

SPIS TREŚCI

9	DO KOGO SKIEROWANA JEST TA KSIĄŻKA
11	OPINIE O KSIĄŻCE
17	PODZIĘKOWANIA
18	CZEGO NIE ZNAJDZIESZ W TEJ KSIĄŻCE

55 ROZDZIAŁ II HOME STAGER

56	Kim jest Home Stager
59	Home Stager a pośrednik nieruchomości
61	Home Stager a dekorator wnętrz
64	Home Stager a projektant wnętrz
67	Kiedy rozpocząć współpracę z Home Stagerem
68	Przykładowy pakiet usług Home Stagera
68	- Konsultacja homestagingowa
69	- Konsultacja homestagingowa z pisemnym raportem
71	Zestawienie trzech opcji budżetowych wraz z listą zakupową i linkami do zakupu
74	Przygotowanie nieruchomości do sesji zdjęciowej i prezentacji na żywo
80	Metamorfoza nieruchomości
84	Home staging, który pozwala zarabiać najwięcej, czyli home staging a #TechnikaSAPER™
91	Czy mogę to zrobić sama, bez Home Stagera?

ROZDZIAŁ I HOME STAGING 21

Home staging – co to jest i co ma wspólnego z portalem randkowym?	22
Osiem powodów, dla których warto przygotować nieruchomość przed sprzedażą i wynajmem	26
Home staging w Polsce a w innych krajach	34
Czy home staging działa? Dane statystyczne	45

ROZDZIAŁ III #TECHNIKASAPER™ 95

Kim jestem i dlaczego właśnie #TechnikaSAPER™	96
S – Strategia	98
- Kim jest grupa docelowa nieruchomości	101
- Czym jest podgrupa	101
- Kim jest klient modelowy nieruchomości	102
- Metody wyłaniania grupy docelowej i klienta modelowego	103
Metoda 1: Wypisanie potencjalnych klientów nieruchomości	103

Metoda 2: Kim byłam, kiedy kupowałam tę nieruchomość?	105
Metoda 3: Wywiad społeczny: Sąsiedztwo, administracja i obserwacja. Komparastyka	106
Metoda 4: Mocne i słabe strony nieruchomości	108
- Czym są mocne strony nieruchomości	110
- Czym są słabe strony nieruchomości	113
- Jak niwelować słabe strony nieruchomości	113
- Jak eksponować mocne strony nieruchomości	113
Metoda 5: Ustalenie budżetu prac	114
- Jak wygląda budżet homstagingowy i jak go opracować	116
A – Adaptacja	117
Podstawowe zasady home stagingu – czyli poprawne wdrożenie strategii nieruchomości	117
Zasada odgracenia wnętrza	118
Zasada depersonalizacji wnętrza	122
Zasada neutralizacji wnętrza	126
Zasada wysprzątania wnętrza	134
Zasada funkcjonalności wnętrza	136
Zasada proporcji	139
Zasada kolorów	143
Czy kolor we wnętrzu ma znaczenie? Jaki wpływ na ludzką psychikę wywierają kolory – gościnnie Magdalena Andler, Trener Spójnego Wizerunku	149
Zasada trzech – dobieranie dodatków	162
Zasada efektu zamieszkania	164
Zasada focus point	166
Zasada motywu przewodniego w home stagingu	172
P – Prezentacja – gdzie klient będzie miał do czynienia z naszą ofertą?	177
Prezentacja on-line – czym jest i kiedy się zaczyna	178
Zdjęcia nieruchomości	179
Jak zrobić dobre zdjęcie nieruchomości? – gościnnie fotograf Andrzej Czechowicz z firmy Foto Studio Wrzosey	189
Plan nieruchomości	210
Inne formy promocji/kanały promocji ogłoszenie	214

- Dron	<u>215</u>
- Filmik promocyjny nieruchomości	<u>216</u>
- Spacer wirtualny po nieruchomości	<u>217</u>
- Transmisja na żywo z nieruchomości	<u>220</u>
- Plan marketingowy	<u>222</u>
- Tytuł ogłoszenia	<u>223</u>
- Treść ogłoszenia – opis nieruchomości	<u>224</u>
- Prezentacja na żywo	<u>229</u>
Jak być lepszym sprzedawcą, czyli co wspólnego z home stagingiem ma psychologia – gościnnie Maksym Szumigalski, psycholog, psychoterapeuta i szkoleniowiec	<u>241</u>
E – Efekt WOW	<u>253</u>
Zasada 3D	<u>253</u>
Dodatki homestagingowe	<u>253</u>
Dywany	<u>264</u>
Poduszki	<u>266</u>
Obrazy – warto, nie warto? Jak je wieszać?	<u>271</u>
Komoda/regał	<u>282</u>
Zastony	<u>284</u>
Przykładowa lista dodatków homestagingowych	<u>288</u>
Detale	<u>294</u>
Doprowadzenie projektu do końca	<u>298</u>
R – Rezultat	<u>299</u>
Co zabija twoją ofertę? Najczęściej popełniane błędy	<u>306</u>
Zabójca nr 1 – niedoszacowanie/ przeszacowanie budżetu	<u>307</u>
Zabójca nr 2 – łamanie zasad proporcji	<u>308</u>
Zabójca nr 3 – zła ekspozycja ogłoszenia	<u>309</u>
Zabójca nr 4 – zła prezentacja na żywo	<u>309</u>
Zabójca nr 5 – a ja nie lubię takich kolorów/ a ja uwielbiam ten kolor (personalizacja)	<u>310</u>
Zabójca nr 6 – akcenty personalne	<u>311</u>
Zabójca nr 7 – cena, cena i jeszcze raz cena	<u>312</u>
Ale moje realizacje nie wyglądają jak u ciebie	<u>313</u>

315 **ZAKOŃCZENIE**

319 Partnerzy

326 Notatki