

Е.В. Климук, Л.С. Шуплякова

REAL ESTATE STUDIES

**Учебно-методическое пособие
по дисциплинам «Иностранный язык (английский)» и
«Профессионально ориентированный иностранный
язык (английский)»**

**для студентов специальности 1-25 01 16 «Экономика и
управление на рынке недвижимости»
дневной и заочной формы обучения
факультета коммерции и туристической индустрии**

Минск: БГЭУ, 2018

CONTENTS

Text 1	The Key to a Successful Referral Network	4
Text 2	The Power of Referrals	7
Text 3	Stay Connected to Your Business When You're on the Go	10
Text 4	What's Your Role in REALTOR® Safety?	13
Text 5	Five Focus Areas of Successful Brokers	16
Text 6	Five Ways Big Data Is Changing Real Estate	19
Text 7	5 Tips to Halt Mortgage Fraud in Its Tracks	22
Text 8	Five Tips to Make Your Brand Top of Mind	24
Text 9	4 Tips for Smart Negotiations	27
Text 10	7 Steps to Building a Super Team in 2017	30
Text 11	Marketing: It's Not Just Advertising	33
Text 12	3 Reasons Why Personal Development Is Critical to Success	35

ATTACHMENT

Part I	How to render the article in English	37
Part II	Texts for reading in English	39
Part III	Texts for reading in Russian	52
	Reference Literature	74

TEXT 1 The Key to a Successful Referral Network

VOCABULARY

Like-minded colleagues - единомышленники

Real estate - недвижимость

Real estate broker - брокер по недвижимости

Referral network - база данных

Referral resources - дополнительная информация

Sales volume - объем продаж

To follow up with - следить за

To give referrals - предоставлять информацию

To keep in touch - поддерживать отношения

To make connections - создавать (налаживать) связи

To up someone's ante - поднимать ставки

Read the text and do the following exercises:

Success is defined not only in terms of sales volume or the size of a brokerage, but also in terms of your referral network. People often say: It's not what you know, but who you know.

With that in mind, a large referral network is the lifeblood of all successful real estate brokerages. Even though you've already discussed this with your agents, it's important to continually remind them of the value of growing their referral network, with clients and agents alike.

Agents are most likely to get referrals from those with first-hand experience of their reputation, knowledge and professionalism. For this reason, past clients are a natural source of referrals. Encourage your agents to maintain relationships with clients beyond the transaction.

Recommend that agents follow up with clients soon after the sale, thanking them for their business and checking in on how they're settling into their new home. This offers an organic opportunity to ask the client for recommendations of your services. Continue to keep in touch through periodic mailings such as market reports, home trends and cards on the anniversary of the clients' home purchase.

Connecting with other agents, both locally and beyond, is also critical to building a strong referral network. Your agents' reputation in the industry will serve your firm well. Education courses, industry meetings and social events hosted at the local, state and national levels are all great avenues for you and your agents to make new connections. These events provide opportunities to meet new colleagues while learning about topics and skills that can help an agent's business. Encourage your agents to do their research ahead of time and arrive at the event with specific networking goals. For example, perhaps they want to connect with people from a certain geographic region, or area of expertise. This targeted approach to networking

will achieve results that are immediately useful. Also, remember that giving referrals is just as important as receiving them. Meeting other outstanding professionals in the field means your agents will be prepared the next time someone asks for a recommendation.

Since conventions offer an abundance of networking opportunities within a relatively short time period, try to attend at least one a year. Many state associations, brokerage firms and affiliate institutes offer conventions annually. If your agents are ready to up their ante, the annual REALTORS® Conference & Expo is right around the corner. Taking place in Orlando, Fla., this event offers education sessions, the trade expo and a global networking center—ideal venues for networking with like-minded colleagues from across the globe.

REBAC members have access to additional referral resources at REBAC.net, such as developing a systematic referral strategy through the “Art of Referral” webinar and connecting with fellow ABR® designees in exclusive networking forums. If you’re attending this year’s annual Conference & Expo, be sure to stop by the ABR® booth, join us at the ABR®, GREEN and SRES® Networking and Awards Reception, or attend one of REBAC’s pre-convention courses. Hope to see you there!

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. Success is defined not only in terms of sales volume, but also in terms of your _____.
2. Past clients are _____ of referrals.
3. Recommend that agents _____ clients soon after the sale.
4. Continue _____ through periodic mailings.
5. Education courses, social events hosted at the local, state and national levels are all great avenues for you and your agents _____.
6. Encourage your agents to arrive at the event with _____.
7. Also, remember that _____ is just as important as receiving them.
8. If your agents are ready _____, the annual REALTORS Conference and expo is right around the corner.
9. This event offers education sessions, the trade expo and global networking center—ideal venues for networking with _____ from across the globe.
10. REBAC members have access to additional _____ at REBAC.net.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. Is success defined only in terms of sales volume? What is the lifeblood of all successful real estate brokerages?
2. What is a natural source of referrals?
3. Through what can real estate brokerages continue to keep in touch with clients?
4. Give examples of great avenues for you and your agents to make new connections?
5. What is just as important as giving referrals?
6. Who offers conventions annually?

7. Where do the annual REALTORS® Conference & Expo take place?
8. What does REALTORS® Conference & Expo offer?
9. What webinar do REBAC members have access to?
10. Is taking part in conventions helpful to real estate agents? Why? (Give your reasons)

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 2 The Power of Referrals

VOCABULARY

A small token – небольшой знак

An empty nest - (зд.) пауза

A gentle reminder - вежливое напоминание, намек

A pipeline - (зд.) команда, организация

A token of appreciation - знак признательности

Reliable leads - (зд.) надежные покупатели

Referrals - информация

Referrer - пользователь системы

Solid foundation - прочный фундамент

To build steady stream - создать непрерывный поток

To drive business - развивать бизнес

To lean into smth - опираться, полагаться на что-либо

To start out to trust referrals - начать доверять данным (источникам информации)

Read the text and do the following exercises:

One of the goals of any real estate professional is to build a steady stream of reliable leads. However, when many agents start out in the industry, they rely on traditional methods to market their business and generate leads. Unfortunately, even as they gain experience, they continue to rely on those unreliable traditional methods of lead generation instead of tapping into their most valuable resource—their clients. Although the transaction ends when your clients sign the papers, your relationship with them doesn't. When you continue to offer great service to your clients after the transaction has closed, they'll appreciate the value you provide, and, if asked, will refer you to their family and friends. After all, they want to make sure the people they care about are taken care of.

Think Like a Client

According to a study by Nielsen, 92 percent of consumers trust referrals from people they know. If you're looking for a good hairstylist, contractor or gardener, don't you usually ask your friends who they use? If your friends have had a great experience with the service, you'll trust that you'll have a great experience as well. The same is true for your clients. If they're referred to you by someone they trust, they'll often extend that trust to you.

This is why referred leads are “warmer,” more reliable and often a higher quality than leads received through traditional sales methods. Instead of starting at square one, trying to explain your services and how you work, you can jump into building the relationship and finding ways to help them achieve their real estate goals.

Focus on the Relationship

When you work by referral, your focus is on continuing to build a solid foundation for the relationship. This means staying in touch, finding ways to serve and looking for ways to connect them with other people or businesses in your network. Your relationships drive your business. From those relationships come referrals.

Give

Since high-quality service is your calling card, provide value and look for ways to help. When you speak with clients, listen for a need. Are they thinking of renovating a bathroom? Connect them with a contractor or plumber in your network. Is their child applying to colleges out of state? Give them a book to help them cope with having an empty nest. While these gestures seem small, they show your clients that you care and that you're looking out for their best interests.

Ask

Many agents think if they offer their clients great service, their clients will automatically refer them. Not necessarily; sometimes they need a gentle reminder. At the end of your conversations, remind them that you're never too busy for their referrals, or include a reminder at the bottom of your correspondence. This suggestion will stay at the top of their mind, so if a family member or friend mentions they're thinking of buying or selling a home, they'll think of you.

Receive

When you receive referrals, acknowledge and reward the referrer with a note and a small token of appreciation, such as a gift card to a favorite restaurant or store. Even if the referral doesn't lead to a closed transaction right now, it may lead to more referrals in the future. The intention is to reward the behavior, not the result. If you want to enjoy a steady stream of reliable leads, lean into your relationships with your clients and ask for referrals. Not only will you always have leads in your pipeline, but you'll also build a database of great people who you enjoy serving. And, what's more fun than helping people you genuinely like achieve their real estate goals?

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. One of the goals of any real estate professional is _____ of reliable leads.
2. When many agents _____ in the industry, they rely on traditional methods.
3. 92% of consumers _____ from people they know.
4. Referred leads are 'warmer', more reliable than leads received through _____.
5. When you work by referral, your focus is on continuing _____ for the relationship.
6. High-quality service is your _____, provide value and look for ways to help.
7. Remind your clients that you're never too busy for _____ or include _____ at the bottom of your correspondence.

8. When you receive referrals, acknowledge and reward _____ with a note and a _____, such as gift card to a favorite restaurant or store.
9. If you want to enjoy _____ of reliable leads, lean into your relationship with your clients and _____.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. What is the main goal of any real estate professional?
2. What are reliable leads?
3. Why are referral leads “warmer” and more reliable?
4. Is it important to think like a client? Why?
5. How do our relationships drive our business?
6. What gestures may your client show?
7. What is a calling card?
8. In what way does a gentle reminder can help you?
9. What should you do to enjoy steady stream of reliable leads?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 3 Stay Connected to Your Business When You're on the Go

VOCABULARY

Calling card - визитка

Real estate - недвижимость

To access the database - иметь доступ к базе данных

To build the relationship - построить взаимоотношения

To drive one's success - развивать успех

To pop in on - выделить

To raise the bar - поднять планку

To stay on top of the tasks - оставаться на вершине задач

To sync - синхронизировать

To track the activity - отследить пользовательскую активность

To update design - обновить дизайн

To upload one's contacts - загрузить контакты

Work by referrals - работать с данными

Read the text and do the following exercises:

As a busy real estate professional, you're likely most productive when you're away from your desk and out meeting with clients, showing homes and presenting your home marketing plan to potential sellers. Luckily, technology has made it possible to run your business from anywhere with the help of your smartphone or tablet. Perhaps that's why, according to NAR's 2015 Member Profile, 91 percent of real estate agents rely on their smartphones every day to help them stay connected to their businesses and clients.

If you're running your business from a smart device, a mobile-centric Client Relationship Management (CRM) system is essential to build the relationships that drive your success. After all, when you work by referral, your calling card is the great service you offer your clients. Your CRM should allow you to raise the bar on the services you offer while increasing your productivity.

Improve your client relationships

Relationships are built on trust and honesty and your relationships with your clients are no different. A mobile-based CRM, like Referral Maker® Mobile, allows you to upload your contacts in the field with one click, add notes about your clients to file later and access their details quickly so you can refresh your memory before a big meeting or appointment.

Stay on top of your tasks for the day

When you're busy, it's difficult to remember everything you have to get done. A mobile-based CRM helps you manage your daily to-dos and see what's on your

agenda so you can stay organized. It also allows you to track your daily activities so you know how close you are to reaching your goals.

Take advantage of down time

Although you may have days where you're driving from one listing appointment to the next, there's surely some downtime in between meetings. A mobile-based CRM lets you know who to contact each day, whether it's by phone or in-person. And, with the help of GPS, you can locate clients who live nearby and pop in on them with a small, thoughtful gift.

Get more done, even when you don't have an internet connection

When you're on the road, your internet connection is sometimes spotty at best, making it hard to get things done on an internet-based CRM. With a mobile-based CRM, you can work offline and know that your data will automatically sync when you're online again.

We saw a need for a mobile CRM app that could help agents work more efficiently by referral when away from the office. Available for iOS- and Android-powered smartphones and tablets, we recently launched the Referral Maker® CRM mobile app with an improved and more intuitive interface and a cleaner, updated design. Access your database, as well as your daily lead-generating tasks, from wherever you happen to be. You'll always have your finger on the pulse of your business, even when you're away from your desk or office. We're continuing to update and improve the app so you can be more productive and provide your clients the best service possible.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. As a busy _____professional, you're likely most productive when you're away from your desk and out meeting with clients, _____and presenting your _____to potential sellers.
2. If you are _____from a smart device, a mobile-centric Client Relationship Management (CRM) system is essential to build the relationships that _____your access.
3. _____are built on trust and honesty and your _____with your clients are no different.
4. A _____helps you manage your daily to-dos and see what is on your agenda so you can stay organized.
5. Although you may have days where you are _____ one listing appointment to the next, there is surely some _____in between meetings.
6. With a mobile-based CRM, you can _____ and know that your data will automatically _____when you are online again.

7. _____, as well as your daily lead-generating tasks, from wherever you happen to be.
8. We're continuing _____ and _____ so you can be more productive and provide your clients the best service possible.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. When is a real estate professional most productive?
2. Where can you find your positional clients?
3. What do you know about the Client Relationship Management?
4. How can CRM help the real estate agent?
5. How do we use this application for another activity? What are they?
6. Is CRM free application?
7. Can you use this app when you are offline?
8. Can the application be modified? Give your reasons.
9. Are there any other applications that are also so useful?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 4 What's Your Role in REALTOR® Safety?

VOCABULARY

- Agent itinerary - план (действия) агента
Awareness - информированность
Empowerment - доверенность/полномочие
Lockbox app - абонированный почтовый ящик
Managing broker - руководящий посредник
No-cost educational tools - бесплатные обучающие курсы
Real estate brokerages – брокерские агентства по недвижимости
Precautions - меры предосторожности
Slide and supplemental materials - слайды и вспомогательные материалы
Vital leadership - глобальное руководство
To brush the topic aside - игнорировать тему
To deserve attention - заслуживать внимания
To fit your needs - удовлетворять потребности
To promote the safety of agents - обеспечить безопасность агентов
To protect consumers - защищать клиентов
To reflect upon - задуматься об усилиях
To stir up images - возбуждать (создавать) образ

Read the text and do the following exercises:

September is REALTOR® Safety Month, an important time to reflect upon our efforts to promote the safety of you and your agents on the job, as well as the safety of the clients we serve. Even though some agents brush the topic aside thinking, “It won’t happen to me,” or “Our community is safe,” it’s a sad fact that according to 2015 research from the National Association of REALTORS® (NAR), four in 10 real estate professionals say they’ve experienced a situation that made them fear for their personal safety or the safety of their personal information.

Managing brokers play a vital leadership role in safety discussions, a topic that may stir up images of violent crime, but should address other more common occurrences, including accidents, pet attacks, health hazards, and the theft of valuable possessions or personal information.

Institute a Safety Plan for Your Brokerage

Does your office have standard procedures for agent safety as well as for client information? NAR’s 2015 safety survey found that less than half of real estate brokerages (46 percent) have agent safety procedures, while 64 percent of offices have standard procedures for safeguarding and properly disposing of sensitive client information.

Obviously, the protection of client information is important, but the personal safety of agents deserves equal attention. In its ongoing effort to help REALTORS® understand the risks they face through knowledge, awareness and empowerment,

NAR has numerous no-cost educational tools, resources and sample forms that can be adapted to fit your needs, including:

- **Recorded Webinars** – “Incorporating Safety into Your Business,” one of many webinars archived online, explores specific tools and advice for implementing safety protocols. Register for NAR’s next webinar—September 14, 1 – 2 p.m. CST—by visiting REALTOR.org/safety.
- **Presentations** – NAR’s three-hour Safety Training presentation covers safety at the office, safety with clients, and safety at home. Download step-by-step presentation instructions, slides and supplemental materials.
- **Office Safety Tools** – Including sample prospect and agent identification forms, agent itinerary form and an office safety action plan.

Keep Safety Top-of-Mind

While an official plan is important, it’s equally vital to ensure that safety isn’t a one-time discussion, but an ongoing conversation between brokers and their agents. A few ways to do this:

Sales Meetings – Keep the conversation going by reviewing your safety plan on a regular basis, or reviewing the philosophies and topics covered in NAR’s product, “The Little Red Book: Safety Rules to Live By for REALTORS®.”

Safety Tips – Create an open dialogue about safety by regularly sharing weekly safety tips (colorful infographics) on NAR’s social media platforms.

Tech Tools – Encourage your agents to explore available smartphone apps and utilize the safety features coming soon on the SentiLock lockbox app.

Support Consumer Education

Even though meeting buyers in public and checking their ID before showings is the safe plan, agents are often reluctant to take these and other safety steps. You can support their efforts by making it a priority to educate consumers about your policies—why they’re important in today’s world, where an agent’s every move may be visible online—and how these procedures are also designed to protect consumers. To support your efforts, NAR created a three-minute award-winning consumer video, “Real Estate, Safety, and You,” which you can use to explain the need for such precautions. This video and the aforementioned resources can help you and your agents keep safety top-of-mind all year long.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. September is REALTOR® Safety Month, an important time to _____
_____ our efforts to promote the safety of you and your agents on the job, as well as the safety of the clients we serve.

2. It's a sad fact that, four in 10 real estate professionals say they've experienced a situation that made them fear for their _____ or the safety of their personal information.
3. _____ play a vital leadership role in safety discussions.
4. Does your office have standard procedures for _____ as well as for client information?
5. In its ongoing effort to help REALTORS® understand the risks they face through knowledge, _____ and _____.
6. NAR has numerous _____, resources and sample forms that can be adapted to _____.
7. Download step-by-step presentation instructions, _____ and _____.
8. Office Safety Tools include sample prospect and agent identification forms, _____ form and an office safety action plan are office safety tools.
9. You can support their efforts by making it a priority to _____ consumers about your policies.
10. To support your efforts, NAR created a three-minute consumer video to explain the need for such _____.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. What month is an important time to reflect upon realtors' efforts?
2. How many real estate professionals say that they've experienced a situation that made them fear for their personal safety?
3. What specialists play a vital leadership role in safety discussions?
4. What common occurrences should managing brokers take into account?
5. What is NAR?
6. How many agent safety procedures do real estate brokerages have?
7. What procedures do other 64% of offices have?
8. What educational tools does NAR have? Are they free of charge?
9. What tool has NAR created to support efforts?
10. What do you think about NAR and its activity?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 5 Five Focus Areas of Successful Brokers

VOCABULARY

Adding value - добавочная стоимость

Brainstorming - мозговая атака

Energized brokers - энергичные брокеры

Listing presentation - перечень презентаций

Retention tool - инструмент сохранения

Shape the offices - сформировать офисы

Stagnation - кризис, застой

Time management - управление временем

To recruit - нанимать

To retain producers - сохранять производителей

To set the bar high - устанавливать высокую планку

Read the text and do the following exercises:

When smart, dynamic leaders get together and talk through challenges and opportunities they encounter, patterns emerge. Even with different personalities, backgrounds and opinions at the table, it becomes evident that successful people tend to view the fundamentals in a similar way.

Here's an example. Earlier this year, a few hundred top RE/MAX brokers gathered in Scottsdale, Ariz., for several days of brainstorming, collaboration and feedback. It was a fantastic event that left me encouraged and optimistic. It also revealed some common areas in which today's brokers shape their offices.

Here are five activities top brokers focus on:

Managing Time

In offices of any size, the demands on a broker's time can be stifling. In fact, the brokers in Scottsdale identified time management as one of their biggest challenges. To make the most of each day, they delegate the small stuff, time-block and concentrate on dollar-productive activities. Some have closed-door "power hours" built into their daily routines. They all agree that prioritizing is essential, and the vast majority of them do their most important work first thing in the morning.

Adding Value

Successful brokers understand that in order to attract and retain solid producers, they need to provide irreplaceable value and be able to communicate it effectively. In Scottsdale, I was impressed by how innovative and forward-thinking the brokers were, especially about support services. They know stagnation is a recipe for failure. Great brokers improve their offerings constantly, adding value for their agents and creating a virtuous circle leading to even more sales, recruits and opportunities.

Developing Agents

The best offices have an environment of constant, comprehensive agent development. In fact, a broker's ability to teach agents how to be more productive and close more sales might be the greatest retention tool of all. Brokers who offer systematic, relevant instruction in areas such as prospecting, listing presentations and lead conversion develop better agents and build stronger connections at the same time. One broker at the meeting put it this way: "I commit to the success of my agents every single day."

Growing Their Business

Many of the top brokers view recruiting as a process of becoming a resource for agents and letting the relationship grow from that point. The approach is more conversation, less presentation. They also realize that recruiting requires intentional, sustained attention and action. The first step is defining objectives. The second is designing a plan and sticking with it.

Leading by Example

Leaders generally reflect their organizations, and vice versa, so it's no surprise that professional, energized and productive brokers generally attract agents with the same qualities. As a result, core values associated with those traits become embedded in a firm's culture, mission, vision and beliefs. It's a winning formula. "Surround yourself with great people, set the bar high and deliver," one broker said. Ultimately, being a broker in today's ultracompetitive industry is difficult, and there are no easy answers. From what I heard in Arizona, providing value that exceeds expectations—and helps agents achieve maximum success—is clearly the best way to go.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. A few hundred top brokers gathered in Scottsdale for several days of _____.
2. It also revealed some common areas in which today's brokers _____.
3. The brokers in Scottsdale identified _____ as one of their biggest challenges.
4. Successful brokers need to provide _____ and be able to communicate it effectively.
5. Great brokers improve their offerings constantly, _____ for their agents and creating a virtuous circle.
6. A broker's ability to teach agents how to be more productive and close more sales might be the greatest _____ of all.
7. Many of the _____, view _____ as a process of becoming a resource for agents and letting the relationship grow from that point.
8. So it's no surprise that _____, _____ and _____ brokers generally attract agents with the same qualities.

9. “Surround yourself with great people, _____ high and deliver”, one broker said.
10. Providing value that exceeds expectations- and helps agents _____ - is clearly the best way to go.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. How do patterns of successful work emerge?
2. What was the main goal of top brokers' gathering in Scottsdale?
3. What are five activities do brokers focus on?
4. Why is the time management one of the biggest challenges?
5. What is the adding value of successful brokers?
6. Why is the developing of agents so important?
7. What helps the brokers to grow their business?
8. What agents' professional qualities attract top brokers?
9. Is it easy to be a broker in today's ultracompetitive industry?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 6 Five Ways Big Data Is Changing Real Estate

VOCABULARY

Affect insurance premiums – негативно влиять на страховой взнос;

A risky loan – рискованный заем;

Commercial property – коммерческая собственность;

Comprehensive insurance – полное страхование;

Data analysis - анализ данных;

Data evaluation tools – инструменты оценки данных.

Data surveys – данные опроса (исследование);

Mortgage lenders – ипотечный заимодатель;

Realty investment – инвестирование в недвижимость;

To finalize transactions – заканчивать сделку;

To maintain the mortgage – поддерживать ипотеку;

Read the text and do the following exercises:

Every facet of the business world has been radically changed by the way data is collected, analyzed and transmitted. So much so, that past models of how major industries were run have now become largely obsolete. Data analysis is considered the “gold standard” by which companies look at the future.

To some people, this approach seems cold or overly “corporate.” However, it gives businesses and clients a direct advantage when finalizing transactions within an increasingly short period of time. This is because much of this “big data” is collected in response to issues as they occur.

Large amounts of information are compiled so that trends can be closely studied. Facts and figures are dissected, as if they were subjects in a scientific experiment. At that point, vital bits of information can be expertly chosen and designated for further investigation.

Finance

In the world of finance, the use of big data has made a significant impact on the methods in which purchases and investments are made. Nowhere is this more evident than when financial institutions look into real estate investments. By surveying trends as they form in data pools, decisions are made as to how banks can reduce their own risk. With their own financial risk lessened, commercial banks are therefore able to pass along favorable rates to their own clients.

Banking

Big data assists banks in understanding the needs of their customers. As data is closely scrutinized, ideas often emerge, helping banks to better direct their marketing efforts to groups that might otherwise be underserved by their financial institution. This is true for their customers who merely want to open a basic checking account without fees, as well as necessary for major clients who require additional tools to manage their wealth.

Sorting through this data also works so lenders can better adhere to state and federal regulations. Experts in risk management are able to look at just how customers use services not only in past endeavors, but in real-time transactions. This analytical awareness of financial models is the key to reducing and eliminating electronic fraud.

Real Estate

Banks are able to use this data wisely, especially when it comes to the purchase of real estate and how it is insured. Data gives out distinctive clues as to how new homebuyers, start-ups and business owners looking to purchase commercial property will further their investments. This is crucial before extending a risky loan or in cases where similar investments have failed in the past.

1) Insurance

It is possible to use big data tools when insuring a house, commercial space or property as well. Every variety of insurance coverage now depends on information gathered from digital data sources. While insurance companies are naturally looking for methods in which to increase their own profits, they are also looking for how to better serve their clientele.

To offer more comprehensive insurance policies for property owners, insurance companies need to analyze data from large numbers of users. They study what types of insurance are necessary for a particular geographic region or type of dwelling. This can come down to offering earthquake, flood or hurricane insurance as a standard part of their policies to attract new customers.

2) Investment

When looking at realty investment, this risk also extends to the gentrification of once forlorn neighborhoods in urban areas. Using the results of data surveys, insurance companies and financial institutions decide whether to involve themselves in new real estate projects. Using risk analysis, they are better able to estimate what future claims may occur now and in the distant future.

3) Statistics

Every homeowner knows that they must have homeowner's insurance as a requisite for maintaining their mortgage. This is based on banks and mortgage lenders using data provided by insurance companies to protect their investments. While data alone is not able to ascertain whether a house at a certain address will suffer from calamity, it is usually able to serve probable warning.

4) Liability

Consumers benefit from how this data analysis determines their insurance rates. Current property values can both positively or negatively affect insurance premiums. Data that is gathered from reliable sources allows insurance adjusters to see value in properties that may not seem reliable on the surface. However after looking at long-term data, such property or land investments may be worth a second look.

5) Risk

Investing in real estate has traditionally been seen as an educated gamble or game of risk. No matter how well planned a purchase may be, there is always a

chance that things could go seriously wrong. With proper data evaluation tools, companies dealing in real estate sales, investment and insurance are better able to offer reliable predictions. In addition to improving their own profits, they are now able to better assist current and future clients.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. _____ is considered the “gold standard” by which companies look at the future.
2. _____ give out distinctive clues as to how new homebuyers, start-ups and business owners looking to purchase _____ will further their investments.
3. This is crucial before extending a _____ or in cases where similar investments have failed in the past.
4. To offer more _____ policies for _____, insurance companies need to analyze data from large numbers of users.
5. When looking at _____, this risk also extends to the gentrification of once forlorn neighborhoods in urban areas.
6. Using the results of _____, insurance companies and financial institutions decide whether to involve themselves in new real estate projects.
7. Every homeowner knows that they must have _____ as a requisite for _____.
8. This is based on banks and _____ using data provided by insurance companies to protect their investments.
9. Current property values can both positively or negatively _____.
10. With proper _____, companies dealing in real estate sales, investment and insurance are better able to offer reliable predictions.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. What is considered the «gold standard» by which companies look at the future?
2. What does data analysis give businesses and clients in finance? Banking? Real estate?
3. How does data analysis help insurance companies to increase their own profits and to better serve their clientele?
4. Why does data help to avoid realty investment risk?
5. What is a requisite for maintaining the homeowner’s mortgage?
6. What do consumers benefit from data analysis?
7. In what way do data evaluation tools help companies dealing in real estate sales, investment and insurance?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 7 5 Tips to Halt Mortgage Fraud in Its Tracks

VOCABULARY

Condo conversion (condominium conversion) - преобразования *кондоминиума**

Foreclosure - потеря (лишение) права выкупа

Fraud for (housing) - мошенничество с (жильём)

Legitimate actions - законные действия

Misstatement - ложное показание

Mortgage fraud - мошенничество с ипотекой

Omission on a loan - недосказанность о кредите

Predatory lending - хищническое (грабительское) кредитование

Sophisticated in nature - сложные по своей природе

To halt - останавливать

Tracks - направления

To validate pricing - для проверки цен

Unsolicited - незапрашиваемые

Read the text and do the following exercises:

Predatory lending has declined sharply in the years since Dodd-Frank, but it, and other types of mortgage fraud, still steep into housing even today and affect every stage of the homeownership cycle.

Mortgage fraud, an umbrella term, is “a crime characterized by some type of material misstatement, misrepresentation, or omission on a loan which is then relied upon by a lender,” according to the FBI. It generally falls into one of two categories: fraud for profit and fraud for housing. Fraud for profit crimes are typically committed by those within the industry; fraud for housing crimes are committed by borrowers.

Mortgage fraud includes:

- Air Loans
- Builder Bailouts
- Condo Conversions
- Equity Skimming
- False Commercial Leases
- False Residential Loans
- Foreclosure Rescue Scams
- Fraudulent Appraisals on Flips
- HECM (Reverse Mortgage) Scams
- Loan Modification Scams
- “Silent Second” Mortgage Schemes

Many of these crimes are sophisticated in nature, and homeowners and homebuyers easily mistake them for legitimate actions.

Don't become a statistic—avoid mortgage fraud with these 5 tips:

1. Ask your REALTOR® to refer you to a reputable lender. Consult your local regulatory agency to confirm the lender's licensing and other credentials.
2. Be honest and transparent when completing a loan application. Do not include false information in the application, even if another party attempts to convince you otherwise.
3. Read (and re-read) all mortgage documents before signing them, or have a third party review them with you. Assess the information in the documents for accuracy. Do not sign documents that are blank or incomplete.
4. Consult property records and review tax assessments and title history before purchasing a home. Conduct your own research on comparable home sales in the neighborhood to validate pricing.
5. Steer clear of too-good-to-be-true offers, like “no money down” loans or claims to help homeowners profit or eliminate debt overnight. These offers, often made with high-pressure sales tactics, can come in the form of unsolicited phone calls and emails or online advertisements. Do not pay upfront or advanced fees for these offers. Do not sign over the deed to your home, even if facing foreclosure.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. Mortgage fraud generally falls into one of two categories: _____ and _____ .
2. Fraud for _____ are typically committed by those within the industry.
3. Fraud for _____ are committed by borrowers.
4. Consult your local regulatory agency to confirm the lender's _____.
5. Read all mortgage documents before _____ them.
6. Do not sign documents that are blank or _____.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. What are the categories of mortgage fraud?
2. Who is fraud for housing committed by?
3. Why do homeowners and homebuyers easily confuse these crimes to legitimate actions?
4. Why is it important to reread all mortgage documents?
5. Have you ever experienced a mortgage fraud?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 8 Five Tips to Make Your Brand Top of Mind

VOCABULARY

Awareness – осведомленность

Brand authenticity – подлинность бренда

Brand loyalty – лояльность к бренду

Brand recall* – отождествление товара с названием бренда

Consistent engagement – последовательное взаимодействие

Instant access – мгновенный доступ

Marketing approach – особый маркетинговый подход

Multiple network – разветвленная сеть

Reciprocate – отвечать взаимностью

Tailor post – адаптировать пост

To fit needs – удовлетворять потребности

To gain a new follower – прирост новых подписчиков

Read the text and do the following exercises:

Staying ahead of the competition in real estate is all about building top-of-mind awareness. Often, the more unique your approach, the better, as it sets you apart from competitors. When it comes to building and maintaining your image across multiple networks, it can be challenging to establish a strong identity and build trust with buyers and sellers, as each platform offers a different user experience and requires a distinct marketing approach.

The key to a strong branding strategy is to present a consistent tone, message and image, as it allows consumers to verify the authenticity of your brand. This helps to reinforce your identity, strengthens brand recall and drives positive sentiment. Here are five tips to help you develop a solid brand identity across your social channels, website, blogs, and more.

1. Get to know your audience

At this point in your career, you have an idea of the type of buyers and sellers you typically work with and understand their wants and needs. Take a look at their social channels to see what they're posting and how you can create content that fits their needs. By the same token, when you gain a new follower, reciprocate their interaction. Engage with their posts where appropriate to show that you're listening and have a true interest in the relationship.

2. Develop consistent engagement

Post regularly on social media, but don't overdo it, either. There's a fine balance, because if you post too often, you could risk losing your followers. Consider the advantages of posting your content on multiple channels to reach a wider audience, but be sure to tailor your posts to fit each site's style.

3. Offer helpful resources

Today, building brand loyalty is about giving buyers and sellers instant access to valuable information. Since consumers can research and find anything online, agents and brokers need to stand out with specific content that can help clients in their selling or buying process. Developing blogs, videos, checklists and other content will resonate with clients, distinguish you as an expert and keep you top of mind. Homes.com offers a variety of brandable consumer resources that you can personalize and share with your clients.

4. Build authentic connections

As a brand, agents should keep in mind that platforms like social media are forms of socializing. You're building relationships just as you would when networking in person. Because of this, it's important to establish and develop your online voice. When engaging with your followers, relax, show your human side, and be genuine. By creating a more relaxed identity, you're showing that you're more than just a real estate service. To do this, post content you're interested in that doesn't necessarily relate to real estate, such as your favorite decorating ideas, cute dog videos, etc.

5. Consistency is a key

Consumers should recognize your brand regardless of the setting or platform. To do so, be sure all of your images and colors are tied back to your business. Remember, your brand style should be an extension of your business, so derive it from existing materials, like your website, marketing materials, signage and business cards. The goal is to seamlessly connect all of your platforms so prospects and clients will recognize your work in every location. Customize your cover photos so that your image has a consistent look and feel from one social network to the next. Remember to tailor the graphics to each network's size requirements, and use your logo where possible, along with uniform colors, fonts and design style. For personal branding, agents should use their professional headshot. Sharing that smiling face on all networks will create a warm first impression.

Not sure you're able to manage all of these moving social branding pieces? Homes.com can help! With the release of Homes.com Social Fuel, we've created new opportunities to ignite your social strategy. With specialized Facebook Ad targeting, personalized social content for Facebook, Twitter, Google+ and LinkedIn, and an all-in-one reputation manager, we offer content that is unique to your network and designed to receive maximum engagement. Learn more about our new Social Fuel to boost your brand and see how you can connect with more buyers and sellers today!

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. Staying ahead of the competition is all about building top-of-mind _____ .
2. Each platform offers a different user experience and requires a distinct _____ .
3. This helps _____ your identity, strengthens _____ and drives positive sentiment.

4. _____ their posts where appropriate to show that you're listening and have a true interest in the relationship.
5. Post regularly on social media, but don't _____ it.
6. Today _____ is about giving buyers and sellers _____ to valuable information.
7. When engaging your _____, relax, show your human side, and be genuine.
8. To do this, post content you're interested in that doesn't necessarily _____.
9. _____ should recognize your brand regardless of the setting or platform.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. Is staying ahead of the competition all about building top-of-mind awareness?
2. What is the key to a strong branding strategy?
3. What are the five tips to help you develop a solid brand?
4. Is it necessary to know the type of buyers and sellers you typically work with?
5. Should you develop consistent engagement?
6. What is building brand loyalty?
7. Why is it important to establish and develop your online voice?
8. Is consistency key? (Give your reasons)

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 9 4 Tips for Smart Negotiations

VOCABULARY

Buyer agent – агент по закупке
Closing costs – расходы на завершение (сделки)
Contingency – непредвиденное обстоятельство
Down payment – первый взнос, задаток
Legitimate – законный
Listing agent – листинговый агент
To anticipate – предвидеть
To liaise – поддерживать связь
To trade-off – сбывать (залежалые товары)
Ultimate – окончательный, конечный
Wiggle room – пространство для маневра

Read the text and do the following exercises:

Negotiation is about settling differences to reach an agreement, and every part of the home-buying process is about doing precisely this. Your agents practice this skill when they convert prospects into clients, help buyers prioritize needs while touring homes, and when they liaise with the seller and listing agent to finalize the deal. Negotiation is in everything you and your agents do. Read on for a few lessons in negotiation to pass along to your team.

1. Negotiation is about understanding buyer motivations

It's imperative that your agents truly understand buyers' priorities and motivations for purchasing so they can guide them through the decision-making process before negotiation with the other parties begins. Is it most important that the home is near a job, school, or public transportation? What's the budget? Do the buyers have special access needs? Are four bedrooms required? Do they require assistance with closing costs? Help buyers define and prioritize needs early on so you all understand which property to fight for when the time comes.

2. Negotiation is about navigating emotions

Remind your team that, sometimes, being a buyer agent is like being a therapist. There's a lot at stake, so clients will get emotional. In these instances, agents should observe, ask questions and practice empathy to show that they understand buyers' needs. Encourage your agents to acknowledge that the buyers' emotions are legitimate and to help clarify the situation. Sometimes buyers may want to vent; agents should listen quietly, and then offer suggestions, alternatives and choices. They can remind buyers that they have been in similar situations before, and that they can offer guidance through the process.

3. Negotiation is what you do for—and with—your buyers

Negotiation isn't always practiced with the seller; sometimes buyer agents must negotiate with clients, too. Remind buyers of the ultimate goal and respond to objections with positive perspectives. If location is an objection, remind buyers that there are cost benefits to investing in an area that isn't yet fully established. If buyers say the price is too high, remind them that an added \$20,000 divided across the life of a 30-year mortgage will add a negligible amount to the monthly payment. Determine the root of the objection. If the real issue is that they have a limited down payment, discuss asking the seller for closing costs. Encourage flexibility by offering a variety of options to close the deal.

4. Negotiation is practiced throughout the transaction process.

When the right home is chosen, agents must balance buyers' goals with sellers' interests. To prepare for the offer process, they must identify minimum and maximum price ranges, required contingencies, and whether there is wiggle room on closing dates. When negotiating issues that arise in the inspection report, agents should identify problems the seller must solve and those issues that the buyers are willing to address. If it's necessary to make a major concession, agents can offer a trade-off that will benefit the buyer. All along, agents should anticipate seller responses and arm their buyers with responses.

If negotiation is an art, tools of mastery include confidence, authority and professionalism. As an ABR®, you have access to webinars, networking groups, scripts and helpful buyer tools on REBAC.net to develop these traits, market your brand of excellence to prospective clients, and get you and your agents in top negotiating form.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. Negotiation is about _____ to reach an agreement, and every part of the home-buying process is about doing precisely this.
2. It's imperative that your agents truly understand _____ and motivations for purchasing.
3. Do they require assistance with _____?
4. Help buyers _____ and _____ needs early on so you all understand which property to fight for when the time comes.
5. _____ to acknowledge that the buyers' emotions are _____ and to help clarify the situation.
6. Remind buyers of the _____ and respond to objections with _____.
7. If the real issue is that they have a limited _____, discuss asking the seller for _____.
8. When the right home is chosen, agents must _____ with sellers' interests.
9. If it's necessary to make a _____, agents can offer a _____ that will benefit the buyer.

10. If _____ is an art, tools of mastery include confidence, authority and professionalism.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. What are four tips for smart negotiations?
2. What should you do to understand buyers' motivations?
3. Why are agents considered to be therapists?
4. What should agents do to prepare for the offer process?
5. If negotiation is an art, what tools of mastery does it include?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 10 7 Steps to Building a Super Team in 2017

VOCABULARY

A Client Care Coordinator- координатор по работе с клиентами

To burn out- выгорать

Tool- средство, инструмент

Transaction- сделка

Read the text and do the following exercises:

Having been around the industry for nearly 20 years, I've seen a lot of great people succeed—and a lot of great people burn out. The amount of pressure combined with straight commissions and the increasingly complicated nature of the transaction means it's getting harder to do any significant number of transactions without getting some real help. When quality individuals begin to do real estate, they build their business based on a set of values and an intended level of service. As they grow, their service suffers, or their values are compromised. I believe that we're not on this earth to sell houses, but rather, to make a difference in the lives of our families, and the people we touch in business, in that order. As we grow, both areas suffer.

The Problem

I recently interviewed an agent who is doing \$10 million a year in sales. While this is a good business, she never sees her husband and misses all of her children's games and important events. Success to her used to be measured by selling houses and being a great wife and mother. Today, she feels as though she's failing at all three. This is the underlying motivator that drives people to consider building a team. As I consulted with her, my first assurance was to make sure she understood she wasn't alone in her feelings of being able to grow her business, but unwilling to have her family suffer going forward.

The Solution

Step 1: Look at company-provided tools and take advantage of the tools and resources available. These include marketing, transaction management, etc.

Step 2: Hire a Client Care Coordinator. This position can be full- or part-time, but should be filled from day one. I don't believe you can get to the place in your business where you're making \$1,000 per hour if you spend 15 – 30 hours a week doing \$15 – \$20 per hour tasks. You must delegate and follow a proven process for hiring and training talent.

Step 3: Systematize everything. Automate your processes and systems to create operational excellence. This includes systems for before, during and after every transaction.

Step 4: Consider a buyer's agent or showing assistant. We know through our tracking systems and research that every listing should generate 1.5 buyer-side

transactions. If you focus on listings and allow someone else on your team to show and work with buyers, you can grow substantially.

Step 5: Cater to millennials. Millennials love working in groups and helping each other be successful. This team environment is very difficult to achieve as a group of agents. Team means something entirely different than group, and building a team makes work more enjoyable, and, more importantly, gives you the ability to have someone you like and trust handle your clients when you need time with your family.

Step 6: Change your focus from agent to leader. Your focus should be on business development and people development. As you help your team members become successful, have great income and balance in their lives, your income and life balance will improve.

Step 7: Don't go it alone. Building a team is like climbing Mt. Everest; many set the goal to reach the summit, but very few do. Your business, life and team deserve expert advice and coaching to follow a proven route to success.

The bottom line is that agents want a life. They realize their lives will not be measured by GCI or number of total units sold. Life has so much more to offer, and building a successful team allows them to live life to its fullest.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. It's getting harder to do any significant _____ without getting some real help.
2. Success to her used to be measured by _____ and being a great wife and mother.
3. She wasn't alone in her feelings of being able _____ .
4. Look at company-provided tools and _____ of the tools and resources available.
5. You must _____ a proven process for hiring and training talent.
6. _____ and systems to create operational excellence.
7. If you _____ and allow someone else on your team to show and _____, you can grow substantially.
8. This team environment is very difficult to achieve as _____ .
9. And _____ makes work more enjoyable, and, gives you the ability to have someone you like.
10. Change your focus from _____.
11. Your business, life and team deserve _____ and coaching to follow _____ to success.

Exercise 2. Translate the Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. What do quality individuals build when they begin to do real estate?
2. How many steps should you make to build a super team?
3. What step is the most important in your opinion?

4. What is the right motivator for people to create business teams?
5. What is the role of building a successful team in an agent's professional life?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 11 Marketing: It's Not Just Advertising

VOCABULARY

Home inspectors – инспекторы по недвижимости

Loan brokers – кредитные брокеры

Multi-faced approach – многогранный подход

Promotional giveaways – рекламные подарки

To adjust – корректировать

To hone – совершенствовать

To generate leads – формировать потенциал покупателей

Title insurers – правовые страховщики

Read the text and do the following exercises:

We talk a lot about marketing in the real estate industry, but what exactly is it? Isn't marketing just advertising your product or service?

Not really. That's rather like saying that cooking is just putting food on a plate. Sure, advertising is part of any good marketing strategy, but minimal effort gets minimal results. If you just purchase a few ads and sit back to wait for clients, you're not likely to succeed.

Advertising Is Just One Piece of the Marketing Puzzle

A strong marketing strategy involves a multi-faceted approach. Advertising has its place, but it only delivers good results as part of a broader marketing campaign. What's more, many people confuse the term "marketing" with promoting a business. In fact, promotion—the goal of advertising—is just one piece of the bigger picture.

The Basics of Real Estate Marketing

Many people have heard of the four Ps of marketing:

1. Product
2. Price
3. Place
4. Promotion

A good marketing strategy will find you standing out from your competitors in one or more of the four Ps. If you're not sure where to begin, check out the examples below.

Product – Can you provide better service than your competitors? If so, that's excellent marketing. Try:

- Honing your negotiating skills to get your clients the best possible price
- Having a solid bank of qualified industry professionals to refer your clients to (this includes loan brokers, home inspectors and title insurers)
- Writing strong listing descriptions that sell

Price – It's a widely held belief that no agent should work for less than the standard 6 percent split, and for good reason. You provide a specialized and valuable service to both buyers and sellers. Still, you can beat other agents on price if you can

get the highest possible price for your selling clients and negotiate lower prices for your buyers. Both are excellent real estate marketing skills.

Place – Location is difficult to adjust; most of us prefer to work near home. That said, a bit of local research can tell you whether it might be worthwhile to branch into neighboring markets that may be underserved by qualified agents.

Promotion – Although it’s just one piece of the puzzle, this is what most people actually mean when they use the term “marketing.” It’s also important to remember that advertising isn’t the only form of promotion. Anything you do to generate leads, make your name known and develop your brand can be considered promotion. This includes:

- Business cards
- Mailers
- Print, radio or television ads
- Promotional giveaways
- Developing your internet and social media presence

Promote Your Way, but Don’t Forget Marketing Basics

Promotion, including advertising, is more flexible than the other pieces of the marketing puzzle. Get the first three marketing basics in order before you begin experimenting with the type of business promotion that delivers the best results for you.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. A strong marketing strategy involves _____.
2. Try _____ your _____ to get your clients the best possible price.
3. A solid bank of qualified industry professionals includes _____, _____ and _____.
4. Location is difficult _____: most of us prefer to work _____.
5. Anything you do to _____, make your name known and develop your brand can be considered promotion.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. What are the main basics of Real Estate Marketing?
2. How can good marketing strategy help you in the real estate industry?
3. What does promotion include?
4. What is the most flexible piece of the marketing puzzle?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

TEXT 12 3 Reasons Why Personal Development Is Critical to Success

VOCABULARY

Frustration – разочарование, неудача

Self-reflection – самоанализ

Thriving – процветающий

To gain perspective – открывать/получать перспективы

To handle the challenges – справляться с трудностями

To keep track of smth – следить за чем-либо

To overcome adversity – преодолевать препятствия, невзгоды

To stagnate – приходить в упадок, застой

To strategize for success – нацеливаться на успех

To work by referral – работать в базе данных

Read the text and do the following exercises:

Are you as good today as you were a year ago? Think about that for a second - if you have the same mindset, skills, knowledge and perspective you did last year, you're not improving. When you don't improve, you're unable to offer your clients the best 'you'—the best service, the best expertise and the best guidance. Even worse—when you don't improve, your business begins to stagnate, and you may begin to feel frustrated and unmotivated as a result.

At Buffini & Company, we think personal development is so important that we've built it into our system and into each event we plan. We're all about goal setting, constant improvement and strategizing for success. Continuous growth and development motivates you to take control of your business, among other benefits, such as:

You'll serve your clients better. When you work by referral, the service you offer your clients is your calling card. Keep your skills sharp and your knowledge on the cutting edge by investing in seminars, training, classes, books, etc. The more you learn, the better you'll be to handle the challenges that come your way, whether it's tough negotiations with a seller or managing the expectations of your clients.

You'll get inspired by the stories of others. Learning isn't limited to the classroom or events; you can learn from the experiences of other people as well. One thing that most successful people have in common is that they had to overcome adversity to get where they are, like a major setback or unexpected circumstances. These inspirational people looked fear and difficulty in the face and carried on despite it. They didn't take the easy road and give up; instead, they mustered all of their courage and kept going. We all have our challenges and struggles that we deal with each and every day. While it's easy to say "why me?", successful people say "What can I learn from this?" and dig in.

You'll gain perspective. A big part of personal development is self-reflection. Journaling allows you to keep track of your progress and note both your frustrations and victories. Not only are you less likely to repeat mistakes from the past, you're

also able to gain perspective, especially when you reread it later on. You're able to see how far you've come and get inspired by your own story.

You might be thinking, "This is all well and good, but I just don't have time for personal development." You have to make time. Not just for personal development, but for other important things in your life as well. What are your priorities? Successful people know their priorities and schedule their days around them. Your priorities should include lead generation. Your priorities must also include personal development, even if it means 15-minutes of reading first thing in the morning or listening to a motivational podcast on your drive to the office or to a listing appointment. If it's important, you make time for it.

When you make time for personal development, you're investing in yourself and your business. This makes you a true professional. Instead of spending each day putting out fires, you'll spend each day working toward your goals and leading a thriving business. Remember, when you work on your business, each day is more productive than that last. We love to watch our clients succeed and hear their success stories.

Exercise 1. Insert the missing words and word combinations:

1. When you don't improve, your business begins to _____, and you may begin to feel frustrated and unmotivated.
2. We are all about goal setting, constant improvement and _____ _ _____.
3. When you _____ _ _____, the service you offer your clients is your calling card.
4. The more you learn, the better you will be able to _____ _____.
5. One thing that most successful people have in common is that they had to _____ _____ to get where they are.
6. We all have our _____ and struggles that we _____ each and every day.
7. Journaling allows you to _____ your progress and note both your _____ and victories.
8. You're also able to _____ _____, especially when you reread your mistakes later on.
9. Successful people know their _____ and _____ their days around them.
10. You'll spend each day working toward your goals and leading a _____ _.

Exercise 2. Translate the sentences from Exercise 1 into Russian.

Exercise 3. Answer the questions to the article:

1. Why is personal development so important?
2. What are the main three reasons for development (according to the article)?
3. What do the priorities of a successful person necessarily include?
4. How much time should be spent on self-development every day?

Exercise 4. Render the content of the article in brief.

Attachment

Part I How to render the article in English

1. Scan the article and write down unknown words
2. Find the meaning of the words in the dictionary and read the article once again for more details
3. Analyze the article according to the plan given below

The language to be used while rendering the article	The plan for rendering a newspaper article
The title of the article	The article is headlined ... The article is entitled ... The title of the article is ... The headline of the article is ...
The author of the article, the name of the newspaper, where and when the article was published	The author of the article is ... The article is written by... The article is (was) published in...
The main idea of the article	The article is about... The article is devoted to ... The article deals with ... The article touches upon ... The article addresses the problem of... The article raises/brings up the problem ... The article describes the situation ... The article assesses the situation ... The aim of the article is to provide the reader with information about... The main idea of the article is... The article informs us about... / comments on...
The contents of the article	The author starts by telling the reader that... The author goes on to say that... The author writes / states / stresses / underlines/emphasizes / points out that... According to the text ... The author comes to the conclusion that... In conclusion, the author draws the attention of the reader to...

<p>Your opinion of the article/your assessment of the article</p>	<p>I find the article interesting / important / dull / useful of no value / too difficult to understand and assess. I think... My point is that... I believe that... In my opinion...</p>
---	---

Part II Texts for reading in English

Text 1 How to Make Difficult Clients Happy

The emotions play a significant role in the home-buying and -selling process. Sellers may feel excited to be moving into a new home; however, at the same time, they may feel remorse and sadness for leaving family memories behind. Homebuyers may be overwhelmed with wonder and glee to start a new life, but worried and cautious about the responsibilities of owning a home. As a real estate professional, you work in the service industry and deal with these types of emotions every day. Luckily for you, many clients are happy and thrilled to start their new life—but that isn't always the case. Difficult clients are part of the business, but with a few tips, you can turn a hardship into a profit.

Listen

Many difficult situations arise because the client feels like they are being ignored—a situation that can be avoided if you listen to your client's needs, wants, and negotiables from the start. Create an “interview” process for all clients prior to working with them to find out all this information. This is the perfect time to ask questions to figure out what the client is looking for, as well as understand them as a person.

Some situations need to be seen from the other person's point of view. By constantly trying to make them see things your way, you are telling them that their concerns don't matter and are not important. Think about how you would act in this situation and give the client a response in a manner you would like to hear and/or see. If the client is already feeling frustrated and you see signs of difficulty arising, let the client talk until they have finished stating their worries and/or concerns. This lets the client feel like they are being heard and listened to. This is also the perfect opportunity to start evaluating different solutions you can offer your client, then once they are done, acknowledge that their concerns matter and move the conversation towards the end result, rather than continuing to focus on the problem.

Communicate

Have you ever heard the saying “It's not what you say; it's how you say it?” You might be the cause of difficult situations without even being aware of it. A great way to overcome this is by mimicking your client's tones and dialogue. For instance, if your client is using a more professional tone and you are using a more laidback tone, then slightly adjust yours to the level of the client.

By watching your client's body language, you can notice if they are uncomfortable with the way you are speaking. Take note of what phrases and words are being used and see if/when they react to what is being said. By adjusting your speech, you should see the client relax and calm the situation before it escalates.

Educate

Sometimes, as an expert of your field, you may communicate with clients in a manner that makes them feel like you are patronizing their intellect without even knowing that you are doing it. As a real estate agent, it's crucial to have a clear understanding of the industry and market trends, and know to communicate this

knowledge to clients. With a clear understanding of the industry, your clients will be less likely to disagree with your insight. This is especially helpful when dealing with unrealistic pricing issues.

Be Goal-Oriented

Selling/buying a home can be an excruciatingly long process and create frustration for your client. They want to be updated often and see results quickly. As an agent, you want to stay goal-oriented and focus on the end result. Create a document that can be easily updated with what tasks have been completed and what still needs to be done, so your client can have a visual aide showing where they are in the sale.

Know Your Limits

Differences in personalities can be the cause of major difficulties within the client/agent relationship. As a service provider, you need to learn how to deal with all types of personalities in order to make the sale; however, there are times when the client's personality just doesn't mix well with yours. When this happens, it might be best to refer the client to a friend or a different member of your team who could provide the client with better service by understanding how to deal with their personality type.

There might come a time when you have tried everything possible and still failed to maintain a positive client/agent relationship. If your situation ever becomes so toxic (for you) that it outweighs the potential revenue, it may be better to cut your losses than to continue moving forward with this client. Once you do, you can take the time that would've been spent with this difficult client to work with a more productive client.

Text 2 Prospecting: The Quickest Way to Real Estate Success

Have you ever noticed that the more you prospect, the luckier you get, and the more transactions you close, the more income is available to you?

If prospecting is the way to success, then why do so many real estate professionals fail to prospect? They're too busy, they don't want to bother people, they're afraid of rejection, they don't know who to call...the excuses roll on and on. So, what does an agent have to do? The answer is simple. Pick up the phone and start calling people and implement a follow-up system.

To implement a proper system, you will need a good CRM (Contact Relationship Manager). There are many CRMs to choose from, but the most important thing is to find one you can figure out how to use...and use it. Don't spend too much time analyzing different systems. Instead, ask top agents what they recommend.

Next, put the contact data for your prospects into your CRM. Every time you have a meaningful real estate conversation with someone, put them in your CRM. In addition to including notes regarding what you talked about, give them a contact type and set a date to contact them again.

There are many types of prospects out there. Let's start with your sphere of influence. These are the folks who know and care about you. They can be past clients, vendors, family members and friends. Not only will these prospects be easy to call, but they will be glad to hear from you. When the conversation circles back to real estate, ask if they know anyone who is planning to buy or sell now or in the near future. Put your SOI prospect in your CRM and schedule to call them in three months.

Next come the folks you're actively working with trying to either buy or sell a home. Those with the most urgent follow-up need are the folks you already have a scheduled appointment with. Label these your "A" prospects. They should all be in your CRM, notes should be complete, and you should have an appointment set with them.

The second most urgent prospect is the one who wants to buy in the next 30-90 days. These are your "B" prospects. You should be calling your "B" prospects at least twice per month, so when you put them in your CRM, put them on a recurring call for every other week. It's also important to set these prospects up to receive properties that will interest them until you call again.

The least urgent prospects are those who are 90-plus days out. These are your "C" prospects. Schedule them for a recurring call once per month in addition to sending them properties of interest.

Your goal is to be the first person your prospects think of when they want to buy or sell, or when they know someone who does. If you start prospecting today, use a CRM, follow a system and do the work, just think where you will be a year from now.

Text 3 NAR Is Fighting for Your Internet Rights

National Association of REALTORS® (NAR) has joined with a coalition of businesses and public interest groups working to preserve rules surrounding the open internet, also known as net neutrality. These rules have been in place informally since the dawn of the internet, and were formally established in 2015.

Net neutrality is shorthand for the concept that internet users should be in control of what content they view and what applications they use on the internet. More specifically, net neutrality requires that broadband networks be free of restrictions on content, sites or platforms. Networks should not restrict the equipment that may be attached to them, nor the modes of communication allowed on them. Finally, networks should ensure that communication is not unreasonably degraded by other communication streams.

Why Does NAR Care?

The business of real estate is increasingly conducted online. Streaming video, virtual tours and voice-over-internet-protocol are just some of the technologies that are commonly used by REALTORS® today. In the future, new technologies will be adopted that will no doubt require unencumbered network access.

Some real estate professionals, realty website operators and real estate industry-affiliated content providers believe net neutrality provisions are necessary to prevent broadband providers (cable and telephone companies, primarily) from implementing possibly discriminatory practices that could negatively impact real estate professionals' use of the internet to market their listings and services. Some possible examples include practices that would:

- Limit the public's access to real estate websites
- Limit a real estate firm's access to online service providers who may be in competition with network operators' own services, e.g., internet phone services
- Charge certain websites more for the broadband speeds necessary to properly transmit or display audio or video content, such as online property tour, podcast or phone services

Regulatory Background

In April 2015, the Federal Communications Commission (FCC) published a final rule implementing open internet regulations that prohibit the blocking or degrading of lawful content on the internet by internet service providers. Shortly after the rules were finalized, Internet service providers (ISPs) Comcast, AT&T and Verizon, and their trade association, all sued to halt implementation of the rules, alleging that the FCC does not have proper authority. The FCC, under Chairman Ajit Pai, has issued a Notice of Proposed Rulemaking that would roll back the rules put in place in 2015 and leave the internet service market largely unregulated. ISPs would be under no duty to prevent blocking or degrading its customers' internet service. They would also now be permitted to create "fast lanes," or deals negotiated with large content carriers to carry some website traffic faster than others.

Congress is beginning talks to explore whether legislation can be agreed to that would preserve open internet rules into law and avoid the ping pong of regulatory

rules that businesses and consumers have experienced on this issue for the past several years.

NAR and its coalition partners are working both at the FCC and on Capitol Hill to preserve common sense open internet rules that will permit its members to continue to operate and innovate online. Preserving net neutrality means stronger protections for our members, and better results for the clients they serve.

Text 4 Five Ways To Attract And Keep Great Staff

According to one Gallup poll, 50 per cent of employees leave their job because of their bosses. Other studies have shown that employees leave for several other reasons such as opportunity, better pay or more responsibility. Regardless, attracting and retaining quality staff is not only good for the bottom line, it's good for customer service. So here are five ways to best attract and retain great staff.

1. Be a coach, not a dictator.

We all know being a manager or owner is not an elected position. Maybe that's why so many managers are prone to bark orders and rely on negative reinforcement. Instead, become a coach. Team coaches are still the boss, but understand that like athletes, staff need to be instructed, encouraged, praised, appreciated and when necessary, disciplined. The key is to prioritize your energy towards the positive tasks first.

2. Be flexible – to a point.

Regardless of what some bosses think, employees do not live to work. They have lives outside of the company. A sick parent, a dentist appointment or a child's class field trip can all conflict with a pre-set work schedule. Setting policies that give freedom within established boundaries can reduce stress and allow staff to better focus on their jobs when at the office.

3. Understand the job.

Managers often have a hard time understanding what employees go through on a daily basis, especially if it's a job they've never held themselves. Being yelled at by customers, meeting tight deadlines, hard physical labour – these can all impact mood and productivity. Understanding how daily tasks can affect staff well-being will result in more empathetic and thoughtful bosses.

4. Be a problem solver.

Managers need to understand that they and their staff are all on the same team. And anyone who feels part of a team naturally wants to contribute more. Helping staff solve work related problems not only reduces down time, it can present opportunities for ineffective processes and procedures to be updated

5. Empower others.

An employee who is not sure what they are allowed to say will always say no. This can result in angry customers, lost sales or missed opportunities. Staff that are empowered to make decisions within a framework of guidelines will usually make the right ones. Empowerment will also lead to pride and ownership of their positions – two traits that employees will likely not want to give up.

Text 5 Staying a Step Ahead of the Bad Guys

During REALTOR® Safety Month in September, most brokers' thoughts turn to personal safety—for everyone in your office, including your clients. While safety from physical harm is certainly the highest priority, it's also essential to recognize that personal harm is more than physical, especially in today's digital world.

Internet criminals' nefarious activities take many different forms, including real estate wire fraud. Even though this scheme has been widely reported since it first surfaced in 2015, victims are still falling prey on a regular basis, making it one of the worst security issues in the industry.

How does it work? First, the criminal gains access to the email account of one of the parties to a real estate transaction and follows the communications between these parties.

Then, as closing approaches, the criminal sends an official-looking email to the buyers, directing them to wire their down payment to the criminal's account. The criminal's message may come from the hijacked account or from a "spoofed" account using an email address that's deceptively similar to a legitimate party to the transaction. Buyers may be easily fooled into thinking the message is legitimate.

Fighting Back

Learning that your client, or one of your agents' clients, has lost their down payment in a wire fraud scheme rates high on the "bad news" list. Not only has your client been severely harmed, but your office will likely bear the brunt of widespread negative publicity, or worse. What steps can you take to prevent this scenario from occurring?

1. Protect your email account. It's essential to use a strong, unique password that's changed periodically. In addition to using solid antivirus software, be sure to keep all your programs up-to-date to reduce the risk of malicious code infecting your system and capturing sensitive information. Avoid public WiFi and always think before you click on a link—whether it's embedded in a phishing email, or it's click bait on a website or social media post.

2. Use encryption tools. Standard email should never be used to send sensitive information, including financial data, contracts, wiring instructions, etc. Instead, use encrypted email, a secure document-sharing platform or a secure transaction-management platform in conjunction with personal phone calls to the client.

3. Talk to your clients. Knowledge is another powerful weapon against internet criminals. Tell every client about real estate wire fraud—how it occurs and what steps you (and they) need to take to prevent it. You may also want to have clients read and sign a notice regarding the possibility of cybercrime hitting the transaction.

4. Consider insuring against cyber risks. In the event of a breach, it's important to recognize that your firm could be subject to a liability claim if investigators find that access was gained through your company's email account. To minimize losses, you may want to add cyber liability to your standard errors and omissions (E&O) insurance policy.

Deterring real estate wire fraud and other types of cybercrime doesn't have to be expensive, but it does require knowledge and vigilance on multiple fronts—not just during REALTOR® Safety Month, but every day of the year.

Text 6 Expert Qualities That Make A Good Real Estate Agent

Good real estate agents can be difficult to find if you don't know the qualities to look for.

We had a chat to some industry experts to find out what you should be looking for when scouting around for the perfect agent.

Qualities of a good agent

1. They communicate

As a house seller or buyer it can be stressful dealing with an agent who's not a great communicator. The real estate market is time sensitive, so you need an agent who will let you know quickly where you stand with your current buying or selling situation so you can move on quickly to another property or potential buyer.

Jean Gordon from Estate Agent Stars says that one of the biggest frustrations for people is a lack of communication from their agent.

"It's so important that agents stay in constant contact with their clients and customers. What seems like insignificant information to an agent who's been in the business for years can be really important to clients who are new to the real estate game," says Gordon.

2. They're proactive

Ben Hatch from Harcourts Real Estate in WA says a good agent should be proactively calling potential buyers, communicating with existing customers and constantly chasing new leads. The key element of being proactive is keeping the client well informed.

"If your clients keep calling you, you're not giving them enough information," says Hatch.

The key element of being proactive is keeping the client well informed. Looking ahead: A glimpse of the agents of the future

3. They listen

Most good agents will tell you to be wary of an agent who talks too much. Hatch says that if you can't get a word in when communicating with your agent, then you've got a problem.

"As a client or customer, you're the one who should be doing most of the talking and making sure that your agent understands your special requests and needs. A good agent should be asking all the questions not the other way around," says Hatch.

4. They're client motivated

Put simply, if the customer gets a good deal, the agent gets a good deal, which is why it's so important to choose an agent who puts their vendors first.

Lucy White from David Murphy Real Estate in Mosman says a good agent will always have their clients' needs as their top priority.

"Buying and selling houses can be stressful and it's important for the agent to make sure that the client is feeling supported and happy."

5. They can adapt to their clients' needs

It's also important it is for an agent to be able to 'read' their client.

“Some clients like to communicate via email, some prefer a quick text message and others like to receive a phone call so they can have a chat about what’s happening with their sale,” says White.

“It’s the responsibility of a good agent to choose the client’s preferred method of communication so they don’t feel either ignored by silence or pressured by too much communication.”

6. They know their clients time frame

Jean Gordon says that timing awareness is essential to a good client/agent relationship.

“You need to know if the client is in a hurry to sell. If they need to settle soon, the agent should know this and should be working to a tighter time frame. If the client isn’t in a rush the agent can shop around and advise the client to wait for a better market so they can get a decent price on their house,” says Gordon.

7. They know their customers selling motivation

Ben Hatch says a good agent always knows why their clients are selling and will ask themselves the following questions:

Is your customer selling to buy?

Is this an investment property?

Are they going live in this home and then knock it down?

“These are all things that good agents need to think about. It also helps to know if there’s a sentimental attachment to a home. A client who’s selling one of five investment properties will have very different needs to a client who’s selling their family home. A good agent will know the difference and will adapt accordingly.”

8. They aren’t afraid to give you their last 20 clients as references

Jean Gordon says the best way to get a good agent is use their past clients as references.

“If you’ve lined up a new agent and you want to make sure that they’re the best fit for you, ask them for testimonials or statements from their last 20 clients. Not selected clients, literally the last 20. A good agent should be able to give you a positive reference from any of their past clients.”

Text 7 How to Win in Business and Life

Our society is captivated by winners—the people who’ve achieved success and the American Dream and make the process look effortless. In America, we’re guaranteed the right to life, liberty and the pursuit of happiness; however, many people feel the American Dream is impossible to reach today.

As an emigrant who came to America from Ireland with less than \$100 and went on to build wealth and a successful company, I think the American Dream is alive and well. With hard work, persistence, and a commitment to learning, success and the American Dream can be within reach.

Here are seven tips that encourage success:

Focus on your goals. When challenges arise, think about the impact that reaching your goals will have on your life. This will help you face and overcome any challenges. If you’ve only recently started setting goals, be sure to write them down...and be specific.

Have a positive attitude. People prefer to work with positive people, and your clients are no different. A positive attitude helps build relationships, leading to repeat business and referrals. One of the best ways to develop a positive attitude is to fill your mind with positive stories, music, books, etc.

Master the fundamentals. The fundamentals are timeless strategies to use regardless of the state of the market. Instead of relying on gimmicks, focus on the basics—the productive activities that have a proven record of creating results (e.g., phone calls, personal notes, monthly marketing materials and small gifts to your top-referring clients). Do at least two hours of lead generation each day, making it one of your top priorities for the day.

Be consistent. Consistency builds habits, and to be consistent, it’s important to have a system. Systems allow you to provide excellent service to your clients and stay connected with them long after the transaction has closed. Do the necessary tasks—daily lead-generating activities and asking for referrals—and the results will come.

Find a mentor. Successful people are always looking to improve. Seek a mentor who’s further along the path you’re on and ask for advice and assistance. Having a mentor will ensure you stay on the path to success.

Do what it takes. One of the common traits found in the stories of successful emigrants is a willingness to do whatever it takes to succeed. Tap into this trait by practicing longer and more often in order to build your skills, and seek out solutions to the challenges you face.

Never give up. It’s impossible to achieve anything if you quit when a challenge arises. Determination is crucial when it comes to achieving success.

Text 8 Why Blogging For Your Real Estate Business Can Be a True Advantage

Most real estate agents today are realizing that having a web presence is a must if they want to be successful. The reality is, anyone looking to buy a home is going online first. This is true even for grandparents, but it is especially true for younger buyers. If you want to appeal to a wide audience, you have to be online.

One of the keys to an online presence is blogging. Having a real estate blog offers you a number of advantages that more than make up for the effort it takes to maintain the blog. Having a blog allows you to present your experience as an agent, show you understand the local market, drive business to your agency, and more.

Real Estate Expert

People like hiring experts. They don't want to hire novices, the uninformed, or those who only know a little about a particular subject. This is especially true in high stakes transactions, which buying or selling a home certainly counts as. Keeping a regular real estate blog allows you to show off your expertise as an agent. With each helpful, targeted, informative blog post, you show your audience that you do, in fact, know what you are talking about. This is important for several reasons.

First, you can explain different topics to your readers. This helps them understand the work that you do and how it applies to their needs. Second, you can start establishing trust. You are giving away free, useful information – stuff that only 20 years ago, they may have had to hire an agent for. Now, you are giving it away for free. This free, useful information turns you into a trusted resource, and people like to hire those they feel are trustworthy and knowledgeable.

Drive Business

As stated before, the internet is where people are going for house listings and real estate services. By building a blog that people like to read, you are increasing your visibility online, which will drive business. One of the biggest factors Google and other search engines use to rank websites is the content they provide. Web searchers are looking for information, and search engines want to satisfy searchers. If you have good, genuinely valuable information on your site, it will make you appear higher up on the search rankings. The higher you can get, the more business you should be able to generate.

Becoming a Better Agent

One of the most interesting things about teaching information to others is how it solidifies personal understanding. You may think that you know a lot about real estate, but once you start explaining it – teaching it – you will discover your own strengths and weaknesses. This is one of the biggest reasons why real experts often teach - because it makes them better at what they do.

In your effort to build a blog and community pages, you will also be learning. This will make you a better, stronger real estate agent. When you come up against different obstacles in your work, you may be better at overcoming them. It is a win-win situation for you and for your clients.

Build Relationships with Colleagues

Once your blog starts to gain some visibility what you will notice is that other bloggers will start interacting with you. This of course is a good thing. In fact good real estate social media relations are built on collaboration. One thing you will find out quickly about blogging is people love to be recognized. Having your name in the spotlight makes you feel special. One of the best ways to get noticed is to share the content of others - especially influencers! (Hint, hint!)

Getting Started

Creating a real estate blog does not have to be difficult. You only need to pick some topics that you think people will want to understand better, and start writing. If you are not keen on the writing part, you can always hire someone to do the writing for you. Once you have the basis for the blog, you can edit it to your liking and then publish it for your readers.

Results from blogging may take some time, but the fact is, there is no better time to start than now. In a year, you will have a blog with plenty of information, and you will have added to your credibility as a REALTOR®.

Promotion of Your Real Estate Blog

Having exceptional real estate content is of course the most important piece of the puzzle if you hope to be successful with your blog. Promotion however, comes in a close second. If you want to make sure your blog becomes a reliable business source you are going to need a plan to make sure it is visible. There are a number of ways to do this. Frankly, this is where many blogs either fail to get off the ground or die off all together.

When it comes to promotion of your blog, you will want to be active in some of the more active social media sites such as Facebook, Twitter, Pinterest, Google+ and even LinkedIn. These are all valuable places where your content can get shared driving traffic back to your site. Do you enjoy social media? If so, blogging and social media go hand in hand like peanut butter and jelly. Your blog will become the foundation of all your social media efforts. Once you have the basics of social media marketing for your real estate blog down, keep looking for further ways you can improve your exposure. While these are all mainstream sites that most people know about and use daily there are quite a few others that can drive some serious traffic. The best real estate bloggers will use all the best tools at their disposal. This of course should be a major goal for any real estate agent who is interested in having a blog that works to acquire business.

Remember when starting your blog to be patient. Success will not come overnight. You will probably need to have created at least fifty blog posts before you start seeing any meaningful traffic to your site. Keep at it and you'll be glad you did!

Part III Texts for reading in Russian

Text 1 Как стать оценщиком недвижимости

При проведении сделки купли-продажи квартиры и другой недвижимости почти всегда нужна профессиональная помощь оценщика. Этот профессионал необходим и во время проведения других операций с недвижимостью. Как именно работает оценщик и чему нужно научиться, чтобы построить карьеру в этой сфере — наша статья.

Оценщик — это специалист, определяющий стоимость любого вида имущества: недвижимого, движимого и любого прочего, вплоть до имущественных прав и нематериальных активов.

И эту специальность можно получить в ВУЗе. Как в качестве первого высшего, так и на базе уже имеющегося, желательно экономического или строительного. Но уже в виде переподготовки, то есть в виде приобретения дополнительной специальности. Сейчас более сотни ВУЗов предлагают обучение этой дисциплине (как дистанционно, так и на дневной форме). А это более 800 академических часов. Поэтому да, это полноценная профессия. Стоимость курса колеблется от 20 до 50 тыс. рублей

В деятельности этого специалиста есть разделение на отрасли:

- недвижимость
- земля;
- автомобили;
- оценка имущества.

Профессиональный оценщик требуется при заключении сделок по продаже, выделении долей, работе с ценными бумагами, определении размера ущерба и прочем действе. Он выносит экспертную оценку, составляет отчет о стоимости объекта. Например, отчет оценщика ущерба транспортных средств будет использован в суде, если при получении страховых выплат, сумма была занижена, по мнению автовладельца. Другой пример: банк выдает кредит под залог недвижимости, привлекает оценщика. На основании его отчета, банк из полученной при экспертизе стоимости вычитает десять процентов, и именно эта сумма может быть максимальной для кредита.

Какими качествами должен обладать оценщик

Прежде всего, оценщик должен обладать таким важным качеством, как коммуникабельность. Профессия предполагает активное общение с людьми. Поэтому коммуникативные навыки нужны ему не меньше, нежели аналитические способности. Не менее важно умение работать с документацией: невероятно важно тщательное, скрупулезное, сосредоточенное, внимательное и уважительное отношение к цифрам. Области знаний, применяемых оценщиком в работе: право, методы оценки, таможенные правила, этика делового общения. Также ему требуются навыки в работе с вычислительной техникой и анализе хозяйственной деятельности.

Где работают оценщики

После получения вожаделенной профессии, у оценщика есть два варианта: устроиться на работу по найму или открывать свое ИП или ООО. В любом случае, разговоры о баснословных заработках оценщиков — лишь мифы. Средний заработок на начальном этапе может составлять до 30000 рублей. Дальше — больше. Но вряд ли выше 130000 рублей в месяц. Например, оценщик ущерба транспортных средств получает от 300 до 5000 рублей за один отчет. В день их физически составить можно не больше трех. Можно приблизительно посчитать, что минимальный заработок — меньше 20000 рублей.

Оценщик недвижимости

Одна из самых востребованных специализаций в профессии — работа с недвижимостью. Ее оценка требуется во многих случаях. Вот несколько из них:

- купля-продажа недвижимости;
- выдача займов под залог недвижимости банками;
- ипотека;
- выделение долей в недвижимости, раздел, дарение;
- оформление прав собственности;
- Судебные споры в отношении недвижимости
- определение ущерба;
- страхование;
- приватизация, конфискация;
- внесение имущества в уставной капитал;
- передача в доверительное управление;
- налоги;
- ликвидация, банкротство.

Местом работы данного специалиста чаще всего являются частные агентства недвижимости. Они даже вкладываются в обучение своих сотрудников. Потому что иметь своего специалист на окладе гораздо выгоднее, чем постоянно привлекать сторонние организации. Существуют дистанционные курсы обучения. Их обычно и оплачивает работодатель своему сотруднику.

Есть еще ряд дополнительных требований к оценщику недвижимости. При приеме на работу, с него требуют водительские права категории В и согласие на командировки. Легче всего стать оценщиком недвижимости будет специалисту с высшим строительным образованием: инженеру, сметчику, так как данные профессии дают понимание специфики объектов и их особенностей. Специалисты рекомендуют рассматривать эту профессию как дополнительную. Если фортуна будет на вашей стороне, то из дополнительной она может превратиться и в основную.

Уровень заработной платы напрямую зависит от региона. Зарплаты оценщиков в Москве и области варьируются от 36000 до 150000 рублей. В Санкт-Петербурге от 20000 до 95000 рублей. Чем дальше от центра регион, тем меньше заработок.

Перспективы работы оценщиком недвижимости

Оценить перспективность профессии оценщика недвижимости, можно только располагая информацией о будущем этого рынка. А меж тем рынок недвижимости растет и ширится. Новостройки, новые банковские продукты в этой области, расширение видов городской и пригородной недвижимости. Спад, если и есть, то связан он с экономической обстановкой в нашей стране, в связи с временными внешними факторами. Это, скорее всего, просто застой. Как только пик временного кризиса минует, а это от силы год-полтора, интерес к недвижимости снова поползет вверх. И тогда у оценщиков в этой сфере прибавится работы, появятся новички, наступающие на пятки. Словом, все войдет в свою колею.

Text 2 Советы риэлторов о том, как общаться с клиентами

Можно ли найти подход к любому клиенту? Да, но для этого нужно разбираться в людях и знать хитрости общения. Редакция RegionalRealty.ru обратилась за разъяснениями к риэлторам. Вот подборка советов, о которых мы узнали от агентов по недвижимости.

Важен искренний интерес к человеку

“Что касается общения, важен искренний интерес к человеку, как он себя ведет, как и на что реагирует. Мне интересен новый человек, и я его изучаю. Важно наблюдать за человеком при общении. Вежливость, корректность - важнейший элемент общения. При разговоре - контролировать свои эмоции и ситуацию в целом, вести разговор. Иногда полезно дать возможность клиенту похвастаться, похвалиться. С каждым клиентом свой стиль работы”.

“Трудностей в общении практически не возникает. Если они возникают при первом телефонном звонке или при встрече, то это не твой клиент.

Говорите клиенту то, что он хочет слышать

“Слова Клиента: «Я хочу купить квартиру и спать спокойно» - Все, этого достаточно, чтобы покупателя закрыть на эксклюзивный договор. После этих слов, продавая услугу потенциальному клиенту, риэлтор должен 90% своего предложения строить на следующих тезисах:

- Безопасность сделки;
- проверка документов на квартиру;
- сбор справок;
- запрос в МВД об истории переходов права.

Экономьте время клиента

“Слова Клиента: «Мы посмотрели 5 квартир и больше ничего не нашли в этом районе». Если риэлтор является специалистом конкретно этого района, он просто обязан располагать информацией о реальном количестве объектов. Их должно быть больше. В данном случае, предлагая выбор, вы экономите время клиента + безопасность, денежная выгода = эксклюзивный договор”.

Важно правильно формулировать вопросы

“Есть в технике продаж один из этапов - выявление потребностей клиента, и если правильно сформулировать вопросы, то каких-то проблем с общением не возникает. Ещё есть одна из уловок, наверняка практикуется у многих. Для того чтобы снизить цену на продаваемый объект, в течении 2-3 недель сообщать собственнику, что квартира не пользуется спросом”.

Помните, что вы помогаете решить жизненную ситуацию

“При общении с клиентом, главное - найти общий язык. И в моем случае 50% успеха в том, что я работаю только в своем районе! Приходя в дом к собственнику, я уже не задаю тысячи вопросов, которые касаются инфраструктуры, парковки, транспортной доступности, планировки, и т.д. Нужно еще понимать то, что мы приходим в дом, где человек провел определенную часть своей жизни, и к этому относиться с уважением, несмотря на то, в каком состоянии квартира. В клиенте, в первую очередь, нужно видеть

человека и понять его потребности, услышать его, помочь решить жизненную ситуацию, дать советы. Наверное, все это не назовешь "уловкой". Это работа, в которую мы вкладываем частичку себя, ведь к каждому человеку, мы ищем подход!"

На основе этих советов мы составили образ идеального риэлтора. Это обаятельный человек, помогающий в кратчайшие сроки разрешить жизненную ситуацию. При этом он умеет найти подход к любому клиенту и знает, когда нужно отказать. Умело использует хитрости общения. А ещё он не существует. Но каждый риэлтор стремится к этому образу. Или нет?

Text 3 Маркетинг недвижимости: точки контакта или каналы продаж

Эксперт рынка недвижимости рассказывает, что такое точки контакта и зачем каждой компании нужен обязательный аудит для грамотного маркетинга.

Каналы продаж или точки контакта

Когда мы хотим всерьез поговорить о «каналах продаж», необходимо увеличить разрешение «микроскопа», так как каждый канал продаж – это так называемая «цепочка контактов».

А любая «цепочка контактов» состоит из «точек контакта» (ТК).

ТК – это чрезвычайно многочисленные места, моменты, ситуации и интерфейсы, где потенциальный клиент так или иначе соприкасается с вашей компанией/продуктом/услугой.

Зачем нужны точки контакта

Цель всех ТК: эмоционально-сильное, четкое, позитивное взаимодействие с клиентом, которое побуждает этого клиента:

- покупать именно у нас;
- запоминать нас и нашу компанию;
- рассказывать о нас другим.

Как использовать точки контакта

Необходимо сесть и, забыв про «каналы», составить подробный список всех своих «точек контакта». Ключевой фактор успеха: **представить себя на месте клиента в каждой ТК**. Выбрав все возможные «точки контакта», которые относятся к специфике вашего бизнеса, вы легко проведете их аудит (аудит ТК необходимо проводить не реже, чем раз в 3 месяца. Хорошо, если этим будет заниматься специальный человек, «драйвер»). Аудит вам покажет, какие из ваших точек контакта являются «Wow!», какие «Нормально», а какие «Отстой». Необходимо научиться улучшать все свои ТК.

Мы прекрасно понимаем, что все ваши ТК различаются по степени важности. Поэтому самые главные ТК (скажем, десять VIP-ТК) – всегда должны быть у вас перед глазами.

Прекрасно, если вы сможете уделить достаточное время «Фишкингу» и привести все ваши ТК (ну, хотя бы, 10-ТОП) в состояние «Wow!». Если ваша ТК включает «Wow-factor», успех неизбежен! «Фишка» – это оригинальный прием, с помощью которого увеличивается ценность вашего предложения в глазах клиента, выделяющего вас над вашими конкурентами.

Составьте график улучшений и аудита ваших ТК. Помните: «точками контакта» необходимо грамотно управлять, поскольку они со временем перестают давать результат, и от них нужно либо отказываться, либо их обновлять или усовершенствовать.

Время идет. Меняется ваш бизнес. Меняются технологии. Исчезают и появляются какие-то возможности. Все это, в первую очередь, отражается на «точках контакта» и, как следствие, на успехе вашего бизнеса.

«Точки контакта» могут быть одномоментными и повторяющимися, долгосрочными и краткосрочными, живыми и мертвыми. У каждой из них существует стандартный жизненный цикл: Выход на рынок – Рост – Насыщение – Падение – Смерть.

Где сейчас, например, телетайп и рассылки по факсу?...

Посмотрите на свой бизнес и на аудит ваших «точек контакта». Какие из ТК на каком цикле находятся в настоящий момент времени? Что должно «отмереть»? Что – появиться? Где можно что-то исправить? Куда вдохнуть новую жизнь?

Все «точки контакта» взаимосвязаны с нашими чувствами, эмоциями. Воздействуйте на зрение, обоняние, слух, вкус, осязание, юмор ваших клиентов. Здесь счет должен быть 6:0 в вашу пользу!

Мы уже говорили, насколько важно влезть в «шкуру» клиента, в его «видение».

Итак, грамотная работа над «точками контакта» потребует от вас план, средства, время и «драйвера».

Ваш успех – в ваших руках. Выделяйтесь!

Text 4 8 списков, которые должен вести риэлтор

Риэлторам ежедневно приходится иметь дело с большими объемами информации. Естественно, не всегда удастся работать одинаково продуктивно — существует вероятность забыть или перепутать что-то. Как удержать эффективность на приличном уровне и избежать ошибок? Редакция RegionalRealty.ru предлагает простой способ — ведение списков.

Мы опросили практикующих агентов по недвижимости и составили ТОП-8 списков, которые призваны помочь риэлтору в работе.

Клиентская база

Список, который должен быть на вооружении у каждого риэлтора. Этот документ — одновременно руководство и отчет о вашей деятельности. В агентствах недвижимости чаще всего есть общая база. Но риэлтор может вести собственный список. Для удобства его лучше разделять на несколько «подсписков»: объекты для продажи, покупатели, объекты и клиенты по аренде.

Информация, которую вы вносите в этот документ, различна. Но есть основные данные, которые желательно фиксировать: контакты, сведения о статусе объекта, его описание, расположение, стоимость, запросы клиентов, учет звонков, показов/просмотров.

Клиенты — в адресной книге телефона. Текущие встречи — в календаре телефона. Перечень ресурсов — в закладках браузера. Действия по клиентам/сделкам — на титульном листе сделки (пожалуй, единственное место, где пишу «от руки»).

Список интернет-порталов

Перечень основных и дополнительных площадок для рекламы объекта в сети. В этот список включают все интернет-ресурсы, где возможно размещение объявлений. К ним относят: сайты, форумы, страницы в социальных сетях, онлайн доски объявлений и прочее.

Перед тем, как включить тот или иной ресурс в список, желательно проверить его по ряду показателей. Важными характеристиками являются посещаемость ресурса, активность посетителей (количество просмотров и откликов), своевременное обновление информации. Анализ ресурсов позволит выбрать наиболее эффективные площадки для размещения.

Список дневных задач

Рабочий день риэлтора бывает ненормированным. Поэтому, чтобы эффективно распоряжаться временем, его нужно грамотно планировать. Перечень задач и планов на день — решение для этого.

Такой список — универсальное профилактическое средство от таких рабочих «болезней», как забывчивость, непонимание и лень. Но для максимального эффекта его нужно правильно использовать:

- *Точно формулировать задачи:* каждая задача — это определенное действие. Чем понятнее и конкретнее вы описали задачу, тем проще приступить

к ее выполнению. Если задача глобальная, лучше написать подпункты, необходимые для ее решения.

- *Обозначать приоритеты:* задачи лучше разделить на самые важные, просто важные и не важные. И выполнять их нужно в зависимости от этой градации. Например, сначала подготавливаем список объектов для покупателя, а затем убираем на столе.

- *Ставить реальные сроки выполнения:* указание срока важно, так как бессрочные задачи решаются редко или никогда. При изменении сроков новую дату следует ставить рядом со старой.

- *Анализировать результаты:* выводы о проделанной работе позволят точнее формулировать будущие задачи и ставить сроки их выполнения.

- *Вести список регулярно:* ежедневное планирование способствует воспитанию в себе организованности и усилению продуктивности труда.

Конечно, опытный риэлтор регулярно ведет списки. И довольно много: список звонков, список встреч, список консультаций, список публикаций в блоге и соцсетях, список горящих и просроченных дел и т. д. Главное — сгруппировать и систематизировать все свои действия. Например, однотипную работу вроде звонков проще проводить в специально выделенный блок времени.

Список документов

Для проведения операции с недвижимостью необходим определенный пакет документов. Если заранее подготовить перечень бумаг, необходимых для той или иной сделки, то это значительно сэкономит и ваше время, и время клиентов.

Список вспомогательных субъектов сделки

Сделка с недвижимостью — это комплекс операций. И риэлтор выполняет не все из них. Поэтому, чтобы не затягивать процесс, нужно предварительно подготовить список вспомогательных лиц и организаций с контактными данными. Ими могут быть: работники банков, нотариусы, юристы и пр. Чем опытнее риэлтор, тем слаженнее работа всех субъектов сделки.

Черный список

Наряду со списком вспомогательных контактов, должен быть список нежелательных. Лучше перестраховаться заранее, чем потом исправлять последствия.

Список полезных ресурсов

В любой работе случаются периоды затишья. Риэлторская деятельность не исключение. Но, чтобы быть на плаву, «передышку» нужно использовать с пользой. Можно познакомиться с новшествами в профессиональной сфере, опробовать современные технологии, почитать полезную книгу и т. д. Чтобы не тратить время на поиск нужной информации, соберите необходимые ресурсы в один список.

Список глобальных целей/желаний

Этот список полезен не только риэлторам, но и всем людям, которые хотят достичь чего-либо большего. Записав свои желания, вы сделаете первый шаг к

их осуществлению. Перечитывая эти записи, автоматически начнете подбирать идеи для достижения желаемого и скорее воплотите мечты в реальность.

Я советую вести список желаний. Многие скажут, что это немного по-детски. Но если у вас не будет мотивации, которая выражена словами и стоит перед вами, то можно всю жизнь на диване пролежать.

Ведение списков — дело сугубо добровольное. Но этот навык на самом деле может облегчить и улучшить работу риэлтора. И так как «спасение утопающих — дело рук самих утопающих», без определенных усилий ничего не получится. Регулярно работайте над собой, организовывайте время и анализируйте результаты. Если эти действия войдут в привычку, вы достигнете всего, что пожелаете!

Text 5 Как работают риелторы по продаже

Купля-продажа недвижимости — процесс, как правило, длительный и довольно болезненный. Обыкновенному человеку сложно разобраться в запутанном клубке существующей конкуренции, предложениях на рынке, бесконечных коридорах бюрократии и ловушек законодательства. Сложно проконтролировать и юридическую прозрачность в совершаемой сделке, ведь многие объекты могут продаваться по несколько раз. И причины этих многократных продаж создают множество проблем для новых хозяев. Решение всех этих вопросов — главная миссия риелтора.

Профессиональный риелтор, получивший заказ, «ведёт» клиента от момента заключения контракта и до момента, когда все получают желаемое. Обязанности риелтора состоят из множества специфических нюансов, от работника в сфере недвижимости требуется ряд личностных качеств, без которых он долго не продержится в конкурентной среде. Сам процесс работы с клиентом построен из последовательных блоков, каждый из которых требует неотлучного контроля и ответственности риелтора.

Организационный этап

Получив заказ и прибыв на встречу с новым клиентом, риелтор обязан провести предварительный осмотр апартаментов, окрестностей, района. Также необходимо подробно обсудить с продавцом условия продажи и вознаграждения.

Нередко в обязанности риелтора входит объективная оценка продаваемого жилья. От специалиста ожидается помощь в максимизации прибыли за предельно короткий промежуток времени. Специфика профессии риелтора заключается в том, что он обязан исполнять роль универсального анализатора, собирая информацию о существующей ценовой политике и конкурирующих предложениях. Дополнив эти данные оценкой особенностей объекта к продаже, риелтор получает цену, наиболее соответствующую ситуации.

На предварительном этапе происходит утверждение договора о принимаемых риелторских услугах. Процедура, как правило, проходит в агентстве, где определяются все нюансы договора, ожиданий клиента и текущих расходов.

Во время заключения договора, клиенту гарантируется сохранность предоставленной им документации о недвижимости. Также риелтор обязан провести дополнительную оценку объекта недвижимости, руководствуясь полученной информацией в органах власти и ознакомить с этими данными своего клиента.

Риелтор уполномочен предложить страхование продаваемого жилья в случае потери законных прав на него или непредвиденной порчи. Высока вероятность того, что клиент обратится за консультацией о различных юридических аспектах продажи. Поэтому деятельность в сфере риелторов подразумевает знание хотя бы основных законодательных актов, касающихся недвижимости.

Поиск покупателя

После подписания договора, риелтор приступает к рекламной кампании с целью продажи предлагаемого жилья. Реклама совершается с помощью нескольких каналов (периодические издания, Интернет, наружная реклама и т. д.) с целью охватить как можно большую аудиторию. Для успешной сделки в дальнейшем реклама должна распространять лишь достоверные и максимально информативные данные. В объявлениях должен указываться телефонный номер, принадлежащий риелтору!

Получая перспективные предложения, риелтор обязан консультироваться с заказчиком. Только после его согласия потенциальный покупатель приглашается на переговоры.

Что включает в себя процедура сделки

Во время встречи продавца и покупателя проводятся следующие операции:

- Согласование цены.
- Форма оплаты.
- Термин действия договора.
- Условия оформления.
- Предварительный договор о дополнительных расходах (пошлины, налоги и т. д.).
- Обсуждения порядка получения разрешительной документации и дополнительных проверок.
- Выбор банка, нотариальной конторы (в случае необходимости).

Проводя сделку, риелтор обязан согласовывать действия обеих сторон. Выступая в роли дипломата, профессионал сглаживает острые углы, находя приемлемые компромиссы.

Чего клиент ожидает от риелтора

Главная причина, по которой люди обращаются в агентства недвижимости — потребность проверить жильё на юридическую чистоту. Официальные сведения для минимальной риелторской проверки:

- Информация о владельце жилья.
- Проверка на наличие обременений.
- Административные ограничения на совершение сделки.
- Информация о субъектах, зарегистрированных в данной квартире.

Для того чтобы максимально уберечь себя от рисков, профессиональный риелтор проводит расширенное исследование сделки. К дополнительным действиям относятся:

- Сведения о наличии владельца объекта на учёте в психических или наркологических заведениях.
- Информация о наследственных юридических операциях.
- Наличие утверждённой прописки ранее проживающих в данной квартире субъектов по другим адресам.

Перечень необходимых операций может варьироваться в зависимости от того, сколько раз данная квартира продавалась ранее, статуса и возраста владельцев и так далее. Необходимые меры определяются в индивидуальном

порядке, и чем полнее они отображают юридическую прозрачность сделки, тем выше компетентность этого риелтора. Но, увы, многие «профессионалы» экономят на этом аспекте, ссылаясь на ограничения во времени и средствах, а клиенты часто даже не подозревают о документации, которую необходимо проверить.

Сделка по доверенности: действия риелтора

Продажа по доверенности совершается в тех случаях, когда продавец — человек пожилого возраста и его явка на сделку невозможна. Также причиной нередко является проживание в отдалённой местности или чрезмерная занятость продавца. При таких обстоятельствах заключается доверенность на поручителя, который уполномочен от имени собственника совершать операцию по продаже недвижимости.

Такая доверенность утверждается нотариусом, который фиксирует поручение доверителя. Обязанностью риелтора является проверка срока действия данной доверенности. Как правило, на этом он и останавливается. Но в данном типе договора существует одно огромное «но»: субъект-поручитель имеет право расторгнуть сделку. Кроме того, он может сделать это без уведомления не только покупателя, но и самого нотариуса. Расторжение возможно в любом городе, в любой нотариальной конторе.

Для гарантирования надёжности сделки, риелтор обязан:

- Попытаться убедить доверителя присутствовать на заключении договора.
- В случае если приезд продавца невозможен, риелтор должен сам ехать к нему в день сделки. Необходимо получить документ, в котором указано, что существующая доверенность в силе, продавец осведомлён об условиях сделки и не имеет никаких возражений.

- Полученное у доверителя заявление необходимо заверить нотариально. Совершив сделку по выгодной цене, но при этом, не позаботившись о её юридической чистоте, риелтор подвергает своего клиента потенциальному риску. И, поскольку отзывы бывших заказчиков — это самая мощная реклама, то добросовестный риелтор старается оставить о себе наилучшее впечатление. Кроме того, в связи с высоким уровнем конкуренции в данном бизнесе, риелторы нередко предлагают не только стандартную услугу продажи, но и дополнительный сервис. Это может быть помощь в оформлении необходимых справок, проведение процедуры снятия регистрации, организация новой прописки и так далее.

Вывод

Деятельность риелтора полна трудностей. Главная цель его работы — построение доверительных отношений с клиентами, создание добросовестной репутации. Нередко проведение высокопрофессиональной сделки не приносит ожидаемой выручки. И только систематическое соблюдение этики риелтора, а также грамотное использование стратегических инструментов, способны обеспечить карьерный рост и стабильный доход.

Text 6 Как работают риэлторы по аренде

Профессия риэлтора является высокооплачиваемой, но это имеет отношение не ко всем. Тот, кто не достигает в этой профессии вершин, не задерживается в ней надолго. Риэлтором быть просто, если быть в курсе всех подводных камней, которые имеет эта профессия. Одни клиенты считают, что профессия риэлтора по аренде крайне важна, другие полагают, что обращение к ним — это лишняя трата денег. Давайте разберемся более подробно в этом вопросе.

Для того чтобы понять как стать риэлтором по аренде, необходимо проанализировать специфику этой профессии. Риэлтор по аренде выступает в роли посредника при совершении сделок с недвижимостью. Несмотря на то, что профессия является распространенной, в вузах нет дисциплины по ее обучению. Этой сферой занимаются люди, пришедшие из разных областей. Устроившись в риэлторскую компанию можно начать свою деятельность со стажера. Для того чтобы стать преуспевающим риэлтором, необходимо не просто иметь лицензию и знать законы. Тут важны отлично развитые рефлексорные, аналитические способности, умение планировать деятельность.

Особенности работы агента по аренде недвижимости

Рынок аренды квартир в настоящее время активно развивается. Предложения о необходимости сдачи квартир увеличиваются в геометрической прогрессии, но, тем не менее, и их недостаточно для удовлетворения спросов. Потребность в съеме жилья особенно велика в крупных городах, так как люди приезжают сюда для того, чтобы найти работу или учебу.

Многие стараются решить проблему жилья в связи с резким скачком цен путем аренды. Многие клиенты не всегда понимают, как риэлтор проводит сделку. Агент по аренде недвижимости помогает подобрать квартиру, которая будет отвечать установленным требованиям, выполняет необходимую проверку документов, подтверждающих право собственности арендодателя, и составляет договор аренды. Для того чтобы минимизировать риски того, что по каким-то причинам риэлторские услуги могут быть не оказаны, риэлтор должен составлять отдельный договор или пункт договора с клиентом.

Типичная ошибка: риэлторы полагают, что подобный договор не дает никаких гарантий. Такой договор может предостеречь возможность неоплаты. Также важно уметь правильно самостоятельно договариваться с хозяином квартиры о сдаче ее в аренду. Объяснив клиенту все преимущества грамотного подхода к выбору жильцов, можно ускорить процесс совершения сделки. Отдельная часть агентов по аренде стараются этот вопрос решить по телефону. При личной встрече гораздо проще найти подход к клиенту.

Как договариваться с клиентами

Не менее важным является и налаживание отношений с жильцом, сдаваемой квартиры в аренду. Важно заинтересовать будущего жильца, когда идете на осмотр квартиры, намекнув о большом количестве желающих на данную жилплощадь. Часто риэлторы по аренде упускают из вида факт обмена

телефонами или другими контактными данными между арендатором и хозяином квартиры. Для того чтобы это не произошло важно держать под контролем обстановку. Хозяину и арендатору необходимо четко сообщить о том, что процесс уже запущен, потрачена внушительная сумма денег.

Таким образом, риелторская деятельность все равно, что круглосуточный марафон — все время приходится быть начеку. Заинтересовать арендодателя можно денежным вознаграждением, если другие способы убеждения оказались безуспешными. Зачастую агенты допускают оплошность, предлагая слишком маленький процент, отпугивая тем самым владельца. Предлагать, необходимо начиная с 40%, постепенно повышая сумму.

Интересно отметить тот факт, что работая риэлтором, можно получать доход путем заработка на объемах. В связи с этим при выборе клиента не стоит выпускать из внимания проценты, которые предлагаются арендодателю.

Многие риэлторы в целях получения дохода начинают предлагать свои услуги всем подряд. Перед тем как приступить к работе, нужно понимать с каким уровнем осуществляется риелторская деятельность. Прежде всего, нужно продавать статус эксперта как специалиста в своей области. Клиент должен осознавать, что вам выгодно работать добросовестно. Важно понимать, что он хочет сотрудничать с агентом, который сможет привязать свои риелторские способности и возможности к его потребностям и индивидуальным предпочтениям.

Внутреннее разочарование после несостоявшейся сделки

Особенности профессии риэлтора по аренде заключается в том, в этой деятельности в случае череды несостоявшихся сделок может наступить разочарование или даже отчаяние. Такое состояние возникает, когда арендодатель квартиры после долгих переговоров отказывается от сделки или не хочет подписывать эксклюзивный договор. Ведь мысленно деньги за еще несовершенную сделку уже в кармане. Когда выясняется, что деньги не пришли, возникает разочарование в бизнесе. Для того чтобы исключить подобную ситуацию не следует заключать сделки об аренде с каждым попавшимся клиентом. Необходимо создать очередь хороших арендодателей и арендаторов, которые готовы воспользоваться услугами и возможностями риэлтора за приемлемые комиссионные.

Недостаток потребительской ценности услуг

Многие риэлторы, когда клиент старается вести торговлю о стоимости их услуг, сталкиваются с проблемой недостатка потребительской ценности своей услуги. Если такая проблема появилась уже на начальном этапе переговоров, то можно сделать вывод о том, что контроль над ситуацией уже потерян. Это произошло потому, что риэлтор не смог продать свой статус-эксперта и возникла необходимость спора о цене. С экспертом клиентом никогда не начнет спорить, а предпочтет довериться выгодному предложению об аренде. Клиент начинает сравнивать риэлтора с другими специалистами этой сферы для того, чтобы сравнить цены. Для того чтобы избежать подобной ситуации необходимо понимать как работает риэлтор по аренде.

Особенности управления денежными средствами

Культура управления денежными средствами в России находится на низком уровне развития. Уровень компетенции в области финансов не у каждого риэлтора находится на высоком уровне. Рассмотрим самые популярные ошибки риэлторов, относительно финансового вопроса:

Самая распространенная ошибка риэлторов — это надежда на денежные средства, которые еще не заработаны. Риэлтору важно понять один момент, что пока сделка не будет завершена до конца, не рекомендуется вести подсчет финансов. И уж тем более не следует под них брать деньги.

Риэлторы имеют непостоянный по времени доход, поэтому не рекомендуется пользоваться потребительскими кредитами для формирования бюджета.

Профессия риэлтора обязывает планировать бюджет. Многие полагают, что это делать необязательно. Живя только сегодняшним днем, риэлтор подвергает себя риску остаться без капитала в дальнейшем. Источник этой ошибки лежит в нерегулярности доходов.

Работа риэлтором таит в себе большое количество нюансов, несоблюдение которых может обернуться боком. Люди подходят к аренде квартиры серьезно путем изучения рынка недвижимости, советов. Поэтому не стоит стараться предложить клиенту аренду по чрезмерно завышенной цене. Такие попытки очень часто не заканчиваются успехом и могут привести лишь к потере репутации.

Дополнительные нюансы в работе риэлторов

Маркетинговый план риэлтора должен постоянно пересматриваться с целью внесения необходимых коррективов. Риэлтор несет полную ответственность за свои расходы. Время, которое будет потрачено на составление маркетингового плана, поможет грамотно организовать бизнес. Такой стратегический план поможет ответить на один простой вопрос: кто, что и когда делает.

Зачастую основное заблуждение многих риэлторов заключается в том, что они ставят перед собой порой недостижимые цели. Цели должны быть реалистичными. Важным критическим моментом в деятельности риэлтора по недвижимости является бюджетирование. Необходимо создавать фиксированный бюджет. В одном месяце могут быть сделки, а в последующих их может оказаться мало или не быть совсем. Финансовый бюджет представляет собой план необходимых доходов и расходов, который предусматривает возможные непредвиденные расходы. Опытный риэлтор по аренде должен всегда брать во внимание форс-мажорные ситуации.

Вывод

Для того чтобы стать успешным риэлтором необходимо запастись терпением, быть хорошим психологом и прислушиваться к советам коллег. Эта профессия подходит не каждому человеку. Одних негативных опыт работы может оттолкнуть и заставить уйти от профессии, других, наоборот, поможет проанализировать ошибки и добиться успешных результатов.

Текст 7 Что такое торговая недвижимость

Вложение средств в недвижимость — это практически самое целесообразное распоряжение своими деньгами. Если речь идет о торговых объектах, то здесь можно ожидать от инвестиций особо хороших результатов при условии, что изначально объект был выбран правильно. Практически все торговые помещения быстро окупаются и приносят довольно весомый доход. Мы вам расскажем о том, какие виды торговой недвижимости существуют, а также как выбрать тот или иной объект с максимальной выгодой для себя.

Классификация торговых объектов

В международной установленном стандарте принято делить торговые объекты в следующем виде:

- **Микрорайонный объект.** Это минимаркет, который осуществляет розничную продажу товаров первой необходимости. Дополнительно к такому магазину могут предлагаться услуги прачечной, химчистки, ремонта обуви и прочие. Состоять минимаркет такого плана должен как минимум из трех отделов или магазинов. Общая площадь павильона равна примерно 2,5 тыс. кв.м. Число посетителей не превышает 10 тыс. человек. Зона влияния центра варьируется на расстояние примерно в 5–10 мин. пешком от объекта.

- **Районный объект.** Это торговые центры, которые помимо товаров повседневного использования (хозтовары, продукты, лекарства), предлагает потребителям определенные услуги (парикмахерская, химчистка, прачечная, салон красоты, фотоателье, ремонт обуви, ателье). Также на территории такого комплекса могут находиться парфюмерные магазины, а также точки продажи спортивных товаров. Общая площадь такого центра составляет от 5,6 тыс. кв.м. Посетителей у таких центров может быть от 3 до 10 тыс. человек, которые живут в 5–10 минутах езды на общественном или личном транспорте.

- **Окружной объект.** Такие объекты сосредоточены в 10–20 минутах езды на общественном или личном транспорте. Посетителей здесь может быть от 40 до 150 тыс. человек. площадь окружных торговых центров составляет от 14 тыс. кв.м. Нередко площадь может достигать 50 тыс. кв.м. Такие объекты предлагают большой выбор товаров и услуг. К товарам относятся одежда, бытовые приборы, электроинструменты, металлические изделия. ценовой диапазон на товары более разнообразен, чем в предыдущих группах.

- **Суперокружной объект.** Это нестандартная категория объектов, поскольку здесь нет точного значения площади, зоны действия и числа посетителей. В разных регионах супер-окружные центры имеют свои собственные показатели. В среднем метраж такого комплекса составляет 80–90 тыс. кв.м. На территории комплекса может работать одновременно до 4 основных арендаторов. Площадь объекта каждого должна быть не менее 2 тыс. кв.м. Здесь помимо перечисленных выше товарных групп, представлены и более дорогостоящие вещи, например, компьютеры, крупная бытовая техника и электроника, офисные принадлежности, бытовые товары, спортивный ассортимент, средства для красоты и здоровья, игрушки.

- **Региональный объект.** Такие площадки включают в себя несколько крупных универмагов, площадь каждого из которых должна быть не менее 5 тыс.кв.м. Зона действия такого объекта составляет 30 минут транспортной доступности. Число посетителей такого объекта — не менее 150 тыс. человек. Помимо товаров ежедневного потребления, в таких объектах сосредоточены магазины мужской, детской и женской одежды, точки продажи мебели, бытовых приборов. Более того, на территории таких комплексов должны быть сосредоточены места для отдыха. Общий метраж арендуемой площади составляет не менее 45 тыс.кв.м.

- **Суперрегиональный объект.** На территории такого объекта должно функционировать не менее 3 универмагов, площадь готовых составляет не меньше 7 тыс.кв.м. Число посетителей — 300 тыс. человек. Общая площадь такого объекта может достигать 150 тыс. кв.м.

Также существует классификация **по особенностям устройства:**

- **Магазин — склад.** Это торговое предприятие, которое осуществляет продажу товаров для населения, а также перепродает товары другим торговым площадям. Площадь одного торгового зала такого магазина должны быть не менее 650 кв.м.

- **Магазин — это предприятия, осуществляющие розничную торговлю.** Они оснащены небольшими складами, подсобными помещениями, а также пунктами для приема и выдачи товаров.

- **Павильон — это небольшой магазин с одним входом для покупателей.** Площадь такого павильона составляет от 20 до 60 кв.м. Продукция таких объектов — товары общего потребления (напитки, кондитерские изделия и др.)

- **Киоск — это небольшое строение, необходимое для ведения мелкой розничной торговли.** Сегодня различают киоски для оказания информационных услуг, а также киоски по продаже кондитерских изделий. Метраж такого объекта составляет от 1,5 до 10 кв.м.

- **Палатка — это объекты, которые изготавливаются вручную и представляют собой аналогию туристической палатке.** Только такие объекты предполагают ведение мелкой торговли, например, канцтоварами.

Есть классификация торговых объектов **по площади и ассортименту продукции:**

- **универсам — это магазин, где товары разложены на стеллажах, а покупатели сами выбирают и кладут в корзины выбранные вещи.** Расплачиваются они на кассах. Большая часть товаров универсама — продовольствие.

- **универмаг — это крупный торговый комплекс, представленный различными группами товаров.** Все товарные группы поделены на специализированные отделы.

- **гастроном — торговое предприятие, площадь которого составляет от 400 кв.м.** Специализируется такой объект только на продовольственных товарах.

Рентабельность торговой недвижимости

Перед тем, как приступить к выбору торговой недвижимости, необходимо оценить собственные возможности. Если количество средств ограничено, то другого выхода, как аренда, не предполагается. Тот же самый вариант у вас будет, если вы решите стать руководителем не отдельного магазина, а точки в торговом центре. Администраторы крупных торговых центров очень редко распродают места в своих владениях, а сдавать их в аренду им даже выгодно.

Несомненно, собственное торговое помещение — это намного выгоднее, чем аренда, но на первом этапе развития бизнеса покупка — это нереально. Основным достоинством покупки собственного магазина считается независимость. То есть, владелец не будет зависеть от арендодателя. Он будет управлять своим имуществом так, как считает нужным. Но и у аренды есть свои плюсы:

- Если вдруг арендуемое место перестало приносить доход, либо просто перестало быть нужным, то не нужно ломать голову, чтобы его продать. Достаточно просто расторгнуть договор аренды и начать искать другое более подходящее место.

- Арендуя магазин, арендатор получает его в полностью оборудованном состоянии, с полным набором коммуникаций, например, с электричеством, интернетом и прочими современными атрибутами. Нередко торговые центры предоставляют помещение вместе с оборудованием, а иногда продают оборудование с солидной скидкой в дополнение к аренде.

- При работе в торговом центре на арендованной площади, не придется привлекать клиентскую базу. За счет постоянного трафика клиентов, торговая точка всегда будет проходима.

Text 8 Что такое офисная недвижимость

Офисная недвижимость — сегмент рынка, который всегда «в цене». Несмотря на стабильный рост стоимости офисных помещений, они продолжают пользоваться спросом. Ведь благодаря правильно выбранному офису, можно развить свой бизнес настолько, что он станет приносить постоянный высокий доход. Мы вам расскажем о том, как сделать правильный выбор в пользу того или иного офисного объекта, а также, где лучше приобретать такую недвижимость, чтобы она приносила максимальную прибыль.

Рынок недвижимости нашей страны богат предложениями в плане покупки и аренды офисных помещений. Цены объектов зависят от многих факторов. Чтобы инвесторам было удобно ориентироваться в ценовом разграничении, принято делить офисы по классам: А, В, С и D. Также существуют подклассы: А, А+, А-, В, В+, В-, С, С-, D. Сегодня офисы благоустраиваются в специально отведенных для них помещениях: крупные комплексы, новостройки, небоскребы, бизнес — центры, бывшие объекты промышленности, склады, а также административные строения.

Офисы класса А

Такие офисы считаются самыми дорогими, поскольку находятся они в центральной части города в крупных комплексах, новостройках, небоскрёбах, бизнес-центрах. Такие офисы занимают в большинстве случаев руководящие отрасли бизнеса. Арендаторами и покупателями таких офисов, как правило, выступают крупные международные компании. Офисы класса, А характеризуются несколькими показателями.

- Во-первых, это уникальная авторская планировка и дизайн помещения.
- Во-вторых, такие офисы занимают руководители международных компаний.
- В-третьих, в таких офисах всегда есть новое современное оборудование, ресепшен, зал для переговоров в привилегированными клиентами.

Офисы класса В

В таких офисах сосредоточен рабочий контингент компании. Их могут предпочесть крупные банковские структуры, филиалы зарубежных компаний или СМИ. Офисы класса В могут находиться в бывших помещениях А класса, но срок эксплуатации которых превысил 5 лет. Показатели, по которым характеризуются такие помещения приближены к А классу, но в этом случае они предоставляют значительно меньший спектр услуг.

Офисы класса С

Такие офисы берутся в аренду у административных зданий и изначально они не были спроектированы для офисной деятельности. В большинстве случаев такие здания могут нуждаться в ремонте, а также в них отсутствуют современные коммуникации. Арендуют такие офисы небольшие компании или частные предприниматели.

Офисы класса D

Это устаревшие офисы на окраине города, которые построены во времена советского союза и даже раньше. Они не оснащены современными коммуникациями, имеют неудобную планировку и подъезд.

В чем выражается рентабельность офисной недвижимости

Выбирая то или иное офисное здание, инвесторы нередко задаются вопросом — выбрать готовое помещение с вторичного рынка или отдать предпочтение новостройке, которая еще не введена в эксплуатацию?

- Если мы рассуждаем с точки зрения инвестора, то для них первую роль играют сроки окупаемости объекта. Так, сроки окупаемости вторичного рынка можно предугадать и прогнозировать, чего нельзя сказать о новостройках.
- Но если выбирать офис в еще не построенном здании, то придется потратить намного меньше денег, чем если бы покупка осуществлялась с вторичного рынка.
- Более того, новостройки оснащены более удобной планировкой и современными инженерными сетями.
- Также нужно учитывать, что, покупая готовый объект, будьте готовы к тому, что его придется реконструировать. На это может уйти практически столько же денег, сколько потребовалось бы на строительство нового объекта.

В период кризиса и экономического спада строительство новых объектов может оказаться невыгодным. Если, производя предварительные просчеты стоимости строительства, в итоге оказывается, что потрачена сумма намного больше предполагаемой, то это связывают с расходами на строительные материалы, которые также в период кризиса взлетают в цене. Так что, если есть цель вложить свои средства в офисную недвижимость, то нужно рассуждать, исходя из многих факторов. Лучше всего обратиться к специалисту.

Доходом от вложения средств в офисную недвижимость могут стать те средства, которые останутся от перепродажи или аренды объекта. Даже пойдя на минимальные риски с приобретением такой недвижимости, не исключен вариант, что в дальнейшем этот офис принесет довольно много прибыли инвестору.

От чего зависит цена на офисную недвижимость

• Инфраструктура

При выборе офисной недвижимости в первую очередь обращается внимание на развитость инфраструктуры района, где находится офис. Особенно важна транспортная развязка, позволяющая от местонахождения объекта добраться в любую точку города. В зависимости от направления офисного здания, также обращается внимание на скопление в его близости развлекательных центров.

• Возраст здания

Вторым по счету, но не по значению фактором выбора является возраст постройки. Безусловно, новостройки будут стоить намного дороже, поскольку в них сосредоточены объекты класса А. При выборе новостроек исключен вариант изношенности коммуникаций, которые могут нуждаться в ремонте, что

стоит сейчас недешево. Также имеет значение материал, из которого изготовлена постройка. Кирпичные строения стоят дороже, поскольку они считаются более надежными, чем панельные.

- **Расположение**

Очень влияет на цену расположение офиса. Если он находится в центре, где больше всего наблюдается скопление народа, то придется заплатить за него довольно крупную сумму. Если офис находится на окраине города или в спальном районе, то цена будет в несколько раз ниже.

Вывод

Покупка и аренда офисной недвижимости — это всегда выгодно и прибыльно, но при соблюдении требований, распространяемых на такие здания. Если грамотно подойти к вопросу подбора офисного здания, то оно в минимальные сроки окупится и начнет приносить стабильную прибыль.

LITERATURE

1. Электронный журнал RISMedia's Real Estate Magazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazine.rismedia.com> – Дата доступа: 12.02.2016
2. Электронный журнал Regional Realty [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://regional/realty.ru>– Дата доступа: 15.05.2016
3. Электронный словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.linguee.ru>– Дата доступа: 12.02.2016
4. Электронный словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ldoceonline.com>– Дата доступа: 21.02.2017