua: đảm bảo 100% người bán là chủ sở hữu (khẳng định quyền sở hữu của người bán từ khi nào).
 - + Xác định bất động sản bán: xác định rõ người mua, họ mua cái gì?
 - + Xác nhận của người bán: người bán phải xác nhận rõ bất động sản hoàn toàn sạch, không bị vướng vấn đề pháp lý, không có lỗi về vật lý, không bị vướng vào nợ nần...
 - + Xác nhận của người mua: người mua có đủ khả năng tài chính.
 - + Giấy tờ: phải tận mắt nhìn thấy giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, sở hữu nhà ở....
 - + Xác định các thời hạn: thời hạn ký hợp đồng chính thức, giao nhà, hộ khẩu..
 - + Chi trả
 - + Xác định tiền đặt cọc và tiền trả trước:
- Đối với nhà hoặc căn hộ mới: phải có các điều khoản sau:
 - + Xác nhận quyền sử dụng đất của chủ đất: chủ đất có được quyết định giao đất hay không (quyết định giao đất của cơ quan nhà nước).
 - + Bảo đảm không có khoản nợ nào: bản thân căn hộ không chịu khoản nợ nào : ví dụ: góp vốn, các khoản thuế, vay thế chấp.
 - + Xác định vị trí toà nhà có căn hộ bán: địa chỉ hoặc trên bản đồ.
 - + Vị trí căn hộ: gần cầu thang, đầu hồi...
 - + Giá bất động sản ghi chính xác: (Hiện nay có 2 cách chi trả áp dụng: theo tiến độ xây dựng, theo trái phiếu bất động sản).
 - + Xác định thời hạn kết thúc xây dựng: cần chính xác (Vì hiện nay hầu hết các công ty không đúng thời hạn cam kết.)

+ Xác định điều khoản phạt tiền khi chậm tiền độ (%), do huỷ hợp đồng (thường 5% giá trị hợp đồng).

+ Xác định ngày chính thức sang tên hợp đồng cho người mua - hợp đồng kinh tế.

Hợp đồng góp vốn đến hợp đồng kinh tế: tính chất pháp lý cao, ngân hàng chấp nhận thế chấp để cho vay dù nhà chưa xây xong. Vì khi có hợp đồng kinh tế thì chắc chắn vay được tiền.

+ Ví dụ: Công ty sẽ chuyển quyền sở hữu căn hộ sau 3 tháng ngay sau khi công ty nhận được giấy giao đất -> rất mập mờ -> phải xác định rõ cụ thể:

d. Kỹ năng thu thập thông tin.

1. Thu thập thông tin về bất động sản

- Thông tin

+ Ngay từ khi có ý định.

+ Xếp theo danh mục: về đất, về dự án, chủng loại (biệt thự, nhà liền kề, thổ cư...).

+ Cuối mỗi ngày ghi lại thông tin thu thập được.

+ Điều tra thực địa hoặc các cuộc nghiên cứu: đến tận nơi -> mang lại khách hàng tiềm năng.

+ Phải mua thông tin, số liệu của các tổ chức khác (sự đầu tư): phải cân nhắc có nên mua hay không? Có mang lại hiệu quả không?

+ Tham gia hội thảo về bất động sản hoặc thị trường bất động sản.

- Trực tiếp xem xét:

+ Ghi chép câu bản thân bức tranh toàn cảnh của thị trường bất động sản, đánh giá giá trị của bất động sản.

+ Xác định tính cách của chủ sở hữu.

+ Đưa ra những câu hỏi cụ thể về bất động sản, đồng thời xem giấy tờ liên quan.

+ Để không rơi vào thế bị động khi người mua hỏi đã xem bất động sản chưa?.

- Yêu cầu:
 - + Xây dựng phong cách tiếp cận và xử lý vấn đề riêng.
 - + Nền tảng kiến thức về tâm lý, năng lực ứng xử và giao tiếp.
 - + Nhạy bén trong việc nắm bắt thông tin.
 - + Khéo léo đối thoại hướng chủ đề cần tìm hiểu.
 - + Chú ý trong khi nói chuyện với nhà môi giới.
 - + Cách nhìn thẳng và sâu vào mắt người đối thoại. Vì đây là cánh nhìn nhận thông tin thật hay giả.

- Chú ý:
 - + Đôi khi phải nhờ sự giúp đỡ của luật sư, hoặc các nhà địa chất
 - + Nhất thân nhì quen – quan trọng trong thu thập thông tin - Xây dựng mối quan hệ.
 - + Tìm hiểu các thông tin mang tính tâm linh.: phong thủy -> tìm hiểu qua hàng xóm.

2. Thu thập thông tin từ khách hàng.

- Khách hàng cần.
 - + Những thông tin cơ bản: họ và tên ..., ngày... tháng...
 - + Khả năng tài chính: khả năng thanh toán đến đâu? thanh toán như thế nào?,,.....
 - + Thương vụ liên quan.
 - + Giới hạn về thời gian.
 - + Liên lạc, cách thức liên lạc.
 - + Xem xét bất động sản.
 - + Trong khi nói chuyện với khách hàng, có sổ khi ghi chép thông tin chú ý về khách hàng.
 - + Phải cập nhật thông tin bất động sản bán chưa.
 - + Thông tin phản hồi cần nhiều thời gian và chú ý thông tin phản hồi này để đáp ứng nhu cầu tốt hơn của khách hàng.
- Kỹ năng lựa chọn khách hàng cần.

- + Hỏi khách hàng nếu hôm nay tìm được khách hàng thích hợp : Ông đã sẵn sàng ký ngay hợp đồng chưa -> biết ý định của khách hàng, xác định mức giá max, giới hạn địa điểm.
- + Không bao giờ đưa ra cùng một lúc trên 6 bất động sản để khách hàng lựa chọn. Không bao giờ đưa ra cái tiếp theo khi chưa hiểu vì sao không chọn cái đó.
- + Đưa ra nhiều câu hỏi, dựa trên những câu hỏi trước đó để tiếp tục đưa ra các câu hỏi tiếp theo, phải xem xét thái độ của khách hàng -> ghi chép ý kiến của khách hàng.
- + Mọi người thường không biết mình muốn gì? hay không hiểu những cái họ muốn -> cho họ nắm tốt vùng địa phương và mức độ giá cả.
- + Người mua không hiểu rõ quá trình mua và các tình huống có thể xảy ra và quá trình khả năng của thương vụ -> người môi giới giúp họ hiểu được.
- + Người mua thường dựa vào hình thức chứ không đánh giá tiềm năng -> môi giới tư vấn cho họ tiềm năng phát triển của bất động sản.
- + Người mua thường phản ứng khác nhau, đối lập nhau -> phải số hoá người mua.
- + Người mua có xu hướng đến thăm bất động sản không báo trước cho môi giới -> giải pháp
- + Người mua rất hay gặp khó khăn trong việc đọc các điều khoản của hợp đồng. Môi giới giúp khách hàng.
- + Chỉ giành cho khách hàng thời gian hợp lý.
- Biết cách lọc khách hàng tránh mất thời gian.
- + Chuẩn bị tinh thần cho khách hàng.
- + Phải thuyết phục khách hàng lý do tại sao họ cần sự giúp đỡ nhà môi giới chuyên nghiệp.
- + Giúp đỡ khách hàng chuẩn bị về mặt tài chính, xác định mốc thời gian.

+ Giúp đỡ khách hàng đưa ra các quyết định : nên mua bất động sản như thế nào ? sống ở vùng nào?

+ Giúp đỡ khách hàng phát triển ý tưởng về bất động sản: ví dụ gần chợ: mở cửa hàng.. dựa trên sự thích thú của khách hàng phát triển ý tưởng được uy tín.

⊗ Thời gian đầu rất dài nhưng sau sẽ ngắn.

3. *Kỹ năng quản lý và xử lý thông tin.*

- Dữ liệu thô -> phân tích -> dữ liệu được xử lý -> sự suy luận diễn giải.-> thông tin.

- Sử dụng triệt để lợi thế tuyệt đối về thông tin.

- Thông tin là nền tảng của suy luận loại trừ.

- Là kiến thức được nhận thức.

- Phân loại thông tin:

+ Thông tin về bất động sản: dự án, theo vùng, dạng bất động sản, công năng, theo mức giá trị.

+ Thông tin về khách hàng: khách hàng quá khứ, hiện tại, tiềm năng.

+ MLS: hệ thống thông tin đa chiều.

+ Theo thị trường: trong nước và quốc tế.

- Quản lý thông tin:

+ Nguyên tắc bảo mật: Không tiết lộ thông tin của khách hàng, không sử dụng thông tin đó để thu lợi cho bản thân hoặc cho bên thứ ba. Trừ trường hợp khách hàng đồng ý công khai thông tin.

+ Nhà môi giới phải sử dụng triệt để thông tin: đặt pass, lưu trữ thông tin, yêu cầu nhân viên cam kết không để lộ thông tin ra ngoài...

e. *Kỹ năng giao dịch với khách hàng.*

1. *Giao dịch trực tiếp: gặp mặt*

- Tầm quan trọng của việc giao dịch trực tiếp: cảm nhận về con người sau 30 phút gặp mặt

+ Trong vòng 30 phút phải thể hiện ưu điểm lớn của bản thân: lời nói, thân thể, hành động...

+ Ngôn ngữ thân thể: tự tin, nhận biết các dạng người khác nhau. Môi giới phải giữ 70 % thời gian đối thoại, nhìn thẳng mặt bằng ngôn ngữ Gây thiện cảm...

+ Lời nói: ánh mắt, nội dung nói cần phải cân nhắc

- Quy tắc nắm bắt thông tin tốt từ khách hàng.

+ Khảo tra: thông tin của môi giới và thông tin của khách hàng

2. Kỹ năng thư thoại:

Thường xuyên gửi email.

- Muốn truyền đạt điều gì với xã hội.

- Nhấn mạnh vấn đề cơ bản để tập trung sự chú ý của người nhận.

- Sử dụng những câu ngắn gọn và đơn giản.

- Viết những câu khả quan và lạc quan. “viết những câu tránh...”

- Tránh dùng những từ ngữ đặc trưng mà chỉ ai chuyên môn mới hiểu.

- Thể hiện thể chủ động chứ không bị động.

- Ví dụ: Tôi sẽ cố gắng hết sức..... thay vì “Nếu tôi...”

3. Nghệ thuật thu hút khách hàng.

- Nguồn cung khách hàng:

+ Quan hệ:

$\frac{3}{4}$ Sự quen biết cá nhân mang đến 33% khách hàng.

$\frac{3}{4}$ Sự khác biệt của công ty mang đến 20% khách hàng.

$\frac{3}{4}$ Sự chột nhớ đến: 12%

$\frac{3}{4}$ Vị trí của văn phòng: 5%

+ Phương tiện:

$\frac{3}{4}$ Biển quảng cáo: 15%

$\frac{3}{4}$ Sự tiện lợi, thuận lợi: 6%

$\frac{3}{4}$ quảng cáo trên internet & báo chí: 9%

- Thuyết phục khách hàng cần nhu cầu mua bán

+ Việc bán rất mất thời gian ,nên sử dụng dịch vụ của văn phòng môi giới

BSS

+ Nếu tự bán thì sẽ gặp những khó khăn về tài chính. Vì họ không biết mặc cả, lập hợp đồng & lập các mốc thời gian thanh toán đúng thời hạn đầy đủ.

+ Gặp khó khăn về mặt pháp lý.

+ Không biết quy trình thực hiện của những kỹ năng như kỹ năng để thực hiện các bước đó như thế nào?

- Thu hút khách hàng mua.

+ Làm chủ được quá trình và thấu hiểu khách hàng.

+ Phải tìm hiểu rõ ràng nhu cầu của họ là gì.

. Nhu cầu về vật chất: cảm giác về sự thuận tiện, thoải mái an toàn, riêng tư, bảo vệ sức khoẻ.

. Nhu cầu về xã hội: ngoài thuận tiện cho bản thân phải đảm bảo điều kiện sống cho gia đình, con cái...

. Thoả mãn bản thân: nhu cầu được xã hội thừa nhận, khả năng năng lực.

. Nhu cầu về tâm linh: được thể hiện rõ khi 3 nhu cầu trên được đáp ứng sẽ đến nhu cầu tâm linh và nhu cầu này khó xác định nhất. Cách tiếp cận khác:

. Nhu cầu thực tế: không khí trong lành rộng rãi.

. Nhu cầu đầy đủ và đa dạng: không cần biết như thế nào chỉ cần đầy đủ và đa dạng.

. Nhu cầu phi thực tế:

. Những thú vui nho nhỏ: thích được ở gần hồ...

+ Bất động sản đó đáp ứng được yêu cầu của họ (Tạo khách hàng cảm giác họ mua đúng nguồn, đúng người) Để họ đắn đo suy nghĩ.

+ Thuyết phục và giá cả phải chăng:

🔗 Tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng.

+ Chuẩn bị cho khách hàng về mặt tinh thần: vì mua hay bán đều liên quan đến khoản tiền lớn đều gây cảm xúc khác nhau.

+ Giúp khách hàng chuẩn bị về mặt tài chính.

- + Giúp xác định mốc thời gian.
- + Giúp đưa ra quyết định.
- + Giúp phát triển ý tưởng về nơi họ sống.

☒ Giải quyết tốt vấn đề này sẽ mang lại uy tín cao..

- Kết luận:

- + Ổn định mối quan hệ cá nhân là quan trọng nhất đối với nhà Môi giới, mang lại lợi ích rất lớn về sau.
- + Chìa khóa trong vấn đề thu hút khách hàng là sự đầu tư chuyên sâu phù hợp. Nhà Môi giới phải thuyết phục được khách hàng? Nên sử dụng dịch vụ của họ và họ mới là người phù hợp.
- + Khả năng gợi mở nhu cầu dịch vụ cho khách hàng -> giúp thu hút khách hàng.

f. Xây dựng nhà Môi giới chuyên nghiệp

1. Quản lý bản thân.

a). Đặc tính công việc.

- + Không bị quản lý chặt về thời gian
- + Linh hoạt cao: xử lý nhanh.
- + Không có cấp trên.
- Thời gian của nhà Môi giới giành cho việc trao đổi, nói chuyện với khách hàng tiềm năng.
 - + Để chuẩn bị thời gian trao đổi với khách hàng, soạn thảo quảng cáo và hợp đồng.
 - + Cho các hoạt động nghề nghiệp khác: ví dụ: thời gian đi đến điểm hẹn, thời gian để viết thư, tham gia các cuộc họp nghề nghiệp, chuẩn bị sắp xếp tài liệu.
 - + Giành thời gian cho công việc những thể loại mà không liên quan trực tiếp đến nghề nghiệp; đi thăm thú khu đất mới...
 - + Thời gian để xem xét các khách hàng trong ngày.
- Công việc văn phòng.

- + Đọc qua báo chí và những thông tin liên quan đến thị trường bất động sản.
- + Đọc internet và mail.
- + Liên lạc với Môi giới khác để trao đổi các mối khác.
- + Sắp xếp tài liệu quảng cáo khách hàng thuê, mua.
- + Kiểm tra danh sách các cuộc điện thoại cần gọi.
- + Xem xét hồ sơ tài liệu, công việc đang thực hiện.
- + Kiểm tra các công việc đang thực hiện.
- + Gọi điện đến khách hàng tiềm năng.
- + Kiểm tra tính thời sự của thông tin quảng cáo.

b). Quản lý thời gian

- Thực địa:
 - + Kiểm tra tại hiện trường về nguồn quảng cáo.
 - + Nhà Môi giới phải đi đến các cuộc hẹn.
 - + Làm việc với cơ quan nhà nước, công chứng, lấy giấy chứng nhận.
 - + Tham khảo thăm các văn phòng khác.
- Thời gian rỗi:
 - + Kiểm tra các dự án mới trong khu vực hoạt động của mình.
 - + Tham quan các địa điểm mới của thị trường bất động sản.
 - + Xem xét các văn bản pháp luật mới có liên quan đến thị trường bất động sản.
 - + Gọi điện cho khách hàng để thông báo tiến trình thương vụ.
 - + Chuẩn bị các công việc cho ngày hôm sau.
 - + Tham quan những địa điểm tiềm năng chưa được khai thác của thị trường và cơ sở dữ liệu kinh doanh, tràn trí nội thất, côngty.
 - + Thêm vào danh sách các công ty kinh doanh bất động sản mới.
 - + Gửi lời chúc sức khoẻ và cảm ơn tới khách hàng và thương vụ đã hoàn thành.
- Phương pháp thực hiện:

- + Xác định mục tiêu: là bước đầu tiên để quản lý thời gian một cách hiệu quả.
- + Nhà Môi giới phải có ý thức: kiểm soát từng phút trong ngày.
- + Lập thời gian biểu: là sức mạnh của nhà Môi giới phải có cách điều chỉnh thời gian biểu để hoạt động ngày hôm đó là nhanh nhất.
- + Phải liệt kê ra giấy: cần bao nhiêu thời gian cho việc tìm khách hàng mới? đi xem nhà? giải quyết hợp đồng? đi công chứng?
- + Phải biết cách phân chia thời gian thích hợp: không phân chia theo kiểu phải tìm bằng được khách hàng mà instead “ta có 4 tuần để tìm khách hàng”
- + Trả lời câu hỏi “người ta muốn gì? tại sao mua? Mua như thế nào? Đã có phương pháp làm việc tốt?.

2. Chuyên nghiệp hoá công việc

- Yêu cầu:
 - + Để trở thành nhà Môi giới chuyên nghiệp đầu tiên phải có khả năng chịu đựng: sự ức chế, bức xúc... những việc này luôn luôn xảy ra khi tiếp xúc khách hàng phải biết chịu đựng, nhẫn nại. phải tìm được lối thoát khi xảy ra các tình trạng trên.
 - + Phải biết cách đối xử, ứng xử với nhiều loại người khác nhau.
 - + Phải rèn luyện tính kiên nhẫn, phải hoà đồng, đọc chính xác những tín hiệu của khách hàng, phải học cách chại lý trước những cái dễ làm tổn thương, phải học cách nhanh chóng đứng lên sau thất bại.
 - + Phải có kỹ năng tạo bầu không khí thân thiện.
 - + Liên tục rèn luyện thực hành tinh thần, khả năng nắm bắt tâm lý và rèn luyện thân thể.
- Nguyên tắc: để cho các bên dễ đi đến thoả thuận.
 - + Xác định thiện cảm ngay lần gặp đầu tiên.
 - + Cố gắng thực hiện những lời đã hứa với khách hàng, thậm chí thực hiện nhiều hơn những lời đã hứa một cách tỉ mỉ và cẩn thận. Đồng thời thông báo thường xuyên tiến trình sự việc với khách hàng.

- + Giải quyết các công việc giữa các bên mua và bán theo hướng bạn là hai người Môi giới của bên, cần xử công bằng với hai bên theo nguyên tắc “fairplay”.
- Hình ảnh lý tưởng của nhà Môi giới chuyên nghiệp.
 - + Đi sâu vào nghiệp vụ chuyên môn: bắt buộc sự dấn thân của mình vào vòng quay của bất động sản là sự nghiệp chứ không phải là công việc để kiếm sống. Tính chuyên môn sâu và động lực nghề nghiệp sẽ liên hiệp các nhà Môi giới lại....
 - + Sự kiên nhẫn: chân thành với khách hàng, biết lắng nghe kể cả không liên quan trực tiếp.
 - + Trong quá trình giao tiếp quan hệ với khách hàng cần gây niềm hứng khởi cho khách hàng.
 - + Tinh thần trách nhiệm:
 - Nhận trách nhiệm về mình và có ý thức tinh táo thực hiện trách nhiệm đó.
 - Nghề Môi giới không thích hợp với người thiếu năng lực, lười cá, không tôn trọng luật chơi
 - Tính chuyên nghiệp:
 - + Chuyên môn nghề nghiệp cao; cần hiểu biết những ngõ ngách, vùng tối trong nghề nghiệp, biết cách xử lý những tình huống nhạy cảm.
 - + Có khả năng soạn thảo hợp đồng khác nhau trên thị trường quốc gia và quốc tế
 - Đạo đức nghề nghiệp:
 - + Người Môi giới làm việc dưới sức ép của dư luận xã hội, báo chí -> cần xác định.
 - Không nên nghĩ rằng khách hàng biết tự bảo vệ mình và pháp luật bảo vệ họ.
 - Không nên nghĩ khách hàng phụ thuộc hoàn toàn vào Môi giới.
 - + Phải tuyệt đối tuân theo đạo đức chung:
 - Độ tin cậy:

- Thông tin: việc trao đổi thông tin giữa các nhà Môi giới là vấn đề cơ bản nhất. Ở Việt Nam vẫn là vùng trắng, cần hỗ trợ các cơ quan điều tra cơ bản cung cấp thông tin cơ bản về thị trường bất động sản.
- Năng lực: Có thông tin đầy đủ lĩnh vực liên quan, khả năng vận dụng vào thực tế, biết cách tư vấn...
- Phong cách: nhanh nhẹn, phong cách riêng.
 - + Sự nhanh nhẹn: công việc luôn yêu cầu sự nhanh nhẹn. di chuyển tranh thủ thời gian. Nhanh nhẹn cả về vật lý và tâm lý.
 - + Luôn sẵn sàng phục vụ: hoạt động trong mọi hoàn cảnh, thời gian không phải của chính họ mà phụ thuộc và khách hàng, bản thân và gia đình phải chấp nhận.
- Óc quan sát: Kết nối sự việc, có trí nhớ tốt, cần nhớ mặt họ tên sở thích của khách hàng.
- Văn hoá cá nhân: Cần chứng tỏ là người có văn hoá cá nhân cao, thể hiện trong quan hệ với khách hàng, văn hoá ứng xử trong công việc
- Diện mạo bên ngoài:
 - + Ấn tượng đầu tiên: Khách hàng ngay đầu tiên đã để ý đến nhà Môi giới , khoảng 30 đến 60 giây đầu tiên có thể nhận diện mức độ trung thực , trình độ văn hoá, tính cách, công việc của họ có thuận lợi hay không.
 - + Hình thức quan trọng hơn nội dung: ấn tượng đầu tiên tạo nên bởi hình thức 50 % , 38 % ngôn ngữ cơ thể, nội dung câu chuyện 7 % . đầu tư cho hình thức bên ngoài có thể làm tăng thu nhập cho nhà Môi giới
 - + Con người của thành đạt: hình thức cũng thể hiện con người thành đạt - phải chứng tỏ thành công đối với khách hàng ngay cả khi thực tế ngược lại.
 - + Vệ sinh cá nhân: thường xuyên phải tiếp xúc khách hàng phải giữ gìn vệ sinh tốt và vệ sinh văn phòng Môi giới.
 - + Tôn trọng thời gian của khách hàng.
- Ý nghĩa của kỹ thuật mới: người già không thích hợp, người trẻ năng động tiếp cận kỹ thuật mới: vi tính...

- Điện thoại di động:
- Tránh ra ý nghĩa tiêu cực: tránh gây tâm lý thất bại trong môi trường..
- Quyết đoán và trung thực: cần quyết đoán và hành động theo nhóm.
- Sự hài lòng về tiền bạc: cảm giác tự hào tiền thù lao xứng đáng
- Tính hiệu biết về chu kỳ: Kinh doanh bất động sản có tính chu kỳ, có những lúc đóng băng, lúc “nóng”, nhà Môi giới cần nghỉ ngơi làm việc đúng lúc, không nên làm việc liên tục dẫn đến căng thẳng kiệt sức.

VI. MARKETING BẤT ĐỘNG SẢN

1. Chiến lược sản phẩm và dịch vụ

- Đa dạng hoá hàng hoá
- Khác biệt hoá
- Đổi mới thiết kế
- Xây dựng thương hiệu -
Dịch vụ sau bán hàng -
Doanh số.

3. Chiến lược giá cả Bất động sản.

- Giá cả là số tiền khách hàng phải trả cho khi mua hoặc sử dụng dịch vụ bất động sản.
- Nội dung:
 - + Lựa chọn chính sách giá và định giá.
 - + Nghiên cứu chi phí sản xuất kinh doanh để định giá.
 - + Nghiên cứu giá cả sản phẩm, dịch vụ Bất động sản cùng loại trên thị trường.
 - + Nghiên cứu cung cầu, sức mua, thị hiếu của khách hàng để có những quyết định về giá cả.
 - + Chính sách bù lỗ hợp lý

Công ty cổ phần Đào tạo và Kinh doanh dịch vụ BĐS Gold Land

- + Điều chỉnh giá theo sự biến động của thị trường.

3. Chiến lược phân phối

- Là quá trình đưa hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ bằng hai dạng: phân phối trực tiếp và qua các kênh phân phối.
- Nội dung:
 - + Thiết kế và lựa chọn kênh phân phối.
 - + Thiết kế mạng lưới phân phối.
 - + Xác định lượng dự trữ Bất động sản.
 - + Tổ chức hoạt động bán hàng.
 - + Các dịch vụ sau bán hàng: pháp lý, bảo dưỡng, bảo hành...
 - + Trả lương cho nhân viên bán hàng.
 - + Trưng bày giới thiệu hàng hoá.

4. Yếu tố bán hàng.

- Là tập hợp những hoạt động mang tính thị trường nhằm gây ấn tượng đối với người mua.
- Được thực hiện thông qua các hình thức: quảng cáo, chào hàng, triển lãm, tuyên truyền, cổ động, quan hệ quần chúng, khuyến mãi...

4. Các nhân tố ảnh hưởng đến Marketing Bất động sản.

1. Uy tín và thương hiệu
2. Tình huống thị trường.
3. Vòng đời sản phẩm
4. Tính chất Bất động sản và dịch vụ.

VII. Kỹ năng giao tiếp và ứng dụng trong giao dịch bất

Động sản

A. GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH.

1. Khái niệm về giao tiếp trong kinh doanh

- Giao tiếp là sự tiếp xúc giữa người với người nhằm mục đích nào đó.

- Giao tiếp trong kinh doanh là sự tiếp xúc giữa những người kinh doanh (lãnh đạo, cán bộ nhân viên...), đối tác với khách hàng, với những người liên quan nhằm phục vụ mục đích kinh doanh.

2. **Đặc điểm của giao tiếp trong kinh doanh.**

- Giao tiếp phản ánh mối quan hệ xã hội: quan hệ giữa người với người trong xã hội.
- Giao tiếp nhằm thu thập, chuyển tải, trao đổi thông tin.
- Giao tiếp là một quá trình bày tỏ tư tưởng, tình cảm, cảm xúc và ý chí giữa các cá thể giao tiếp.
- Mục đích của giao tiếp trong kinh doanh là nhằm phục vụ kinh doanh, nêu lý do quan trọng trong các thông tin giao tiếp.

3. **Các phương tiện giao tiếp**

Phương tiện phi ngôn ngữ

- Những tín hiệu phi ngôn ngữ
 - + Giọng nói.
 - + Nụ cười, khuôn mặt, ánh mắt.
 - + Qua sự vận động của cơ thể.
 - + Vận động của đầu.
 - + Vận động của tay.
 - + Tư thế.
 - + Trang phục.
 - + Không gian giao tiếp.

Phương tiện ngôn ngữ

- Lời nói.
- Ngôn ngữ

Trong giao tiếp cần chú ý kết hợp cả chức năng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

B. TỔNG QUAN VỀ ĐÀM PHÁN

1. Bản chất

- Là một hình thức giao tiếp để tạo ra thoả thuận giữa các bên về một vấn đề nào đó mà các bên quan tâm.
- Đàm phán là một hành vi và quá trình trong đó các bên trao đổi, thảo luận, có một mối quan tâm chung và có những điểm bất đồng. Qua trao đổi thoả thuận để đi đến thoả thuận thống nhất.
- Đàm phán kinh doanh Bất động sản là sự thoả thuận giữa các bên nhằm tạo sự thống nhất về quyền và nghĩa vụ của các bên trong giao dịch kinh doanh.

2. Các kiểu đàm phán.

a. Dựa trên kết quả của đàm phán.

- Nếu chỉ có hai bên các kết quả có thể đạt được (thành công).

+ Có người thắng, người thua.

+ Cả hai bên cùng thua. +

Cả hai bên cùng thắng.

Không phải mọi cuộc đàm phán là một cuộc chiến, do vậy mục tiêu các bên không phải là tiêu diệt đối tác.

Dựa trên kết quả trên

- Thắng – thua: nên đàm phán như một trận chiến, chỉ một bên thắng (đạt được mục đích).
- Thua – thua: Không đạt được kết quả cho cả hai bên, mà còn mất thời gian chi phí.
- Thắng - thắng: Các bên cùng quan tâm lợi ích của nhau với tinh thần hợp tác và đều thu được lợi ích. Đây là kiểu đàm phán thành công nhất.

b. Theo phong cách và mô hình.

Kiểu “ mặc cả lập trường”.

- Đàm phán kiểu mềm: Tránh xung đột, dễ dàng nhượng bộ, coi trọng quan hệ, coi đối tác như là bạn bè.

- Đàm phán kiểu cứng: Đối tác đưa ra lập trường cứng rắn, ép đối phương phải nhượng bộ.

☞ Tuỳ theo đối tác và hoàn cảnh đàm phán mà áp dụng kiểu đàm phán.

☞ Với những đối tác mạnh ta nên áp dụng kiểu đàm phán cứng.

- Đàm phán kiểu nguyên tắc:
 - + Nguyên tắc 1: Đừng bám vào lập trường mà hãy tìm hiểu lợi ích thực sự của nhau.
 - + Nguyên tắc 2: Hãy đưa ra nhiều phương án thay thế khác nhau.
 - + Nguyên tắc 3: Hãy cứng về lợi ích, mềm về quan hệ.
 - + Nguyên tắc 4: Có TCKQ để chứng minh các yêu cầu.

C. QUÁ TRÌNH ĐÀM PHÁN

1. Chuẩn bị đàm phán

a. Chuẩn bị ngôn ngữ đàm phán

b. Chuẩn bị thông tin đàm phán

- Thông tin về hàng hoá dịch vụ giao dịch.
- Thông tin thị trường: thông tin cung, cầu, giá cả của thị trường có liên quan đến loại hàng hoá đó để so sánh, nắm bắt xu hướng.
- Thông tin về đối tác: tư cách pháp nhân, tiềm lực kinh tế, tài chính, uy tín, hệ thống bộ máy quản lý, người lãnh đạo...
- Thông tin về đàm phán: sơ lược về tiêu sử: giới tính, tuổi, dân tộc, tôn giáo, quá khứ, hiện tại, gia đình, thu nhập, năng lực phẩm chất...

c. Chuẩn bị năng lực đàm phán

- Tổ chức đoàn đàm phán: thành phần, cơ cấu.
- Lựa chọn chuyên gia, người trong đoàn đàm phán về tri thức, kinh nghiệm, phẩm chất, kỹ năng đàm phán và các phương tiện kỹ thuật hỗ trợ.

d. Chuẩn bị thời gian và địa điểm đàm phán.

- Cần chú ý đến “điểm chết” – là thời hạn cuối cùng của đề cuộc đàm phán đi đến kết quả.

- Địa điểm tốt nhất là “sân nhà” – là nơi chuẩn bị được tài liệu và số liệu nhanh nhất. Nếu không chọn được sân nhà thì cuộc đàm phán nên chọn “sân trung gian”.
- Vị trí đàm phán:
- e. Thiết lập mục tiêu đàm phán
 - Chỉ rõ mục tiêu cần đạt được: mục tiêu tối đa, mục tiêu tối thiểu cần hướng tới.
 - Xác định giới hạn của sự thoả thuận: giới hạn cuối cùng giải pháp tốt nhất của các bên khi không đạt được sự thoả thuận.
- f. Đánh giá lại đối tác và điểm mạnh điểm yếu của mình.
- g. Lập phương án kinh doanh.
- h. Xác định chiến lược đàm phán và đàm phán thử.

2. *Quá trình đàm phán:*

a. *Mở đầu đàm phán.*

- Chào hỏi, giới thiệu các thành phần trong đoàn
- Bên yêu cầu, đưa ra đề nghị đàm phán thì bên đó sẽ mở đầu cuộc đàm phán. - Có rất nhiều kỹ năng mở đầu
 - + Tạo tiếng cười vui vẻ.
 - + Bằng một câu chuyện liên quan đến vấn đề đàm phán: Bằng một thí dụ, một đoạn sách báo có sẵn.
 - + Bằng lời khen ngợi có thiện cảm -> cách này dễ bị người khác “nấn mình”, tuy nhiên nên chuẩn bị bằng lời không khen không chê.

b. *Lắng nghe*

- Để lĩnh hội toàn bộ thông tin mà đối tác truyền đạt.
- Là sự thể hiện tôn trọng đối phương, thoả mãn nhu cầu tự trọng của đối phương, để biết đối phương đã thực sự hiểu lời nói chủ đích của ta hay chưa, đồng thời biết được bối cảnh thời gian, quyền lợi và nhu cầu của đối phương để đưa ra những quyết định có lợi nhất.

- Lắng nghe phải có chủ đích, tập trung vào những vấn đề trọng yếu nhất. Vừa nghe vừa tìm hiểu, thăm dò, quan sát... đối phương. -. Tích hội những thông điệp cần thiết nhất.

c. *Nghệ thuật đặt câu hỏi.*

- Câu hỏi đóng: Không cho người khác sang tạo thêm mà chỉ để cho họ lựa chọn phương án.
- Câu hỏi mở: Cho phép người trả lời tự do theo suy nghĩ của họ.
- Câu hỏi gián tiếp
- Câu hỏi nhằm chuyển chủ đề.
- Câu hỏi thăm dò ý kiến người khác.
- Câu hỏi có định hướng: Đưa ra hướng trả lời câu hỏi cho đối tác.
- Câu hỏi không định hướng: Để tìm ra những suy nghĩ mới của đối tác.
- Câu hỏi trình bày thông tin.
- Câu hỏi kết thúc suy nghĩ.
- Câu hỏi khuyến khích được ra quyết định..
- Câu hỏi mập mờ:
- Câu hỏi dẫn dắt: mang tính định hướng.
- Câu hỏi tu từ: Kỹ thuật vận dụng ngôn từ.
- Câu hỏi thật: đi thẳng vào vấn đề.
- Câu hỏi kết luận: Rút ngắn cuộc đàm phán.

d. *Trả lời câu hỏi:*

- Trong trường hợp bình thường: phải tuân thủ nguyên tắc: chính xác, đầy đủ kịp thời.
- Cần chú ý: Không nên hấp tấp, vội vàng, để có thời gian suy nghĩ.
- + Khi chưa rõ câu hỏi phải yêu cầu đối tác nói rõ lại câu hỏi.
- + Hiểu câu hỏi nhưng chưa rõ câu trả lời, cần bình tĩnh kéo dài thời gian trả lời.
- + Chỉ trả lời những gì mà đối phương hỏi.

- + Âm lượng vừa nghe rõ rang, lưu loát, dứt khoát.
- + Những câu trả lời có kèm theo chứng cứ, số liệu thực tế thường có sức thuyết phục.
- + Trả lời câu hỏi khi bế tắc.
 - . Kéo dài thời gian bằng việc không trả lời ngay, lái câu chuyện sang hướng khác hoặc trả lời vòng vo.
 - . Trả lời mập mờ, chung chung.
 - . Đặt lại câu hỏi đó với chính người trả lời.
 - . Có thể đánh trống lảng hoặc trả lời phần không quan trọng của câu hỏi.

e. Đặt giá và trả giá.

- Chú ý khi đặt giá

- + Nếu uy tín hàng hóa cao, khan hiếm trên thị trường lên đặt giá cao hơn giá thị trường 15 đến 20 %.
- + Nếu uy tín hàng hoá, khan hiếm không cao, nên đặt giá cao hơn khoảng từ 10 đến 15 %.
- + Uy tín thấp, khan hiếm thấp, đặt giá cao 5 đến 10 %.
- + Không có uy tín, cung lớn hơn cầu -> Đặt đúng giá bán. -

Phương pháp trả giá

+ Nếu người bán đặt giá cao, ta tìm cách trả thấp: tìm những điểm bất bí buộc họ phải hạ giá.

+ Nếu đối tác đặt sát giá -> Ta nên đặt sát giá.

f. Khắc phục bế tắc trong đàm phán.

- Khi đàm phán bị bế tắc cần tỉnh táo phân tích sự việc, nhìn lại mình và đối tác. Xem mục tiêu của các bên và tính hợp lý của chúng, xem quan điểm, lập trường, tình cảm, tình huống, ngoại cảnh... nó ảnh hưởng đến việc đàm phán bí tắc, từ đó tìm hướng giải quyết. Nếu vẫn bí tắc có thể sử dụng một trong các cách sau.

+ Thống nhất lại những vấn đề đã đạt được, gác lại hoặc gạt bỏ những vấn đề bất đồng.

+ Chọn giải pháp đường vòng: giải quyết những vấn đề có thể thống nhất được trước, sau đó còn lại mới vào vấn đề bế tắc

+ Tạm thời đình chỉ đàm phán để có thời gian cùng suy nghĩ, và dự kiến tái đàm phán vào dịp sau đó.

g. Kết thúc đàm phán.

- Thống nhất khẳng định những vấn đề đã thoả thuận. -

Chuẩn bị sẵn sang hợp đồng ký kết.

D.MỘT SỐ LƯU Ý KHI ĐÀM PHÁN

1. Kiểm soát tiến độ đàm phán.

- Sử dụng thời gian, thời hạn đàm phán hợp lý, biết cách trì hoãn , gây trở ngại nếu nó có lợi cho mình.

- Không để đối phương đưa cuộc đàm phán diễn ra quá nhanh hay điều khiển hoặc cuốn hút mình.

- Nếu đối phương muốn chậm tiến độ, cần hiểu rõ nguyên nhân và gây sức ép.

- Cách kiểm soát tốc độ:

+ Không nên chấp nhận một lời đề nghị nào đó ngay

+ Chưa nên quyết định ngay

+ Không đàm phán nhanh.

2. Khai thác yếu tố con người.

- Tranh thủ tối đa quan hệ tình cảm, tâm lý.

- Luôn tỏ ra mình có ưu thế và đánh vào lòng tham, tính ích kỷ của đối phương.

- Nên đưa ra nhiều tình huống quyết định. Do đó phải biết chia nhỏ mục tiêu.

- Tạo vẻ chính thẳng với chứng cứ (chứng cứ đôi khi có thể là giả).

- Phải có mục đích cao và nhẫn nại.

- Im lặng là vàng.

- Ai cũng thích được tặng quà -> chú ý đến khuyến mại.

- Nhớ một nguyên lý: “ông rút chân bà thò nậm rượu” -> Hai bên cùng có lợi.

- Nên đưa ra phương án đơn giản để đối phương lựa chọn.

3. Xây dựng các giải pháp linh hoạt và chủ động.

- Xác định mục tiêu chính của đàm phán từ nhiều góc độ.
- Biết cân nhắc lợi ích lâu dài với hạn chế trước mắt.
- Phải linh hoạt với nhiều mức độ khác nhau.
- Đôi lúc phải biết giả thua.
- Phải phân biệt những vấn đề nhỏ với vấn đề lớn, sẵn sàng linh hoạt nhân nhượng vấn đề nhỏ, nhưng đòi hỏi đối phương nhân nhượng vấn đề lớn
- Phải biết giả thua: đưa ra yêu cầu cao, đối phương đòi nhân nhượng. Ta giảm yêu cầu tuy nhiên vẫn là người đạt được mục tiêu.

4. Chú ý tính kỹ thuật tính kế hoạch.

- Lường trước những câu trả lời, vấn đề cơ bản cần phải phản ứng, và những phương án mang tính nhượng bộ cho đối phương.
- Lường trước cách trình bày: đảm bảo tính thuyết phục và cân bằng, tài liệu và tư liệu là bí quyết để hỗ trợ cho đàm phán mang tính chính thống.
- Quan tâm tới sổ đàm phán: sổ ghi chép những thông tin tình tiết, nhượng bộ trong đàm phán.
- Chú ý chiến lược trong đàm phán.
- + Phải thể hiện mình là người có quyết tâm nhất, trả giá cao nhất.
- + Vừa đấm, vừa xoa.
- + Người nói nhiều, người nói ít phải phân định rõ ràng.

5. Một số tình huống đặc biệt.

a. Chiến thuật và biện pháp đàm phán.

- Có thể dọa nạt, kích động để lọc ra những cơ hội mới.
- Phải kiên nhẫn, không nên sớm nhượng bộ, cũng không nên căng thẳng quá.
- Cố gắng chèo kéo thêm (tiểu xảo xin thêm).
- Ngôn ngữ đàm phán cần để hướng mở cho lần sau.
- Phải cộng lại chiến thuật: “Chỉ có một sự lựa chọn”.

b. Đàm phán với người khó làm việc.

- Với người thích dọa nạt: không cần căng thẳng, cần giữ vững lập trường không bị áp đảo trước lời dọa nạt của đối phương.
- + Không nhất thiết phải đối đầu hãy mềm dẻo.
- + Thận trọng để không bị sai lầm, tranh thủ sự mất cảnh giác của đối phương.
- h. Với những người huyênh hoang: Cần đến sự giúp đỡ của đối phương: để họ tự đánh giá.

c. Những người thiếu quyết đoán:

- Phải từ từ và nhẫn nại.
- Hãy tăng bốc họ trước đồng nghiệp của họ -> làm họ mất cảnh giác. -
- Phải hạn chế nhượng bộ, phải quyết liệt.
- Ví dụ: Nên hỏi: Trong bao phương án, tôi chọn phương án này ông có đồng ý không ? Không nên hỏi để họ lựa chọn.
- Cương quyết khi cần thiết: Khi cứng rắn cần chú ý:
- + Thể hiện rõ quan điểm, không giải thích, nhượng bộ phải chững, đặt mục tiêu cao.
- + Những điều nên làm: Phải tin vào sự mach bảo của trực giác: khi tiếp xúc quan sát nảy sinh về độ tin cậy.
- + Hãy thương lượng theo kiểu của mình.
- + Không để lộ điểm yếu, không để cố vấn nói nhiều, tinh táo trước những tình huống giả.

MỘT SỐ TIỂU XẢO TRONG ĐÀM PHÁN

1. Tiểu xảo chê bai: Bám vào cái hạn chế để chê bai.
2. Tiểu xảo vờ bỏ đi: Vờ bỏ đi để khách hàng quay lại
3. Tiểu xảo ăn vạ: Dục vào một cơ nào đó để ăn vạ.
4. Tiểu xảo cạnh tranh công kênh: Dùng giá của đối tác thứ 3, 4 nào đó để làm hạ giá đối phương, tạo cú huých
5. Tiểu xảo “hỏi ý kiến cấp trên”

6. Tiêu xảo xin thêm.
7. Tiêu xảo cửa đôi chênh lệch
8. Tiêu xảo siết ốc.
9. Tiêu xảo liên tường
10. Tiêu xảo đưa ra bằng chứng về số liệu thống kê.
11. Tiêu xảo đưa ra các thông lệ.
12. Tiêu xảo bắt chẹt
13. Chiến lược chia cắt đối phương để chinh phục.
14. Tiêu xảo “gây nóng giận”
15. Tiêu xảo đẩy vấn đề vào việc đã rồi.
16. Tiêu xảo “mời đối tác tham quan công ty của mình”.
17. Tiêu xảo vừa đàm phán vừa đánh.
18. Tiêu xảo đánh trống lảng khi bị chất vấn.
19. Tiêu xảo bong bàn.
20. Tiêu xảo câu giờ.

VIII. Tổ chức và quản lý văn phòng môi giới bất động sản

1. Xác định chiến lược hoạt động.

- Tìm hiểu khách hàng tiềm năng. -

Đối thủ cạnh tranh.

- Giá cả

- Xác định các hoạt động marketing: xác định phương pháp quảng cáo, xúc tiến bán hàng.

- Loại hình doanh nghiệp; kinh doanh cá thể, doanh nghiệp thương mại....

☒ dựa trên khả năng tài chính.

☒ Trình độ quản lý của người sáng lập.

☒ Xác định được năng lực kiểm soát.

☒ Trách nhiệm đối với tài sản.

2/ Chuẩn bị cho văn phòng môi giới ra đời

- a. Hình thành văn phòng Môi giới.
- b. Chọn vị trí văn phòng Môi giới.
- c. Trang bị cho văn phòng; không cần đòi hỏi nhiều về trang bị.
- d. Thông tin quảng cáo cho văn phòng
 - + Tên văn phòng.
 - + Chương trình quảng cáo phù hợp.
 - Vấn đề nhân sự: số lượng, cơ cấu.
 - + Chọn nhân viên có năng lực để: tăng cao chất lượng cho khách hàng, tăng chất lượng sống cho người Môi giới.
 - + Các dạng nhân viên
 - . Điều phối viên và niêm yết (MLS)
 - . Nhân viên về thể chấp.
 - . Điều phối viên thực địa.
 - . Nhân viên tìm kiếm khách hàng.
 - Cơ sở bố trí nhân viên và tìm kiếm nhân viên
 - + Lên danh sách trách nhiệm của từng bộ phận. Liệt kê công việc của từng bộ phận phải làm.
 - + Xác định cần bao nhiêu người trong từng bộ phận? có trình độ chuyên môn? Tính cách như thế nào?.
 - + Xem xét trách nhiệm công việc của từng người để tìm ra mức hợp lý.
 - Khi chọn nhân sự cần chú ý:
 - + Chọn đúng người và đặt đúng chỗ.
 - + Gây dựng lòng tin.
 - + Tạo được hình ảnh, sự kính trọng của nhân viên bằng sự chân thành dựa vào tài năng và đạo đức nghề nghiệp.
 - + Phải công bằng khích lệ nhân viên -> tạo sức mạnh đoàn kết.
 - + Dựa vào tài đức của nhân viên hơn là sự thân quen.

3/ Quản lý văn phòng Môi giới.

- Ba công việc mà nhà Môi giới phải đảm nhiệm:
 - + Vạch mục tiêu và khách hàng kinh doanh.
 - + Tổ chức và lãnh đạo thực hiện công việc.
 - + Đánh giá và động viên nhân viên văn phòng.

Lập kế hoạch hoạt động :

- Xem xét một số vấn đề cơ bản sau:
 - + Số lượng thương vụ bao nhiêu để đạt mức lợi nhuận mong muốn.
 - + Xem chương trình quảng cáo như thế nào?
 - + Cần làm gì để đạt mức bán theo yêu cầu đó.
- Kế hoạch ngân sách hoạt động cho văn phòng gồm:
 - + Quảng cáo.
 - + Chi phí liên quan.
 - + Chi phí bưu phẩm, điện thoại.
 - + Tiền lương nhân viên.
 - + Chi phí điện nước.
 - + Chi phí bảo hiểm.
 - + Khấu hao trang thiết bị văn phòng.
 - + Tiền thuê văn phòng.
 - + Thuế thu nhập.
 - + Chi phí khác.
 - Quản trị tài chính.
 - Quản trị nhân sự.
- Lập khách hàng nhân sự.
- Tuyển nhân viên:
 - + Xác định năng lực chuyên môn của nhân viên.
 - + Động cơ của nhân viên: cách kiểm tra, trắc nghiệm, viết, phỏng vấn.
 - + Hình thức đào tạo của nhân viên trước kia.

- + Thời gian thử việc của nhân viên.
- + Lựa chọn người quản lý văn phòng: có năng lực tổ chức...
- Đào tạo nhân viên
- Đánh giá mức độ hoàn thành công việc của nhân viên.
- Đưa ra mức lương thưởng hợp lý.
 - + Trả lương dựa trên đóng góp cho doanh nghiệp.
 - + Giữ được tính cạnh tranh trên thị trường.
 - + Đảm bảo sự công bằng trong đóng góp và hưởng thụ.
 - + Mức lương đó phải động viên được nhân viên.
 - + Phải phù hợp với điều kiện tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh của văn phòng.
- + Chính sách trả lương theo phần cứng và phần mềm.

- Lợi nhuận/tổng doanh thu : Mức độ lợi nhuận so với khách hàng từng giai đoạn để từ đó có biện pháp phù hợp.
- Lợi nhuận/ lao động: cho phép người quản lý đánh giá năng suất lao động của các nhân viên giữa các thời kỳ trong năm hoặc so sánh với cùng kỳ trước.
- Lợi nhuận/ mỗi giao dịch: -> Tìm quy mô giao dịch -> Tìm kiếm các giao dịch lớn và bố trí giao nhiệm vụ cho từng nhân viên phù hợp với năng lực của từng nhân viên.