

# GAYRİMENKUL DANIŞMANI EL KİTABI

Editör  
Özhan ATALAY



# Gayrimenkul Danışmanı El Kitabı

Özhan Atalay

**Hiperyayın:** 1039  
Araştırma-İnceleme

**e-kitap:** 40

**Yazarı**  
Özhan Atalay

**Mizanpaj**  
Senem Ilgın

**Kapak Tasarım**  
Kenan Temizel

**Yayıncı Sertifika No:** 16680

**e- ISBN:** 978-625-6482-03-6

**1. Baskı:** İstanbul, Mayıs 2023

**Copyright**© Tüm hakları saklıdır. Bu kitabın telif hakları, 5846 sayılı yasanın hükmüne göre, kitabı yayımlayan Hiperlink Eğitim İletişim Yay. Gıda. San. ve Tic. Ltd. Şti. ve Özhan Atalay'a aittir. Yayımcının ve yazarın izni olmaksızın elektronik ve mekanik herhangi bir kayıt sistemi veya fotokopi ile çoğaltılamaz, kopyalanamaz. Ancak kaynak gösterilerek kısa alıntı yapılabilir.

*Her hakkı mahfuzdur. Bu kitapta yayınlanan yazıların etik, bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazar(lar)a aittir.*

*Yayınevi uluslararası bir yayınevidir.*

Atalay, Özhan.

Gayrimenkul danışmanı el kitabı / Özhan Atalay. -- 1. Baskı. -- İstanbul: Hiperyayın, 2023.

92 sayfa; 21 cm. -- (Hiperyayın; 1039 e-Kitap: 40)  
e-ISBN: 978-625-6482-03-6

1.Gayrimenkul yatırımı. 2.Gayrimenkul -- Rehberler. I. Eser adı. II. Dizi.

HD1375/.A83 2023

333.33/ATA 2023

**GENEL SATIŞ PAZARLAMA VE YAYINEVİ**

**Hiperlink Eğt İlet. Yay. Gıda San. ve Paz. Tic. Ltd. Şti**

Tozkoparan Mah. Haldun Taner Sok. Alparslan İş Merkezi

No: 27 Kat: 6 D: 21 Merter- Güngören / İstanbul

Telefon: 0212 293 07 05-06 Faks: 0212 293 56 58

www.hiperlink.com.tr / info@hiperlink.com.tr

## Özhan Atalay

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi mezunu olan Atalay; İngiltere’de lisan eğitimi, IMD Business School Lozan‘da liderlik ve dönüşüm eğitimleri aldı.

SMMM Lisansı sahibi ve ICBC – Institute of Certified Business Consultants ABD’den lisanslı bir yönetim danışmanıdır.

Atalay; iş yaşamına STFA İnşaat’ta adım attı. On yıl süren özel sektör deneyiminden sonra Skor Danışmanlık firmasını kurdu. İngiliz danışmanlık şirketi JeffCote Donnison ile iş birliği yaparak kurumsal verim artışı, finans danışmanlığı, vergi planlaması konularında hizmetler verdi.

Aynı dönemde yine İngiliz kökenli ALM Systems firması ile otelciliğe özgü bir ERP sistemi geliştirerek kurulum ve desteğini gerçekleştirdi.

Bir dönem sonra profesyonel hayatta geri dönen Atalay; Hitay Holding’de İcra Kurulu Üyesi CFO, Schindler Asansör A.Ş.’de Genel Müdür Yardımcısı, Premdor Masonite Kapı A.Ş.’de Genel Müdür, Muratlı Karton A.Ş.’de Genel Müdür Yardımcısı, Vega İnşaat A.Ş.’de Genel Müdür olarak çalıştı. Century 21 Türkiye ve ERA Real Estate Türkiye’nin yapılanma ve genel müdürlüklerini yaptı.

Atalay’ın ‘Yöneticinin Başarısızlık Rehberi ve ‘Müşterisini Yaratan Satıcı’ adlı iki kitabı daha bulunuyor.

ozhan@ozhanatalay.com www.donusumyonetimi.com



## İÇİNDEKİLER

Gayrimenkul Nedir .....	11
Gayrimenkul Türleri .....	12
Gayrimenkul Danışmanlığı Nedir .....	14
Gayrimenkul Danışmanı Ne iş yapar .....	15
Gayrimenkul Danışmanlığının Artıları, Eksileri .....	17
Gayrimenkul Danışmanlığı Sizi Zengin Eder mi? .....	20
Kazancım Nasıl Olacak .....	21
Bu İş Size Göre mi Acaba .....	22
Nasıl Başlayacağım .....	23
Gayrimenkul Danışmanınının Müşterisi Kimdir .....	24
Gayrimenkulün Piyasa Fiyatının Tespit Edilmesi .....	25
Portföyün Değerinin Ortaya Konulması .....	28
Portföy İçin Potansiyel Alıcıların Aranması .....	29
Müzakerelerin Tıkanmasına İzin Vermeden Sonaçlandırılması.....	30
Hemen Ofis Açmaya Yeltenmek.....	31
En Baştan Büyük Başlamak İstiyorsanız .....	33
Markalı Gayrimenkul Danışmanlığı Hakkında .....	35
Uluslararası Zincir Markalar Hakkında.....	37
Bazı Gayrimenkul İstatistikleri .....	39
Günümüzün Müşterisi Neden Konut Almak İster .....	41
Danışmanın Dış Görünümü .....	42
İşimiz En Önemli Şeyimiz .....	44

İş Disiplini.....	45
Dijital Dünyaya Uyumlanabildiniz mi?.....	46
Sevmediğimiz İşleri Yapmak .....	49
Altıncı Hislere Fazla Güvenmek.....	50
Risk Alamamak.....	51
Sihirli Kelime-Peki .....	52
Sihirli Kelime-Gibi .....	53
İşi Bozabilecek Türde Hatalar.....	54
Araştır Ama Fazla Oyalanma.....	55
Başarılarınız Kıskanılır!.....	56
Öğrenilmiş Çaresizlik.....	57
Hata Yapmaktan Korkmayın.....	58
İki Dakikada Anlatamıyorsanız Bilmiyorsunuz .....	59
Kimse Karşılığında Kazanç Olmadan İş Yapmaz .....	62
Müşteri ve Satıcıya Eşit Davranın.....	63
Yalan Şüphesi.....	64
İşiniz Gayrimenkul Değil İnsan.....	65
Mutluluk Maskesini Takılı Tutun.....	66
Öfkeyi Kararlılığa Dönüştürün.....	67
Küstüm, Oynamıyorum .....	69
İtirazlar Köprülerdir.....	70
Zaman Hırsız “Konuşkanlar”.....	71
Karşı Tarafı Dinleyebilmek.....	72
Özgüven Fütursuz Kullanılmamalı.....	73

İkarus Sendromuna Girmek .....	74
Siz bir Danışman değil Psikologsunuz.....	75
Hem kısa hem de Uzun Vadeye Odaklanın .....	76
Müşterinin Özel Günleri .....	77
Sosyal Medya Kullanımı.....	78
Güveni Özel Hayatınıza Saklayın .....	82
Tanıdıklarla Çalışırken Dikkat .....	83
Bir Bölgede veya Mülk Tipinde Uzmanlaşın.....	84
Gayrimenkulün Değerlemesini Siz Yapmayın.....	85
Hakkınızı İstemek En Doğal Hakkınız .....	86
İlan Girerken Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar .....	87
Son Sözler .....	90





## Gayrimenkul Nedir

- Ekonomik değeri bulunan ve nakde çevrilebilen mallar; menkul ve **gayrimenkul** olarak ikiye ayrılırlar. Arapça bir kelime olan Gayrimenkul ün Türkçe anlamı Taşınmazdır.
- Menkul kıymetler, taşınabilir özelliğe sahip olan, ekonomik değeri bulunan ve paraya çevrilebilen tüm mallara denilmektedir. Ancak ülkemizde yerleşmiş olan teamül; menkul kıymetlerin, hisse senedi, tahvil, bono, senet, poliçe gibi kıymetli evrakların tanımı olarak kullanılmasıdır.
- Gayrimenkul; değeri ve niteliği değişime uğramadan, bir yerden başka bir yere nakli mümkün olmayan mallara verilen ortak isimdir.
- Gayrimenkul tanımı 4721 sayılı Medeni Kanunu'nun 704. Maddesinde yapılmıştır ve buna göre "taşınmaz mülkiyeti kapsamında yer alan araziler, tapu siciline ayrı bir sayfaya kayıt edilmiş haklar ile kat mülkiyeti kütüğünde yer alan bağımsız bölüme sahip kayıtlar" gayrimenkul olarak ifade edilmektedirler.
- Yine Arapça kökenli olan Emlak kelimesi de Türk Dil Kurumunda tam olarak tanımlanmamış olmakla birlikte, önceki kullanımlarından örnekler verilerek gayrimenkul anlamına geldiği belirtilmektedir. Arapça anlamı aranan alan, yeri değiştirilemeyen alan anlamındadır

## Gayrimenkul Türleri

Gayrimenkuller, kullanım amaçlarına göre tasnif edilirler ve kabaca Konut, Ticari ve Arsa olarak üçe ayrılırlar

- Oturma amacı ile kullanılanlara konut diyoruz. Konutlar danışman açısından iki çeşittir; ikinci el binalar ve projeler yani müteahhidinden satılan sıfır binalar. Villa, ev, yalı, yol yalısı, köşk, çiftlik, köy evi, bağ evi, daire, dubleks, tripleks, ters dubleks, çatı, bodrum, yüksek giriş, teras, rodoşose, penthouse vs gibi kendi aralarında alt kategorilere ayrılmaktadırlar. Aynı şekilde aracından veya sahibinden (Fisbo) olarak ta satan kişinin kim olduğuna göre de ayrıca bir ayrıma tabi tutulurlar.
- **Ticari gayrimenkuller**, yaşama amacı dışındaki amaçlar ile kullanılan gayrimenkullerdir. Ticari de kendi içinde pek çok kategoriye tabi tutulmakta, bazı kaynaklara göre “alternatif gayrimenkul” adında ayrı bir grupta da sınıflandırılmakta. Ofis, perakende, sanayi, lojistik ve depo, fabrika, iş merkezi, AVM, otel ve restoranlar, kullanım amaçlarına göre ticari gayrimenkul kategorileridir.
- Bazı ticari gayrimenkullerin kira, bazısının ise operasyon getirisi sağlamasına ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin oteller, çalışan fabrikalar, mağaza, dükkânların fiyatları, sadece mülk değerine göre değil, operasyonel karlılıklarına göre belirlenmektedir.
- Ticari gayrimenkuller; konuttan farklı olarak kullanım şekilleri ile ilgili ciddi bir teknik bilgiye ihtiyaç gösterirler. Ticari mülkler, birbirine benzer durmakla birlikte önemli teknik konularda oldukça farklılıklar gösterebilirler.

- Restoran olarak kullanılması düşünülen bir yere o bölgede belediye gıda ruhsatı vermiyor olabileceği gibi tehlikeli madde deposu olarak kullanılması düşünülen bir bölge deprem fay hattında kalıyor olabilir. İçkili mekân yapılabilmesi için oldukça uygun olan bir mülk, okul veya ibadethane ye yakınlıktan dolayı veya o bölgedeki belediyenin bölgeye özel kuralları sebebi ile ruhsat alamayabilir.
- Bu nedenlerle bir ticari gayrimenkulün fiyatını belirlemek, konuta kıyasla oldukça zor bir süreçtir. Konut satın alırken yuva ve yaşam tarzı alındığı için duygusal faktörler öne çıkabilmektedir. Ancak ticari gayrimenkuller duygusallığı kaldırmazlar.
- Genel olarak arsa şeklinde nitelendirebileceğimiz ve üzerinde bir yapı bulunmayan toprak parçalarını da üç bölüme ayırmak mümkündür. Bunlar arsa, arazi ve tarla olarak nitelendirilebilirler. Arsalar kullanım amaçlarına göre tasnif edilirler. Özel anlamı ile arsa; üzerine bina yapılabilecek ve bir ruhsata sahip olan toprak parçasıdır. Başka bir deyiş ile belediyelerin imar uygulaması alanına giren toprak parçasına arsa denilir. Arsa, yapılaşmaya müsait alan olma özelliğine sahip toprak parçasıdır.
- Arsalar kullanım alanlarına göre Konut, Ticaret, Ticaret-Konut, Turizm-Ticaret, Turizm-Ticaret-Konut gibi kategorilere ayrılırlar
- Tarla; sınırları belirli ve tarıma elverişli olan toprak parçasına verilen isimdir. Bağ, bahçe, zeytinlik, vs. şeklinde çeşitlendirilebilir.
- Arazi; imar uygulaması hiç geçmemiş toprak parçalarına denilir. Arazinin sınırlarını tepeler, dağlar, yollar, dereler, duvarlar, ağaçlıklar oluşturur, tarla gibi sınırı yoktur.

## Gayrimenkul Danışmanlığı Nedir

- İnsanlar hayatlarında oldukça az sayıda gayrimenkul alır, satar veya kiralarlar. Bu nedenle bu konuda yeterince bilgi ve tecrübe biriktiremez, biriktirseler dahi bir sonraki işlemlerine kadar bu bilgileri eskimiş, unutulmuş veya şartlar değişmiş olur. Bundan dolayı gayrimenkul satın alan, satan, kiralayan kişilerin duygusal davranarak hata yapma olasılıkları yüksektir. **Bir gayrimenkul danışmanı; alıcı ve satıcının risklerini minimum düzeye indiren kişidir.**
- Satıcılar; hareketli dönemlerde mülklerini farkında olmadan olduğundan düşük bir fiyata satabilecekleri gibi, durgunluk dönemlerinde olduğundan yüksek bir fiyat belirlediklerinin farkında olmadan yıllarca bekletebilirler de.
- Eski amiyane tabiri ile “emlakçı”, yeni, modern ve doğru tabiri ile “gayrimenkul danışmanı”; müşterisini sağlam bilgiler ile donatarak onun yapabileceği olası hataları minimuma indiren kişidir. Bunu yapabilmesi için kuvvetli bir bilgi birikimine, çaba ve etişe ihtiyacı vardır.
- Gayrimenkul işinde karşılaşılabilecek en büyük sürpriz; bir ürünü yanlış fiyata aldığınızı veya sattığınızı sonradan anlamaktır.
- Doğru fiyatı bulacağını zannederken uzun süre beklemek ve fırsatları kaçırmak ta sıkça karşılaşılan başka bir hatadır.

## Gayrimenkul Danışmanı Ne iş yapar

- Gayrimenkul danışmanı, doğru ve güvenilir bir gayrimenkul bilgisi sağlar, hazır bilgi bulamadığı zaman araştırma yaparak kendisi üretir. O gayrimenkul ile ilgili yeterli verinin bulunamadığı zamanlarda mevcut verileri çeşitli şekillerde kendisi akıl süzgecinden geçirerek ihtiyaç sahibine rafine bilgi oluşturur.
- Gayrimenkul bilgisi; işe ve duruma özel ve bakış açısına göre değişkenlik göstermektedir. Bir evi yaşama amacı ile arayan alan kişi ile yatırım amacı ile arayan kişinin bakış açıları ve önerebilecekleri fiyatlar birbirinden farklı olacaktır. Örneğin yurt dışından Türkiye’de gayrimenkul yatırımı yapacak bir yatırımcı için döviz kuru ve benzer ülkelerdeki benzer mülk fiyatları önem gösterirken yerli bir yatırımcı için bunların önemi yoktur.

Gayrimenkul Danışmanlarının konut ve özellikle ticari gayrimenkullerin kiralanması veya satılmasındaki rolleri kritiktir ve müşterileri için aşağıdaki sekiz noktada hizmet sunmaları beklenir;

1. Ürünün piyasa fiyatını en iyi bir biçimde tespit etmek
2. Ürünün kullanım imkanlarını doğru bir bakış açısı ile ortaya koymak
3. SWOT analizini yapmak, yani ürünün güçlü yönleri, zayıf yönleri, olası tehditler ve yaratacağı fırsatları ortaya koymak
4. Satıcıyı temsil ediyorsa en doğru potansiyel alıcıları bulmak
5. Alıcı tarafı temsil ediyorsa aynı bilgiler ışığında en doğru ürünü bulmak

6. Ürün veya alıcı bulunduğunda müzakereleri başlatmak, pazarlıkları yürütmek, görüşmelerin tıkanmasına izin vermeden sonuçlandırmak
7. Ödeme, kaparo gibi finansal konuların problemsiz aşılmasını sağlamak
8. Sözleşmeler, teminatlar, vekâletler, tapu, vergiler gibi tüm yasal işlemlerin doğru ve problemsiz tamamlanmasını sağlamak.

## Gayrimenkul Danışmanlığının Artıları, Eksileri

- Gayrimenkul danışmanlığı, bir işe girmek değil kendi işinizi kurmaktır. Maaşlı bir işe başlamıyorsunuz, yeni bir mesleğe adım atarak kendi işinizi kuruyorsunuz.

Gayrimenkul danışmanlığı; bir hizmet üretme işidir. Kuruluş masrafı düşüktür. Direkt masraflarınız; alınacak eğitimler, bir laptop ve telefon, sistem kayıt bedeli, kartvizit ve broşürler, branda ve afişler, internet reklam verme bedelleridir. Bir işyeri tutma, makine donanım alma, stok yapma gibi ihtiyaçları yoktur. Ancak Gayrimenkul danışmanının, işler oturana kadar yaşamsal harcamalarını cebinden karşılama ihtiyacı vardır. Endirekt harcamalar olarak niteleyeceğimiz asıl yatırım budur. Kazanmadan aylarca cepten harcayarak yaşamak, bu işteki gerçek yatırımdır.

- Gayrimenkul danışmanlığı; sadece zeka ile, gerekli eğitimler alınmadan, bir miktar para harcanmadan, bir dönem pazarlama ve tanıtım çalışması yapmadan başarılı olunabilecek bir iş değildir. Bu süre en az altı ay, gerçekçi bir tahmin ile iki yıldır. Gayrimenkul danışmanlığının gerçek anlamda kazancını iki yıldan sonra oluşturmaya başladığını söylersek peşinen bazı hayal kırıklıklarının önüne geçmiş olabiliriz. Bu elbette sizin yeteneğiniz, çabanız ve azminizle ilgili bir durumdur. Üç ay içerisinde kendi ayakları üzerinde durmaya başlayan kişiler de yok değildir. Bu işe başlamadan önce bu kurtlar sofrasındaki yeteneklerinizin neler olduğunu tam olarak bilemeyeceğiniz için kendinizi ortalama bir yere konumlandırmanız en doğrusu olur.
- Pek çok kişi; kısa dönemde mucizeler yaratarak zengin olacağı umudu ile bu işe atılmakta ve acımasız rekabe-



ti gördüklerinde zorlanarak çekilebilmektedirler. İşe ısınmaya başladığınızda; en büyük rakiplerinizin başka ofisler ve danışmanlar olduğunu görürsünüz. İyice profesyonel olduğunuzda ise ofis arkadaşlarınız, hatta kendi brokerlarınız ile bile bazen aynı projelere saldırıp gizli rekabet yaşadığınızı da göreceksiniz.

- Gayrimenkul danışmanlığı bir network oluşturma işidir. Güvenilir olduğunuz anlaşıldığında, her işinizin arkasından memnun bir alıcı ve satıcı bıraktığınızda, aldığınız tavsiyeler ile networkünüz büyümeye başlar.
- Başarılı birkaç satış veya kiralama size bir isim yaptırır. Ününüz ağır ağır yayılır, bir süre sonra tanınır bilinir hale gelirsiniz, portföyler size kendiliğinden gelmeye başlar.
- İlk başlarda portföy bulabilmek için harcamanız gereken yoğun çaba, ağır ağır yerini sizi arayan tanıdıkların tanıdıklarının tanıdıklarına bırakır.
- Gayrimenkul danışmanı; kendi çalışma zamanını kendisi tayin eder. İş sonuç odaklı olduğu için bir ofiste sürekli bulunmasına gerek yoktur. İşe geç kalmak, izin almak gibi bir derdi de yoktur. Bu mesleğin keskin mesai saatlerinin olmaması cazip kısmıdır. Ancak gece yarısı çalışacak düşüncesiz telefonlara, hafta sonu veya geç saatlerde yer gösterme taleplerine, uzun değil kısa tatillere de hazır olun. İşinizin başında olmadığınız her gün, kaçırılan bir iş anlamına gelebilir.
- Ofisinize bir maliyetiniz olduğunu, iş yapmadığınızda ofisinizin bundan rahatsız olacağını da unutmayın. Brokerlar ofiste çok danışman isterler ki ofis büyüsün veya büyük gözüksün. Ancak zaman geçirmek veya bir işi varmış gibi görünmek için ofise takılan kişilerden haklı olarak hoşlanmazlar.

- Bazen limitlerinizi zorlayacak kadar pazarlıkçı, uzlaşmaz ve zor alıcı satıcı adayları ile karşılaşmaya hazır olmalısınız
- Bu meslekte pek çok insanın arkanızdan iş çevirdiğini göreceksiniz. Bu durumlarla moral bozmadan pes etmeden savaşmaya hazırlıklı olmalısınız.
- Gayrimenkul Danışmanlığının en güzel tarafı; emeklilik yaşının olmaması ve bu mesleğin neredeyse hayatınızın sonuna kadar yapılabilir olmasıdır.
- Ülkemizde kırk yaşından sonra iş bulmanın ne derece zor olduğunu düşünün. Ortalama yaşam yaklaşık 85-90 lara çıktı ve siz 45 yaşında işsiz kaldıysanız iş bulabilmeniz hiç kolay değil. 40 yıldan fazla bir işsizlik döneminiz söz konusu olabilmekte.
- Bir kısım insan ise emekli olup bir emekli maaşını garanti edildikten sonra bu mesleği yapmaya başlıyorlar.

### *Acımasız Rekabet Koşullarına Atılmaya Hazır mısınız?*



## Gayrimenkul Danışmanlığı Sizi Zengin Eder mi?

- Zor ama imkânsız değil.
- Bu sektör, ucu açık, sınırları olmayan bir sektördür. Size güvenen birisinden alacağınız bir büyük iş, size bir anda ummadığınız bir işlem bedeli kazandırabilir.
- Köşe başında açacağınız bir dükkân ilk günden para kazanmaya başlasa bile onun bir kazanç sınırı vardır. Tüm müşteriler kapınıza yığılsalar dahi yapabileceğiniz azami ciro bellidir.
- Gayrimenkul satışından alabileceğiniz komisyon ise sınırsızdır. Ofisinizden 100.000 USD lik bir daireyi de satabilirsiniz, yakın arkadaşınızın 10 Milyon USD lik bir villasını da satabilirsiniz. Yeter ki teknik bilgi ve becerilerinizi geliştirin ve işinize yoğunlaşın.

## Kazancım Nasıl Olacak

- Aracılık ettiğiniz işlerden ofisinizin aldığı gayrimenkul danışmanlık işlem bedelinin bir kısmını siz alırsınız. Bu oran genelde konutlarda alıcıdan ve satıcıdan ayrı ayrı satış fiyatının % 2 si olmak üzere % 4 olarak gerçekleşir ki bu azami yasal sınırdır.
- Kiralamalarda ise işlem bedeli genellikle bir aylık kira bedeli karşılığıdır. Bu bedel sadece kiralayandan tahsil edilir, mal sahibinden tahsil edilmez.
- Bu oranlar geneldir, mülk değeri yükseldiğinde oranlar da düşebilir veya rakam sınırlanabilir.
- Ticari ürünler veya sıfır konutların satışında (proje satışları) bu oranlar değişebilir. Alıcı ve satıcıdan alınan işlem bedeli; sizin değil bağlı bulunduğunuz ofisin kazancıdır. Ofis sahibi (broker), bu rakamdan (eğer bir zincir markaya bağlı ise) oraya ödeyeceği payı düşer, kalanı sizinle paylaşır.
- Genelde paylaşım modelleri %50 + %50 ile başlar, sizin cironuz yani başarınızla oranla artar. Diğer bir deyiş ile ofis sahibi sizi kaçırmamak için paylaşım oranınızı yükseltir, siz de daha fazla kazanmaya başlarsınız.
- Komisyon kelimesi kulağa hoş gelmediği için sektör bu işe İşlem Bedeli veya Hizmet Bedeli demeyi tercih etmektedir. Verdiğiniz bir emek ve çalışma vardır ve bunun karşılığını almaktasınızdır.

## Bu İş Size Göre mi Acaba

- Gayrimenkul sektörü, *büyük hayallere kapılarak, gaza gelerek hemen ofis açılarak girilmemesi gereken, önceden danışmanlıkta birkaç yıl geçirerek tecrübe kazanılması gereken bir sektördür.*
- Gayrimenkul danışmanlığı; dışa dönük, girgin, konuşkan kişilerin işidir. Ağzı laf yapmalı, iyi dinlemeli, iyi anlamalı, iyi anlatmalı, aşırı konuşmamalı, korkmamalı, hırs yapmalıdır. Ticari kafası olmalı, kırılğan, alıngan, duyguların insanı olmamalı, enerjik olmalı, sabahın köründe kalkıp birisiyle bulaşmaya sakınca görmeden gidebilmelidir.
- Gece yarısı arayanların kıroların haddini onları kaybetmeden nasıl bildireceğini bilmeli, kendisine söylenen yalanları anlayabilmeli, yalanlara inanarak ne müşterisini ne de ofisini zor bir durumda bırakmayacak kadar kuşku-cu olmalıdır. Başlangıçta olası kazancı ile aile geçindirme ihtiyacı olmamalı, en az bir hatta iki üç yıl kendini idare edecek kadar parası veya yan gelirleri olmalıdır.
- Bu meslek neredeyse pek çok kişi tarafından son durak olarak da görülen bir meslektir. Bir iş bulma umudu kalmayanların ilk düşündüğü meslektir. Siz de artık son durakta olduğunuzu düşünerek varınızı yoğunuzu bu işe yatırmaya hazır olabilirsiniz. Sektörde size söylenecek şey, yelkenleri yak yoksa başarılı olamazsın olacak. Bu söylem bir yere kadar doğru ancak yapınıza tamamen ters gelen bir işi de ne kadar uğraşsanız da yapamaz, er ya da geç pes edebilirsiniz de.

## Nasıl Başlayacağım

- Danışmanlığa adım atmak istediğinizde yapmanız gereken ilk şey; *öncelikle* tanınan bir marka altında veya o çevrede bilindik ve oturduğunuz yere yakın bir ofiste gayrimenkul danışmanı olarak işe başlamaktır. Bu sayede hem sektörü ve mesleği öğrenir, hem de kendi kendinizi tanıma ortamı bulmuş olursunuz.
- Bu meslek en iyi; markası bilinen bir ofiste ve size zaman ayırabilecek bir brokerın kanatları altında öğrenilir. Eğitimlerinizi alırsınız, sahaya çıkarsınız, yara alarak dönersiniz. Brokerınız; tecrübeleri ile sizin eksikliklerinizi ağır ağır tamamlar. Bir süre sonra size bir bölge *önerir*, hedefler koyar, yapmanız gerekenleri anlatır, periyodik toplantılar ile gelişiminizi kontrol eder.
- Evinize yakın, hatta yürüme mesafesinde bir ofis bulmak en hayırlısıdır. En azından araç masrafınız olmaz, kendinizi sahaya attığınızda zaten kısıtlı olan bütçenizden biraz daha para çıkması gibi moralinizi bozacak şeyler de olmaz.
- Bu tür brokerı bulmak için çevrenizde gayrimenkul danışmanlığında başarılı olmuş bir dostunuzdan yardım alın, hemen köşedeki ofise gitmeyin. O ofiste birkaç sene geçirin, sektörü öğrenin. Bu süre zarfında tecrübe kazanacak, sektörün dinamiklerini öğrenmiş olacaksınız. Başarılı olursanız size yatay geçiş ile transfer teklifleri de gelebilir. Kademe kademe yükselin, çok başarılı olursanız ancak o zaman ofis açıp büyümeyi düşünün.
- Unutmayın ki brokerların en bıktığı şeylerden bir tanesi de mesleğe başlayıp kısa sürede ayrılan kişilerdir. Bu mesleğe adım atanların büyük bir kısmı kısa zaman içinde ayrıldıkları için broker da size yeterince eğilmeden önce sizin gelişiminizi görmek isteyecektir.

## Gayrimenkul Danışmanının Müşterisi Kimdir

- Gayrimenkul danışmanı; sadece kendi müşterisinin değil, karşı tarafın da hakkını hukukunu korumaya özen gösteren bir konumda olmalıdır.
- Gayrimenkul danışmanına her iki taraf da güven duyduğunda işler kolaylaşır, sonuca ulaşmak daha rahat olur.
- Bugünkü satıcının yarın alıcı, bugünkü alıcının ise yarın satıcı haline gelmesi işten bile değildir.
- Bir gayrimenkul danışmanı; her iki tarafa karşı da güvenilir ve etik davranmak durumundadır.
- “Gayrimenkul Danışmanlığı”nın en fazla önyargı ile muhatap kalan bir sektör olduğunu lütfen unutmayınız. Önceliğiniz bu önyargıları kırmak olacaktır.

## Gayrimenkulün Piyasa Fiyatının Tespit Edilmesi

- Gayrimenkul danışmandan beklenen ilk şey, satılık veya kiralık mülkün değer tespitini doğru yapabilmektir. Tespit edilen rakam çoğunlukla satıcı için düşük, alıcı için ise yüksek bulunacaktır. Satıcı ile danışmanın ilk arasını açabilecek konu; satıcının danışmanın önereceği fiyatı düşük bulması olacaktır. Mülkü daha yüksek bir fiyata satabileceğini iddia eden bir rakibin işi sizden kapma riski vardır.
- Gayrimenkul piyasalarında satıcı ve alıcılar danışmana belirttiğimiz gibi ön yargılı yaklaşma eğiliminde olurlar. Beğenmediği bir fiyat ile karşılaşan satıcı, danışmanı “mülkü hızlı satarak kolay para kazanmaya çalışmak” ile suçlayabilecektir. Bu sebeple danışmanın riske girmeden müşterisine bağımsız bir ekspertiz firmasına değerlendirme yaptırmayı önermesinde büyük yarar vardır. Ancak Türkiye’de satıcılar bu maliyete pek katlanmak istememekteler.
- Fiyat belirlenirken Endeksa, Reidin, Gayrimenkulindex gibi değerlendirme kuruluşlarının bölge değerleri, emlak sitelerindeki benzer mülklerin fiyatları, o bölgede faaliyet gösteren başka gayrimenkul ofislerinin fikirleri alınmalı, o bölgedeki mülklerde ulaşılmış satış rakamları bulunmalıdır.
- ***Bir mülkün birden çok fiyatı vardır;***
  - Daha önce alınıp satıldığı fiyat
  - Şu andaki muhtemel değeri
  - Değerine rağmen satılabilir fiyatı (arz/talep dengesi)
  - Kira rayicine göre fiyatı
  - Yabancılar satış imkanları



- Gelecekteki beklentilere göre oluşan fiyatı (metro, doğalgaz gelmesi, kentsel dönüşüm, vs gibi)
- Tüm bu fiyatlar müşteri ile paylaşılarak en makul doğruluktaki fiyatı hesapladığınız konusunda müşteri ikna edilmelidir.

### **Örnek;**

Selim Bey; üç yıl önce bu bölgede daire m2 fiyatları 3.000 TL lerde idi sizinkine benzer evler xx TL ye satılıyordu siz bu rakamı düşünmekte haklısınız. Ancak iki yıldır piyasalardaki durgunluktan dolayı fiyatlar yy TL lere geriledi. Emlak sitelerinde gördüğünüz fiyatlar satış fiyatları değil istenen rakamlar. Sizin evinizin takribi değeri şu kadardır ama o fiyata satılır diye bir şey söyleyemem çünkü bu bölgede uzun süredir satılmadan bekleyen pek çok mülk var. Eğer altı ay içinde hızlıca satmayı düşünüyorsanız bence şu rakamdan satılması doğru olur ama mülk ve karar elbette sizin. Biz sizin istediğiniz fiyattan satışa çıkar şansımızı deneriz.

- Beğenmediği bir fiyat ile karşılaşan gören müşteri, bir başka ofise yönelebileceği için fiyat meselesi risklidir. Müşteri; belirttiğimiz önyargılar nedeni ile kimin doğru kimin yanlış söylediğini bilemeyecek ve daha yüksek fiyata satarız diyen başka bir ofise yönlenebilecektir. Bu durumda danışman işi müşterinin istediği fiyattan satmak için portföyüne alıp fiyatı uzun süre yüksek tutarsa, epeyi bir bekleme süresinin sonucunda satışın yapılamaması riski de doğacaktır.
- Böyle durumlarda bence en doğru yaklaşım; müşterinin psikolojisine göre hareket etmektir. Bir insanın hayatında sahip olduğu en kıymetli şeyi satma kararı verdiğini düşünerek ona anlayışla yaklaşmalıyız.

- Onu profesyonel değerleme yapmaya ikna etmeli, istemiyorsa kendi yaptığımız fiyat çalışmasını sunduktan sonra satış fiyatı kararını kendisine bırakmak, belirli bir dönem için gelen teklifleri iletmek ve bir süre sonra ağır ağır baskı kurarak fiyatı satılabilir fiyata düşürmesini sağlamak en doğrusu olacaktır.
- Fiyatın yüksek olduğu portföyler sizi başarısız gösterir ve yorar, müşteriyi ise bunlar yapamadılar diye düşünerek başka bir ofise yönlendirebilir.

## Portföyün Değerinin Ortaya Konulması

- Özellikle ticari mülklerde; mülkün ne şekilde kullanılabilceği tespit edilerek potansiyel alıcılara sunulmalıdır. Örneğin yangın merdiveni yoksa okul veya dersane olarak kullanılması mümkün olmayacaktır. Kuaför salonu, sağlık merkezi yapmaya uygun mudur? Gıda işletmesi olacaksa belediyeden ruhsat alabilir mi? Dükkânın üst katlarında oturanlar var ise gece imalata uygun olabilir mi, gürültülü bir makine kullanılabilir mi? Dışarıdan bacası olduğu için fırın yapılabileceği, çift yöne cephelediğundan arkadan mal girişi yapılabileceği, tavan yüksekliği, trafo gücü vs gibi teknik detaylar bilinmelidir.
- Arsa ve arazilerde olabilecek yatırım fırsatları; o bölgede planlanan alt yapı, yol, sanayi sitesi, konut alanı vs türündeki duyular, beklentiler, planlar bölge ahalisinden iyice öğrenilmelidir.
- Konutlarda o bölgede beklenen metro, yol, kavşak, alışveriş merkezi türü alt yapı yatırımları, kentsel dönüşüm projeleri gibi ilerideki fiyatları değiştirebilecek gelişmeler öğrenilmelidir.

## Portföy İçin Potansiyel Alıcıların Aranması

- Danışman eğer satıcıyı temsil ediyorsa, öncelikli görevi bir alıcı bulmaktır.
- Web siteleri, email paylaşımları, tabela ve afişler, insert ve broşürler, başka ofisler ile paylaşımlar, open-house denilen portföy ziyaretleri, komşular ve o bölgeye özel yapılacak tanıtım çalışmaları, sosyal medya paylaşımları şu an için aklıma gelen elimizdeki imkânlar ve bunları hemen herkes uyguluyor. ***Danışman bu imkânları genişleterek farklılaştıracak her türlü yaratıcı çabayı da gösterdiği kadar başarılı olacağını bilmelidir.***
- Bu arada her mülk bu tür klasik pazarlama çalışmaları ile satılamamakta. Yalılar, kıymetli malikâneler; gerilla pazarlaması tekniği ile ve potansiyel alıcılara ulaşarak satılabilmekte. Oteller, fabrikalar ve benzer yerler, direkt olarak yatırımcıları bulunarak satılabilirler.
- Yıllar içerisinde ellerinde potansiyel alıcı ve yatırımcı listesi oluşturmuş danışmanların; uygun mülk geldiğinde kimin ilgileneceğini tahmin etmeleri zor olmaz.
- Perakende zincir mağazaların dinamiklerinden haberdar olan danışmanlar; hangi markanın hangi bölgede ne tür bir yer ile ilgilenebileceğini tahmin edip onların gıyabında yerler geliştirip önerebilmektedirler.

## Müzakerelerin Tıkanmasına İzin Vermeden Sonuçlandırılması

- Alıcı ve satıcının farklı bakış açıları işlemin sonuca ulaşmasını oldukça zorlaştırır. Herkes aynı düzeyde pazarlık kabiliyetine sahip olmadığı gibi, görüşmelerde kişisel uyumun sağlanamaması da bir risk unsurudur. Müşteri veya satıcıdan biri uzlaşmaz veya fazla tavizkar bir yapıda olabilir.
- Özellikle kupon mülklerde satıcının tok yaklaşımı yüzünden uyuşmazlıklar çıkması ve inatlaşmalar ile görüşmelerin tıkanması muhtemeldir.
- Mali durumu kuvvetli olan, acelesi olmayan tarafın da tok davranarak görüşmeleri çıkmaza sokabilmesi muhtemeldir.
- Profesyonel bir gayrimenkul danışmanı; uyuşmazlık noktalarını ayrışma değil sonuca bir adım daha yakınlaştıran köprüler gibi görerek pürüze yeni çözümler üretmelidir.

## Hemen Ofis Açmaya Yeltenmek

- Bu sektörde kapanmış olan ofislerin sayısı, mevcutların en az on katıdır. Mevcut gayrimenkul danışmanlarından on yıl ve üzerinde iş yapanların sayısı ise toplam danışman sayısının onda biri gibidir.
- Bu işe atılırken ilk başta ofis açmak anlamsızdır.
- Bir danışman olarak bir ofiste başladığınızda gelirinizin genelde yarısı size kalır, diğer yarısı ofise gider. Bazı durumlarda % 70-80 e kadar gelirin sizde kaldığı da olur. Pek çok ofis; siz yoğun işlem yaptıkça sizi tutabilmek için daha yüksek oranları sizden esirgemez.
- Siz içgüdüsel olarak kazancınızın yarısını başkasına vermemek, kendi işim, kendi ofisim olsun, patron ben olayım düşünceleri ile ofis kurmak isteyebilirsiniz. Bunun karşılığında kira, ısıtma, elektrik, su, sekreter, telefon, internet, çay kahve, varsa markaya ödenecek rakamların toplamından oluşan öyle bir sabit maliyet üstünüze çöker ki, kendi başınıza veya iki üç ortak olarak yaptığınız işler ile her ay bu maliyetleri çıkartıp bir de üstüne para kazanmanız hayal haline gelebilir.
- Ama siz; öncelikle başarılı bir danışman haline gelir, sonradan brokerliğe atlarsanız işi bilerek başlamış olursunuz. O zaman yanınızdaki insanları eğitir, ellerinden tutup sahaya çıkartır, portföy bulmalarını sağlar onları para kazanır hale getirirsiniz. İş bilmeden ofis açarsanız başkalarına nasıl öğreteceksiniz? Markalar tarafından verilen broker eğitimlerinde bu konuları öğrenemeyeceksiniz.

## Gayrimenkul Danışmanı El Kitabı

- Eğer bir broker eğitimine giderseniz duyacağınız ilk şey şu olacak; DANIŞMAN BUL – EĞİT - KAÇIRMA. Bilmediğiniz birşeyi nasıl öğreteceksiniz? Önce siz öğrenin ki öğretin. Brokerlık yöneticiliktir, ofis idare etmektir. ABD sistemindeki 30 ve üzeri danışman çalıştıran ofislere göre tasarlanmıştır. Türkiye’de ofis başına ortalama 10 danışman düştüğü için karlılıkları da düşmektedir.
- Brokerlik ile danışmanlık neredeyse farklı mesleklerdir dersek çok ta yanlış olmaz.

## En Baştan Büyük Başlamak İstiyorsanız

- İşi öğrenerek değil zaman kaybetmeden ofis kurarak hızlıca işe başlamak istiyorsanız buradaki birkaç noktayı ihmal etmeden başlayın.
- Büyük bir ofise sahip olabilmek için yapılması gereken tek şey; sektörde “recruiting“ tabir edilen danışman bulma işlemidir.
- İyi bir yerdeki orta ölçekli bir ofisin ayakta kalabilmesi için bence takribi en az 10 danışmana ihtiyaç vardır. (Ticari veya lüks konut türü niş alanları kastetmiyorum)
- Bu 10 danışmanın 2-3 ü güzel iş yapar, kalan 2-4 ü ortalama iş yaparak ayakta durmaya çalışır, kalanlar da ya yenidir ya da vakit öldürenlerdir.
- Bu yapıyı kurabilmek ve koruyabilmek için yapmanız gereken asli işi, yani gayrimenkul danışmanlığını bırakıp yöneticiliğe geçmeniz gerekir. Sürekli insan alır eğitir, yetiştirir, kaçıır sonra yenisini alırsınız. Elbette iyice büyüdüğünüzde profesyonel ofis yöneticisi olarak bazı yönetimsel işleri ondan istersiniz.
- Başarılı bir danışmandan başarılı bir broker çıkacak diye bir kural yoktur. Bu daha farklı bir yetenektir. Siz danışmanlıkta başarılı olabilirsiniz ama brokerlıkta olamayabilirsiniz.
- İkna edip zar zor bulduğunuz, emek harcayarak aylarca ofise gidip gelen ama bir süre sonra para kazanamayıp bırakmış insanlardan oluşan büyük bir networkünüz olacak.



## Gayrimenkul Danışmanı El Kitabı

- İyi para kazandığında sizden ayrılıp kendi ofisini kuran veya daha iyi imkânlar arayarak başka ofislere transfer olanlar da olacak.
- Bir danışman; başarılı olmaya başladığında doğal olarak size daha az ödemenin yollarını araştırmaya, parayı ben kazanıyorum neden ofisle paylaşayım şeklinde düşünmeye başlar

## Markalı Gayrimenkul Danışmanlığı Hakkında

- Bir alıcı veya satıcının karşılaşılabilecekleri en büyük sürpriz; ikna edici danışmana güvenerek bir gayrimenkulü yanlış fiyata almak veya satmaktır. Marketten bir ürün alacaksınız bildiğiniz markayı alarak bu sorunu çözerseniz Gayrimenkul 'de bu işi nasıl yapacaksınız?
- Bilinçli bir tüketici, önemli alışverişlerinde risk almamak için bildiği bir ürünü tercih eder. Bilinçli bir gayrimenkul müşterisi için de aynı mantık geçerlidir. Köşe başında gördüğünüz “Muhittin Tadilat, Tesisat, Emlak” ta sizi karşılayan kişinin anlattıklarına mı yoksa o civarda yıllardır önünden geçtiğiniz kendi markası ile bilinen kurumsal bir ofiste sizi karşılayan yaka kartlı profesyonel bir danışmanın söylediklerine mi güvenmek istersiniz ?
- Hayatınızın en önemli kararını veriyorsunuz. Kimseyi töhmet altında bırakmak istemiyorum. Marka derken de sadece zincir markaları değil, kendi markasını yıllardır o bölgede oturtmuş olan ofisleri kastediyorum. Fazla önyargılı davranmak doğru olmasa bile ben şahsen daha az riskli olan markası o bölgede bilinen kurumsal bir ofise gitmeyi birkaç nedenden dolayı tercih ederdim.
- Ortalama bir emlak danışmanının kısa vadeli hedefleri, akşam evine ekmek götürme güdüsü veya umursamaz yapısı ile bir müşteriyi yanıltma riski yok diyemeyiz. Bunu o andaki acil para ihtiyacı sebebi ile bilinçli olarak veya bilgi yetersizliği dolayısı ile istemeden de yapabilir. Ama kurumsal bir marka çatısı altında yer alan bir danışmanın bunu yapma lüksüne pek yoktur çünkü şikayet edebileceğiniz bir ofis brokeri, genel merkez, hatta yurt dışı merkezi vardır.

- Marka, kişisel hataları telafi eder, alıcı veya satıcı da kendi başına güven uyandırır. Bu sebeple markaya portföy daha kolay gelir.
- Danışmanlar; kurumsal markalarda çalışmayı markasızlara tercih ederler. Bu onlar için bir statü sembolüdür. Yeni başlayan danışmanlar işi öğrenmek için kurumsal markaları seçerler.
- Zincir bir marka çatısına girdiğinizde ise işe bir kademe yukarıdan başlamış olursunuz. Bir anda uzun süredir oradaymış gibi bilindik, güvenilir olursunuz. Markayı zaten bilen kişiler sanki sizi de eskiden tanıyorlarmış gibi sizinle iletişim kurarlar. Mülkünü değerlendirmek isteyenler için zincir markalar en güvenilir noktalardır, çünkü bir aksilik durumunda sizi şikâyet edebilecekleri bir üst merci vardır.
- Ancak bu kadar avantajının yanı sıra gayrimenkul işinde kurumsal marka almak oldukça pahalı bir yoldur, bir üst ligdir. Para kazanmasanız dahi ödemeniz gereken minimum bedeller vardır. Belirli bir cironun altında ise net kazancınızın ciddi bir kısmını markaya ödediğinizi fark edersiniz.
- Marka; maliyetli bir yatırımdır, her çapa göre değildir ve sizde olmayan birşeyi yaratamaz. Siz yüz birim iş yaparsanız iyi bir marka bunu yüz otuz birime çıkartabilir ama siz on birim iş yapıyorsanız marka bunu kırk birim yapamaz.
- Bu sebeple bence marka yatırımı belirli bir ciro ve danışman sayısı seviyesine geldikten sonra düşünülmelidir.

## Uluslararası Zincir Markalar Hakkında

- ABD kökenli gayrimenkul zincirleri; ABD'den diğer ülkelere yayılarak Dünya tekeli haline geldiler. Markalarının kendi ülkelerinde eriştiği gücü tüm Dünyada franchise vererek kullanıp neredeyse bir şey yapmadan para kazanıyorlar.
- Normal şartlarda yarattığınız bir ürün veya hizmet tuttuğunda, talep duyulan, satılır hale geldiğinde ününüz kendiliğinden artar, ürünleriniz talep görür, isminiz yaygın hale gelir ve marka olursunuz.
- Gayrimenkul sektöründe bu durum tersten yaşanmaktadır. ABD'de başarılı olmuş bir markanın başka bir ülkedeki kullanım haklarını alan yatırımcı; yoğun bir pazarlama iletişimi ile ana markanın Dünya çapındaki başarısını kendi söylemine entegre etmeye çalışır. Yerli markaların böyle bir sorunu yoktur çünkü ya zaten başarılı oldukları için markaları oluşmuştur veya başarılı olamadıkları için marka haline gelemeden silinip gitmişlerdir.
- Dünyada yaptığı hizmetler ile belirli bir konuma gelmiş olan bir ABD markasının ülkemizdeki temsilciliğini üstlenmiş bir girişimci size markanın Dünyada elli yıldır ulaştığı başarısını anlatır. Onlar en çok satan, en çok bayisi olan, en çok aranan, en büyük, en yaygın, en çok vs vs... lerdir. Sanki onları marka yapan etken; iç piyasadaki kendi firmaları imişçesine "en" ler anlatılır, örnekler yurt dışından verilir.
- Gayrimenkul işinde yerli veya yabancı hiçbir marka size işinizi daha iyi yapabilmeniz için gizli bir reçete sunamaz. Hiçbiri şu özel bilgileri kullanarak diğer markalara göre %X daha fazla satış-kiralama yapabileceksiniz diyemez. Yapılması gerekenler evrenseldir, bazı markalar diğerinden daha kaliteli hizmetler verebilir ama alacağınız sonuçlar benzer olacaktır.

- Zincir markaların eğitimleri, etkinlikleri, sloganları, satış araçları birbirlerine çok benzerdir. Bazı eğitim dokümanları, paylaşım sistemleri de markalar arasında yatay geçiş yapan kişilerce birinden diğerine götürülmektedir.
- Zincir marka bir brokerdan haklı olarak yüksek standartlar koymanızı ve onları korumanızı isteyecektir. Daha büyük ve şık ofisler, giydirilmiş araçlar, kıyafet, düzen, toplantı odaları, kurumsal koku, tuvaletler vs gibi yerlerde daha yüksek standartlar haklı olarak istenecektir. Bunlar elbette güzel ve önemlidir ama bunları finanse edecek kadar gücünüz var ise.
- Bir zincire girdiğinizde verdiğiniz bedelin karşılığında alacağınız şeylerin neredeyse tamamını marka kullanım hakkı için ödeyeceğinizi bilin. Cüzi bir bölümü ise ücretsiz verilecek hizmetler için alınacaktır.
- Kazancınızın belirli bir yüzdesi aylık lisans ücreti olarak her ay markaya ödenecektir. O ay kazancınız bir rakamın altında kalırsa dahi sizden bir minimum lisans ücreti istenecektir. Yani o ay kazanamasanız bile bunu kira gibi her ay ödemek durumundasınız. Bu ücretler markalarda birkaç yıl içinde ciddi oranlarda artmaktadır. Eğer büyük cirolar yapamıyorsanız, gelirlerinizden masraflarınızı çıkarttığınızda elinize kalan net karın ciddi bir bölümünün lisans bedeline gittiğini göreceksiniz.
- Almış olduğunuz hizmetlerin önemli bir bölümü size ayrıca bir bedel karşılığında verilecektir ki bunlar aktiviteler, eğitimler, bilgiişlem alt yapısı, toplantılar, yemekler, kamplar türü aktivitelerdir. Özetle uluslararası bir markanın çatısı altına girmek ciddi bir maliyettir. Ancak yukarılara tırmandığınızda böyle bir seçimi düşünün

## Bazı Gayrimenkul İstatistikleri

ABD Emlakçılar Birliği (Nar) ın Google ile Ortak Yaptığı Araştırma Sonuçlarına Göre

- Gayrimenkul satın alanların % 90 ı önce web de araştırma yapmakta, daha sonra bir danışmandan mutlaka yardım almaktadır.
- Gayrimenkul arayanlar; bir yeri görmeden önce ortalama 11 web taraması yapmaktadırlar.
- Gayrimenkul satın alanların %69 u araştırmalarında semt ve konum bilgisini kullanmaktadırlar (Ümraniye Satılık Daire gibi)
- Yeni ev satın almaya karar verenlerin % 89 u hemen o anda cep telefonu ile araştırma yaparak başlamakta. % 68 i, cep telefonları için geliştirilmiş özel uygulamaları kullanarak araştırmaya başlamaktadırlar.
- Tipik bir ev satın alma işlemi yaklaşık üç ay sürmekte, ancak gayrimenkul danışmanı ile çalışıldığında bu süre kısalmaktadır. Hayatlarında ilk kez gayrimenkul alanların alma süresi daha uzun olmaktadır.
- Web üzerinden ev alan yaş guruplarının üçte biri; 25-34 yaş aralığına yerleşmiştir.
- Gayrimenkul danışmanlarının mülkün görülmesi ve satın alınması arasında bir köprü görevi gördüğü anlaşılmaktadır.
- Konut alanların % 67 si mutlaka, % 21 ise sık sık gayrimenkul danışmanına danışmaktadırlar.

## Gayrimenkul Danışmanı El Kitabı

- Sahibinden mülk satın alanların % 12 si bile tanıdıkları bir gayrimenkul danışmanına mutlaka, % 32 si ise sık sık danışmaktadırlar.
- Bu istatistikler birkaç yıl içinde değişmiş olacaklar, yine de kaba bir bilgi vermek amacıyla burada belirttim.

## Günümüzün Müşterisi Neden Konut Almak İster

- %30 Kendi evinin sahibi olup kira ödememek için
- %11 Daha büyük bir eve ihtiyaç duyduğundan
- % 9 İş değişikliği nedeni ile
- % 8 Aile durumunun değişmesi (evlilik-boşanma gibi)
- % 7 Maddi durumunun düzelmesi
- % 6 Aile ve arkadaşlarına daha yakın olmak için
- % 6 Daha iyi bir muhite geçmek için
- % 4 Emeklilik nedeni ile
- % 4 Daha küçük bir eve geçmek için
- % 4 İşe, okula, toplu ulaşımına yaklaşmak için



## Danışmanın Dış Görünümü

Leonardo da Vinci “*Son Akşam Yemeği*” isimli resmini yaparken İyi’yi İsa’nın bedeninde, Kötüyü de İsa’ya ihanet eden Yahuda’nın bedeninde tasvir etmek isteyerek bir model arayışına girer. Bir konser esnasında korodakilerden birinin İsa tasvirine çok uyduğunu fark eder. Onu atölyesine davet ederek, sayısız taslak ve eskizini çizer.

Aradan üç yıl geçmiş, ‘Son Akşam Yemeği’ tablosu neredeyse tamamlanmış ancak da Vinci henüz Yahuda için kullanacağı ona ilham vereceği modeli bulamamıştır.

Leonardo’nun çalıştığı kilisenin kardinali, resmi artık bitirmesi için ressamı sıkıştırmaya başlamıştır. Günlerce etrafta dolaşan Leonardo; kaldırım kenarına yığılmış yırtık kıyafetler içinde sarhoş bir adam görür. Aradığı Yahuda’yı bulmuştur. Yardımcılarına adamı güçlkle kiliseye taşıttırır. Artık zaman kalmamıştır. Leonardo; adamın perişanlığını resme geçirir. Resim tamamlandığında ayılan berduş gözlerini açar ve resme bakar. Şaşkınlık ve hüznü dolu bir sesle ‘Ben bu resmi daha önce gördüm’ der.

Şaşırın Leonardo da Vinci, ne zaman diye sorar. ‘Üç yıl önce’ der adam. ‘Elimde avucumda olanı kaybetmeden önce... O sıralarda bir koroda şarkı söylüyordum. Pek çok hayalim vardı. Bir ressam beni İsa’nın yüzü için modellik yapmak üzere davet etmişti...’

Bu Hikâye Paulo Coelho’nun meşhur Simyacı adlı eserinden alınmadır.

- İnsanı dışarıdan tanımlayan şey dış görünüşüdür. Kim olduğunuzu tanımlayın ve ona göre giyinin.
- Kötü bir bluejean, özensiz bir tişört, gömlek veya ceket, kalıbı bozulmuş, ayağınızda eğri duran ayakkabılar sizin kendinize saygınız olmadığını, işinize ve müşterilerinize yeterinde önem veremeyeceğinizi gösterir.
- Dağınık saç ve sakal da aynı şekilde sizi pejmürde, düzensiz, hayatı umursamayan, kendini akışa bırakmış biri gibi gösterir.
- Böyle bir görüntü ile sadece sizi iyi yakından tanıyanlara hitap edebilir, ciddi işlerin danışmanı olarak seçilmezsiniz. Sürekli takım elbise ve kravat ile dolaşın demiyoruz ama şık ve ciddi olun. İşinize ne kadar saygınız olduğunu gösterin. Yaka kartınızı, boyun askılığınızı olabildiğince takın
- Sosyal medyada veya başka yerlerde kullandığımız resimler; beyaz arka planda çekilmiş, gözlüksüz, profesyonel çekimler olsun.
- Kartvizitlerinizi resimli yaptırın ki kim olduğunuz hatırlansın. Kalın karton, plastik veya siyah, üzeri altın varaklı lüks oto galericisi türündeki kartvizit çeşitlerinden kaçının.
- Satılık-Kiralık afişleriniz mutlaka kurumsal standartta olsun. Kafanıza göre afiş yaptırmayın, ofisin ve markanın standartlarına uyun.

## İşimiz En Önemli Şeyimiz

- Eğer çalışmak zorunda iseniz; ister kabul edin ister etmeyin, hayattaki en önemli şeyimiz işimizdir. İşimizi yapıp kalitemiz, hayat standardımızı belirler. Özensiz, ilgisiz yaptığımız işlerin sonuçları kazancımıza da o seviyede yansır.
- İşimizde yüksek standartlar belirlememiz şarttır. Düşük standartlar ile yüksek standardı olan kitlelere ulaşamazsınız.
- Gayrimenkul danışmanlarının bir kısmı sadece bir iş yapıyor görünme arzusundalar. Özel işlerinden kalan kısıtlı zamanlarda sahaya çıkmadan laptoptan FİSBO ilanları arayarak danışmanlık yapılabileceğini düşünüyorlar. Siz de o şekilde davranırsanız, bir eşiği aşmadan takılıp kalacağınızı göreceksiniz
- Her gün işiniz ile ilgili sıra dışı bir şeyler yapmaya çalışın. Tüm aklınızı ve enerjinizi bu işe yönlendirin. Bu güne kadar yapılmamış neyi keşfederim diye çabalayıp uğraşın. Yönteminiz başarısız olursa pes etmeyin, başka bir şey arayın.

## İş Disiplini

- Dünyadaki tüm canlılar ilk fırsatta kaytarmaya meyillidir. **Buna siz de dâhilsiniz**
- Zaman, anlayamadan hızla geçiveriyor, bakıyoruz akşam olmuş ve gün sonunda elimizde yapamadığımız şeylerin listesi kalıyor. Aynı şekilde devam edersek ertesi gün listeye yeni yapılmamışlar ekleniyor. Her gün kendi kendimize “*bu gün de nasıl geçti hiç anlamadım*” deyiveriyoruz. Belli ki yapılması gerekenleri yapmamışız. Güne geç başlamışız, öncelik sırası belirlememişiz.
- İşinize sabah olabildiğince erken başlayın. Erken başlanan işlerde sihir vardır ve daha başarılı olurlar. Kendinizi sahaya atın. Yazışmalarınızı, telefonlaşmalarınızı, evinizde eşinizle kahve içerken değil uzmanlık bölgenizdeki bir kafede veya ofisinizde yapın
- Kendi kaytarma eğiliminizin farkında olun ve onu alt edin

## Dijital Dünyaya Uyumlanabildiniz mi?

- BB Kuşağı (Baby Boomers) ikinci Dünya savaşı sonrası doğdular. 1945-1964
- X Kuşağı,1965-1979 arası doğdular.
- Bu iki kuşak; teknolojinin gelişmemiş olduğu bir zaman diliminde dünyaya geldi. Bazı üyeleri teknolojiye ayak uydurmaya çalışıyor, bazıları ise korkarak uzak duruyorlar. Bir kısmının E-Mail i dahi yok, web bankacılığını kullanmıyor faturalarına otomatik ödeme talimatı veremiyorlar ve yapabildikleri tek şey WhatsApp kullanmak.
- Dijital dünya; Y ve Z kuşakları olarak ta nitelenen milenyum kuşağının var oluşunun bir parçası, çünkü onunla doğdular.
- BB ve X Kuşakları; bilgisayar, internet, telefon ve iletişim dünyası ile çok sonradan tanıştı. O dönemde bilgiler; ancak gazetelerin kupon karşılığı verdiği Temel Britannica türü ansiklopediler, dergi ve gazetelerden alınırdı.
- Siyah beyaz tek kanallı devlet televizyonu TRT, haftada bir gün yayın yapardı. Evinde TV olan nadir aileler sandalye düzeni oluşturur, diğer komşuları TV nin başlama saatinde seyre çağırırlardı. Evlerin çoğunda sabit telefon yoktu. PTT den torpil bulanlar en az on yıl bekledikten sonra telefona kavuşurlardı. İleri görüşlü aileler, çocukları sekiz on yaşında iken telefon başvurusu yaparlar, evlilik çağı gelince telefonu hazır olsun diye düşünürlerdi. Telefonlara günlük süt şişesi büyüklüğünde koca bir pil takılıydı. Bilgisayar zaten yoktu, internet ise hiç yoktu. Daha yeni dönemde renkli televizyon ve videokasetler çıkınca yurt dışına gidenler video filmler getirmeye başladılar, bu bantlar elden ele dolaştırılıp seyredilirdi. Bant bitince

geri sararken makine eskimesin diye geri sarma aletleri satılırdı. Elektronik olan hiçbir şeyin uzaktan kumandası yoktu. İlk çıkan uzaktan kumandalar kabloluymdu, gizlediğimiz kablolu kumandayla teybi yönetir, bilmeyenleri şoke eder sihir yaptığımızı söyledik.

- Bunlar yüz sene önce olmadı. Bu kuşak hala yaşıyor ve sadece ellili yaş ve üzerindeler. Aralarında pek çok gayrimenkul danışmanı da var. Yeni kuşak bu kuşağı anlamıyor, bu kuşak ta yeni kuşağı.
- Eğer BB veya X kuşağı bir danışmansanız, bilgisayar ve dijital dünya size uzaksa, bir E-mailiniz dahi yoksa bu meslekte şansınızın zayıf olacağını söylemekten hoşnut değilim ama maalesef acı gerçek bu. Kendinizi yenidünyaya uydurabilmeniz için herkesten daha fazla gayret etmeniz ve yılmamanız gerekiyor.
- Bu yıl dünyada üretilecek bilgi sayısı; geçmiş beş yüz yıldan daha fazla olacak. Dijital dünya basılı evrak gerektirmediğinden bilgi üretebilmenin maliyeti sıfırlandı. Sosyal medya sayesinde de etkileşim ve paylaşım imkânları muazzam gelişti. Yüzbinlerce takipçileri olan sosyal medya hesapları var. Bu da her gün üretilen bilgiyi kat be kat arttırıyor.
- Eskiden babalarımız emekli ikramiyeleri ile ev satın alırlardı. Yield (kira amortismanı) 10-15 yıl arasındaydı. Şimdi ise 20-30, bazı muhitlerde 35 yıla çıktı. Bu sebeple bir yaştan sonra ev almak yerine kiralamak daha iyi bir seçenek haline geldi. 30 sene borç ödeyip eve sahip olduğunuzda yaşınız da bayağı bir geçmiş oluyor. Gençler konut satın aldıklarında daha karlı çıkıyorlar ve alımlar genç yaşlara kaydı. **Diğer bir deyişle müşterileriniz artan oranlarda dijital dünyayı iyi bilen genç nesilden olacak.**

Aşağıdaki soruların en az beş tanesine EVET cevabı vermediyseniz bu eksikliklerinizi bir an önce tamamlamanız gerekmektedir;

1. Kaliteli resimler çekip bunları düzenleyip bilgisayarınıza ve emlak portallarına yükleyebiliyor musunuz?
2. Basit olarak dijital foto ve video editing yapabiliyor musunuz?
3. Sosyal Medya hesaplarınız var mı, doğru kullanıyor musunuz?
4. Portföyünüze, müşterilerinize ve ilanlarınıza her yerden erişebiliyor musunuz?
5. Kendi dizüstü bilgisayarınız var mı?
6. Portföy, müşteri, arama, aranma, satış-kiralama istatistiklerinizi tutuyor musunuz?
7. Kişisel bir web siteniz veya bloğunuz var mı?

## Sevmediğimiz İşleri Yapmak

- Bizi başarılı yapan şey sevdiğimiz değil sevmediğimiz işleri yapabilme becerimizdir.
- Örneğin zor bir müşterinizi aramanız gerekiyordur, bir türlü eliniz telefona gitmez. O kişiyi ya yumurta kapıya geldiğinde ararsınız, ya da onun aramasını beklersiniz. Böyle bir durumda farkında olmadan bitebilecek işi geciktirmeye başlamış olabilirsiniz. Bilgisayardan nefret ediyorsunuzdur, ilanlara gelen mail ve yorumlara bakmayı en sona bırakıyorsunuzdur. Bir şeyler kaçır farkında olmazsınız.
- Başarının sırrı; önem sırasına koyduğumuzda sevmediğimiz ancak yapmamız gereken şeyleri zamana yaymadan hemen ve en iyi şekilde yapmaya çalışmamızda yatar

Sevmediğiniz şeyleri öncelikle yapmaya ve daha iyi yapmaya çalışın. Bu sayede konfor alanınızdan çıkar, kişisel gelişiminizin önünü açarsınız



## Altıncı Hislere Fazla Güvenmek

- Bunu hissediyorum dediğiniz bir konuda yanılma ihtimalinizin yüksek olduğunu lütfen biliniz. Hayvanlar hissederek, insanlar düşünerek yaşarlar
- İnsan hislerinin çoğu; o güne kadar biriken tecrübe ve peşin yargıların ürünüdür. Özellikle kadınlar bu konuda daha dikkatli olmalılar.
- Tahmin ediyorum, hissediyorum dediğimiz şeylerin çoğu, önceden başımıza gelenlerden çıkartmış olduğumuz bilinçaltı yargılarıdır. Daha önce birkaç kez problem yaşadığımız tipteki bir kişi ile karşılaştığınızda bilinçaltımız dikkatli olmamız için bizi uyarır.
- Bu durumlarda hislerinize göre hareket etmeyin. Her bireyin yaşamı birbirinden farklı olduğundan hislerin herkes için ortak bir standardı bulunamaz.
- Hisler, çoğunlukla geçmiş tecrübelerimizi temel alarak aynı şeylerin gelecekte tekrarlanmaması için bizi korumaya çalışan bilinçaltımızın uyarılarıdır. Bizi koruma amacı ile çalışan bu sistem, özellikle insan ilişkileri söz konusu olduğunda bizi limitleyen, olaylara ön yargılı yaklaşmamıza sebep olan ve başkalarıyla doğru ilişki kurmamızı engelleyen bir hal almaktadır.

## Risk Alamamak

- Hata yapmadan başarılı olabilmek neredeyse mümkün değildir. Hata yapmamak demek yeterince risk almamış olmak demektir. Risk almadan başarı kazanılamaz.
- Denenmeyen her şeyde başarısız olma olasılığı yüzde yüz dür.
- Riskler alın. Ancak elbette tüm yumurtalarınızı aynı küfeye koyarak değil, B ve C planlarınızı da olacak şekilde yapın bunu!
- En başarılı ve en çok atan futbolcuların kariyerlerine bakın. Bu kişiler aynı zamanda en çok gol kaçırdıkları için en çok kızılan kişilerdir.

*Denizdeki bir istavritin sizin oltanıza takılma ihtimali belki de trilyonda birdir. Ancak olta attığımızda ona takılan başka istavritler de olur. Bunun için oltanızı sürekli atıyor olmalıyız.*

## Sihirli Kelime - *Peki*

- Peki, yani kabul kelimesini sık kullanmayız. Hatta ailemizden gelerek başlayan öğretiler bize hayır diyemediğimizi ve hayır diyebilmemizin önemli bir özellik olduğunu anlatırlar.
- Evet; bilinç altımıza göre kendimizden taviz vermek anlamındadır. Bu döngüye girdiğinizde sizin için güzel olabilecek şeyleri de atlayıp kabul etmemeye başlayabilirsiniz. Ne kadar hayır dersiniz kendinizden o kadar az vermiş hissedersiniz. Egosu yüksek insanlar hayır kelimesini bolca kullanabilirler ama siz onları kendinize örnek almayın.
- Peki demek karşı tarafa kendimizden bir şey verebildiğimizi gösterir, yeter ki kontrollü kullanın. Peki dediğimizde kendimizi aldanmış, ezik, önümüze konanı kabul eden birisi olarak hissedebiliriz. O his geldiğinde en olmadık bir yerde anlamsız bir uyanış sergileyerek bir anda hayır der ve müzakereyi çıkmaza sokabiliriz.
- Peki demeyi öğrenin. Peki, karşı tarafın yelkenlerini indirir.
- Dünyanın sistemi Hayırları Evete dönüştürme savaşı üzerine kuruludur.
- Verilen üç peki karşılığı bir peki alma ihtimaliniz çok artar. Peki diyemeyeceğiniz bir durumda konuyu peki diyebileceğiniz başka bir konuya getirip diğerini unutturun
- Daha az önemli konuları Peki lerle aşarsanız en önemli konuya geldiğinizde eliniz çok güçlenmiş olur
- Her peki veya evet dediğinizde bunu bilinçli, karşı tarafı tartarak yapın !

## Sihirli Kelime – *Gibi*

- Gibi, sizi keskinlikten korur, hatalarınızı telafi eder, hata payı bırakmanızı sağlar.
- Gibi; bir olayı veya durumu kendi yargınızı kullanmadan izah etmeye çalıştığınızı gösterir. Yani benim görebildiğim kadarı ile konu bu şekilde görünüyor denilmektedir. Siz, olayı değerlendirme biçiminizden ziyade olayın size ne şekilde görüldüğünü objektif olarak anlatmaya çalışıyorsunuzdur.
- Bu ev size çok uygun yerine bu ev size uygun gibi görünüyor deyin. Belki karşı tarafın ne istediğini tam olarak anlamamışsınızdır. Bu daire buralardaki en uygun fiyatlı dairedir yerine, sanki bu daire buralardaki en uygun fiyatlı daire gibi görünüyor deyin ki sonradan mahcup olmayın.
- O an doğru görememiş olabilirsiniz veya veremeyeceğiniz sözler vermiş olabilirsiniz. Bazen ağızımızdan çıkan keskin sözler yüzünden bazı konular geri dönülemez noktaya gelebilir.

## İşİ Bozabilecek Türde Hatalar

- Sinirlenmek, sinirlendirecek bir şey yapmak
- Yeterince tanımadığımız bir müşteri ile din, siyaset, futbol konuşmak
- Dinlememek, bol bol anlatmak
- Aramalara geç dönmek, yoğunum, yoğunum demek
- Yapılacakları unutmak
- Gelişmeler hakkında geri bildirim vermemek, müşteriyi ılık tutmamak
- Müşteriyi gerekli durumlarda bile aramamak, her koşulda onun aramasını beklemek. Hatta arayacağım diyerek aramamak
- Konular için kesin konuşmak
- Kendini övmek, sürekli geçmiş başarılarını anlatmak
- Bitirici önemli görüşmeleri ofiste broker eşliğinde yapmamak
- Karşıdakini sizden daha zeki kabul etmemek, hatta aptal yerine koymak.

## Araştır Ama Fazla Oyalanma

- Bir konuda yol almak İstiyorsan şimdi başla
- Tüm yolculuklar o ilk adımla başlar. Bir ağaç dikmek için en iyi zaman belki yirmi yıl öncesi idi ama en iyi ikinci zaman, bu gündür. Bir arabanın uzun farları yüz metreden daha fazlasını gösteremez ama size karanlıkta tüm Dünyayı dolaştırabilir.
- Kararsız kalmak ve adım atamamak, yapılabilecek en kötü şeylerdendir. Yanlış yola giren kişi bir süre sonra onun yanlış olduğunu anlayıp diğer alternatife geçer, doğru yolu bulana kadar uğraşır. Korkup bekleyenler ise başkalarının başarılarını uzaktan seyrederek kendini avutur.
- Su, mermeri deler, sadece zamana ihtiyacı vardır.
- Gayrimenkul sektörü genellikle ikinci kariyer olarak seçiliyor demiştik. Bu nedenle bu işi yaparken içinize her zaman başarısız olma korkusu düşebilir, etrafınızdaki tecrübeli insanlara baktığınızda geç kalmış olduğunuzu düşünebilirsiniz, moraliniz bozulabilir. Ancak bu sektörde bilgi ve tecrübe her şey değildir. Güvenilir olmak, azim, çaba göstermek, pes etmemek, yoğun çalışmak daha önemlidir. Bilgiye nasıl olsa ağır ağır ulaşırsınız.

## Başarılarınız Kıskanılır!

- Her canlının genetik kodunda kendi neslini büyütme yatar. Başarılı insanlar diğerlerinin de başarılı olması için gayret sarf ederler. Başarısız insanlar ise diğerlerinin de başarısızlığa uğramasını arzu ederler ki yalnız olmadıklarını hissedebilsinler.
- Siz başarılıya etrafınızdaki insanların hepsinin mutluluğunu düşünmeyin, bir kısmı da mutsuz olacak ama size çaktırmayacaklar. Bazıları sizi kendileri ile kıyaslayacaklar, hatalarınızı gündeme getirecekler. Bazı başarılarınızın tadını çıkartamayacaksınız. Onlar; başarılarınızın arkasında bir neden arayacaklar. Zaten kocası zengin, eşinin inşaat şirketi var, bende öyle mini etekli seksi kıyafetler giysem ben de satarım, onun bölgesi iyi bizim bölge kötü şeklinde ön yargı ve kıskançlık duygularına muhatap olacaksınız.
- Sizden daha tecrübeli olup ta bilgisi ile güzel fikirlerinizi ezenler de olacak. O iş öyle olmaz ben yirmi yıldır yapıyorum sen daha yeni başladın benimle iddialaşma diyenler olacak.
- Sakın bu durumlarda demotive olmayın. Her başarılı insan; diğerlerinin denemeye korktuğu sıra dışı bir şeyleri yapmış olmandır. Demotive olmak, başarısızlığın temel nedenidir.

*Hiç kimse izniniz olmadan kendinizi aşağı hissetmenize neden olamaz.- Elenor Roosevelt*

## Öğrenilmiş Çaresizlik

- **Her farklı fikir, tepki doğurur.**
- Gelecekle ilgili tahminlerin çoğu korkular ve kötü olaylar yaşanacağı senaryolarına göre yapılır. Bir şeyi kendi yapamayan; başkasının da yapamayacağını zanneder ama her canlının kaderi diğerinden ayırır.
- Size ne yapamayacağınızı söyleyen insanlara aldırış etmeyin. Onlar kendilerini anlatıyorlar. Kendi yapamadıklarını başkalarının da yapamayacağını düşünüyorlar. Bu doğru olsa Dünya'da keşif diye bir şey kalmazdı, rekorlar da yeniden kırılmazlardı.
- Kimse geleceği öngöremez. Başkalarının önyargılarının kurbanı olmayın. Önyargı, geçmişteki kötü bir olayın yeniden tekrarlanacağı varsayımdır. Bazı insanlar kötü niyetli olarak olmasa bile sizi koruma amacı ile de cesaretinizi kırabilirler. Elbette tecrübelerle kulak tıkamamak lazım, ancak Her gün evrende tüm şartlar değişmiş olarak uyanırız ve hiçbir şey önceki ile aynı olarak gerçekleşemez.



## Hata Yapmaktan Korkmayın

- Yaptığımız hataların bizi küçük düşüreceğini, insanlara mahcup olacağımızı düşündüğümüz için harekete geçmeyiz
- Başka insanların ne düşüneceğini boş verin. İnsanlar her şeyi unuttur, başarılarınızı da hatalarınızı da nasıl olsa iki gün sonra unutacaklardır.
- Harekete geçin ve hata sayınızı arttıracak şeyler yapın, sü-rüden olmayın.
- Korku kişisel bir şeydir. Korku duyulan olaylar, tüm insan-lar için aynı değildirler. Bazısı yükseklikten korkarken diğeri dağcılık yapar. Biri motosiklete binmekten korkarken diğeri motorla 300 km hızlara çıkar. Biri karşı cinse yaklaşımdan korkarken diğeri her gün yeni bir arkadaş edinir.
- Korku; konfor alanımızı dar tutan bir histir. Korkumuzun üzerine giderek atacağımız her adım konfor alanımızı ve ruhumuzu büyütür. Korktuğumuz şeyleri birkaç defa yaptığımızda artık onlardan korkmadığımızı fark ederiz.
- Kayağa ilk başlayanların en büyük korkusu düşüp ayağı-nı kırmaktır. Bu korkusunu aşamayanlar kayak yapama-makta, kendini zorlayıp deneyenler ise birkaç kez düştük-ten sonra bir yerlerinin kırılmadığını görünce neden daha önce başlamadıklarına hayıflanmaktadırlar. Yıllardır kaza yaparım korkusu ile araba kullanamayan kişiler var.
- Trafikten korkuyorsanız gidip kendinizi arabaların altına atın demiyorum tabii ki. Ancak ufaktan konfor alanınızın dışına çıkmaya başlayın

*“Senelerdir kendini eleştiriyorsun ve işe yaramadı. Kendini onaylamayı dene ve ne olduğunu gör.” - Louise L. Hay*

## İki Dakikada Anlatamıyorsanız Bilmiyorsunuz

- Konuya en hakim olan kişi; o konuyu en az cümle ile anlatabilendir.
- Anlatmak için uzun cümleler kurmak, konuyu yeterince özümsemediğinizi gösterir. Net olarak anlatamadığınızda değişik örnekler vermeye başlar ve konuyu uzatıp durursunuz.
- Hangi konuları iki dakikada anlatamadığınıza dikkat edin ve o konuları daha iyi öğrenin
- Örneğin bir evin metrekaresinin ne anlama geldiğini inceleyin. İlk anda soru basit gelebilir, bir evin net ve brüt olarak iki metrekare değeri vardır. Biraz daha derinlemesine baktığınızda bu konuda Türkiye’de netleşmiş standartların olmadığını göreceksiniz. Şöyle bir incelersek;

Brüt m2 nedir, neleri kapsar. Net m2 nedir neleri kapsar. Bir konutu içten içe ölçtüğünüzde belirtilen net m2 den daha düşük bir değer bulacaksınız. Evinizin dış ve iç duvarları var. Dairenizin sınırları içinde kalan tesisat ve havalandırma boşlukları, davlumbazlar var. Karşınıza “kullanılabilir alan” şeklinde başka bir kavram çıkacak. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı bir konutun size ait olan sınırlarını “bağımsız bölüm” olarak tanımlar. Maliye bakanlığı ise “satılabilir m2” diye ayrı bir kavram getirerek otopark, sığınak, havuz, kömürlük, arıtma tesisi alanı su deposunu bile net m2 içine sokar. Müteahhitler bu durumu lehlerine kullanarak size net m2 adı altında alakasız farklı ölçüler verirler.

Bu metrekare, elinizdeki tapuda yazılı bir değer de değildir. Tapuda arsa payınız yazar. Dairenin arsa payı düşükse, bina kentsel dönüşüme giderse arsa payına göre size teslim edilecek dairenin m2 si de küçülecektir.

Bu basit konu görünen bu onu esasında oldukça karışıktır ve bilinçli bir müşteriden gelecek tek bir soruya karşılık hikâye yazmaya başlarsanız güvenilirliğinizi yitirirsiniz.

Başka bir örnek vereyim; ofisinizde alıcı ve satıcıyı anlaştırdığınızda yapmış olduğunuz tip sözleşme, noterden yapılmadığı zaman geçerli değildir. Bir hukuki itilaf vukuunda yok farz edilir.

Müşteriden alınan kaparo, eğer müşteri vaz geçerse iade edilmek mecburiyetindedir. Vazgeçme durumunda geri verilmemesi için cayma akçesi olarak işlenmelidir.

Ayıplı mal şeklinde başka bir kavram var ki depozitosu alınmış işlerde müşterinin bu yolu kullanarak işi durdurması mümkün. Ayıplı malın ne olduğunu da lütfen araştırın.

Taşyünü kaplama ile camyünü kaplamanın farkını, laminat parke ile lamine parkenin farkını birer cümle ile anlatabilirsiniz.

Bu örnekleri gayrimenkul işinde farklı noktalarda türetmek mümkündür. Bunları ikişer cümle ile anlatamıyorsanız işlem bedelinizi düşürmeye çalışacak bir müşteriye koz verirsiniz.

## İlişkiyi Ilık Tutun

- İşlem sürekli takip ile sonuçlanır. Sürekli takip; karşı tarafın gerektiği kadar aranmasıdır. Ne daha fazla ne de daha az.
- Tarafları gerektiği kadar aramalı ve bu gerekliliğin sıklığına gelen tepkiyi hissetmeye çalışarak karar vermelisiniz.
- Çok aradığınızda işe muhtaç olan aç danışman, az aradığınızda ise ilgisiz konumuna düşebilirsiniz
- Sıcak yakar, Soğuk soğutur. Ne sıkboğaz edin ne de boş bırakın. Bunun ölçüsünün sihirli bir formülü yoktur, kişiseldir. Siz her müşteri için bu ayarı kendiniz bulacaksınız.

İlişkilerinizi Ilık Tutun

## Kimse Karşılığında Kazanç Olmadan İş Yapmaz

- Birinden bir şey istediğinde ona bir şey vermeyi önerebilmek gerekir. Bir işte o işe katkısı olan her kim var ise onun da kazancını belirlemek gerekir. Bu kişi kapıcı olur, güvenlik görevlisi olur, bir arkadaş olur, bir yakın olur.
- Birinden bir şey istendiği zaman karşısındaki aklından geçen, onun kendi kazancının ne olacağıdır. Kazanç maddi olmak mecburiyetinde değildir, bir övgü, minnet veya teşekkür de bir beklentidir.
- Yardım istendiğinde insanların merhamet veya minnettarlık duygularına değil, çıkarlarına hitap etmek daha akıllıca olur. Aksi takdirde bir sonraki istediğinizin karşılanma ihtimali azalır, iletişim yavaşlar, bir süre sonra da kopar.

## Müşteri ve Satıcıya Eşit Davranın

- Bir arkadaşınız sizden dairesini satmanızı istedi, siz de çalışmaya başladınız ve bir müşteri buldunuz. Bu durumda sadakatınız kime olacak?
- Sizi uzun vadede başarılı kılacak olan şey, yıllardır tanıdığınız satıcı veya yıllardır tanıdığınız alıcı değildir. Ofisimize adımını atan ve o güne kadar hiç görmediğiniz kişinin de eşitlik ve adalete ihtiyacı vardır.
- Arkadaşınızı kayırmak uğruna bir haksızlığa yol açarsanız oyunun kurallarını bozarsınız.
- Sizden memnun kalan alıcı, yarın bu evi sat veya kirala diye yine size gelecek. Eğer bir hata yaptıysanız tüm çevresine sizi ve ofisinizi kötüleyecek.

Her iki tarafa da eşit davranmak oyunun kuralıdır.

## Yalan Şüphesi

- Birinin yalan söylediğinden kuşkulanıyorsanız dediklerine inanmış gibi yapın. Bu ona yalanlarına devam etme cesareti verecektir.
- İnanmış gibi görünüp onu destekler görünerek, hatta ay-nısının kendi başınıza da geldiğini söyleyerek konuyu iyice öğrenin. Çok konuşan çok açık verir, araştırmak üzere notlarınızı alın
- Bir gayrimenkul danışmanı, kendisine söylenen her şeye inanmamalı, bunların tamamını müşterisinden önce test etmelidir.
- Satıcının iletmiş olduğu bir konu doğru değilse ve bunu sizden önce müşteriniz fark ederse ne duruma düşeceğini bir düşünün!

## İşiniz Gayrimenkul Değil İnsan

- Genellikle beğendiği mülkü alma veya kiralama imkânı olmayan ve daha altına razı olmak durumundaki bir alıcı ile karşı karşıya kalacaksınız
- Satıcı ise kendisi için özel olan, yıllarca anılarını biriktirdiği, belki de mecbur kalarak sattığı ve bir daha sahip olmayacağını düşündüğü o özel mülkü, düşündüğü fiyatın altına vermek istemeyecektir.
- Bu iki zor ucu bir araya getirebilmek, sizin çabalarınız ile olacak ve her iki taraf ta muhtemelen fiyattan çok memnun kalmayacaktır.
- El sıkışıldığında alıcı acaba fiyatı daha da düşürebilir miydim acele mi ettim diye düşünürken satıcı da hızlı mı sattım acaba biraz daha beklese miydim diye düşünebilecektir.
- Bitirdiğimiz işlemlerin çoğu, bir veya iki tarafı memnun etmeyebilir.
- Birkaç hafta geçmeden alıcıyı, satıcıyı arayıp hatırlarını sorun. Ofise çaya davet edin, sohbet edin, muhtemelen gelmezler ama bu jestinizi hep hatırlarlar.
- Hem alıcı hem de satıcıyı kazanmalı, referans listemize eklemeliyiz.

İşimiz gayrimenkul değil insan biriktirmektir.



## Mutluluk Maskesini Takılı Tutun

- Zor bir ülkede yaşıyoruz, şartlarımız zaten ağır. Hele bu sektöre yeni başlamış bir danışmanın özel hayatında aşması gereken daha ne kadar sorunu vardır. Parasızlık, zamansızlık, isteksizlik, çaresizlik, korku, umutsuzluk, pek çok şehir insanının ortak derdi.
- Bu konuları dertleşmeyi annenize, kocanıza saklayın. Aynada kendinize bakıp gülümseyin, o halinizi koruyarak ofisinize gidin. Kimse bir looser dan danışmanlık almak istemez.
- Sizden danışmanlık alacak, size ödeme yapacak olan kişi; karşısında üzgün, ezik, zayıf birini görmek istemeyecektir.
- **Görüştüğümüz herkese enerjik, mutlu, güçlü görünmeli, onlara kendilerini iyi hissettirmeliyiz**

## Öfkeyi Kararlılığa Dönüştürün

- Öfke; kişi karşı tarafı istediği noktaya bir türlü getiremediğinde veya durumu kontrol edemediğinde ortaya çıkan duygudur. Karşı tarafı yapması gereken şeyler konusunda mecbur görmemizin bir sonucudur.
- Uzun süreli müzakere gerektiren durumlar istediğimiz noktaya gelmezlerse ufaktan öfke hissi oluşturabilirler. Ne kadar haklı olursak olalım öfke bu mesleğin yapısına ters düşen bir duygudur ve müşteriye kaybetmenin en kesin yoludur
- Fiyatı daha fazla düşüremeyen alıcı kızar. Düşündüğünün altı teklif edilen satıcı da kızar. Herkes kendini haklı zanneder ve kızmayı kendine hak görür.
- Siz haklı ve haksız çok net çizgilerle ayırıp bir tarafı haklı, diğer tarafı haksız bulursanız iş bozulabilir. Kızanın neden kızdığını empati yaparak anlamaya çalışmak kilitleri açar. Problemi o anda çözmeye çalışmayın. Sessiz kalarak hadi bir ara verelim, dışarı çıkalım, kahve filan içelim deyin. Sular durulana kadar sakin kalın, çözmeye çalışmayın, kızan tarafı anladığınızı gösterin yeter. Bir süre sonra muhtemelen size kendisi açılacaktır.
- Eğer gayrimenkul danışmanlığı yapacaksanız kendi öfkelenizi kontrol altına almanız ve başkalarının öfkelerine tepki vermemeniz gerekiyor ve bu imkânsız bir şey değil. Bir yolu var.
- **Öfkeyi dizginleyebilecek davranış ısrardır.** Öfkelenmeden ısrar etmek er veya geç direnci kırar. İyi müzakereciler müşterilerine hiçbir zaman kızmazlar. Bıkmadan, usanmadan durumu tekrar tekrar anlatırlar.

- Bizi öfkeliendiren şey, üst üste defalarca izah etmemize rağmen karşı tarafın inatla anlamamaya çalışmasıdır. Örneğin bir fiyat pazarlığı sonucunda defalarca fiyat düşürülmüş ancak alıcı hala son bir pazarlık yapmak istemektedir. Portföy sahibi elinden gelenin fazlasını yapmıştır. Alıcıya almazsan alma diye rest çekmek isterseniz, telefonlarını açmazsınız, ses tonunuz bozulur.
- Böyle bir davranış kalıbının içine girdiğinizi hissettiğinizde hemen taktik değiştirin. Kızmayacağım, dik duracağım, dik duruşum onu yıldırır ben sakın kalacağım diye kendinize telkinlerde bulunup geri adım atamayacağınız son önerinizi her seferinde aynı pişkinlik ve rahatlıkla tekrarlayın.
- Ölücü tabir edilen bazı insanlar vardır ve olmayacak fiyatlar verirler. Zaten bu tür bir kişiye normal fiyatına bir yer satamazsınız. Alacakmış gibi yapar ama son anda size bir alternatif örnek daha gösterirler.
- Bazen de kendini tok göstermeye çalışan ve fiyatı en aşağıya çekip çekmediğinden emin olmak isteyen birine denk gelirsiniz. Bu dik duruşunuz etki yaratacak ve sonuçta satış bir noktada kapanacaktır.
- Siz hangi cinsten olduğunuzu bilmediğiniz bu tür bir müşteriye rest çekerseniz veya öfke ile karşılık verirseniz alacağı varsa bile gururu kırılacak, para benim değil mi daha iyilerini bulurum diyerek vaz geçebilecektir.

## Küstüm, Oynamıyorum

- Küstüm, oynamıyorum diyen bir kişi, bu tavrını sizin durumu düzelterek inandığı için yapıyor olabilir
- Küseni çok ciddiye almayın, konunun özüne girin sorunun ne olduğunu tam anlayın, belki konu yanlış anlaşılmalıdır
- Bir bahane molası verip konuyu değiştirin, ortam yatışınca müzakereyi devam ettirin. Maç 90 dakikadır, siz daha beşinci dakikadasınız
- **İşi bitirene kadar küslüklere sakın aldırmanın**
- İş hayatında karşımıza şımartılmak isteyen kişiler sürekli çıkacak
- Müşterinizin şımarıklıklarını mazur görmeye çalışın, şırmalarına izin verin
- İnsanlar en çok şımarıklıklarını en güvendikleri ortamlarda yaparlar. **Demek ki siz güveniyorlar**

## İtirazlar Köprülerdir

- Karşı tarafın itirazlarını işi çözmeye yönelik köprüler olarak görürsek rahat ederiz
- Gelen itirazları, karşı tarafın çözümden uzaklaşmaya çalışan gayretleri olarak nitelersek yanlış yapmış oluruz.
- İtirazlar bize işi bitirmek için uzatılmış ellerdir ve karşı taraf bize; “bunu çözersen bir sonraki aşamaya devam edeceğim” demektedir.
- Bir müzakere satışa dönene kadar pek çok itiraz ile karşılaşacaksınız. Soğukkanlılıkla hepsini teker teker çözmeli, pes etmemelisiniz.

## Zaman Hırsızları “Konuşkanlar”

- Bir “Konuşkan” öyle çok konuşur, üst üste öyle konular açar ki konu özünden kopar. Ne zaman bitecek diye ilgiyle dinlersiniz ama tam bitti derken başka bir konu açar ve sıra bir türlü konuya gelemez
- Bir konuşkan, ofisinize uğradığında ne süre kalması gerektiğini bilmez, telefon ettiğinde sizi ne kadar tutması gerektiğini de hesaplayamaz. Sizin, önemli işiniz var mı farkında değildir. Konuşurken sizi düşünemez, empati yapamaz, vücut dilinizi okuyamaz. Kendi iletişim ihtiyacını gidermek için tüm zamanınızı çalmaya hazırdır.
- Konuşkanlar zamanınızı çalarak iş yapmanızı engeller. Sürekli dinlemeye çalışmaktan enerjiniz tükenir.
- Bir “Konuşkan”ın zamanınızı çalmasını onun yorulmasını bekleyerek durduramazsınız. Onun sözünü bir şekilde keserek yönü konuya döndürüp kontrolü ele almalısınız. Eğer kontrolü bir kaptırırsanız kendi başarısızlığınızın önünü açarsınız çünkü para kazanmak için günde on iki saatiniz varsa bunu bir kısmını sizden gereksizce almıştır.

Başkalarına kişisel sınırlarınıza saygı duymayı öğretin.

## Karşı Tarafı Dinleyebilmek

- Pek çoğumuz, karşı taraf istemediği halde konuşma eğiliminde oluruz. Pek çok danışmanın vazgeçemediği huyu ise gayrimenkulden önceki mesleklerindeki başarılarını müşterilerine uzun uzadıya anlatmalarındır.
- Böyle bir durumda esasında konuşan egomuzdur. Karşımızdaki kişi ben bunları neden dinliyorum diye düşünüyor olabilir. Gereğinden fazla konuşanlar durup dururken kendi krizlerini yaratabilir, açık verebilirler.
- Karşı tarafın vücut diline dikkat edin. Bakışlarını kaçırmağa başladı mı, sürekli başını sallamaya başladı mı, yüzünü hafif bir tebessüm kapladı mı, bazen dik dik yüzünüze bakıyor mu? Eğer öyle ise konuşmalarınıza bazen ara verin, susarak bir boşluk oluşturun. Karşı taraf hemen konuyu değiştiriyorsa o konuda fazla takıldığınızı anlayın.
- Başarılı iletişimciler, kendilerinin iyi bir dinleyici olmadıklarını fark etmiş, önlemlerini almışlardır. Dinlenmekten hoşlanmayan yoktur. Dinlediğinizi belli etmek, karşı tarafa yöneltebileceğiniz en etkili iltifatlardan biridir. Elbette bir yere kadar

## Özgüven Fütursuz Kullanılmamalı

- Bir danışmanda olmazsa olmaz koşuldur özgüven. O sizin beden dilinizdir. Zekânızı, bilginizi gösterir. Özgüveni yüksek olduğu belli olan insanların dediklerini genelde incelemeden doğru kabul ederiz
- Ancak özgüven seviyesi ortama ve kültüre göre dengelenmelidir.
- Fazla naiflik ve çekingenlik özgüvensizlik olarak anlaşılabilir gibi fazla özgüven de ukalalık ve ego olarak adlandırılabilir.
- Özellikle başarıyı yakalamış bazı danışman ve brokerların küstahça, kibirli ve dünyaları ben yarattım türünde tavırlarını gözlemleyin. Bu tavırların ortalama müşteriye ne kadar itici gelebileceğini düşünün. Size gelen müşteri zengin olmasa dahi parası veya mülkü vardır. Asıl patronun müşteri olduğunu unutmamalısınız.
- İlişkilere zarar verecek kadar aşırı özgüvenli gözükmemeli, küstah bulunmamalıyız.

***Müşteri hep haklı bulunmak, en azından anlaşılıyor olmak ister. Düdüğü, çalan parayı verendir.***



## İkarus Sendromuna Girmek

- Yunan Mitolojisindeki bir hikâyeye göre tüylerini bal mumu ile yapıştırarak kuş gibi uçmayı beceren İkarus, uyarılara kulak asmamış ve aşırı yükseldiğinde güneşin kanatlarını eritmesi ile denize çakılmıştır.
- İkarus sendromu; kişinin kendine fazla güven duyup aşırı risklere girme halidir. O güne kadar alınan kararların olumlu sonuçlanmasıyla oluşan güvene bağlı olarak hesapsız riskler alma durumudur.
- İşler iyi giderken hep iyi gideceği zannedilen ‘bana bir şey olmaz’ yaklaşımı, bazen sorunlar yaratmaya başlar.
- Kibir, kendini beğenmişlik, yıkılmaz olmak düşüncesine kapılmak, başarılı bir gayrimenkul profesyonelinin içine düşebileceği tuzaklardan biridir.
- Çevrenizdeki gayrimenkul starlarının ünlerini ne kadar süre sürdürebildiklerini gözlemleyin. Çok büyük bir kısmı ulaştıkları o zirvede uzun süreli kalıcı olamamışlardır.

## Siz bir Danışman değil Psikologsunuz

- Doktora, avukata, gayrimenkul danışmanına yönelen bir insanın yaşadığı bir hikâyesi, travması olması muhtemeldir. İnsanlar salt gayrimenkul danışmanına değil, hayatlarını yeniden kurmaya çalıştıkları o yeni dönemde güvencikleri ve duygusal bağ kuracakları bir kişiye ihtiyaç duyuyorlar
- Alım, satım, kiralamaların en az yarısı mecburiyetlerden oluyor. Evlenmeler, boşanmalar, hastalıklar, yaşlılıklar, ölümler, iflaslar, aileden kaçmalar, tayinler, işsiz kalmalar ve daha pek çok şey.
- Zorluklar yüzünden daha uygun kiraya geçenler, zorluklar yüzünden mülkünü satan insanların iç dünyalarını anlamaya çalışıp onların psikoloğu olmak durumundasınız.
- Kendilerine yeni bir yuva kuracak insanlara vizyonunuz ile ilham vermelisiniz.

## Hem kısa hem de Uzun Vadeye Odaklanın

- İnsanların bazıları sadece kısa vadeli kazançlara, bazıları ise sadece uzun vadede oluşacak düzenli getirilere yönelerek diğerini ihmal etme eğilimindedirler. Her iki bakış açısının da avantaj ve tuzakları vardır.
- Sadece kısa vadeye odaklanmak; bizi yatırım yapmaktan alıkoyar. Müşteri kaybettirir, hata yaptırır, uzun vadede büyümemizi veya kalıcı olmamızı engeller.
- Sadece uzun vadeye yönelmek ise üstü örtülü korku veya gizlenmiş tembelliktir. Yaptığımız hatalara bahane bulmanın mantıklı bir yoludur.
- Kısa vadeye odaklanarak günü kurtarıyoruz, o an cebimize birkaç kuruş atarız ama kalıcı bir büyüme faaliyetinde bulunmayız. Pazarlama ve tanıtıma bütçe ayırmayız, eğitimlerimizi ihmal ederiz, networkümüzle yeterince ilgilenmeyiz. İşlem yaptığımız, hizmet verdiğimiz kişileri bir daha hatırlamamak üzere unuturuz.
- Kısa vadede başarı sağlayamadığımız zaman ise bugün olamayanların er veya geç bir gün olacağını düşünerek aynı hataları yapmaya devam edebiliriz. Belki de eksiklerimiz, yanlışlarımız vardır ve bunları yok farz ederek uzun vadeye bakıp eksikliklerimizi görmezden geliyoruzdur.

Kısa ve uzun vadeye aynı anda odaklanın. İkisi de eşit önemlidir.

## Müşterinin Özel Günleri

- Doğum günleri veya özel günlerde klişe kutlama mesajları atmayın, özel bir şeyler yapın. Özel günlerde yollayacağınız klişe mesajlar ters etki doğurabilir;

**Sayın Şerafettin Tekeli,**

**Doğum gününüz kutlu olsun**

*Sami Çorbacı*

*Gayrimenkul danışmanı - Modus Gayrimenkul*

**Herkesin Bayramını Kutlarım**

*Sami Çorbacı*

*Size Bir telefon kadar yakın gayrimenkul danışmanınız*

*- Modus Gayrimenkul*

**Yeni Yılınızı Tebrik Ederim**

*Sami Çorbacı*

*Modus Gayrimenkul - Doğru Yatırımın Adresi*

- Üstteki mesajlar ne kadar anlamsız ve itici değil mi. Onun doğum günü senin umurunda bile değil, o bahane ile kendini ve mesleğini hatırlatmaya çalışıyorsun!
- Bu kutlamaları CRM robotları yıllardır otomatikman yapıyorlar. Daha yaratıcı olun. Özellikle kötü günlerde onların yanında yer almak iyidir, kayıplar, hastalıklar, cenazeler gibi

## Sosyal Medya Kullanımı

- Sosyal Medya sayesinde herkesin kendini olabildiğince özgür ifade edebildiği ortamlar oluştu.
- Sosyal medyada birkaç bin kişiyi aşan; takipçiler ve sizin takip ettiklerinizden oluşan büyük bir etki çevreniz olabilir. Önceden bu sayı, telefonla arayabildiğimiz insanlar ile sınırlıydı
- Sosyal Medya rekabeti de arttırdı. Hizmetler, ürünler veya kurumlar hakkında değerlendirme ve eleştirileri de acımasız bir seviyeye getirdi
- Yeni dünya düzeninde herkes kendi pazarlamasını yapma, kişisel markasını oluşturma şansına sahip oldu. Mal ve hizmet üretenlerin hata yapabilme şansları azaldı
- Sosyal Medyayı ne eksik ne de fazla, optimize ederek ve duygularımıza yenik düşmeden kullanmamız gerekiyor.
- Şahsi sayfalarımız ne çok profesyonel (sadece iş odaklı) ne de çok kişisel olmalı. Ne fazla sayıda ne de az sayıda içerik oluşturmalıyız
- **Sosyal Medyada görünüz olmanız gerekiyor.** Bazı kişiler başkalarının gözü önünde bulunmaktan hoşlanmıyorum diyerek sosyal medyaya karşı çıkıyorlar, hesap açmıyorlar veya paylaşım yapmadan sadece takipçi olarak katılıyorlar.

Bu doğru bir yaklaşım değildir. Aynı mantıkla afiş te asmayın, broşür, kartvizit de dağıtmayın.

- Sosyal medya sizi çevrenize bağlar, unutulmazsınız. Bir ihtiyaç çıktığında akıllara gelirsiniz.

- 2015 yılında ABD deki emlak danışmanlarının sosyal medya kullanım oranı % 90 ın üzerinde idi. Bu gün muhtemelen % 98 e ulaşmıştır.
- Sosyal medyada size benzer meslektaşlarla da bir iş kümesi oluşturursunuz, kimlerle iş yapacağınıza karar veririrsiniz. Kimler de sizinle iş yapacaklarını, bir ihtiyaç olduğunda kime öncelik vereceklerini bilirler
- Bilinirlik güven demektir. Bir emlak profesyoneli hakkında webde ne kadar çok bilgi bulunabiliyorsa o kadar güvenilir, kalıcı ve öngörülebilir olduğu düşünülecektir.
- Her mecraı takip eden kişiler farklı olabildiğinden ana mecraların hepsinde yer almalısınız. Örneğin Instagram'ı takip eden ama Facebook'u takip etmeyen bir kesim var. Tersi de geçerli. Her emlak profesyonelinin bir Facebook, Instagram ve LinkedIn sayfası olmalıdır.
- Danışman, iyi bir networke sahip olmalı, sektör şahsiyetlerini, profesyonellerini, firma ilgililerini sosyal medyada tanımalı, ancak sadece network yapmak amacı ile gerekli gereksiz herkesi networküne eklememelidir.
- Sosyal medya da pek çok danışmanın yaptığı gibi **ilan paylaşma** hatasına düşmemelisiniz. Ürün arayan kişilerin onu bulmak umudunda olduğu yer sizin sayfanız değildir.
- Şahsi sayfalarınızda reklam olsun diye portföylerinizi tüm networkünüz ile paylaşmanız göle maya çalmaktır. Çok özel yatırım fırsatlarınız vardır bunları elbette paylaşın. Ama sosyal medya sayfalarında bol bol portföy paylaşmak, satıldı, kiralandı diye kendi kendinizi motive edecek mesajlar paylaşmak iticidir ve takipçilerinizi ağır ağır zehirlemek gibidir. Unutmayın, o sayfaya sizle iletişimde olmak için geliyorlar, gayrimenkul bulmak umuyla değil!

- Ne olursa olsun sürekli bir şeyler paylaşmak, her gittiği ortamdan resim koymak, gittiği yerde yediği kebabı, içtiği çayı, rakıyı paylaşmak ta değer düşürür. Sürekli ilgi çekmeye çalışıyor görüntüsü verirsiniz. Terside geçerlidir. Hiç paylaşım yapmazsanız da unutulursunuz.
- Sayfa adlarının başlarına buldukları markanın iki harfli kısaltmalarının yazılmasını iki nedenden dolayı doğru bulmuyorum. Birincisi her an marka değiştirebilir veya kendi adınıza devam edebilirsiniz Adınızı da değiştirmek hoş bir şey değil. Daha önemlisi ise sosyal medyanızda sadece gayrimenkulcülerini hedeflemiyorsunuz. Pek çok tanıdık ve arkadaşınız var. Başa kısaltma koymak, çevrenize bu hesap ticari bir hesaptır, ben size o açıdan bakıyorum mesajını vererek rahatsız edici olabilir.
- Ben genelde sosyal medya hesaplarının başına CZ, RT, ET türü kısaltmalar koyan kişilerin hesaplarını pek takip etmem. Bana göre bu kişinin amacı bellidir, “portföyleri ile ilgili paylaşımlar yapmak, başarılarını, ziyaretlerini, başarılarını duyurmak, sürekli mutlu halinin fotoğraflarını koymak.”
- Sosyal medya sayfalarınızda tüm iletişim bilgileriniz, email, cep telefonunuz, yaptığınız işin detayları bulunmalıdır. Yani sosyal medya hesabınıza giren biri hemen sizin gayrimenkul danışmanı olduğunuzu anlayabilmeli iletişim bilgilerinize hemen erişebilmelidir.
- Profesyonel çekilmiş, beyaz fon önünde, güneş gözlüksüz, kaliteli profil fotoğrafları kullanmalısınız. Erkeklerin saç ve sakalları özenli, mümkün ise sakalsız, kadınlar için ise kışkırtıcı, davetkâr, seksi bulunmayacak türde fotolar olmalıdır. Kışkırtıcı fotolar size hızlı takipçiler kazandırabilir, ancak unutmayalım ki ihtiyacımız olan şey potansiyel müşterilerdir, yoğun sayıdaki takipçi değil.

- Kadınlar için; gayrimenkul danışmanlığı; fiziğimiz ile değil bilgimiz ve duruşumuzla yapmamız gereken bir meslektir. O nedenle her ortamda güzelliğinizi sergilemeye çalışmayın.
- Sosyal medya hesaplarınızda eğitiminizi, hobilerinizi belli etmelisiniz. Zaman zaman özel hayatınızı göstermelisiniz. İnsanlar sosyal medyada alışveriş yapmak için sizinle arkadaş olmuyorlar. Birini takip ediyorlarsa onu buna pişman etmemelisiniz.
- Sıkça portföy paylaşmıyoruz, ama danışman, aldığı eğitimleri, ödülleri, önemli satış ve kiralamalarını fazla olmamak koşuluyla sayfasında elbette paylaşmalıdır.
- Sürekli iş paylaşımları yapmak, sadece iş odaklı görünmek, kendi fotonuz yerine logo, bayrak, ikon kullanarak yüzünüzü gizlemek, özel hayatınızdan, hobilerinizden hiç bahsetmemek, güven katsayınızı düşürür.
- Eğlence anları güzeldir, eğlenirken mutluyuzdur ve başkaları ile de paylaşmak isteriz. Ancak sürekli eğlenirken fotolar koymak, bazı insanlar için rahatsız edici olabilir. O anda kimin ne derdi vardır bilemezsiniz. Sizi gezerken eğlenirken gördüğünde birileri; size karşı gizli bir kıskançlık, düşmanlık biriktirebilir.



## Güveni Özel Hayatınıza Saklayın

- Para söz konusu olduğunda pek çok insan öngörülmezdir. Verdikleri sözleri günün şartlarına göre yeniden değerlendirebilirler. Sonradan güvenilir olmadığını anladığınız birine denk geldiğinizi fark ettiğinizde artık geçtir.
- İyi niyeti özel hayatınıza saklayın, danışmanlık hayatınızda önlemlerinizi alarak yol alın.
- Babanıza bile tüm sözleşmeleri, formları imzalatarak adımlarınızı atın. Bize güvenmiyor musunuz diyene ofis şart koşuyor benim elimde değil kusura bakmayın deyin.
- Türkiye’de gayrimenkul danışmanlığı; danışman yoğunluğu ve portföy azlığı nedeni ile kıran kırana rekabetin yaşandığı bir meslektir. En ufak bir hata yaptığınızda kimsenin sizin gözyaşınıza bakmadığını göreceksiniz.

## Tanıdıklarla Çalışırken Dikkat

- Özellikle mesleğe ilk başladığınızda en çok işi tanıdıklardan alacaksınız. Sizin onlardan, onların sizden beklentileri yüksek olacak. Siz nasıl olsa beni idare eder diyerek işinizi biraz alttan alırsanız, yapmanız gerekenleri zamanında yerine getirmezsenez arzu etmediğiniz sonuçlarla karşılaşabilirsiniz.
- Tanıdığınızın sizden beklentileri de yüksek olacak. İş size verdiği için minnet duymanızı ve onun işleri ile daha çok ilgilenmenizi isteyecek.
- Bir tanıdığınızın sizden diğer bir beklentisi ise işi yapıp işlem bedelini almamanız veya normalin altında almanız olacak. Zaten etrafında sizden önce tanımış olduğu başka danışmanlar mutlaka vardır, işi size vermekle size iyilik yaptığını düşünmektedir. Birde bunun üzerine işlem bedeli istemeniz onu rahatsız edebilir, size küsebilir.
- Bu zor durumda en güzeli, bu işi başka bir danışman ile ortaklaşa yapmanız ve müşterinizi ofis ortamına çekerek ofisin kurumsallığı içerisinde iletişimi götürmeniz. Örneğin o bölgede daha eski olan bir danışman arkadaşınız ile birlikte çalışacağınızı söyleyebilirsiniz. Onu brokerınız ile tanıştırır, sözleşmeler, yer gösterme formları ve diğer gerekli evrakları kendiniz değil başkalarının söylemesini sağlarsınız.
- Kötü polis olarak devreye brokerınızı veya başka bir danışmanı sokun ki “Bana güvenmiyor musun” sorusu ile direkt siz muhatap olma durumunda kalmayın

## Bir Bölgede veya Mülk Tipinde Uzmanlaşın

Size eğitimlerde verileceği için bu kitapta danışmanlığın teknik konularına girmedim. Ancak bölge veya mülk tipinde uzmanlığı önemli bulduğum için kısaca değineceğim;

- Mesleğe başladığınızda çevrenizden talepler gelecek ve portföylerin birçoğu size hizmet veremeyeceğiniz kadar uzak yerlerde olacak.
- Değişik alanlara dağılmış mülklerde başarılı olamazsınız. Kolay servis veremezsiniz, aracınız varsa sürekli yakıt maliyetiniz olur, aracınız yoksa ciddi bir zamanınız trafikte geçer, oradan oraya koşturur durursunuz.
- Kendinize bir bölge seçin ve o bölgede uzmanlaşın. O bölgeyi cadde cadde, sokak sokak tarayın ve öğrenin.
- Güvenlik görevlilerini, apartman görevlilerini, site güvenlik görevlilerini tanıyın, onlara her fırsatta promosyon malzemeleri götürün, ortak çalışma teklif edin. Bölgenin esnafı, insanları ile samimiyet kurun. O bölgedeki her mağaza ve dükkânı ziyaret edin, sahibi ile sohbet edin, seyyar satıcılarından alışveriş yapın.
- Kuaförünüz, terziniz, kuru temizlemeciniz, oto yıkamacınız o bölgede olsun. Alışverişi o bölgenin esnafından yapın, öğlen yemeğinizi o bölgede yiyin, o bölgede sürekli gittiğiniz bir kafe bulunsun.

Mülk tipinde uzmanlaşma konusuna burada girmeyeceğim, bu kitabın vermek istediği seviyenin üzerinde bir uzmanlık gerektiriyor. Ancak kastettiğim şey, bir süre sonra lüks konut, yalı, plaza, fabrika, turizm tesisi, arsa, zincir mağazalar, AVM ler türü konularda yatay uzmanlaşmak ve başka tür mülkleri portföye almamak. Bunu akılda tutun, ileride değerlendirirsiniz.

## Gayrimenkulün Değerlemesini Siz Yapmayın

- Kitabın başında da belirtmiştik. Mülkünün değerinin daha yüksek olduğunu düşünen birine dürüst davranıp eder fiyatını söylediğinizde bir anda sizi düşman görmeye başlayabilir.
- **Değerlemeleri kendiniz yapmayın.**
- Müşteriyi akredite edilmiş bir değerlendirme firması ile çalışmaya zorlamak en iyisidir. Değerleme ve ekspertiz, bu firmaların uzmanlık alanıdır ve bunu bir gayrimenkul danışmanından daha iyi yapacakları kesindir.
- Değerleme ücretini kabul etmeyen müşterileri kızdırmak için ise ofisteki o bölgede uzman bir başka danışmanın adı ile bir değerlendirme raporu yazarak müşteriye başkasının adı ile sunabilirsiniz. Bu şekilde namluyu bir başkasına çevirmiş olursunuz.

## Hakkınızı İstemek En Doğal Hakkınız

- Hak istemek utanılacak bir şey değildir.
- Hakkını istemeyen, verdiği hizmetten emin değildir. Zamanında istemezseniz hakkınız gecikir veya tamamen kaybolur. Bir müddet sonra ne verilirse onunla yetinmek durumunda kalırsınız.
- İş işten geçtikten sonra ise hakkınızı hiç alamazsınız. Elbette hak ettiğiniz şeyi isteyebilmeniz için onları öncelikle hak etmeniz gerekir. Hak etmediğiniz birşeyi kimse vermek istemez.
- Hakkınızı istemekten korkmayın. İster brokerınızdan, ister referral veya cooperation yaptığınız başka bir danışmandan, ister müşteriniz, isterse arkadaşınızdan iş bittiğinde hakkınızı hemen isteyin. Ayıp olur diye beklemeyin, yemek soğursa yenmez hale gelir.



## İlan Girerken Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

- **Bir ilanda Başlık, kritik öneme sahiptir.**
- Genellikle ilan sitelerinde izin verilen başlık alanı 65-68 karakter arasındadır. Bu alanı iyi kullanmalı ve tüm mesajınızı bu alanda vermeye çalışmalısınız.
- Başlıkta adınızı, ofis adınızı kullanmayın. Adınızı başlıkta kullanmanız marka bilinirliğinizi arttırmaz, boşuna yer harcamış olursunuz. Örnek “RT Ekstra Gayrimenkul ‘den Esenyurt ‘ta Kiralık” şeklinde bir başlık kullandığınızda “RT Ekstra Gayrimenkul ‘den için en kıymetli 25 karakteri heba etmiş olursunuz. Müşteri Esenyurt ‘ta kiralık arıyor, ne yapsın ki sizin adınızı!
- İçerik olabildiğince gerçekçi detay vermeli. “Bilen bilir fazla açıklamaya gerek yok” şeklinde anlamsız paylaşımlar yapanlardan biri olmayın
- İçerikte portföyle ilgili ilgileri verin, reklam yapmayın. İlanınızı tıklayan kişi, reklamınızı görmek için değil ürününe bakmak için bunu yaptı. Firmanızın reklamını yapacaksanız en altta ve kısıtlı olarak yapın, ortalarda veya üstlerde değil.
- İlandaki font (yazı tipleriniz) okunabilir ve sade olsun. Koca koca sarıya, yeşile boyanmış yazıları insanların gözüne sokmaya çalışmayın, kimseye kör veya geri zekâlı muamelesi yapmayın!
- **Kaliteli fotoğrafların ilandaki önemi kritiktir.** Makinanızın, cep telefonunuzun objektifini fotoğraf çekmeden önce temizleyin. Yağ, parmak izi veya kir birikmiş olabilir.

- Fotoğraflarda eşyaları değil portföyün kendisini göstermeyi hedefleyin. Tuvalet kapakları kapalı olsun, etrafta kişisel eşyalar, açık dolaplar, dağınık yataklar, terlik, ayakkabı, elektrik süpürgesi gibi şeyler olmasın. Mutfak tezgâhları tertemiz ve eşyasız olsun.
- Portföyün çevresi ve muhitinden de birkaç foto ekleyin. Belki kötü çevreli bir yer önceden birkaç müşterinin kaçmasına sebep olabilir ama yer gösterdikten sonra müşterinin kaçması daha kötüdür, boşuna emek harcamış olursunuz.
- Odaları köşelerden çekin, tavanları değil duvar ve yerleri alın. Güneşli bir gücü tercih edin, karanlık resimler kullanmayın.
- İlanınız videolu olursa daha iyi olur. Videolu ilanların satış şansı, istatistiksel olarak daha yüksektir. Müşteri; portföyü gördüğü anda takılabileceği bir şeyi önceden videoda görerek kararını rafine etmekte ve danışmanı gereksiz servis vermekten kurtarmaktadır.
- İlanınızda güvenilir ve inandırıcı olun, abartmayın. Kendinizin bir satıcı olduğunu ve yazdıklarınıza hep ön yargılı yaklaşılacağını unutmayın
- İmla hatası yapmayın. Yazarken hata yapmış olma olasılığınız yüksektir. Defalarca okuyup düzeltin. “Satılık Daire” yerine “Satılık Dayire” yazdığımızda bitersiniz.



- Yazdıklarınızın ne anlama geleceğine dikkat edin. “*Dairemiz bir hafta için bu fiyata*” gibi kimsenin yemeyeceği şeyler yazmayın. Çok acil, ihtiyaçtan şeklinde yazdığınızda ne kadar ölücü varsa kendinize çekeceğinizi, ürünü gerçek değerinin çok altını önereceklerini de bilmelisiniz.
- İlanı girerken hedef kitlenizi iyi belirleyin. İstanbul Esenyurt için ilan verip içinde Tekirdağ Şarköy de de dairelerimiz mevcuttur demeyin!



## Son Sözler

- Gayrimenkul danışmanlığı; iş hayatına devam etmek isteyen ancak başka iş bulamayan pek çok kişi için bir kaçış mesleği olmuştur.
- Maaşı olmaması sebebi ile nereye başvursanız işe alınır-sınız. Eğitim almaya başlarsınız. Etrafınızda işi yıllardır yapan kişiler olur size destek olurlar. Bir sermaye koymadığınız için içiniz rahattır. En azından evde oturmaktan iyidir, oyalanırım dersiniz. Çalışma saatlerine, tatil zamanlarına siz karar verirsiniz. Çevreniz vardır yılda iki satış yapsam hesabı yapar, rakamı 12 aya böler, hiç fena değilmiş dersiniz.
- İş farkında olmadan küçümsersiniz esasında. Sonra bakarsınız ki günler, aylar üst üste geçiyor bir iki kiralamada kalmışsınız.
- Gayrimenkul danışmanlığı; görüldüğünden daha zor bir meslektir. Özellikle de ülkemizde.
- Türkiye’de gereğinden fazla kişi bu işi yapar. Bir portföyün peşine düzinelerce emlakçı düşer. Çatışmalar başlar hatta aynı ofis içinde bile çatışmalar olur. Fisbo denilen sahibinden satılık ilanları tüm meslektaşlarınız arar durur.
- Ev sahipleri gerçekleri duymaktan pek hoşlanmazlar. İkilemde kalırsınız, ne yapacağınızı bilemezsiniz moraliniz bozulur. Tam satış kapandı derken işler bozulur. O noktada pes etmeden ilerleyebilirsiniz başarıların önü açılmaya başlar.
- Gayrimenkul danışmanlığı ciddi bir iştir, başarı kendiliğinden gelmez. **İmkânsızları** başarmak gibidir. Her gün sahaya çıkmayı, her hafta en az birkaç satılık ve kiralık

portföy eklemeyi, yeni kişiler tanımayı gerektirir. İstatistiklerinizi tutarak performansınızın düşmesine izin vermemelisiniz. Gereken her şeyi yaptığımızda ise tadından yenilmez bir meslektir.

- Kitapta yazdığım konularda eksiklikleriniz için gerekli önlemleri alabilmeniz şahsi tercihinizdir. Dünyada hiç kimse veya hiçbir kitap size başarının sırrını veremez. Kendinizi başarıya ulaştıracak olan yine kendinizsiniz.

Sektörün iki uluslararası zincir firmasını yönetmiş, bazılarına danışmanlık yapmış bir profesyonel olarak size naçizane bir ışık tutmaya çalıştım. 4CEO iş kitapları serisi için hazırlanmış ancak Covid krizi ve pandemi ile birlikte yayınlanma fırsatını bulamamış bu kitabı dijital ve ücretsiz olarak sizlere sunmak istedim.

Uygulayabileceğiniz ve faydasını görebileceğiniz birkaç nokta yakalayabilirseniz ne mutlu bana.

*Sevgi ve Saygıyla*  
*Özhan Atalay*



Sektörün iki uluslararası zincir firmasını yönetmiş, bazılarında da danışmanlık yapmış bir iş danışmanı olarak Türkiye'nin dört bir köşesinde pek çok ofis, broker, danışman ile birlikte çalışma şansım oldu.

Başarılı olmuş danışmanların ortak özelliklerini inceledim. Bir süre çaba gösterdikten sonra umudunu yitirerek ayrılan birçok insan da gözlemledim.

"Gayrimenkul Danışmanlığı", eski amiyane tabiri ile "Emlak Komisyonculuğu"; herkesin yapabileceği türde bir iş değil. Diğer mesleklerle göre farklı kişilik yapısı ve özelliklerini gerektiriyor.

Gayrimenkul Danışmanlığı; iş hayatına devam etmek isteyen ancak iş bulamayan pek çok kişi için bir kaçış mesleği olmuştur. İş hayatına en kolay yoldan giriş yapılmasını sağlayan bu meslek; pek çok kişiye başta cazip gelmekle birlikte bir süre sonra zorlu ve katlanılmaz bir hal de alabilmektedir.

Çevrenizde tanıdığınız gayrimenkul danışmanlarının sosyal medya fotoğraflarına bakın, sizinkiler ile kıyaslayın. Hemen hepsinin gözlerinin farklı baktığını göreceksiniz. Bu fark; onları zaman içinde yenilmez kılan zorluk ve yaşanmışlıklarının sonucudur.

Ağırlıklı olarak bu mesleğe adım atmaya düşünenler için yazdığım bu kitap sektörde tecrübeler kazanmış kişiler için de yeniden kendilerini değerlendirerek hatırlatma niteliğinde bilgiler içermektedir.

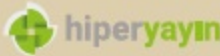
Biraz yardımcı olabilirim ne mutlu bana.

Özhan ATALAY

ISBN: 978-625-6482-03-6



9 786256 482036



Sosyal medyada bizi takip edin:  /hiperkitaptr  /hiperkitaptr

Bu kitabı Hiperkitap dijital kütüphanesinden tam metin olarak görüntüleyebilirsiniz.