Lead APARTAMENT

? Inni biorą mniejszą prowizję

? A jak ktoś zniszczy mieszkanie?

? Czytałem złe opinie...

Rozumiem. Sprawdźmy to razem.

PORADNIK DLA OPERATORÓW NAJMU

Obiekcje właściciela. Jak na nie odpowiadać?

Najczęstsze wątpliwości właścicieli nieruchomości i sprawdzone sposoby, by zamienić je w rzeczową rozmowę o współpracy.

Obiekcja nie oznacza odmowy. Zwykle świadczy o tym, że właściciel traktuje decyzję poważnie i potrzebuje więcej informacji, zanim powierzy komuś swoją nieruchomość. Twoim zadaniem jest odkryć, co naprawdę kryje się za wątpliwością, i odpowiedzieć na nią rzeczowo – bez nacisku i bez obietnic, których nie da się dotrzymać.

TRZY ZASADY NA START

Sprawdź, czy to jedyna wątpliwość

Zanim odpowiesz, zapytaj: „Czy poza tym coś jeszcze wstrzymuje Pana przed decyzją?". Inaczej rozwiążesz nie ten problem.

Zamknięty temat zostaje zamknięty

Do wyjaśnionej obiekcji nie wracaj z własnej inicjatywy – przypominanie o niej tylko odświeża niepokój.

Mów faktami, które pokażesz

Raport z innego lokalu, oceny gości, zapis w umowie – konkret przekonuje bardziej niż zapewnienia.

SCHEMAT ODPOWIEDZI W 4 KROKACH

1 Zrozum

Pokaż, że traktujesz obawę poważnie, zamiast od razu z nią dyskutować.

„Rozumiem, to ważna kwestia."

2 Dopytaj

Ustal, czego dokładnie dotyczy wątpliwość.

„Co konkretnie budzi Pana niepokój w kwestii rozliczeń?"

3 Wyjaśnij

Odnieś się do tej jednej obawy – nie do całej oferty.

„Wspomniał Pan o ryzyku nierzetelnego najemcy. W najmie krótkoterminowym wygląda to inaczej, bo..."

4 Potwierdź

Upewnij się, że temat jest wyjaśniony, i przejdź dalej.

„Czy to rozwiewa Pana wątpliwość?"

CO ZNAJDZIESZ W PORADNIKU

STR. 2 · OBIEKCJE 1–4
Pieniądze, opinie i bezpieczeństwo

STR. 3 · OBIEKCJE 5–8
Koszty obsługi i wybór operatora

STR. 4 · OBIEKCJE 9–12
Umowa, obecność na miejscu i formalności

STR. 5
Ściąga, czego unikać i dodatkowe narzędzie

NAJCZĘSTSZE OBIEKCJE I JAK NA NIE ODPOWIADAĆ

Pieniądze, opinie i bezpieczeństwo

OBIEKCJA 1

„Inny operator bierze niższą prowizję."

Co za tym stoi: Właściciel porównuje oferty po jednej liczbie, bo tę najłatwiej zestawić.

- Przenieś rozmowę z wysokości prowizji na kwotę, która co miesiąc faktycznie trafia na konto właściciela.
- Pokaż, co obejmuje Twoja stawka: wycenę dynamiczną, obsługę gości, kontrolę jakości, raportowanie.
- Zachęć do sprawdzenia, czy porównywane prowizje podano w tej samej formie (netto czy brutto) i za ten sam zakres usług.

> *Rzeczywiście, nie jesteśmy najtańsi. Porównajmy jednak nie prowizje, tylko to, ile realnie zostaje Panu po wszystkich kosztach.*

OBIEKCJA 2

„Czytałem w internecie złe opinie o Was."

Co za tym stoi: Obawa przed oddaniem majątku firmie o wątpliwej reputacji.

- Zestaw liczbę krytycznych opinii ze skalą działalności – kilka głosów przy dużym portfelu lokali to inna sytuacja niż przy kilku.
- Wskaż oceny zweryfikowane: na portalach rezerwacyjnych opinię wystawia wyłącznie gość po odbytym pobycie.
- Wyjaśnij, że część negatywnych wpisów pochodzi od gości obciążonych kosztami szkód – to dowód, że chronisz interes właściciela.

> *Warto sprawdzić, kogo dotyczą te opinie. Spora część to reakcje gości, którym naliczyliśmy koszt naprawy – a to akurat działa na Pana korzyść.*

OBIEKCJA 3

„A jeśli mieszkanie będzie stało puste?"

Co za tym stoi: Lęk przed brakiem przychodu przy stałych kosztach utrzymania lokalu.

- Opisz, jak aktywnie dbasz o obłożenie: dynamiczne ceny, obecność na wielu portalach, promowanie ofert, analiza rynku.
- Podkreśl wspólny interes – niewynajęty lokal jest stratą także dla operatora.
- Powiedz, że przed podpisaniem umowy oceniasz potencjał lokalu i doradzasz, jak go przygotować do wynajmu.

> *Zarabiamy tylko wtedy, gdy zarabia Pan – dlatego pusty kalendarz jest problemem także dla nas.*

OBIEKCJA 4

„Boję się, że goście zniszczą mieszkanie."

Co za tym stoi: Naturalna troska o wartościowy majątek – ma ją prawie każdy właściciel na początku.

- Przedstaw procedury: kontrola stanu po każdym pobycie, dokumentacja zdjęciowa, sprzątanie, szybka reakcja techniczna.
- Wyjaśnij, jak zabezpieczasz szkody (np. kaucja lub blokada środków na karcie gościa, ubezpieczenie) i co mówi o tym umowa.
- Porównaj z najmem długoterminowym, w którym stan lokalu przez wiele miesięcy pozostaje poza kontrolą właściciela.

> *Po każdym wyjeździe gości lokal jest sprawdzany i sprzątany. Przy najmie na rok nikt nie zagląda do mieszkania przez dwanaście miesięcy.*

Mów wyłącznie o zabezpieczeniach, które faktycznie stosujesz i które są zapisane w umowie.

NAJCZĘSTSZE OBIEKCJE I JAK NA NIE ODPOWIADAĆ

Koszty obsługi i wybór operatora

OBIEKCJA 5

„Słyszałem, że macie problem ze sprzątaniem."

Co za tym stoi: Właściciel wie, że czystość decyduje o ocenach gości, a oceny o przychodzie.

- Nie zaprzeczaj, jeśli problem rzeczywiście się pojawiał – powiedz, co od tego czasu zmieniłeś.
- Opisz kontrolę jakości: checklisty, zdjęcia po sprzątaniu, kontrole wyrywkowe, wynagrodzenie ekip powiązane z ocenami czystości.
- Pokaż aktualne oceny czystości wybranych lokali na portalach rezerwacyjnych.

> *Wprowadziliśmy nowy system sprawdzania jakości sprzątania. Podeślę link do lokalu, gdzie sam Pan zobaczy aktualne oceny czystości.*

OBIEKCJA 6

„Sprzątanie jest za drogie."

Co za tym stoi: Właściciel widzi kwotę, ale nie widzi, co się na nią składa.

- Rozłóż cenę na elementy: pranie pościeli i ręczników, uzupełnienie kawy, herbaty i kosmetyków, środki eksploatacyjne, czas pracy ekipy.
- Zaproponuj porównanie z innymi ofertami przy identycznym zakresie usługi.
- Przypomnij, że czystość wpływa na oceny, a oceny na liczbę rezerwacji i osiąganą cenę.

OBIEKCJA 7

„Portale rezerwacyjne biorą za wysoką prowizję."

Co za tym stoi: Prowizja portalu wygląda na koszt, który „zjada" zysk.

- Wyjaśnij, że prowizja portalu to cena dotarcia do gości z całego świata – liczy się, ile rezerwacji dzięki niej zdobędziesz.
- Profesjonalne ogłoszenie, dobre zdjęcia, wysokie oceny i programy partnerskie portali poprawiają widoczność oferty.
- Pokaż, jak cena w danym kanale uwzględnia jego prowizję, a jeśli masz własny kanał lub powracających gości – jak obniża to średni koszt rezerwacji.

> *Prowizję płaci każdy wynajmujący. Różnica polega na tym, kto lepiej wykorzysta ten kanał.*

OBIEKCJA 8

„Wolę mniejszą, lokalną firmę" / „Wolę kogoś większego."

Co za tym stoi: Właściciel szuka albo bliskiego kontaktu, albo stabilności – warto ustalić, czego bardziej.

- Mniejszy operator: podkreśl indywidualne podejście, jedną osobę kontaktową, szybkie decyzje i znajomość lokalnego rynku.
- Większy operator: podkreśl ciągłość obsługi (zastępstwa, zespół specjalistów), procedury i stabilność finansową.
- Niezależnie od skali pokaż, jak zapewniasz terminowe rozliczenia i obsługę w razie nieobecności opiekuna.

Nie dyskredytuj konkurencji – mów o własnych mocnych stronach.

NAJCZĘSTSZE OBIEKCJE I JAK NA NIE ODPOWIADAĆ

Umowa, obecność na miejscu i formalności

OBIEKCJA 9

„Wasza umowa jest mało elastyczna."

Co za tym stoi: Obawa przed związaniem się warunkami, na które nie ma się wpływu.

- Wyjaśnij, że standardowe zapisy chronią obie strony i pozwalają utrzymać jakość obsługi przy wielu lokalach.
- Wskaż, które warunki można negocjować, i zaproponuj spotkanie, by je omówić.
- Podkreśl przejrzystość umowy i warunki wypowiedzenia, jeśli są korzystne dla właściciela.

> *„Część zapisów jest stała, ale kilka kwestii możemy dopasować. Umówmy się na rozmowę i przejdźmy przez nie punkt po punkcie.*

OBIEKCJA 10

„Nie macie nikogo na miejscu."

Co za tym stoi: Właściciel chce wiedzieć, kto zareaguje, gdy w lokalu coś się wydarzy.

- Powiedz konkretnie, kto i w jakim czasie reaguje w danej lokalizacji: opiekun, ekipa sprzątająca, technik.
- Pokaż listę obsługiwanych miast lub obszarów.
- Jeśli współpracujesz z lokalnymi partnerami, opisz, jak kontrolujesz jakość ich pracy.

OBIEKCJA 11

„Miałem już złe doświadczenia z operatorem."

Co za tym stoi: Konkretne rozczarowanie, które właściciel przenosi na każdą kolejną firmę.

- Zapytaj, kiedy to było i czego dotyczyło – i wysłuchaj bez przerywania.
- Jeśli chodziło o Twoją firmę, wskaż konkretne zmiany wprowadzone od tamtej pory.
- Zaproponuj bezpieczny start, np. krótki okres wypowiedzenia, żeby właściciel mógł sprawdzić współpracę bez dużego ryzyka.

> *„Rozumiem ostrożność. Proszę mi powiedzieć, co wtedy nie zadziałało – pokażę, jak wygląda to u nas.*

OBIEKCJA 12

„Słyszałem o zmianach w przepisach dotyczących najmu."

Co za tym stoi: Niepewność, ile formalności spadnie na właściciela.

- Wyjaśnij, które obowiązki możesz przejąć w ramach współpracy, np. rejestracje, rozliczenia z gośćmi czy obowiązki informacyjne.
- Opisz model umowy, w którym działasz (np. podnajem lub zarządzanie w imieniu właściciela), i co z niego wynika dla klienta.

Nie udzielaj porad prawnych ani podatkowych – zaproponuj konsultację ze specjalistą.

Prowadź własną listę obiekcji

Po każdej rozmowie zanotuj, jakie wątpliwości padły i która odpowiedź zadziałała. Po kilku tygodniach będziesz mieć gotowe, sprawdzone argumenty dopasowane do Twojej oferty i Twoich klientów – i przestaniesz improwizować.

DODATKOWE NARZĘDZIE

Stabilny przychód na start

Część operatorów proponuje nowym właścicielom gwarantowaną minimalną kwotę miesięczną przez pierwsze miesiące współpracy. Gdy lokal zarabia więcej, właściciel otrzymuje nadwyżkę, a słabsze miesiące wyrównują się w okresach lepszego obłożenia.

Rozwiązanie sprawdza się przy lokalach o dużej sezonowości i właścicielach, których najbardziej niepokoją wahania przychodu. Jeśli je oferujesz, przedstaw dokładne zasady: wysokość gwarancji, czas trwania umowy i sposób rozliczenia.

ŚCIĄGA – OBIEKCJA I KLUCZOWY ARGUMENT

OBIEKCJA	KLUCZOWY ARGUMENT
1 **Niższa prowizja u konkurencji**	Liczy się kwota netto na koncie właściciela, a nie sama stawka.
2 **Złe opinie w internecie**	Skala działalności i zweryfikowane oceny gości.
3 **Puste mieszkanie**	Aktywna sprzedaż i wspólny interes operatora i właściciela.
4 **Zniszczenia**	Kontrola po każdym pobycie i zapisane w umowie zabezpieczenia.
5 **Problemy ze sprzątaniem**	System kontroli jakości i aktualne oceny czystości.
6 **Drogie sprzątanie**	Pełny zakres usługi i jej wpływ na oceny oraz cenę noclegu.
7 **Prowizje portali**	Koszt dotarcia do gości; widoczność oferty i własne kanały.
8 **Mała czy duża firma**	Mocne strony Twojej skali i ciągłość obsługi.
9 **Sztywna umowa**	Jasne zasady plus punkty do negocjacji.
10 **Brak osoby na miejscu**	Kto, gdzie i w jakim czasie reaguje.
11 **Złe doświadczenia**	Wysłuchaj, pokaż zmiany, zaproponuj bezpieczny start.
12 **Zmiany w przepisach**	Formalności, które przejmujesz; po resztę – do specjalisty.

CZEGO UNIKAĆ W ROZMOWIE

- ✕ Wchodzenia w spór i udowadniania, że klient nie ma racji
- ✕ Bagatelizowania obaw słowami „to nic takiego”
- ✕ Krytykowania innych operatorów
- ✕ Obietnic wyników, których nie możesz zagwarantować
- ✕ Wracania do obiekcji, która została już wyjaśniona
- ✕ Odpowiadania ogólnikami zamiast konkretów

Obiekcja to pytanie, nie odmowa. Dobra odpowiedź przybliża Cię do podpisania umowy.

Lead APARTAMENT
www.leadapartament.pl
My dostarczamy kontakty,
Ty rozwijasz swój biznes.