



**DO 90 DNŮ**

# **JAK KOUPI POZEMEK BEZ PENĚZ**

**A JEŠTĚ  
VYDĚLAT?**

**LEKCE 6.  
VÝUKOVÉ PDF  
K VIDEOPREZENTACI**

**Autor: Ing. Jana Vitásková & Tým POZEMEK Bez Peněz**



## 6. lekce: JAK SI VYBUDOVAT JMÉNO PROFESIONÁLNÍHO OBCHODNÍKA S NEMOVITOSTMI

### Úvod

V této lekci se naučíte, jak profesionálně nastavit podmínky prodeje a řídit celý obchodní proces tak, aby byl bezpečný, přehledný a pod vaší kontrolou.

Správně definované podmínky, jasně stanovený postup a kvalitně připravená dokumentace rozhodují o tom, zda transakce proběhne hladce – nebo se zbytečně zkomplikuje.

### Obsah

**Motivační část** – Osobní iniciativa ... 81

#### Praxe

- Podmínky a postup prodeje ... 82
- Výše provize při zprostředkování prodeje ... 86
- Shrnutí 6. lekce ... 87
- 🚀 **30denní implementační výzva** ... 89
- Pozornost jako součást profesionality ... 91

V této lekci přichází malá, ale důležitá změna ... 94

#### Příloha

Praktický nástroj pro jednání s klientem



## Osobní iniciativa

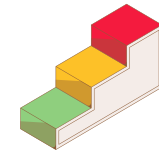
**Jednou z největších radostí v životě je možnost věnovat se tomu, co byste si vybrali dělat raději než cokoli jiného.**

Ochota dělat něco navíc je nejlepší způsob, jak naučit své podvědomí přitahovat věci vytoužené a odpuzovat ty nežádoucí. **Bez zvyku dělat něco navíc se nikdo nepovznese z obyčejného životního údělu nad průměr.** Formuje se jasný záměr, bez nějž člověk nemůže doufat v úspěch. Ochota udělat něco navíc přispívá k vytváření jasného záměru a také vám umožňuje vnímat svou práci jako radost – začnete ji mít rádi.

### **Jak někoho přimět, aby udělal to, co potřebujete?**

Nejprve mu prokažte laskavost. Udělejte pro jiného člověka něco pěkného a ani se ho nemusíte ptát. **Princip, díky němuž dokážete ovlivnit nejvíc lidí?** Zvolte ochotu udělat něco navíc.

**Zeptejte se sami sebe: co byste dělali, kdybyste si mohli vybrat úplně cokoli? Co je to, co byste dělali s vášní každý den?**



## KROK 8

### Postup prodeje krok za krokem

1. Dohodnutí základních obchodních podmínek s klientem
2. Potvrzení ceny a způsobu financování
3. Nastavení harmonogramu transakce
4. Příprava smluvní dokumentace
5. Podpis smluv
6. Realizace převodu a vypořádání

**Každý krok má svůj význam a nesmí být vynechán.**

### Co patří mezi základní obchodní podmínky při prodeji pozemku

#### 1. Kupní cena

- výše ceny
- způsob stanovení ceny
- případné slevy nebo bonusy
- podmínky změny ceny

Toto je jádro obchodu.

#### 2. Způsob a termín úhrady

- jednorázová platba
- platba ve splátkách
- financování hypotékou
- úhrada přes úschovu

Důležité je přesně definovat termín splatnosti.

#### 3. Rezervace / Závazek

- výše rezervačního poplatku
- doba rezervace
- podmínky vrácení
- Započtení do kupní ceny



## Co patří mezi základní obchodní podmínky při prodeji pozemku II

### 4. Termíny transakce

- termín podpisu smlouvy
- termín úhrady
- termín podání na katastr
- předání pozemku

Jasný harmonogram = méně sporů.

### 5. Právní stav nemovitosti

- zástavy
- věcná břemena
- exekuce
- omezení vlastnického práva

Musí být transparentně uvedeno.

### 6. Úschova kupní ceny

- advokátní / notářská úschova
- podmínky uvolnění peněz
- kdo nese náklady

Bezpečnost obou stran.

### 7. Náklady a daně

- kdo hradí poplatky za návrh na vklad
- kdo platí právní služby
- případné daňové povinnosti

Toto se často opomíjí – a pak vznikají konflikty.

### 8. Předání pozemku

- datum předání
- stav při předání
- dokumentace o předání

Ideálně písemný protokol.

PDF



**Následující dokument je součástí přílohy této lekce:**

- Praktický nástroj pro jednání s klientem – Použijte při osobním setkání



## Nejčastější chyby při nastavování obchodních podmínek

### 1. Nedostatečně specifikovaná kupní cena

- cena není přesně uvedena
- není jasné, zda zahrnuje DPH / poplatky
- chybí definice splatnosti

Nejasná cena = potenciální spor.

### 3. Podcenění právního stavu pozemku

- neověřená věcná břemena
- skryté zástavy
- nevyřešené vlastnické vztahy

Profesionál vždy kontroluje list vlastnictví.

### 5. Absence písemného předávacího protokolu

- pozemek není oficiálně předán
- neexistuje důkaz o stavu při předání

To může vést ke sporům po transakci.

### 2. Chybějící nebo vágní termíny

- není stanoven termín podpisu smlouvy
- není jasný termín úhrady
- není definována lhůta pro vklad do katastru

Bez harmonogramu se obchod zpomaluje.

### 4. Špatně nastavená úschova

- peníze nejsou chráněny
- chybí jasné podmínky uvolnění
- není definováno, kdy se platba uvolní

Úschova je klíč bezpečného obchodu.

### 6. Přílišné spoléhání na ústní dohody

To je největší chyba.

V obchodě platí:

Co není napsáno, jako by neexistovalo.



**Veškerou smluvní dokumentaci zadáváme k vypracování advokátní kanceláři, čímž zajišťujeme právní jistotu, transparentnost a bezpečné nastavení podmínek pro všechny zúčastněné strany.**  
Klientovi vysvětlíme podmínky i postup prodeje, aby měl od začátku úplnou jistotu a přehled.

### **Zkušenosti z praxe**

**Při spolupráci vždy předkládáme exkluzivní smlouvu o zprostředkování.**

Bez exkluzivity do obchodu nevstupujeme – chráníme tak nejen svůj čas a energii, ale i finance.

Naši klienti tuto podmínku respektují a přijímají. Důvod je jednoduchý – jsou spokojeni s naším férovým jednáním, odborným oceněním a **vnímají nás jako profesionály, na které se mohou spolehnout.**

### **Argumenty pro případ neexkluzivity**

Prodávajícímu vysvětlíme, že se specializujeme na prodej pozemků a že v naší databázi již evidujeme klienty, kteří v dané lokalitě aktivně vyčkávají na naši novou nabídku.



### Naše zkušenosti z praxe

#### Provize je výsledkem profesionální práce.



Při dodržení uvedeného postupu a využití nastavené strategie je výše provize za zprostředkování prodeje **10 %** z dosažené kupní ceny (včetně DPH).

Vlastníci pozemků **vždy souhlasí**, jsou vděční za profesionalitu, kterou jim přinášíte. Správně nastavený proces, profesionální komunikace a precizní příprava dokumentace vytvářejí hodnotu, která provizi plně odůvodňuje.

**Nespokojujeme se s průměrem. Každý krok děláme s péčí a vždy přidáváme něco navíc — právě tato nadstandardní práce přináší skutečné výsledky.**

#### Přehled běžné výše provize při zprostředkování prodeje nemovitosti v Česku (rok 2026):

- 2,5 % až 5 % z prodejní ceny nemovitosti je nejčastější rozsah provize realitních kanceláří a makléřů v ČR.
- V praxi se většina provizí pohybuje kolem 3 % – 4 % z ceny nemovitosti, i když se někdy jedná až o 5 % v závislosti na lokalitě, typu nemovitosti a dohodě se zákazníkem (plus DPH).

Konkrétní výše provize odráží rozsah poskytovaných služeb, náročnost obchodu a úroveň podpory.



## Proces komunikace a spolupráce s vlastníkem pozemku

### První kontakt

- náš oslovovací dopis
- telefonický rozhovor – klient nás kontaktuje sám s vážným zájmem o prodej

Vlastníka oslovujeme profesionálně, věcně a s respektem.

Představíme se, **vysvětlíme důvod kontaktu a nabídneme možnost nezávazného ocenění pozemku.**

### Zpracování a předání ocenění

Přinášíme hodnotu navíc – vypracujeme ocenění a zašleme jej klientovi ve formátu PDF (případně předáme osobně).

Ocenění je zpracováno přehledně a srozumitelně tak, aby mu klient bez obtíží porozuměl.

### Vyčkání na reakci

Po předání ocenění dáváme klientovi prostor pro rozhodnutí.

Pokud se do 14 dnů neozve, iniciujeme další komunikaci sami.

### Potvrzení zájmu o prodej

Klient potvrdí zájem o prodej pozemku a souhlas s navrženou tržní cenou.



## Proces komunikace a spolupráce s vlastníkem pozemku II

### Osobní setkání

Domluvíme osobní schůzku, na které si potvrdíme další postup, podmínky spolupráce a časový harmonogram. **Ocenění si připravíme v tištěné podobě a při osobním setkání jej s klientem detailně projdeme a vysvětlíme způsob stanovení navržené prodejní ceny.**

### Volba modelu spolupráce a potřebná dokumentace

Podle typu obchodníka / makléře volíme odpovídající smluvní dokumentaci:

a) Pokud zprostředkováváme prodej:

- Smlouva o zprostředkování, rezervační smlouva, kupní smlouva, smlouva o advokátní úschově.

b) Pokud pozemek přímo kupujeme:

- Kupní smlouva, smlouva o advokátní úschově.

Veškerá dokumentace musí být připravena precizně, transparentně a v souladu s právními předpisy, aby byl zajištěn bezpečný průběh obchodu pro všechny strany.

### Zahájení realizace prodeje

Po podpisu příslušných smluv zahajujeme realizaci obchodu dle dohodnuté strategie.

Jasná struktura komunikace a správně zvolená dokumentace jsou základem důvěry, profesionality a bezpečného uzavření obchodu.



## 30denní implementační výzva

### Týden 5 – Strategická otevřenost:

**Nemusíte sdílet každou myšlenku. Pečlivě zvažte, co říkáte – vaše slova mohou budovat důvěru, ale také odhalovat informace, které byste raději udrželi pro sebe.**

**Tip:** V obchodní i osobní komunikaci platí: správně načasovaná a vybraná slova posilují vaši pozici a profesionální obraz.

**Zaměření:** Osobní setkání s klientem a stanovení podmínek prodeje.

✓ **Výstup týdne:** Tento týden jste převedli komunikaci do závazné podoby a posunuli obchod do fáze realizace.



**Doporučení:** Úkoly realizujte bez zbytečného odkladu. Zkušenost potvrzuje, že odložené kroky se málokdy vracejí k realizaci.

**Na osobní schůzku s vlastníkem pozemku se pečlivě připravte:**

**1. Vytiskněte si ocenění** i katastrální mapu a důkladně si projděte všechny detaily, čísla i související informace.

**2. Připravte si strukturu rozhovoru** a jasný návrh postupu prodeje. Je důležité, aby z vás vyzařovala jistota, klid a profesionalita.



## 30denní implementační výzva II

**3. Před setkáním si znovu připomeňte motivaci** z předchozích lekcí a naladte se pozitivně – vaše vnitřní nastavení je stejně důležité jako odborné znalosti.



### Mentální příprava před osobní schůzkou

#### **Jasný záměr**

Vím, proč na schůzku jdu. Mým cílem je pomoci klientovi udělat správné rozhodnutí – profesionálně a s respektem.

#### **Jistota v číslech**

Znám své podklady, rozumím ocenění a dokážu klidně vysvětlit každý detail. Fakta mi dávají stabilitu.

#### **Klid a pozitivní nastavení**

Jednám s nadhledem, naslouchám a buduji důvěru. Vystupuji přirozeně, sebevědomě a s klidem.

**Pamatujte: Klienti necítí jen to, co říkáte. Vnímají i to, jak působíte.**



**Malá pozornost dokáže:**

- podpořit pozitivní první dojem
- vytvořit příjemnou atmosféru
- odlišit vás od běžné konkurence
- nenásilně posílit vztah a důvěru

**Důležité zásady:**

- ✓ dárek by měl být symbolický, ne okázalý
- ✓ neměl by působit jako snaha „koupit si přízeň“
- ✓ měl by být neutrální a vkusný

**Vhodné příklady:**

- kvalitní káva nebo čaj
- láhev dobrého vína (pokud je to vhodné vzhledem k situaci)
- drobná lokální specialita
- reprezentativní desky s připravenými materiály

**Největším „dárkem“ je ale vždy vaše připravenost, profesionalita a respekt.  
Fyzická pozornost je jen jemným doplněním.**





**Neutrální a profesionální:**

„Dovolil/a jsem si vám přinést malou pozornost jako poděkování za váš čas.“

**Lehce osobnější:**

„Přinesl/a jsem drobnost jako poděkování za dnešní setkání, velmi si vážím vašeho času.“

**Uvolněnější varianta:**

„Je to jen malá pozornost pro radost – děkuji, že jste si na mě udělal/a čas.“

**Důležité je předat dárek klidně, bez přehnaného vysvětlování.**

**Krátká věta, úsměv a pokračujete v jednání.**

**Zásada profesionála:**

Dárek má podporovat vztah – nikdy nesmí vytvářet tlak, závazek ani nepříjemný pocit.

**A ještě jedna důležitá věc:**

Pokud si nejste jistí, zda dárek přinést, je vždy bezpečnější spolehnout se na svou přípravu, vystupování a hodnotu, kterou přinášíte.

**Při prvním velmi formálním jednání**

Pokud jde o první kontakt v čistě obchodním, úředním nebo napjatém kontextu, může dárek působit předčasně.

**Pokud neznáte situaci klienta**

Například: nevíte, zda pije alkohol, neznáte jeho zdravotní omezení, neznáte osobní preference. Nevhodná volba může vytvořit zbytečné rozpaky.

**Pokud je jednání konfliktní**

Při cenovém tlaku, nedůvěře nebo komplikovaném vztahu může pozornost působit jako snaha „obměkčit“ situaci.

**U vysoce profesionálních či korporátních struktur**

Někteří klienti mají interní pravidla nepřijímat dary.

**Úsměv je součástí vaší profesionální výbavy.**

Při jednání s klientem nevnímají lidé jen obsah vašich slov, ale především energii, kterou vyzařujete. Slova pronesená s přirozeným úsměvem působí otevřeně, sebevědomě a budují důvěru.

V obchodě často rozhoduje právě pocit – a ten začíná výrazem vaší tváře.



Přesuneme se k tématu, které rozhoduje o dlouhodobém úspěchu – **Jak si vybudovat jméno profesionálního obchodníka s nemovitostmi.**



Ukážeme si 10 strategických principů, které vám pomohou vybudovat jméno odborníka, kterému lidé důvěřují, doporučují ho dál a sami ho aktivně vyhledávají.

Protože skutečná síla v tomto oboru nevzniká náhodou – vzniká systematickým budováním reputace, konzistence a hodnoty.

**Tady začíná vaše značka.**

Každý krok, který nyní uděláte, formuje vaši pověst. Každá komunikace, každé setkání i každý uzavřený obchod vytváří obraz o tom, kdo jste a jak pracujete.



**© 2026 Pozemek Bez Peněz. Všechna práva vyhrazena.  
Obsah je určen výhradně pro studijní účely účastníků programu.  
Jakékoliv šíření nebo kopírování bez souhlasu autora je zakázáno.**