

A professional portrait of Beata Nowakowska, a woman with blonde wavy hair, wearing a light-colored blazer over a V-neck top, holding a laptop. The background is a neutral, light gray.

Beata Nowakowska

Najlepszy wykład to przykład

Poradnik dla agentów
nieruchomości

Beata Nowakowska

Najlepszy wykład to przykład

Poradnik dla agentów nieruchomości

© Copyright by Beata Nowakowska 2025

Korekta: Katarzyna Krzan

Projekt okładki: Katarzyna Krzan

Skład: Katarzyna Krzan

ISBN e-book: 978-83-977025-0-9

ISBN druk: 978-83-977025-1-6

Wydawca: Self-publishing

Wszelkie prawa zastrzeżone.
Kopiowanie, rozpowszechnianie części lub całości
bez zgody wydawcy zabronione.
Wydanie I 2025

Spis treści

Od autorki	7
Wprowadzenie:	
Gdy innowacja spotyka praktykę – dlaczego „Najlepszy wykład to przykład”?	9
Rozdział 1:	
Budowanie zaufania od pierwszego kontaktu	11
Rozdział 2:	
Dogłębna ekspertyza rynkowa i trafna wycena wspomagana danymi	19
Rozdział 3:	
Strategie marketingowe i immersyjna prezentacja nieruchomości	31
Rozdział 4:	
Twoja przewaga w sprawnym procesie transakcyjnym	43
Rozdział 5:	
Mistrzostwo w negocjacjach: psychologia i dane	51
Rozdział 6:	
Budowanie trwałych relacji z klientami dzięki CRM i personalizacji	59
Rozdział 7:	
Marka osobista agenta nieruchomości: online i offline	65
Rozdział 8:	
Rekomendacje – Twoje najpotężniejsze narzędzie marketingowe 2.0	73
Rozdział 9:	
Agent jako edukator i mentor: budowanie świadomości i zaufania	81
Rozdział 10:	
Zostań przykładem – Twoja wartość w praktyce	87

Od autorki

Ten poradnik to mój osobisty, praktyczny przewodnik po świecie nowoczesnego pośrednictwa. Nie znajdziesz tu nudnych teorii, lecz konkretne przykłady i sprawdzone strategie prosto z mojej codziennej praktyki. Pokażę Ci, jak budować niezbędną wartość pośrednictwa, wykorzystując najnowsze narzędzia i innowacyjne podejścia, sprawiając, że Twoja praca stanie się nie tylko skuteczniejsza, ale i doceniana jak nigdy dotąd. Przygotuj się na dawkę inspiracji, która zamieni Twoje wyzwania w spektakularne sukcesy.

Beata Nowakowska

Wprowadzenie:

Gdy innowacja spotyka praktykę - dlaczego „Najlepszy wykład to przykład”?

Jako pośrednik z ponad dwudziestoletnim doświadczeniem wiem, że to konkretne historie i studia przypadków zamieniają abstrakcyjną wiedzę w praktyczne narzędzia, które naprawdę działają. Ten ebook to znacznie więcej niż zbiór moich opowieści. To Twój osobisty arsenał argumentów i umiejętności, gotowy do użycia w każdej sytuacji. Stworzyłam go na bazie moich wieloletnich obserwacji i niezliczonych porażek i sukcesów, wzbogaconych o najnowsze trendy i innowacje technologiczne. Dzięki prawdziwym przykładom pokażę Ci, jak udowodnić klientom, że pośrednik to nie koszt, ale inwestycja, która się opłaca, a wartość Twojej pracy, choć czasem niewidzialna, jest zawsze realna i wzmocniona przez nowoczesne rozwiązania.

Rozdział 1:

Budowanie zaufania od pierwszego kontaktu

Pierwsze wrażenie jest kluczowe w każdej branży, ale w nieruchomościach ma ono wagę złota. Klienci powierzają nam swój często największy majątek i oczekują nie tylko skuteczności, ale przede wszystkim poczucia bezpieczeństwa i zaufania. Jak zatem budować to zaufanie od samego początku, zanim jeszcze padną konkretne pytania o wycenę czy strategię sprzedaży. Kluczem jest pokazanie, a nie tylko mówienie o swojej wartości, wspierane cyfrowymi narzędziami i przejrzystością online.

Przykład 1: Pozyskiwanie klienta na wyłączność z cyfrową przewagą

Wspominam klientkę, panią Marię, właścicielkę pięknego, choć wymagającego nieco remontu mieszkania w kamienicy. Pani Maria była sceptycznie nastawiona do umowy na wyłączność, argumentując, że „im więcej agentów, tym większa szansa na szybką sprzedaż”. Mogłam standardowo tłumaczyć zalety wyłączności – większe

zaangażowanie, jedna osoba do kontaktu, spójna strategia marketingowa. Zamiast tego, opowiedziałam pani Marii historię, wzbogaconą o cyfrowe argumenty.

„Pamiętam pana Jana,” zaczęłam. „Miał bardzo podobne mieszkanie do pani, również w kamienicy, i też początkowo chciał współpracować z kilkoma biurami. Po trzech miesiącach mieliśmy sytuację, gdzie różne ogłoszenia pojawiały się z różnymi cenami, a potencjalni kupcy byli zdezorientowani. Pan Jan czuł się przytłoczony telefonami od wielu agentów, często z tymi samymi pytaniami. W końcu zdecydował się na współpracę ze mną na wyłączność. Od razu wdrożyłam spersonalizowaną strategię marketingową, obejmującą profesjonalną sesję zdjęciową, wirtualny spacer 3D i precyzyjne targetowanie reklam online do właściwych odbiorców. Zorganizowałam dzień otwarty, na który zaprosiłam tylko starannie wyselekcjonowane osoby, wcześniej kwalifikowane dzięki zaawansowanym narzędziom CRM, które pozwoliły mi zweryfikować ich zdolność kredytową i realne zainteresowanie. Efekt: mieszkanie sprzedało się w trzy tygodnie, za cenę, która przekroczyła jego oczekiwania, a on sam nie musiał się niczym martwić, otrzymując regularne, zautomatyzowane raporty z postępów za pośrednictwem dedykowanego portalu klienta.”

Pani Maria słuchała z uwagą. Widziała w historii pana Jana swoje własne obawy i dostrzegła konkretne

rozwiązanie, poparte nowoczesnymi metodami. Po spotkaniu podjęła decyzję o podpisaniu umowy na wyłączność ze mną.

Lekcja:

Komunikowanie wartości poprzez dowód społeczny i konkretne, technologicznie wspierane rezultaty

Ten przykład jasno pokazuje, że ludzie ufają konkretnym historiom i rezultatom bardziej niż ogólnym deklaracjom. Zamiast wygłaszać teoretyczny wykład o wyższości wyłączności, użyłam dowodu społecznego – historii kogoś podobnego do klienta – aby zilustrować moje kompetencje i skuteczność, podkreślając jednocześnie wykorzystanie innowacji. Pani Maria mogła zwizualizować sobie korzyści i uniknięcie potencjalnych problemów.

Pokaż, nie mów: Zamiast mówić, że jestem skuteczna, opowiedz, jak byłam skuteczna w podobnej sytuacji, wskazując na użyte narzędzia i technologie, takie jak wirtualne spacery, CRM, czy spersonalizowane raporty.

Personalizacja wspierana technologią: Dostosuj przykład do sytuacji i obaw klienta. Pokaż, że rozumiesz jego specyficzne potrzeby i potrafisz je zaspokoić dzięki zaawansowanym rozwiązaniom,

które automatyzują i usprawniają proces.

Koncentracja na rozwiązaniu i optymalizacji:

Podkreśl, jak Twoje działania rozwiązały konkretne problemy klienta i doprowadziły do sukcesu, minimalizując jego wysiłek i maksymalizując efektywność poprzez inteligentne algorytmy i systemy zarządzania danymi. To buduje poczucie bezpieczeństwa i kompetencji.

Przykład 2: Radzenie sobie z obiekcją „Po co mi agent w erze Internetu?”

Często na początku mojej kariery słyszałam od klientów: „Po co mi agent. Przecież to tylko dodatkowy koszt, a sam jestem w stanie wystawić ogłoszenie i pokazać mieszkanie”. To była jedna z najczęstszych obiekcji, którą musiałam przekuć w argument za współpracą. Zamiast wdawać się w długie wywody o wartości dodanej, nauczyłam się opowiadać krótką, ale celną historię, która adresowała cyfrowe wyzwania.

„Miałam kiedyś klienta, pana Kowalskiego,” opowiadałam. „Był przekonany, że sprzeda swoje mieszkanie samodzielnie. Wystawił je na kilku portalach, zrobił zdjęcia telefonem i czekał. Początkowo telefony dzwoniły, ale większość osób była tylko ciekawa albo szukała okazji do

targowania się o absurdalne kwoty. Pan Kowalski stracił tygodnie na odbieraniu telefonów o każdej porze, umawianiu dziesiątek nieefektywnych spotkań – często z osobami, które wcale nie były zainteresowane kupnem, a jedynie chciały „zobaczyć”. Co więcej, brak profesjonalnej promocji cyfrowej i optymalizacji pod kątem algorytmów wyszukiwarek sprawił, że jego ogłoszenie ginęło w gąszczu innych, podobnie jak niska jakość zdjęć z telefonu nie wyróżniała się na tle konkurencji. Po dwóch miesiącach był sfrustrowany i wyczerpany, a mieszkanie nadal stało. W końcu zgłosił się do mnie. Pomogłam mu odświeżyć ofertę, zrobiłam profesjonalne zdjęcia, stworzyłam wirtualny spacer 3D, a co najważniejsze – zajęłam się kwalifikacją kupujących za pomocą precyzyjnych kryteriów i narzędzi CRM, weryfikując ich zdolność kredytową i realne intencje. Odpowiadałam tylko na telefony od faktycznie zainteresowanych i wiarygodnych osób, oszczędzając mu czasu i nerwów. Po zaledwie trzech tygodniach od naszej współpracy znalazł się kupiec, który zaoferował cenę, której pan Kowalski już nie spodziewał się osiągnąć, a proces transakcji przebiegł sprawnie i bezproblemowo dzięki mojej koordynacji.”

Ta historia często rozbijała obiekcje. Klienci widzieli w niej odzwierciedlenie własnych obaw o stratę czasu i pieniędzy, a jednocześnie konkretne rozwiązanie, które ja oferowałam, wykorzystując przewagi technologiczne.

Lekcja:
**Skuteczne rozwiewanie wątpliwości poprzez ukazanie
konsekwencji braku profesjonalnej, cyfrowej pomocy**

Moje doświadczenie nauczyło mnie, że najlepszym sposobem na rozwianie wątpliwości jest przedstawienie realnych konsekwencji braku profesjonalnej, kompleksowej pomocy i zestawienie ich z konkretnymi korzyściami wynikającymi ze współpracy, szczególnie w kontekście złożoności rynku cyfrowego. Nie chodzi o straszenie, ale o realistyczne pokazanie potencjalnych trudności, z którymi klient może się zmierzyć, gdy brakuje mu dostępu do specjalistycznych narzędzi i wiedzy.

Empatia i zrozumienie obiekcji: Zamiast walczyć z obiekcją, pokaż, że ją rozumiesz. Klient poczuje się wysłuchany i zrozumiany.

Wizualizacja problemu i rozwiązania w erze online: Pomóż klientowi zobaczyć, jak wygląda „scenariusz bez agenta” (strata czasu na nieskuteczne ogłoszenia, niska jakość prezentacji online, brak kwalifikacji kupujących, brak optymalizacji pod SEO dla ogłoszeń) oraz jak wygląda „scenariusz z agentem” (spokój, bezpieczeństwo, optymalna cena, profesjonalna ekspozycja cyfrowa, selekcja

klientów, wykorzystanie AI do analizy trendów).

Skupienie na oszczędnościach i efektywności:

Podkreśl, że choć usługa agenta ma swoją cenę, inwestycja w nią oszczędza klientowi znacznie więcej – czasu, nerwów i często pieniędzy, które mógłby stracić na nieefektywnej sprzedaży w skomplikowanym środowisku cyfrowym, gdzie rywalizacja o uwagę jest ogromna.

Rozwinięcie: Przekucie obiekcji w inwestycję w innowację

Kiedy klient mówi „po co mi agent?“, tak naprawdę pyta „jaka jest Twoja wartość w obliczu dostępnych technologii?“. Moim zadaniem jest pokazać, że moja obecność to nie wydatek, lecz inwestycja, wzmocniona przez nowoczesne narzędzia, zaawansowane algorytmy i ekspercką wiedzę cyfrową. Dzięki historiom, które obrazują konkretne problemy i ich rozwiązania, jestem w stanie przedstawić siebie jako niezbędnego partnera w transakcji. Pokazuję, że to ja biorę na siebie ciężar, złożoność i ryzyko procesu, zapewniając klientowi komfort, bezpieczeństwo i maksymalizację zysku, wykorzystując najnowsze innowacje branżowe, takie jak automatyzacja marketingu, precyzyjne targetowanie reklam czy systemy

do zarządzania przepływem pracy. W ten sposób obiekcja zmienia się w zrozumienie, a sceptycyzm w zaufanie do moich kompetencji i realnej wartości, którą wnoszę.

Twój przewodnik po świecie nowoczesnego pośrednictwa w erze cyfrowej

Zapomnij o nudnych teoriach – znajdziesz tu konkretne przykłady i sprawdzone strategie prosto z codziennej praktyki.

Pokażę Ci, jak budować niezbędną wartość pośrednictwa, wykorzystując najnowsze narzędzia i innowacyjne podejścia, sprawiając, że Twoja praca stanie się nie tylko skuteczniejsza, ale i doceniana jak nigdy dotąd. Przygotuj się na dawkę inspiracji, która zamieni Twoje wyzwania w spektakularne sukcesy.



Beata Nowakowska pokazuje swoją drogę – od początkującej agentki do ekspertki, która ma na koncie ponad 1000 transakcji. Autorka, która na co dzień wspiera innych jako mentorka, w swojej książce przekazuje unikalne lekcje i praktyczne porady dla każdego, kto marzy o sukcesie w tej wymagającej branży.