

100 LỜI KHUYÊN BẤT ĐỘNG SẢN KHÔN NGOAN NHẤT

Bài học kinh nghiệm từ những chuyên gia bất động sản hàng đầu thế giới



DONALD TRUMP



Table of Contents

LỜI GIỚI THIỆU

- 1. Hãy mua bất động sản tại nơi những người giàu có hay lui tới
- 2. Đừng ngại đầu tư thời gian
- 3. Mua cái tốt nhất
- 4. Tập trung vào kết quả
- 5. Lắng nghe nhu cầu của khách hàng
- 6. Hãy nhằm vào các khu vực phát triển và cố gắng đừng bán những gì mình đang có
- 7. Làm việc với các chuyên gia đáng tin cậy
- 8. Luôn làm những điều tốt nhất có thể
- 9. Tập trung vào khu vực kinh doanh và tiến hành kinh doanh
- 10. Phát triển kinh doanh tại những nơi có xu hướng tăng trưởng
- 11. Giữ gìn danh tiếng, kiên nhẫn, chăm chỉ, dựa vào người dân địa phương
- 12. Đấu giá bất động sản mang lại lợi ích cho các nhà đầu tư dù họ đang mua hay đang bán

Đấu giá tạo không khí gấp gáp, khẩn trương

Các công ty đấu giá là các chuyên gia bất động sản

Các nhà môi giới truyền thống hợp tác với các công ty đấu giá bất động sản

Đấu giá có tác dụng cả trong thị trường phát triển và thị trường không phát triển

- 13. Đầu tư vào nhà cho hộ gia đình thuê
- 14. Phương pháp tiếp cận chung với các tài sản thế chấp đang chờ thanh lý
- 15. Hãy sáng suốt chọn lựa một nhân viên bất động sản
- 16. 5 nguyên tắc cơ bản để gặt hái thành công
- 17. Hãy xem ti vi

- 18. Làm việc với những gì mình có
- 19. Lời đề nghị đầu tiên thường là lời đề nghị tốt nhất
- 20. Chọn một đối tác tốt
- 21. Làm tăng giá trị bất động sản của bạn
- 22. Chọn một đối tác tin cậy
- 23. Thành công trong kinh doanh bất động sản bắt nguồn từ sự chăm chỉ và những mối liên hệ mua bán trực tiếp
- 24. Tiếp cận lĩnh vực kinh doanh bất động sản với phương châm giao dịch vô tư và trung thực
- 25. Đừng làm theo số đông
- 26. Nhấn mạnh chất lượng và thương hiệu
- 27. Tận dụng tối đa Internet
- 28. Hãy đặt ra mục đích và tin tưởng vào trực giác của bạn
- 29. Nắm bắt sự thay đổi
- 30. Tôn trọng mọi người
- 31. Hãy khiến mình nổi tiếng vì lòng trung thực
- 32. Đừng bao giờ bán; hãy trao đổi bất động sản
- 33. Lưu ý tới chi tiết
- 34. Quản lý việc đóng thuế
- 35. Luôn luôn thương lượng
- 36. Hãy tin tưởng vào thị trường
- 37. Luôn trân trọng cam kết
- 38. Người thuế hôm nay là người mua ngày mai
- 39. Cơ hội luôn tồn tại
- 40. Hãy để hai bên tham gia cùng cảm thấy vui vẻ
- 41. Hãy tham gia vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản
- 42. Đừng bao giờ bộc lộ cảm xúc; hãy kiên nhẫn; và chăm chỉ
- 43. Học cách chờ đợi
- 44. Hãy hành động để có một vụ giao dịch ưng ý
 Nhận thức được mình là ai
 Tìm hiểu thị trường tại chỗ
- 45. Hãy cẩn thận khi mạo hiểm và thư giãn

Một mô hình kinh doanh

Kế hoạch marketing

Một ê - kíp làm việc hiệu quả

- 46. Hãy nắm bắt trí tưởng tượng của người mua
- 47. Hãy bảo vệ khách hàng của bạn khỏi chính bản thân họ
- 48. Chuyên môn hoá

Chuyên môn hoá

Đừng bao giờ nói xấu đối thủ

- 49. Kiếm tiền khi mua chứ không phải là khi bán bất động sản
- 50. Hãy để cảm xúc ở nhà
- 51. Xác định và đáp ứng nhu cầu

Hành động khi cơ hội xuất hiện

Tránh xung đột quyền lợi

Chọn một bên

- 52. Cân nhắc tiềm năng phát triển
- 53. Kiểm soát hàng lưu kho
- 54. Suy nghĩ xa hơn và tin tưởng vào bản thân mình
- 55. Không tham lam
- 56. Lắng nghe bản thân
- 57. Can đảm tiến lên
- 58. Đừng bao giờ đánh giá thấp đối thủ cạnh tranh
- 59. Chọn bản thiết kế xuất sắc và địa điểm đẹp
- 60. Hạn chế rủi ro và tối đa hoá lợi nhuận đầu tư
- 61. "Chủ nghĩa kim" yêu thích của tôi

Làm những gì bạn thích và bạn sẽ không bao giờ cảm thấy mệt mỏi vì sức ép công việc, dù chỉ một ngày trong cuộc đời

Nói "không", cũng có nghĩa là "hãy thuyết phục tôi"

Thanh toán hàng tồn kho thật nhanh

Tạo cảm giác hứng khởi và gấp gáp về sản phẩm của bạn

Làm cho sản phẩm dễ nhớ, ngộ nghĩnh và hữu ích

Không bao giờ quên khía cạnh con người trong vụ giao dịch

Mẹ tôi luôn nói rằng: "Chồi non lớn lên thành cây to"

Tin tưởng vào bản năng của mình hay hãy tiêu tiền để kiếm được tiền

Đặc biệt, hãy đam mê; lòng đam mê dễ lây lan

62. Đến nơi cần bạn

Lãnh đạo bằng cách làm gương Tập trung vào một lĩnh vực Phát triển thương hiệu

- 63. Chú ý vị trí và trung thực
- 64. Mua và chờ đơi
- 65. Đánh giá rủi ro
- 66. Tìm kiếm một kiến trúc sư giỏi
- 67. Hãy nhớ rằng bất động sản là ngành kinh doanh tuần hoàn
- 68. Trong tương lai mọi thứ sẽ nhỏ bé và rất nhanh

Tìm kiếm càng nhiều thông tin càng tốt

Tiết kiệm thời gian và tiền bạc

Tăng tốc độ và giảm quy mô

- 69. Hiểu biết, nhiệt tình, chính trực và chăm chỉ
- 70. Hãy khách quan, thực tế, luôn để lại trên bàn một thứ gì đó
- 71. Đừng nói, hãy hành động!
- 72. Đừng để thị trường điều khiển
- 73. Hãy học cách nhận ra giá trị
- 74. Hãy mua đất và Tích trữ nhưng trước hết hãy chọn lọc thông tin
- 75. 8 nguyên tắc để thành công trong lĩnh vực bất động sản
- 76. Nghệ thuật bán hàng, tinh thần doanh nhân và kinh nghiệm
- 77. Đừng bao giờ mất kiên nhẫn
- 78. Luôn giữ tinh thần lạc quan
- 79. 3 bước để làm hài lòng khách hàng
- 80. 7 bước để thành công
- 81. Hãy tiến lên với lòng nhiệt huyết và sự chính trực
- 82. Thu lợi nhuận và tiếp tục tiến lên
- 83. Hiểu rõ thị trường

84. Làm việc chăm chỉ và đúng kế hoạch

Làm việc chăm chỉ

Hãy làm điều bạn nói

Mọi người có xu hướng gặp lại nhau

85. Hãy tự nhủ phải quyết tâm chiến thắng

Đừng dựa dẫm vào sự may mắn

Có chiến lược phù hợp

Đặt thứ tự ưu tiên các công việc

Nắm được luật chơi

Phân tích điểm mạnh và điểm yếu

Luôn vạch ra bước đi tiếp theo

Luôn tiến bước

86. Đừng đánh giá sách qua trang bìa

Hãy chọn xem bạn muốn sống ở đâu

Khi nghi ngờ thì hãy mua

87. 3 bài học từ cha tôi

88. Uy tín, thời gian, điều khoản, chân lý

Xây dựng niềm tin

Thực hiện thoả thuận ngay!

Đặt ra những điều khoản hợp lý

Hãy đối đầu với mọi rắc rối

Nhận thức được chân lý bất diệt

Hiểu được quy luật về địa lý

- 89. Xây dựng thành công Hiệp hội những người sở hữu nhà
- 90. Xây những khu nhà hợp thị hiếu cộng đồng
- 91. Phát triển có chiến lược

Duy trì vai trò quản lý chủ đạo

Tạo cho công ty bạn sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh

Hãy nghĩ những điều lớn lao

Luôn nhớ phải lắng nghe

- 92. Không có gì thay thế được niềm đam mê
- 93. Xây dựng uy tín một cách thận trọng

- 94. Hãy luôn vui vẻ vì bạn đang kiếm lợi nhuận
- 95. Tập trung vào chất lượng
- 96. Biết đường lùi trước khi mua
- 97. Thoả thuận khi cần thiết
- 98. Bỏ đi khi cần thiết
- 99. 5 quy tắc kinh doanh thành công Nhà ở Thương mại
- 100. Mua rẻ, bán đắt và đừng tham lam

LÒI GIỚI THIỆU

Tôi đã ấ p ủ mong muố n được viế t cuố n sách này trong nhiề u năm ròng.

Ai đã từng theo dõi sự nghiệp của tôi đề `u biế t các chiế n lược bấ t động sản mà tôi sử dụng. (Và nế u chưa từng biế t đế n sự nghiệp của tôi thì bây giờ chính là lúc theo dõi các chương trình về tôi trên ti vi hay mua một trong những cuố n sách tôi đã viế t)

Mặc dù rấ t thành công nhưng công việc kinh doanh bấ t động sản của tôi không bao gô m tấ t cả các mặt của lĩnh vực này. Những gì tôi biế t thì tôi nă m rấ t chặ c, nhưng, tôi không có ý độc quyề n vê các ý tưởng và sự khôn ngoan trong kinh doanh bấ t động sản. Tôi không thể biế t hế t mọi thứ. Đúng như Susan Penzer nhận xét, điệ u làm nên thành công của tôi chính là "khả năng thu thập những thông tin tố t nhấ t từ những người thông minh nhấ t." Susan đã đưa ra nhận xét này sau khi theo dõi cách tôi thực hiện các hoạt động kinh doanh. Và nhận xét đó cũng đúng với những gì tôi thực hiện trong cuố n sách này, đó là thu thập những thông tin hay nhất từ những người thông minh nhấ t trong lĩnh vực bấ t động sản. Họ chia sẻ những kinh nghiệm và những bài học mà họ đã học được từ người khác cũng như từ những sai lâ m họ đã mặ c. Lời Khuyên Hay Nhấ t Trong Kinh Doanh Bấ t Động Sản Mà Tôi Nhận Được chính là tập hợp những lời khuyên khôn ngoan sáng suố t của 100 nhà kinh doanh bấ t động sản hàng đâ u. Đây là loại thông tin và sự khôn ngoan mà bạn chỉ có thể nhận được từ kinh nghiệm số ng.

Trong cuố n sách này, bạn sẽ thấ y sự sáng suố t khác thường có được là nhờ vào những kinh nghiệm và bài học mà những nhân vật có thể lực trong kinh doanh bấ t động sản trên khắ p nước Mỹ phải trải

bao khó khăn mới rút ra được. Có rấ t nhiệ `u điệ `u mà lẽ ra tấ t cả chúng ta đã có thể làm tố t hơn: từ việc bỏ lỡ cơ hội, dự đoán sai về thị trường để n việc thương lượng quá cao hoặc quá thấ p. Những nhà kinh doanh này - cả nam lẫn nữ - sẽ kể cho bạn biế t họ đã học được gì.

Trong số những người đóng góp cho cuố n sách này, có người là bạn tôi, cũng có người tôi chưa từng gặp mặt, dù tôi luôn ngưỡng mộ họ từ xa. Cuố n sách này là bản tóm tắ t hoàn hảo nhấ t những lời khuyên trong kinh doanh bấ t động sản được thu thập từ trước tới nay. Và tôi cho rã ng nó đã hoàn tấ t sứ mệnh của mình: cung cấ p cho bạn những lời khuyên bổ ích, giúp bạn lập kế hoạch để chính mình thành công trong lĩnh vực bấ t động sản. Dù bạn mua hay bán nhà của bạn, nhà tập thể hoặc trả góp; dù bạn đang hoạt động hay mới bước chân vào lĩnh vực kinh doanh bấ t động sản, tôi nghĩ rã ng bạn sẽ học được rấ t nhiề u từ cuố n sách này - Lời Khuyên Hay Nhấ t Trong Kinh Doanh Bấ t Động Sản Mà Tôi Nhận Được.

Hãy mua bất động sản tại nơi những người giàu có hay lui tới

ARTHUR L. ALLEN

Arthur L. Allen là người sáng lập, Chủ tịch và Giám đố ´c điề `u hành (CEO) của tập đoàn Allen Systems (Allen System Group, Inc - ASG)

Phâ `n mê `m máy tính đã trở thành tiêu điểm, niê `m đam mê và cả cuộc số ´ng của tôi kể từ khi tôi bắ ´t đâ `u công việc của người phân tích hệ thố ´ng cách đây gâ `n 40 năm. Nhưng một trong những quyế ´t định mang lại lợi nhuận cao nhấ ´t của tôi, và cũng khiế ´n tôi hài lòng nhấ ´t hiện nay, là quyế ´t định làm theo lời khuyên vê `kinh doanh bấ ´t động sản của một người bạn.

Bấ t chấ p những đợt suy thoái kinh tế hay sự trì trệ trên thị trường công nghệ, vụ đã `u tư bấ t động sản của tôi tại Naples, Florida vẫn không ngừng sinh lợi. Tôi luôn thấ y vui vì đã hành động theo lời khuyên của bạn mình và theo đuổi việc đã `u tư này trong nhiê `u năm liê `n. Để khái quát hoá lời khuyên đó và giải thích tại sao nó lại thành công đế n như vậy, tôi chỉ có thể nói ră `ng: Hãy mua bấ t động sản tại nơi nào những người giàu có hay lui tới.

Vào thập niên 1970, khi tôi tới Naples, khu dân cư vùng Gulf Coast ở phía Tây Nam Florida này là nơi nghỉ đông nổi tiế ng của những gia đình thế lực nhất nước Mỹ. Lúc đó tôi nhận thấy rất rõ tâm quan trọng của khí hậu Naples và hiế m nơi sánh được với nó về vẻ đẹp thiên nhiên. Tôi chưa hê nghĩ tới việc đâ u tư vào bất động sản cho để n tận khi bạn tôi khuyên ră ng: "Hãy mua càng nhiê u nhà ở

Naples càng tố t. Nơi đó đặc biệt đẹp và cậu sẽ kiế m được rấ t nhiệ u nế u đâ u tư bấ t động sản ở đấ y." Từ lúc đó tôi bắ t đâ u nghĩ tới bấ t động sản ở Naples theo hướng khác chứ không phải chỉ như là một địa điểm lý tưởng để đặt trụ sở công ty phâ n mê m của mình.

Tôi hiểu lịch sử của vùng đấ t này và cũng biế t ră ng đây chính là điểm thu hút rấ t nhiệ u người giàu có. Những cư dân tiêu biểu đâ u tiên ở đây có thể kể đế n: Thomas Edison, Henry Ford, Harvey Firestone, Greta Garbo, Gary Cooper, và Barron G. Collier.

Mùa thu năm 1975, tôi mua căn nhà đâ u tiên ở Naples và kể từ đó tới nay tôi đã và đang kinh doanh bấ t động sản tại đây. Tôi đã kiế m được hàng triệu đô la khi nghe theo lời khuyên của bạn mình. Khi mua căn nhà đâ u tiên, tôi chỉ phải trả 875.000 đô la và bây giờ trị giá của nó đã vượt qua con số 14 triệu đô la.

Mặc dù ngày nay, công ty của tôi đã có 50 văn phòng đại diện trên toàn thế giới nhưng trụ sở chính vẫn đặt tại Naples, Florida. Naples đã thay đổi rấ t nhiệ u kể từ khi tôi mua căn nhà đâ u tiên tại đây và nó vẫn thu hút những người giàu có muố n trố n chạy mùa đông lạnh giá của Miê n Bắ c. Mọi người tới đây vì nhiệ u lý do: chơi golf, chơi tennis, tận hưởng cảm giác thoải mái khi đi du thuyê n hoặc nghỉ hưu. Hơn 200 lãnh đạo điệ u hành (CEO) và cựu lãnh đạo điệ u hành các công ty trong danh sách 500 nhà lãnh đạo điệ u hành do tạp chí Fortune bình chọn, cũng như nhiệ u nhân vật nổi tiế ng như Larry Bird, Mike Ditka, Greg Norman, Mary Carillo và nhiệ u, rấ t nhiệ u những người khác nữa có nhà tại Naples.

2. Đừng ngại đầu tư thời gian

ADINA AZARIAN

Adina Azarian là chủ tịch và là CEO của Adina Real Estate, đô `ng thời là thành viên của Uỷ ban Bấ ´t động sản New York

Kinh doanh bấ t động sản rấ t mấ t thời gian. Nhưng càng mấ t nhiề u thời gian, bạn càng có cơ hội kiế m được nhiề u tiề n.

Nê u ban là người luôn xem trong việc tiế t kiệm thời gian thì ban không phù hợp với việc kinh doanh bấ t động sản, hoặc là bạn phải thay đổi cách tư duy của mình. Khi tôi mới bă t đâ u kinh doanh bấ t động sản, tôi cảm thấ y mình đang tố n rấ t nhiệ u thời gian: không gọi điện tìm kiế m khách hàng thì cũng bàn việc với những khách hàng mà tôi chưa thể hoàn tấ t công việc. Một thời gian sau, tôi tới gặp người hướng dẫn của tôi và nói: "Tôi cảm thấ v mình đang lãng phí rấ t nhiề u thời gian." Và ông ấ y nói với tôi: "Kinh doanh bấ t động sản tức là tiêu tố n thời gian. Càng tố n nhiệ u thời gian thì càng kiế m được nhiệ u tiê n." Bởi vậy, thay vì bỏ cuộc, tôi vẫn tiế p tục theo đuổi nó và mọi việc bắ t đâ u tiế n triển. Những cuộc điện thoai rố t cuộc đã biể n thành danh sách khách hàng và những cuộc gặp gỡ chuyển thành những cuộc chố t lại hợp đô ng. Mặc dù đôi khi mọi việc không được suôn sẻ lă m, nhưng tôi nhận thâ y, khi áp dụng cách làm đó, càng bỏ ra nhiệ u thời gian thì kế t quả thu được càng tô thơn.

Tóm lại, những câu nói như: "Hôm nay tôi sẽ không gặp nhiê `u khách hàng" hay "Hôm nay tôi sẽ chẳng gọi điện nhiê `u đâu" không áp dụng được trong kinh doanh bâ ´t động sản. Để thành công trong

lĩnh vực bấ t động sản, đừng bao giờ nghĩ ră ng thời gian mà bạn bỏ ra để làm việc là lãng phí. Bạn càng gặp nhiê `u người, càng gọi điện nhiê `u và tới nhiê `u nhà, bạn càng kiế m được nhiê `u tiê `n. Quá đơn giản! Vì vậy, bấ t cứ khi nào nhân viên bán hàng của tôi tới gặp tôi và phàn nàn: "Tôi đã tố n quá nhiê `u thời gian với khách hàng rô `i mà vẫn chưa chố t được hợp đô `ng" hoặc những câu với ngụ ý gâ `n như vậy, tôi nhắ c cho họ nhớ ră `ng kế t quả sẽ tới cùng với thời gian và kinh nghiệm, và ră `ng đơn giản, họ sẽ chẳng thu được chút kinh nghiệm nào nế u không chịu mấ t thời gian! Bạn cũng đừng quên gửi cho khách hàng của mình một tấ m thiệp cảm ơn và ngay cả khi bạn không chố t được hợp đô `ng với họ. Đó chính là phương pháp tư duy đúng!

3. Mua cái tốt nhất

ROGER BARNETT

Roger Barnett là Chủ tịch và CEO của tập đoàn Shaklee, một tập đoàn chuyên về sản phẩm dinh dưỡng tự nhiên. Ông cũng là người sáng lập trang web Beauty.com

Hãy mua cái tố t nhấ t. Những gì tố t nhấ t sẽ luôn giữ được giá trị của nó và sinh lợi nhanh hơn so với những thứ bình thường. Ngày hôm nay, những thứ tố t nhấ t luôn luôn đấ t đỏ nhưng tới ngày mai nó sẽ có giá trị cao hơn nhiệ u.

Tôi đã mua một toà nhà tại New York mà trước đây thuộc sở hữu của một tổ chức. Vào thời gian đó, nó là một trong những toà nhà đơn chức năng có giá cao hơn bấ t kì toà nhà nào khác trong thành phố . Tuy nhiên, với kiế n trúc tuyệt vời, vị trí thuận lợi và diện tích khác thường, toà nhà đó đã thuyế t phục được tôi đổ tiế n vào nó. Tôi đã đâ u tư để cải tạo nó thành một toà nhà hiện đại. Ngày nay, nó trị giá gấ p 3 lâ n số tiế n tôi đã đâ u tư. Đây là một mức lợi nhuận đặc biệt cao trong thị trường bấ t động sản.

4. Tập trung vào kết quả

THOMAS J. BARRACK con

Thomas J. Barrack là Chủ tịch, đô `ng thời là CEO của Colony Capital - một hãng đâ `u tư bấ ´t động sản quố ´c tế ´ tư nhân

Đừng nhâ m lẫn nỗ lực với kế t quả.

5. Lắng nghe nhu cầu của khách hàng

MONDA BASSIL

Monda Bassil là Chủ tịch của Prestigious Properties tại thành phố New York

Lời khuyên giá trị nhấ t mà tôi nhận được là phải lă ng nghe nhu câ u của khách hàng. Đó là điể u mà tôi thường làm mỗi ngày. Một chuyên gia bấ t động sản thực sự thành công câ n phải biế t: (1) nhu câ u và lố i số ng của khách hàng; (2) những người hàng xóm của khác hàng; (3) tình hình điể u kiện thị trường hiện tại.

Bạn phải chuẩn bị thật kỹ, nghiêm túc và có phương pháp cho từng cuộc hẹn. Nế u bạn có hẹn với một khách hàng vào sáng thứ ba tới và đó là một người sành bế p núc, bạn phải biế t ngôi nhà hiện có nào của mình phù hợp với những nhu cầ u của vị khách này. Hãy sắ p xế p công việc và nghiên cứu cẩn thận. Đừng cố giới thiệu cho khách hàng những căn nhà có phòng bế p xấ u xí và thiế u tiện nghi, dù căn nhà có lộng lẫy để n thể nào chăng nữa. Nế u khách hàng mới nhấ t là một cặp vợ chô ng đã có tuổi đang muố n thu hẹp chỗ ở, hãy lắ ng nghe khi họ nói về lố i số ng và những sở thích của họ. Ngôi nhà bạn định giới thiệu có vườn không? Gầ n đó có nhà hát không? Ngôi nhà đó có đủ rộng để đón con cháu họ mỗi khi chúng về thăm không?

Trong lĩnh vực kinh doanh nhà ở, dịch vụ có nghĩa là sự hiểu biế t thấ u đáo khu vực, thị trường và quan trọng hơn hế t là con người. Tôi thường hay nói: "Chúng tôi không bán đơn thuâ n, mà chúng tôi giáo dục." Tuy nhiên, câ n phải hiểu ră ng, "giáo dục" ở đây không có nghĩa là chúng tôi dạy dỗ khách hàng mà là chúng tôi lă ng nghe họ.

Khách hàng đang giao phó việc tìm kiế m nhà cho bạn và bạn phải lùng khắ p thị trường để tìm cho họ ngôi nhà thích hợp nhấ t. Bạn cũng câ n phải hiểu khu dân cư mà bạn định giới thiệu cho khách hàng nhà m giúp họ có thể thích nghi và hoà đô ng với những người hàng xóm mới. Hãy tự hỏi bản thân mình, những người hàng xóm mới này mang tới cơ hội gì cho khách hàng của bạn?

Bạn đã biế t được ngôi nhà họ mong muố n, bạn hiểu rõ những người hàng xóm. Bạn nă m bă t được thị trường. Tuy nhiên, bạn không thể bán từng thứ kể trên như một thực thể tách rời mà cầ n có sự kế t hợp hoàn hảo của cả ba yế u tố trên nhă m cung cấ p cho khách hàng một thiên đường an toàn nhấ t. Ngôi nhà này là nơi khách hàng của bạn thức giấ c vào buổi sáng và cũng là nơi họ ngủ khi đêm về . Họ cầ n cảm thấ y thoải mái khi ở trong ngôi nhà đó. Bạn đang hướng dẫn họ thực hiện vụ mua bán quan trọng nhấ t trong đời họ, đó cũng là vụ mua bán ngô n phâ n lớn số tiế n mà họ kiế m được. Bạn phải tìm được ngôi nhà vừa đáp ứng cao nhấ t những nhu cầ u của khách hàng, vừa có những người hàng xóm phù hợp với họ số ng quanh ngôi nhà đó. Điể u này không dễ dàng nhưng với sự chăm chỉ và bề n bỉ, bạn sẽ được đề n đáp xứng đáng khi thực hiện được nó.

Vê mặt nào đó, kinh doanh bấ t động sản cũng giố ng như diễn kịch. Bạn đọc kịch bản, bạn luyện tập và luyện tập nữa, sau đó là lúc trình diễn. Bạn kiên trì và bạn sẽ nhận ra ră ng: một vai diễn thành công câ n được chuẩn bị kỹ càng và tố n rấ t nhiê u thời gian. Bạn cũng biế t ră ng, sẽ không trực trặc gì nế u bạn nghiên cứu và chuẩn bị. Đô ng thời, bạn thừa nhận ră ng làm việc bán thời gian là hoàn toàn chưa đủ. Nế u bạn nói: "Tôi đang làm một công việc khác, phòng khi việc kinh doanh bấ t động sản không hiệu quả", thì có thể chấ c chấ n ră ng bạn sẽ chẳng thể nào kinh doanh hiệu quả.

Khi đã tìm được cho khách hàng một ngôi nhà phù hợp, khi đã dành toàn bộ thời gian và tâm sức vào việc kinh doanh bấ t động sản thì dù ở bấ t kì vị trí nào - người bán hay người trung gian, bạn sẽ biế t một bí mật lớn: kinh doanh bấ t động sản có rấ t nhiề u điề u thú vị. Tuy nhiên, đôi khi bạn cũng cảm thấ y tội lỗi khi kiế m tiề n trong lĩnh vực này.

6. Hãy nhằm vào các khu vực phát triển và cố gắng đừng bán những gì mình đang có

DOUGLAS BAUMWALL

Douglas Baumwall là một nhà môi giới thương mại được Collins & Collins Investments chứng nhận. Các bài báo của ông được đăng trên tạp chí Florida Association of Realtors và tạp chí Florida Commercial

Tôi có hai lời khuyên mà có lẽ những người kinh doanh bấ t động sản đề u muố n tham khảo.

Thứ nhấ 't, hãy nhã `m vào các khu vực lân cận thành phố 'đang có xu hướng phát triển. Sau đó, hãy mua đấ 't tại các trục đường giao thông chính. Đó là nơi giá đấ 't được tính theo diện tích thực chứ không phải diện tích mặt tiê `n của nó.

Thứ hai, cố gặ ng không bán những bấ t động sản bạn đang sở hữu trừ khi diện tích của nó quá bé và bạn không thể quản lý nó một cách hiệu quả. Mua bấ t động sản là một ý tưởng tuyệt vời. Giúp người khác bán bấ t động sản cũng là một ý tưởng tuyệt vời chẳng kém. Bạn có thể thực hiện kế t hợp hai ý tưởng nói trên bă ng cách bán lại các hợp đô ng trước khi chố t nó hoặc sở hữu một công ty môi giới bấ t động sản.

7. Làm việc với các chuyên gia đáng tin cậy

JOHN BEARDEN

Trump tai thành phố Chicago

John Bearden là chủ tịch và CEO của GMAC Home Services. Koenig & GMAC Real Estate - một thành viên của tập đoàn GMAC đại diện duy nhấ 't thực hiện việc bán Khách sạn và tháp quố 'c tế

Lời khuyên mà tôi đưa ra nghe có vẻ đơn giản nhưng không vì thế mà tâ m quan trọng của nó bị suy giảm.

Hãy tìm một chuyên gia bấ t động sản mà bạn có thể tin tưởng được.

Ý tôi là phải thực sự tin tưởng.

Với nhiê `u người, mua hay bán một ngôi nhà là việc trọng đại của cuộc đời (có liên quan để ´n giao dịch tài chính). Hãy tin tôi! Bạn sẽ không yên tâm giao phó công việc quan trọng và đặc biệt phức tạp này cho người mà bạn không hoàn toàn tin tưởng hay không thích.

Cũng giố ng như nhiệ `u người khác, tôi và vợ tôi đã rút ra bài học này trong là `n đâ `u tiên chúng tôi kinh doanh bâ ´t động sản. Chuyện đó xảy ra khá lâu rô `i. Trong những năm qua, chúng tôi đã mua và bán một vài ngôi nhà và chỉ bị thua lỗ khi mua và bán ngôi nhà đâ `u tiên. Tại sao lại như vậy? Bởi vì khi đó, chúng tôi không nhận ra ră `ng bỏ thời gian để tìm một chuyên gia bấ ´t động sản có tài năng, có tâm huyế ´t với công việc - là một việc làm khôn ngoan.

Thật không may, chuyên gia bấ t động sản của chúng tôi lựa chọn khi đó (chúng tôi đã lựa chọn rấ t nhanh và chẳng nghiên cứu kỹ lưỡng gì) đã cho chúng tôi những lời khuyên vô giá trị. Còn tô ì tệ hơn những lời khuyên đó chính là khả năng giao tiế p của cô ta. Tôi phải nói ră ng, không thể gọi đó là khả năng giao tiế p được. Tôi không thể quên được một câu cô ta nói với chúng tôi: "Tôi sẽ thông báo cho ông bà biế t khi nào chố t được hợp đô ng mua bán", bởi vì giờ đây tôi đã thấ m thía ý nghĩa thực sự của câu nói đó. Nó có nghĩa là: "Tôi sẽ thông báo cho ông bà biế t khi nào tôi nhận được tấ m séc tiế n hoa hô ng của tôi." Và có lẽ cô ta cũng muố n nói thêm ră ng: "Cho đế n lúc đó, đừng quấ y rấ y tôi nhé!"

Vì vậy, tôi muố n nhấ n mạnh thêm một lầ n nữa: Hãy tìm một chuyên gia hoạt động trong lĩnh vực bấ t động sản, người mà bạn có thể tin tưởng, xây dựng mố i quan hệ hợp tác lâu dài. Đó không phải là chú của một người bạn - người mà cứ ba năm mới hoàn thành xong hai vụ làm ăn và ký kế t được hợp đô ng. Hãy tìm kiế m một người biế t đánh giá mố i quan hệ cao hơn số tiế n hoa hô ng thu được sau mỗi vụ làm ăn. Hãy hỏi ý kiế n của bạn bè và những người hàng xóm xem họ đã hợp tác với ai và tại sao? Khi mua hoặc bán một ngôi nhà, họ có cầ n nhờ tới chuyên gia bấ t động sản không? Khi bạn đã tìm thấ y một "người đặc biệt", hãy liên hệ với anh ta (cô ta) và hợp tác với người ấ y.

Những chuyên gia bấ t động sản giỏi luôn biế t cách duy trì quan hệ hợp tác với bạn và luôn hành động đúng vai trò của một người cố vấ n được bạn tin cậy. Họ luôn nói với bạn - khi thì bă ng những con số , khi thì bă ng ngôn từ - những gì họ sẽ làm cho bạn, khi nào họ sẽ thực hiện và tại sao lại như vậy. Sau khi đã hoàn thành mọi việc, họ sẽ yêu câ u bạn đánh giá trung thực về hiệu quả công việc. Họ nă m vững tình hình thị trường nhà đấ t bao gồ m tấ t cả thông tin về khu dân cư và cộng đô ng dân cư xung quanh ngôi nhà (loại nhà đó là

gì, chấ t lượng trường học của khu vực đó ra sao, những công viên trong khu vực và vân vân). Điể `u này giúp bạn đưa ra những quyế t định đúng đấ n.

Và đó chính là lời khuyên về kinh doanh bấ t động sản tố t nhấ t mà tôi có thể đưa ra để các bạn tham khảo. Tôi hy vọng nó không chỉ giúp bạn tránh được những rấ c rố i người mua nhà và bán nhà thường gặp mà nó còn giúp cho quá trình mua bán diễn ra đúng như bạn mong muố n. Một kinh nghiệm thay đổi cuộc số ng thú vị và tuyệt vời!

8. Luôn làm những điều tốt nhất có thể

FRANK G. BINSWANGER JR.

Frank G. Binswanger là chủ tịch của Binswanger - công ty của gia đình Binswanger, đứng đâ`u trong các công ty bâ´t động sản quố´c tế´ và có 160 văn phòng đại diện trên toàn thế´ giới

Cha chúng tôi - người đâ ù tiên xây dựng công ty Binswanger trong thời kỳ Đại khủng hoảng kinh tế - luôn nói với chúng tôi rã `ng: "Đừng bao giờ cố đố t nế n ở cả hai đâ `u." Bạn chỉ có thể là người môi giới hoặc người đâ `u tư chứ không thể là cả hai người đó. Bạn sẽ là đại diện của khách hàng, hoặc là đại diện của chính bạn. Nói một cách dễ hiểu nhấ t, bạn không thể trung thành với hai người chủ cùng một lúc. Mặc dù ngày nay, lời khuyên kể trên vẫn còn gây tranh cãi nhưng vào thời của cha tôi, đó là một phương châm làm ăn đúng đấ n. Công việc kinh doanh của chúng tôi rấ t phát đạt vì chúng tôi có thể tập trung hế t công sức để đại diện cho khách hàng mà không gây ra bấ t kỳ sự bấ t đô `ng hay xung đột nào.

Tôi có thể lấ y một ví dụ chứng minh. Đó là vào thập niên 1960, 1970, các tập đoàn và các công ty đề u muố n thuê một công ty bấ t động sản làm đại diện duy nhấ t cho mình để giải quyế t nhu câ u về bấ t động sản của công ty ở nước Mỹ và trên toàn thế giới. Khi các công ty quy mô nhỏ phát triển thành tập đoàn quố c gia và quố c tế, công ty của chúng tôi cũng có cơ hội phát triển theo. Thêm vào đó, nguyên tắ c hoạt động của công ty chúng tôi là mở rộng để cung cấ p các dịch vụ về tài chính, quản lý bấ t động sản và các dự án,

thẩm định giá trị tài sản, cùng với các dịch vụ chiế n lược khác trên qui mô toàn câ`u.

Chúng tôi luôn nghĩ ră `ng giao dịch bấ t động sản là công việc kinh doanh. Chưa có ai lại bán nhà qua mạng. Hãy "ra đường", vì ở đó bạn có thể trao đổi trực tiế p với người muố n bán hoặc muố n mua ngôi nhà. Hãy tạo lập mố i quan hệ thân thiế t với người đó.

Ngày nay, công ty Binswanger đã tô `n tại qua ba thế ´ hệ. Các dịch vụ của công ty chúng tôi đã có mặt ở khắ ´p mọi nơi trên thế ´ giới. Chúng tôi vô cùng tự hào vê ` các đố ´i tác làm ăn và khách hàng của mình.

Tôi xin nhắ c lại lời của Robert Browning: "Con người phải với xa hơn chiế ù dài cánh tay mình, nế u không thiên đường sẽ trở thành vô nghĩa." Điể ù này có nghĩa là chúng ta không thể bă ng lòng với những điể ù tâ m thường. Hãy làm những gì tố t nhấ t mà bạn có thể!

9. Tập trung vào khu vực kinh doanh và tiến hành kinh doanh

STEVE BOLLENBACH

Steve Bollenbach là Chủ tịch và CEO của tập đoàn Hilton

Bấ t cứ ai đã từng có những hoạt động liên quan để n kinh doanh bấ t động sản đề u hiểu ră ng vị trí của ngôi nhà hay mảnh đấ t là một yế u tố cực kỳ quan trọng, đặc biệt là trong kinh doanh khách sạn. Khi nguồ n cung của những ngôi nhà chỉ có hạn, chúng ta sẽ kinh doanh rấ t tố t.

Donald Trump cũng đã tiế n hành kinh doanh dựa theo đặc điểm đáng lưu ý này. Với chuyên môn và danh tiế ng của mình, ông có thể phát triển kinh doanh ở bấ t kỳ đâu trên thế giới. Tuy nhiên, ông đã tập trung kinh doanh tại nước Mỹ, cụ thể hơn là ở thành phố New York và đặc biệt là khu vực New York Midtown . Ông đã tham gia vào những vụ kinh doanh bấ t động sản lớn nhấ t tại Midtown như: Khách sạn Plaza (Plaza Hotel), Toà nhà General Motors (General Motors Building), các văn phòng tại Đại lộ 5 và các tài sản khác xung quanh Công viên Trung tâm (Central Park). Với bấ t kỳ một nhà phát triển nào, kinh doanh theo cách mà Trump đã làm là đúng đấ n nhưng không phải ai cũng thực hiện được như vậy. Thành công của Trump là do tập trung kinh doanh ở những nơi có vị trí quan trọng, trung tâm.

10. Phát triển kinh doanh tại những nơi có xu hướng tăng trưởng

ROBERT BOYKIN

Robert Boykin là Tổng giám đố c điề `u hành của công ty Boykin

Lodging, một công ty đã `u tư trong lĩnh vực

bấ t động sản, chuyên kinh doanh khách sạn

tại thành phố New York. Với trụ sở đặt tại Cleveland,

Ohio từ năm 1959 để n nay công ty đã phát triển,

quản lý và sở hữu nhiề `u khách sạn.

Lời khuyên có giá trị nhấ t trong kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng được nghe là lời khuyên của cha tôi - William J. Boykin - người sáng lập ra công ty Boykin Lodging. Ông nói: "Phải mở rộng triển kinh doanh ở những nơi có xu hướng tăng trưởng. Nế u con lựa chọn thời điểm hơi sớm hoặc phạm một sai là m nào đó, sự tăng trưởng sẽ khiế n con thấ t bại. Nế u con lựa chọn một nơi đã phát triển nhưng không có khả năng tiế p tục phát triển thì khi đó, con đã mắ c sai là m, tức là con sẽ sai là m mãi mãi." Và ông đã đúng.

11. Giữ gìn danh tiếng, kiên nhẫn, chăm chỉ, dựa vào người dân địa phương

DAVID BRAUSE

David Brause là Chủ tịch của Tập đoàn Bấ t động sản Brause (Brause Realty, Inc)

Tôi là một thành viên trong công ty của gia đình. Ông tôi thành lập Brause Realty vào năm 1927. Hiện nay, tuy đã ở tuổi 90 nhưng ngày nào bà tôi cũng tới công ty. Cha tôi tham gia vào tấ t cả các vụ làm ăn lớn và quan trọng của công ty. Ngoài ra còn có các em cùng cha khác mẹ, các cô và các anh em họ phụ giúp tôi quản lý, điề ù hành công ty. Chúng tôi nă m phâ n lớn cổ phâ n của công ty trong suố t 30, 40 và thậm chí 50 năm. Phương châm kinh doanh của chúng tôi là không mua các tài sản có giá, được đẩy lên cao để bán.

Mặc dù hâ `u hê ´t những điê `u tôi biế ´t đê `u là do tôi học được từ gia đình, tôi vẫn cho ră `ng: bấ ´t cứ ai là thành viên của một công ty thuộc sở hữu gia đình, trước tiên, nên làm việc ở các công ty khác để tích luỹ kinh nghiệm. Cha tôi vẫn nhớ những ngôi nhà và những người thuê nhà mà ông từng ký hợp đô `ng khi ông còn làm ở công ty môi giới trước khi vê `làm việc cho công ty của gia đình. Tôi bắ ´t đâ `u làm việc cho Goldman Sachs từ năm 1992 và suố ´t 2 năm làm việc ở đó, tôi đã làm việc trong một môi trường cạnh tranh. Tuy nhiên, đó lại là cơ hội lớn để tôi học cách kinh doanh bấ ´t động sản. Yế ´u tố ´"khôn khéo", từ lâu đã được công nhận là rấ ´t câ `n thiế ´t trong kinh doanh bấ ´t động sản nhưng cũng câ `n phải được kế ´t hợp hiểu biế ´t vê `kinh doanh và sự hiểu biế ´t luật pháp.

Có 4 nguyên tắ c mà tôi đã học được từ gia đình:

- 1. Tài sản lớn nhấ t của các công ty hay cá nhân nào trong lĩnh vực kinh doanh này có chính là danh tiế ng. Danh tiế ng là chìa khoá thành công. Không còn gì tô i tệ hơn là tự bôi nhọ tên tuổi của mình. Tôi tin ră ng việc kinh doanh của Brause phát triển là vì chúng tôi có một cái tên mà bản thân nó có một ý nghĩa nào đó với khách hàng. Khi một người môi giới tìm được 3 ngôi nhà ưng ý, trong số có ngôi nhà của chúng tôi, tôi nghĩ anh ta sẽ chọn Brause vì anh ta biế t chúng tôi kinh doanh như thế nào. Công ty của chúng tôi có qui mô nhỏ và chúng tôi có thể đưa ra quyế t định rấ t nhanh chóng. Chúng tôi trung thực và trong cách cư xử của mình, chúng tôi tôn trọng mọi người.
- 2. Bạn phải kiên trì. Trong một vụ làm ăn, bạn rấ t dễ đưa ra những quyế t định nóng vội vì bạn muố n hoàn thành nó một cách nhanh gọn. Hãy dành nhiề `u thời gian cho những quyế t định lớn, quan trọng. Một cái "hít sâu" trước khi quyế t định mua hoặc bán một tài sản giá trị sẽ tạo nên sự khác biệt.
- 3. Không gì có thể thay thế được làm việc chăm chỉ. Cho tới nay, cha tôi vẫn đọc tấ t cả các hợp đô ng làm ăn mà chúng tôi ký kế t. Trước khi mua hoặc bán một ngôi nhà, từng bản hợp đô ng đề u được xem xét lại. Tấ t nhiên là trong các vụ làm ăn, chúng tôi đề u thuê luật sư và xem xét lại hợp đô ng là công việc của họ. Nhưng ông và tôi đề u tin ră ng: không gì bă ng tự mình nă m rõ tấ t cả các sự kiện có liên quan để n tài sản mà mình định mua hoặc bán kể cả các hợp đô ng sửa chữa nhà.
- 4. Khi bạn không kinh doanh ở địa phương của mình, điề `u quan trọng là bạn phải thuê được những người dân bản xứ làm luật sư, kỹ sư, nhân viên môi giới... cho mình. Một điề `u hiển nhiên là: trong kinh doanh bấ 't động sản, địa điểm là yế 'u tố 'quyế 't định. Do vậy

có thể nói ră `ng đây là hoạt động kinh doanh có tính địa phương. Đặc biệt, nê ´u bạn chuẩn bị chuyển từ một thị trường lớn như thành phố ´New York tới một thị trường nhỏ hơn, bạn không nên tỏ ra khôn ngoan, biế ´t hế ´t mọi thứ. Bạn hãy lắ ´ng nghe, ý tôi là phải thực sự lắ ´ng nghe. Điể `u đó tố ´t hơn việc xuấ ´t hiện một cách rấ `m rộ và tuyên bố ´: "Đây là điể `u chúng tôi sẽ làm để đưa tên địa phương của các bạn lên bản đô `." Hãy lắ ´ng nghe lãnh đạo địa phương và thậm chí là những người dân địa phương nói về `nguyện vọng lớn nhấ ´t của họ.

Công ty của chúng tôi đã tham gia vào một dự án phát triển ở Saratoga Springs, New York. Đây là một minh chứng tuyệt vời cho những gì tôi vừa nói. Dự án của chúng tôi đã mang lại nhiệ `u lợi ích cho người dân địa phương chứ không chỉ đáp ứng những thiệ ´u thô ´n của họ. Kê ´t quả là, dự án đó đã được Cơ Quan Bảo Tô `n Giá Trị Lịch Sử của địa phương trao tặng một giải thưởng danh giá. Chúng tôi đã dành được niề `m tin và sự hợp tác của người dân.

Sẽ xuấ t hiện nhiề ù trở ngại khi bạn tham gia vào lĩnh vực kinh doanh bấ t động sản; và để đứng vững, bạn phải làm việc thực sự chăm chỉ. Xét trên nhiề ù phương diện, điề ù này cũng giố ng như việc lập gia đình. Khi mố i quan hệ đủ chín để tiế n tới một bản hợp đô ng được pháp luật công nhận, sự thành công lâu dài không chỉ phụ thuộc vào việc bạn có lưu ý thường xuyên tới các điề ù khoản của hợp đô ng hay không mà còn phụ thuộc vào việc bạn có lưu ý tới nhu cầ ù của các bên liên quan hay không. Để chiế n thắ ng, bạn cầ n lao động, và bạn sẽ có được phâ n thưởng xứng đáng với những nỗ lực mà mình bỏ ra.

12. Đấu giá bất động sản mang lại lợi ích cho các nhà đầu tư dù họ đang mua hay đang bán

JOHN BROWN

John Brown là người phụ trách hoạt động đấ u giá của Express Auction, một trong những công ty tổ chức đấ u giá bấ t động sản hàng đấ u của Mỹ.

Lời khuyên tố t nhấ t tôi từng nhận được là: coi đấ u giá là một cách để mua và bán, cũng như đấ u tư bấ t động sản.

Từ lâu, đâ u giá đã gắ n liê n với việc bán các tài sản bị tịch biên, tịch thu và đô cổ. Điê u này là hoàn toàn đúng. Tuy nhiên, đấ u giá cũng là một phương pháp hiệu quả và cực kỳ phổ biế n trong việc mua, bán các tài sản có giá trị lớn. Hiệp hội những nhà đấ u giá quố c gia cho biế t: Trong năm 2005, số lượng các cuộc đấ u giá trực tiế p trong kinh doanh bấ t động sản tăng 4,9% sau khi đã đạt mức tăng kỷ lục 11,1% vào năm 2004. Rấ t lặng lẽ, hàng năm, hoạt động đấ u giá bấ t động sản đóng góp 6,5 tỷ đô la vào tổng doanh thu của thị trường này. Một nghiên cứu của Hiệp hội những người kinh doanh bấ t động sản quố c gia dự đoán đế n năm 2010, cứ ba tài sản thì sẽ có một cái được bán bă ng phương pháp đấ u giá. Gâ n đây, các toà chung cư, các ngôi nhà, nhà máy công nghiệp, các điểm phát triển, khu nghỉ mát, khu văn phòng, các trung tâm bán lẻ, khách sạn, nhà hàng và các câu lạc bộ đêm đã được rao bán thông qua đấ u giá.

Đấu giá tạo không khí gấp gáp, khẩn trương

Khi một người quyế t định bán tài sản của mình bă ng hình thức đấ u giá, người đó sẽ cùng với công ty đấ u giá quyế t định ngày đấ u giá tài sản. Sau đó, công ty tổ chức đấ u giá sẽ quảng cáo tài sản với nhã m thu hút sự quan tâm của các khách hàng tiê m năng. Đấ u giá sẽ tạo ra không khí gấ p gáp, khẩn trương đố i với người mua, những người hiểu ră ng tài sản chỉ được bán vào một ngày nhấ t định. Điệ u này góp phâ n thu hút những người thực sự muố n mua. Họ nhận thức được ră ng, người chủ sở hữu có lý do và nghiêm túc trong việc nhượng lại tài sản. Những người mua hiểu được điệ u lệ của phiên đấ u giá. Họ biế t giá tố i thiểu và có cơ hội xem xét kỹ tài sản, đô ng thời thể hiện sự kiên trì của mình. Sau cùng, đấ u giá đem lại cơ hội chiế n thă ng cho cả người mua và người bán. Người bán muố n làm tăng gấ p đôi giá trị của tài sản trên thị trường nhưng người mua chỉ muố n trả một khoản bă ng một phâ n mười giá trị của nó. Mà tại sao chúng ta lại không thể làm được điệ u đó! Sự thật là đấ u giá cho thấ y giá trị hiện thời của tài sản trên thị trường và khiệ n người mua mong muố n được mua tài sản đó. Hơn nữa, quá trình này chỉ diễn ra trong vòng 60 ngày chứ không phải là 6 tháng hay 2 năm.

Các công ty đấu giá là các chuyên gia bất động sản

Do các cuộc đấ u giá bấ t động sản đã trở nên phổ biế n, các công ty tổ chức đấ u giá có thể cung cấ p hàng loạt dịch vụ, cạnh tranh với dịch vụ của các công ty môi giới bấ t động sản truyề n thố ng. Đây là các chuyên gia bấ t động sản được cấ p phép hoạt động, có khả năng tổ chức được nhiệ u hơn các hoạt động đấ u giá đơn thuâ n.

Khi công ty đấ u giá nhận được danh sách tài sản, phòng đấ u giá sẽ thực hiện toàn bộ việc chuyển giao, từ bước khảo sát tới bước chố t

hợp đô ng. Trong suố t quá trình đó, các công ty thương mại đấ u giá bấ t động sản làm việc với chủ sở hữu để định giá tài sản, xây dựng hình thức và các điể u lệ của buổi đấ u giá, giải quyế t các vấ n đề luật pháp, kỹ thuật, cũng như chuẩn bị kế hoạch marketing, phô tô quảng cáo, các quyển cung cấ p thông tin, bao gồ m: thông tin so sánh, thông tin nhân khẩu học và các thông tin kinh tế khu vực. Công ty đấ u giá có nhiệm vụ thu hút sự chú ý của người mua. Trong ngày đấ u giá, công ty này tổ chức đấ u giá và đảm bảo quá trình kế t thúc tố t đẹp. Sau khi một giá nào đó được chấ p nhận và hợp đô ng được ký kế t, công ty đấ u giá như Express Auction có trách nhiệm hướng dẫn hai bên mua - bán hoàn tấ t những thủ tục cầ n thiế t.

Các nhà môi giới truyền thống hợp tác với các công ty đấu giá bất động sản

Do đấ u giá dầ n trở thành yế u tố chính trong nề n công nghiệp thương mại bấ t động sản, nhiề u công ty môi giới bấ t động sản truyề n thố ng hợp tác với các công ty đấ u giá bấ t động sản. Ngày nay, các công ty môi giới bấ t động sản có thể cung cấ p các dịch vụ đấ u giá như là phương pháp khác nhặ m bán tài sản cho người muố n bán.

Đấu giá có tác dụng cả trong thị trường phát triển và thị trường không phát triển

Những nhà đâ u tư bấ t động sản thường phân vân không biế t hình thức đấ u giá có hiệu quả trong thị trường phát triển hay thị trường không phát triển? Đấ u giá có lợi cho người mua hay người bán. Khi thị trường nóng - thị trường của người bán - người bán có chiế c đòn bẩy để nâng giá tài sản, cho dù sử dụng hình thức nào đi

chăng nữa. Điệ `u ngược lại hoàn toàn đúng trong thị trường của người mua .

Mặc dù vậy, trong từng loại thị trường, đấ u giá đề u mang lại nhiệ u lợi ích.

Khi thị trường của người bán phát triển mạnh, đấ u giá làm tăng tố i đa giá trị tài sản và đảm bảo người bán sẽ thu được nhiệ u tiệ n nhấ t vì toàn bộ "khán giả" mua đề u biế t tới cơ hội mua tài sản thông qua chiế n dịch marketing rã m rộ. Ngay cả khi thị trường chững lại, người bán vẫn có lợi từ tố c độ của việc bán hàng theo phương thức đấ u giá. Một cái lợi nữa là họ có tiế n để sớm tái đấ u tư, loại bỏ nguy cơ thường xuyên phải câ m cố , nộp thuế và các khoản chi trả cho sửa chữa, bảo dưỡng ngôi nhà.

Trong thị trường của người mua, khi có quá nhiệ `u tài sản được rao bán, các cuộc bán đấ 'u giá dường như làm đóng băng thị trường và nó thu hút hâ `u hê 't sự chú ý của người mua vào tài sản được đấ 'u giá. Những người mua thường nói: "Này, tôi sẽ chờ cuộc đấ 'u giá kê 't thúc rô `i mới xem xét các tài sản tương tự trong vùng, vì có lẽ tài sản được đấ 'u giá là tài sản tổ 't nhấ 't."

Như vậy, cho dù đó là nê `n kinh tê ´ hay thị trường nào, đấ ´u giá cũng mang lại nhiê `u lợi ích cho cả người mua và người bán:

Tố c độ mua bán. Đấ u giá giúp đưa tài sản ra khỏi danh sách các tài sản được rao bán và bán cho người câ n mua trong khoảng thời gian chưa tới 90 ngày. Điề u này làm giảm chi phí cơ hội của tài sản trong quá trình chuyển sở hữu và trong thị trường suy giảm, cho phép người bán bán được tài sản trước khi nó bị giảm giá trị.

Người bán là người đặt ra các điể `u lệ. Với việc đặt ra các điề `u lệ như: không có trường hợp ngẫu nhiên, bán theo hiện trạng, không bảo đảm, tiề `n đặt cọc lớn, thời hạn chố 't hợp đô `ng 30 ngày, điề `u

duy nhấ t những người tham gia đấ u giá có thể lựa chọn là đưa ra giá của mình.

Giá trị. Các nghiên cứu mang tính học thuật và kinh nghiệm của chúng tôi đề `u cho thâ ´y: Tại các cuộc đấ ´u giá, tài sản bán được giá hơn so với kiểu bán thương lượng. Điề `u này một phâ `n là do sự kế ´t hợp giữa phản ứng của thị trường cưỡng bức và ngày bán được quyế ´t định từ trước.

Sự minh bạch. Cả người mua và người bán đề u biế t rõ toàn bộ quá trình mua bán. Thời gian của cuộc đấ u giá được đảm bảo, các điề u lệ là cố định và giá đấ u thâ u được tuyên bố công khai.

Nhiê `u người mua hơn. Phương pháp quảng cáo và marketing độc quyê `n của một nhà đấ `u giá cho phép người bán tiế `p cận với rấ `t nhiê `u người mua và vì vậy, nó giúp bộc lộ giá trị thực sự của tài sản trên thị trường.

Chiế n thă ng dành cho cả người mua và người bán. Trong một cuộc đấ u giá, người mua cũng là người chiế n thă ng vì anh ta có thể tránh được các cuộc đàm phán, thương lượng kéo dài, có thể chấ p nhận được mức độ khó của sân chơi và có được sự tự tin do biế t ră ng: cái giá mà mình đã trả là mức câ n thiế t tố i thiểu để mua được tài sản.

Có thể nói, đấ u giá bấ t động sản mang lại lợi ích cho các nhà đâ u tư bấ t động sản, dù họ là người mua hay người bán.

13. Đầu tư vào nhà cho hộ gia đình thuê

ROBERT J. BRUSS

Trong hơn 20 năm qua, Robert J. Bruss đã viế t bài cho chuyên mục Hỏi - đáp Bấ t động sản của tuâ n báo Real Estate Mailbag. Ông là tác giả cuố n "Lời chỉ dẫn vê kinh doanh bấ t động sản của một nhà đâ u tư bấ t động sản khôn ngoan" và là đô ng tác giả của giáo trình "Luật bấ t động sản California" cùng với Tiế n sĩ William Pivar

Lời khuyên có giá trị nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi biế t đã để n với tôi từ hai nguồ n. Thứ nhấ t là cuố n "Làm thế nào để tôi biế n 1.000 đô la thành 1 triệu đô la bă ng cách kinh doanh bấ t động sản trong thời gian rảnh rỗi" của William Nickerson. Tôi đã mua cuố n sách đó trong cửa hàng lưu niệm của khách sạn tại Sydney, Australia năm năm 1963.

Cuố n sách đã đó chiế m lĩnh toàn bộ thời gian còn lại trong kỳ nghỉ của tôi. Tôi không thể nào rời mặ t khỏi nó, ngay cả khi tôi tới thăm quâ n đảo xinh đẹp Fiji, Tahiti và Hawaii trong hành trình quay trở về của mình. Đó là cuố n sách thú vị nhấ t mà tôi từng được đọc và sau đó thì nó trở thành cuố n sách bán chạy nhấ t. Nó làm thay đổi cuộc số ng của hàng nghìn, người trong đó có tôi, vì nó cung cấ p một kế hoạch chi tiế t để đâ u tư kinh doanh bấ t động sản.

Bill Nickerson đã tiế t lộ chi tiế t làm cách nào mà ông cùng vợ mình - Lucille - bắ t đâ u đâ u tư vào một căn nhà nhỏ cho thuê, và sau khi nộp thuế tài sản của ông đã tăng lên hàng triệu đô la. Ngày

nay, chỉ còn một số thư viện lớn có cuố n sách tuyệt vời này. Các bản copy của nó cũng có giá khoảng 100 đô la một bản.

Cuố n sách này đã giúp tôi tìm ra phương hướng để đâ u tư bấ t động sản hiệu quả. Tôi bắ t đâ u với việc mua một căn hộ 3 phòng phù hợp cho một gia đình sinh số ng. Tôi vay bố mẹ 5.000 đô la tiê n mặt (tấ t nhiên là tôi đã trả lại) và đâ u tư vào các căn hộ.

Trong mấ y năm đã u, tôi đi chệch hướng. Khi đó, tôi chỉ là một nhà môi giới bấ t động sản tại San Francisco. Tôi đã bán các tài sản đã u tư của mình. Nhưng tôi nhanh chóng phát hiện ra rã ng, nế u như bán bấ t động sản mang lại cho ta những khoản thu tức thời thì đâ u tư vào bấ t động sản sẽ mang lại một sự đảm bảo lâu dài.

Nguô `n thứ hai mang lại cho tôi lời khuyên tố t nhấ t trong kinh doanh bấ t động sản đã để n với tôi một cách bấ t ngờ. Năm 1972, khi tôi đang ngô `i đọc báo bấ t động sản trong quán cà phê của khách sạn Sheraton Princes Kaiulani tại Honolulu thì một phi công tên là Pan Am ngô `i cạnh tôi nói: "Tôi thấ y anh rấ t quan tâm tới bấ t động sản. Tôi cũng vậy."

Chúng tôi bắ t đâ u nói chuyện với nhau như vậy và tiế p tục nói về đề tài đâ u tư vào loại bấ t động sản nào là có lợi nhấ t. Anh ta thích đâ u tư vào các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê và kể cho tôi nghe về một hội thảo bấ t động sản mà anh ta mới tham dự.

Tôi không thể không nhấ n mạnh tâ m quan trọng của việc tham gia vào các khoá học về bấ t động sản, càng nhiệ u càng tố t, đặc biệt là khi mới bấ t đã u đã u tư vào bấ t động sản. Hã u như tôi đã tham gia tấ t cả các khoá học về bấ t động sản do trường đại học Cộng đô ng California tổ chức. Sau này, tôi cũng tham gia giảng dạy cho nhiệ u khoá học như vậy. Tôi đã cùng với giáo sư William Pivar việ t cuố n giáo trình "Luật bấ t động sản California" và hiện nay

(năm 2006), cuố n sách đã được tái bản 6 lâ n. Cho dù bạn tham gia một lớp học thêm, một hội thảo cuố i tuâ n hay một khoá học của một trường đại học thì điể u quan trọng nhấ t vẫn là: hãy nhanh chóng học hỏi kinh nghiệm từ những người hướng dẫn và tránh vấ p phải những lỗi khiế n bạn phải trả giá đấ t trong đâ u tư bấ t động sản.

Khoảng một tháng sau khi tôi gặp người phi công Pan Am này, tôi đã tham dự hội thảo mà anh ta giới thiệu. Đó là hội thảo "Phát triển mạnh từ những vụ làm ăn nhỏ" với sự tham gia của John Schaub và Jack Miller, tại Reno, Nevada. Tôi xin được trích ra đây câu nói đùa của những người hướng dẫn này: "Bấ t động sản chẳng có gì là mạo hiểm nế u bạn biế t mình đang làm gì." Sau đó, họ giải thích tại sao đâ `u tư vào các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê lại là cách đâ `u tư tô ´t nhấ ´t về `lâu dài cho những nhà đâ `u tư bấ ´t động sản tâ `m trung, không có nhiề `u vô ´n như tôi và anh chàng phi công Pan Am.

Tại thời điểm đó, tôi sở hữu một toà nhà nhỏ có nhiề `u căn hộ tại San Francisco. Tôi đã trang trí cho toà nhà đó (tôi tự sơn tấ t cả mọi căn hộ trong thời gian rảnh rỗi, vì không có đủ tiê `n để thuê thợ sơn chuyên nghiệp) và toà nhà đã sẵn sàng đem bán hoặc đổi lấ ´y những tài sản có giá trị hơn thông qua Hệ thố ´ng trao đổi 1031. Mặc dù hội thảo của Schaub - Miller đã giúp tôi hiểu được lợi ích của việc chuyển từ chiế ´n lược "mua nhà lớn hơn" thông qua hệ thố ´ng trao đổi miễn thuế ´1031 sang chiế ´n lược "mua và quản lý các ngôi nhà cho thuê" nhưng tôi vẫn chưa bị thuyế ´t phục hoàn toàn.

Tuy nhiên, vào một buổi tố i, ngay sau bữa ăn, điện thoại nhà tôi liên tục reo. Đó là điện thoại từ những gia đình thuê các căn hộ của tôi. Họ giận dữ phàn nàn và thông báo với tôi ră ng hệ thố ng sưởi â m trong nhà của họ hiện không hoạt động. Người quản lý nhà của tôi đã đi chơi tố i và những người thuê nhà lại không được cung cấ p số điện thoại nhà riêng của tôi (thật là một sai lâ m nghiêm trọng!).

Ở San Francisco, không có hệ thố ng sưởi, thậm chí là vào tháng Tư - khi người dân ở những vùng khác trên đấ t nước đang phải chịu cảnh nóng bức thì quả là một vấ n đề nghiêm trọng. Đúng như Mark Twain đã từng nói: "Mùa đông lạnh nhấ t mà tôi từng trải qua chính là mùa hè ở San Francisco."

Ngày hôm sau, tôi thuê thợ tới sửa nô ì hơi của hệ thố ng sưởi và những người thuê nhà lại cảm thấ y hài lòng như trước. Nhưng sự kiện này đã khiế n tôi nhận ra ră ng, tôi không thể bỏ tấ t cả những quả trứng mà tôi có vào trong một chiế c giỏ (các căn hộ cho thuê), cho dù tôi chăm sóc chiế c giỏ đó rấ t chu đáo. Vì vậy, tôi quyế t định làm theo phương pháp của Schaub - Miller: bán toà nhà có các căn hộ cho thuê đi và mua các ngôi nhà cho các gia đình đơn lẻ thuê. Kế hoạch này giúp tôi lên tới đỉnh cao của thành công!

Như Schaub và Miller đã hướng dẫn tôi trong buổi hội thảo, mua, quản lý tài chính, quản lý và bán lại các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê dễ dàng hơn rấ t nhiề u so với bấ t cứ loại bấ t động sản nào khác.

Sau khi chuyển sang đâ`u tư vào các ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê, tôi đã có thể quản lý được nhiê`u việc trong cùng một lúc. Thay vì thuê nhiê`u nhân công, tôi thuê những người ký hợp đô`ng độc lập chỉ làm việc cho mình những khi câ`n thiê´t, ví dụ như: người làm công việc vặt, thợ sửa đường ô´ng, thợ sửa mái nhà và nhiê`u người khác làm việc cho mình những khi câ`n thiê´t. Nê´u một người nào đó làm tôi không hài lòng, tôi sẽ không thuê anh ta nữa. Tôi không bao giờ phải đuổi việc nhân viên, vì tôi chẳng có nhân viên nào cả.

Một điể `u cũng quan trọng không kém là khi một ngôi nhà xảy ra sự cố ´thì nó chỉ ảnh hưởng tới hộ gia đình ở đó mà thôi. Quả là, tôi đã gặp các vấ ´n đề `ví dụ như tắ ´c đường ố ´ng nước thải, nhưng sự

cố đó chỉ ảnh hưởng tới một hộ gia đình chứ không ảnh hưởng tới toàn bộ các hộ gia đình trong một toà nhà như trường hợp hệ thố ng sưởi không hoạt động mà tôi đã kể ở trên.

Trong những năm qua, tôi đã mua và bán nhiê `u ngôi nhà với mức lợi nhuận kha khá. Tôi mua được những ngôi nhà câ `m cô ´ và sau đó, khách hàng của tôi lại mang thu nhập tới cho tôi mà không phải làm gì, trừ việc trả hoá đơn của các tài sản bị câ `m cô ´ đó. Tôi thường cho thuê các ngôi nhà. Khách hàng của tôi cũng có rấ ´t nhiê `u lợi ích do họ có thể nợ một phâ `n tiê `n thuê nhà mà họ mà phải trả cho tôi. Trong tương lai, lợi nhuận của hoạt động này sẽ lớn hơn lợi nhuận thu được từ kiểu bán và cho thuê thông thường, đô `ng thời cũng lớn hơn lãi suấ ´t có được từ việc câ `m cô ´ tài sản.

Tôi luôn biế t ơn William Nickerson vì lời khuyên tuyệt vời của ông trong cuố n "Làm thế nào để tôi biế n 1.000 đô la thành 1 triệu đô la bă `ng cách kinh doanh bấ t động sản trong thời gian rảnh rỗi" (McGraw - Hill, 2004). Tôi cũng không bao giờ quên Jack Miller, người đã dạy tôi: đâ `u tư vào những ngôi nhà cho hộ gia đình đơn lẻ thuê là giải pháp tố t nhấ t dành cho những nhà đâ `u tư tâ `m trung trong việc mua, quản lý tài chính, quản lý và bán các ngôi nhà đó thật dễ dàng.

14. Phương pháp tiếp cận chung với các tài sản thế chấp đang chờ thanh lý

M. ANTHONY CARR

M. Anthony Carr từng là người đâ `u tư, nhân viên bấ ´t động sản, người đào tạo bấ ´t động sản, người phụ trách chuyên trang và tác giả chuyên viế ´t vê `bấ ´t động sản từ năm 1989 để ´n nay. Ông là cựu Tổng biên tập cho Thời báo Washington và là tác giả của cuố ´n "Đâ `u tư bấ ´t động sản dễ dàng hơn: phương pháp tiế ´p cận chung với Building Wealth"

Lời khuyên có giá trị nhấ t mà tôi từng được nghe là: khi bạn muố n mua tài sản bị thể chấ p đang chờ thanh lý của một người đang trong cảnh túng quẫn, cách làm khôn ngoan nhấ t là thiế t lập mố i quan hệ kinh doanh với người đó càng sớm càng tố t. Hãy cho anh ta biế t rã ng bạn là một nhà đâ u tư, bạn có thể giúp anh ta tránh khỏi cảnh bị câ m cố tài sản và mang tiê n mặt để n cho anh ta.

Rấ t nhiề ù nhà đã ù tư theo cơ hội muố n kiế m lợi nhuận bă ng cách mua các tài sản bị câ m cố . Họ thường nảy sinh ý tưởng này từ những bản tin cuố i ngày của ti vi, và các ý tưởng đó biể n thành những e - mail gửi cho tôi để hỏi cách bắ t đâ ù như thế nào. Thực ra mua bán các tài sản thế chấ p đang chờ thanh lý là con đường kiế m tiê n rấ t nhanh khi người đó mua được tài sản với giá hợp lý và điề ù kiện tài sản còn tố t; sau đó quay vòng, bán nó để kiế m một khoản lời lớn. Thách thức duy nhấ t là đôi khi bạn phải

đô i mặt với một vài nhà đâ u tư - những người muố n làm những việc bạn đang làm - tại toà án.

Làm điề `u mà người khác không làm, bạn sẽ tăng lợi nhuận của mình tới mức khổng lô `. Hãy tìm kiế ´m các tài sản có nguy cơ bị câ `m cô ´. Đó là những viên kim cương thật sự trong lớp bọc sâ `n sùi, khô cứng của đâ `u tư bấ ´t động sản. Bạn có nhiề `u lợi thế ´hơn vì bạn đang giải quyế ´t công việc với những người chủ túng quẫn - người sẵn sàng bán tài sản với mức hạ giá lớn nhấ ´t để cứu họ thoát khỏi cảnh mấ ´t tín dụng, sự xấ ´u hổ và những áp lực tài chính. Trong thế ´ giới câ `m cô ´, bạn không phải làm việc với các luật sư bấ ´t động sản và câ `m cô ´, những người không có chút tình cảm nào trong việc chuyển giao bấ ´t cứ cái gì. Họ chỉ quan tâm đế ´n một điề `u duy nhấ ´t, đó là kiế ´m được càng nhiề `u tiê `n càng tô ´t. Trách nhiệm của họ là trả tiê `n lãi suấ ´t câ `m cô ´ và chuyển quyê `n sở hữu tài sản đó cho người chủ mới.

Bước đâ ù tiên là tìm kiế m các thông báo nợ - NOD tại toà án của hạt. Thông báo này sẽ được chuyển cho chủ sở hữu của các tài sản thế chấ p đang chờ thanh lý. Lúc này, người chủ sở hữu chỉ còn một vài tuâ n để lấ y lại tài sản hoặc sẽ mấ t quyề n sở hữu tài sản đó. Qua việc điể ù tra các bản thông báo nợ, bạn sẽ tìm được những người chủ sở hữu sẵn lòng đàm phán trước khi những kẻ cạnh tranh với bạn vào cuộc tại phiên toà. Bạn không thể chờ đợi lâu vì thời gian từ ngày ra thông báo nợ tới hạn cuố i cùng là rấ t ngắ n.

Bước thứ hai là nhanh chóng sắ p xế p một cuộc hẹn với người chủ sở hữu. Bạn câ n biế t liệu anh ta có sẵn sàng đàm phán để chuyển giao quyề n sở hữu và tránh được cảnh bị tịch biên tài sản, bảo vệ được tài khoản ở ngân hàng và có tiế n bỏ túi hay không.

Tuy nhiên, bạn cũng phải đố i diện với rấ t nhiề u vấ n đề mang tính tâm lý của người chủ sở hữu. Anh ta có thể phủ nhận ră ng mình

đang gặp rắ c rố i; tức giận vì cho là bạn đang cố gặ ng kiế m lời từ những khó khăn tài chính của anh ta; hy vọng hão huyê n rặ ng bạn sẽ cho anh ta vay tiê n để thuê hay mua lại ngôi nhà. Hãy nhanh chóng học cách giải quyế t những vấ n đề đó - làm việc chỉ mang tính chuyên môn thuâ n tuý, luôn có thái độ nhã nhặn khi đưa ra lời đề nghị giúp đỡ người chủ sở hữu thoát khỏi tình cảnh khó khăn.

Mục đích của bạn là chuyển tên của anh ta thành tên bạn trên giấ y tờ sở hữu, ngăn chặn việc tịch biên tài sản. Bạn hãy mang thông báo nợ mới nhấ t tới công ty câ m cố tài sản và trả các khoản lãi cũng như thanh toán các khoản thuế có liên quan tới tài sản.

Bước thứ ba là chuẩn bị thật kỹ trước khi tiế p cận với người chủ sở hữu của tài sản thế chấ p đang chờ thanh lý bă ng cách thực hiện các việc sau:

- Thu thập tiê n (tiê n mặt hoặc văn tự câ m cố)
- Xem xét lại khoản tiê`n đó
- Tìm kiế m một người khảo sát nhà đấ t đáng tin cậy để tính toán khoản tiê n bạn phải chi trả cho việc sửa sang ngôi nhà
- Tìm kiế m những nhà thâ u khoán sẵn sàng và có thể mua lại ngôi nhà đó trong vòng vài ngày
- Tìm kiế m một người được uỷ quyề n để thay bạn hoàn thành các thủ tục pháp lý và ký kế t hợp đô ng mua bán

Bạn muố n kiế m tiế n nhờ những người bán đang trong cảnh túng quẫn nhưng tính toán được số lượng thích hợp quả là một thử thách. Trước tiên, bạn phải tính được giá trị khoản nợ theo giá hiện thời là bao nhiều. Khi tính toán về khả năng thành công của vụ làm ăn, bạn cầ n xác định được giá trị của ngôi nhà đó trong thị trường

cân bă ng (sau khi nó đã được sửa sang), chi phí để mua ngôi nhà (chi phí ký kế t hợp đô ng, chi phí cho các cuộc hẹn, vv...), chi phí sửa chữa, chi phí quảng cáo và sau cùng là lợi nhuận bạn thu được.

Mục tiêu của bạn là thu được lợi nhuận tương đương với 15% để n 25% giá bán của ngôi nhà, nế u không thì vụ làm ăn của bạn chẳng có giá trị gì cả. Là một người chuyên đâ u tư vào các tài sản thế chấ p chờ thanh lý, bạn muố n có đường biên lợi nhuận lớn, sao cho sau khi bạn mua ngôi nhà, một khiế m khuyế t nào đó của ngôi nhà mà bạn chưa phát hiện ra không ngô n mấ t số lợi nhuận mà bạn có thể thu được.

15. Hãy sáng suốt chọn lựa một nhân viên bất động sản

RICH CASTO

Rich Casto là người sáng lập Công ty bấ t động sản Real Estate Coaches và là người phụ trách chuyên trang của thời báo Bấ t động sản, tạp chí Broker Agent, tờ FrogPond và tờ Tin tức Broker Agent.

Lời khuyên xác đáng nhấ t về bấ t động sản mà tôi từng được nghe là hãy sáng suố t lựa chọn cho mình một nhân viên bấ t động sản tài năng. Nên nhớ, chỉ làm marketing và quảng cáo thôi thì chưa đủ khả năng giúp bạn bán nhà.

Khi bạn nhận thấ y đã để n thời điểm thích hợp để rao bán ngôi nhà của mình trên thị trường, dù động cơ của bạn có là gì đi nữa thì yế u tố tiên quyế t vẫn là: Bạn phải tìm được một nhân viên bấ t động sản có tài. Vậy bạn lấ y tiêu chí gì để đánh giá? Với những nhân viên đòi từ 7% tiê `n hoa hô `ng trở lên thì việc lựa chọn này sẽ là một quyế t định quan trọng. Bạn muố n một nhân viên có thể giúp bán ngôi nhà của bạn với mức giá cao nhấ t và trong thời gian ngắ n nhấ t mà bạn không phải lo lắ ng gì nhiê `u.

Dưới đây là những tiêu chí để đánh giá một nhân viên bấ t động sản:

1. Kiế n thức về thị trường. Nhân viên bấ t động sản này sẽ cùng bạn bảo vệ tài sản lớn nhấ t, đó là ngôi nhà của bạn. Vậy anh ta am hiểu về thị trường để n đâu? Hãy thử hỏi anh ta xem tỷ lệ lãi suấ t sẽ thay đổi như thể nào trong vòng 6 để n 12 tháng tới? Dạo này

cung của thị trường nhà đấ t ra sao và sắ p tới có thể có những thay đổi gì? Một nhân viên bấ t động sản hiểu biế t sẽ không gặp khó khăn gì trong việc trình bày những quan điểm của anh ta về vấ n đề này cũng như đưa ra những dự đoán về thị trường bấ t động sản trong thời gian tới.

- 2. Kỹ năng thương lượng. Phâ`n lớn các nhân viên đề`u thiế u kỹ năng này. Hãy yêu câ`u những nhân viên có triển vọng trình bày thật chi tiế t chiế n lược anh ta sẽ dùng để đảm bảo thương lượng thành công và bán được nhà với giá cao nhâ t có thể: từ bước chào giá, đố i tác trả giá để n bước thương thuyế t, rô i đi để n chấ p thuận, chố t hợp đô ng. Hãy chuẩn bị tinh thâ`n nế u bạn phải gặp những cái nhìn trừng trừng vô cảm của họ. Có thể họ chưa được huấ n luyện kỹ lắ m. Nhân viên bấ t động sản của bạn câ n phải ý thức được tâ m quan trọng của việc đàm phán với đại diện của bên mua, bởi vì khách hàng là thượng để . Thương thuyế t không phải chỉ làm cho có mà nhã m giúp đôi bên cùng có lợi. Những nhà thương lượng có kinh nghiệm phải cung cấ p cho bên mua các bă ng chứng cho thấ y mức giá mà họ mua hiện nay là mức giá hời. Tìm được một nhân viên bấ t động sản biế t lập kế hoạch thương lượng hẳn là rấ t khó song chắ c chắ n sẽ bố công mà ban bỏ ra.
- 3. Chiế n lược đặt giá. Có hàng tá các nhân viên không biế t định ra một mức giá phù hợp. Vấ n đề không phải là ngôi nhà được bán cho ai, mà là giá bán của nó so với các ngôi nhà khác như thể nào. Hãy nhó rã ng, thời điểm bạn mua ngôi nhà hiện tại của mình, bạn không so sánh nó với các ngôi nhà đã được bán trước và những ngôi nhà không được rao bán trên thị trường lúc đó. Thay vào đó, bạn xem xét tấ t cả các ngôi nhà đang được rao bán, có mức giá phù hợp với túi tiê n của bạn và đưa ra quyế t định. Vì vậy, trong chiế n lược đặt giá của nhân viên phải tính đế n việc người mua sẽ so sánh ngôi nhà của bạn với các ngôi nhà khác; tấ t nhiên cũng phải dựa vào cả độ mới

của ngôi nhà nữa, vì đó là một yế u tố hấ p dẫn khách hàng. Nhân viên nào không lưu ý để n yế u tố này khi phân tích thị trường nhấ t định sẽ bỏ sót một trong những yế u tố cạnh tranh quan trọng nhấ t.

4. Nâng cấ p nhà. Nhân viên bấ t động sản phải có khả năng sắ p xế p, bố trí lại ngôi nhà của bạn sao cho nó thật sự hoàn hảo về mọi mặt mà bạn không phải chi thêm một khoản tiê n nào. Nế u không làm được như vậy thì ít nhấ t, anh ta cũng nên có tập hồ sơ "Property Stager" để cho bạn xem những bức ảnh chụp ngôi nhà "trước" và "sau" khi sắ p xế p, thay đổi nội thấ t. Trong cuộc thương thuyế t, khi người mua cũng đang cố gắ ng thuyế t phục bạn mức giá mà họ cho là phù hợp nhấ t thì có thể, "con bài" nâng cấ p sửa sang nhà cửa sẽ là một yế u tố quan trọng khiế n người mua phải suy nghĩ lại.

Hình thức cung cấ p một loạt dữ liệu sẽ giúp ích nhiề `u cho việc marketing. Bạn còn nhớ khi bạn mua nhà không? Bạn xem xét hấ `u như tấ ´t cả những ngôi nhà trong tấ `m tiề `n của bạn và lựa chọn cái có giá trị nhấ ´t. Khi nào thì quảng cáo tài sản trở nên có ích? Những nhân viên cố ´gă ´ng giành được sự ưu ái của bạn với "kế ´ hoạch marketing" của họ thực ra không hiểu đầu là yế ´u tố ´ quan trọng nhấ ´t giúp bán được tài sản với mức giá cao nhấ ´t.

16. 5 nguyên tắc cơ bản để gặt hái thành công

PHOEBE CHONGCHUA

Phoebe Chongchua là một tác giả chuyên viế t về bấ t động sản, đô ng thời là nhân viên kinh doanh bấ t động sản của tập đoàn Guitinan. Ngoài ra, ông còn là phát thanh viên kỳ cựu của đài truyề n hình San Diego, bang California.

Là một người chuyên viế t về bấ t động sản, một nhân viên bấ t động sản được cấ p phép hoạt động và một phát thanh viên truyề n hình, tôi đã phỏng vấ n hàng nghìn người. Tôi hỏi họ các thông tin chi tiế t về bấ t động sản và hỏi họ những kinh nghiệm để thành công trong lĩnh vực này. Và tôi đã rút ra năm nguyên tắ c thiế t yế u để thành công. Đó là:

- 1. Tham gia vào sân chơi bấ t động sản. Theo tạp chí Forbes, năm 2006, trên thế giới có khoảng 800 tỉ phú. Trong số đó, hơn 60 tỉ phú đã làm giàu, hoàn toàn hoặc một phâ n nhờ vào kinh doanh bấ t động sản. Nế u bạn muố n có một cơ hội để trở nên giàu có, bạn phải tham gia vào cuộc chơi.
- 2. Mua và giữ lại. Điề `u này hoàn toàn trái ngược với những gì chúng ta được thấ y trong một vài thị trường trên khắ p nước Mỹ. Những kẻ đã `u cơ xem xét thị trường và mua các loại hàng hoá với mục đích tung ra bán đúng thời điểm để thu một món lợi khổng lô `. Đôi khi, vài kẻ kinh doanh bấ t động sản vẫn làm như vậy nhưng nó khá mạo hiểm, vì trong kinh doanh bấ t động sản, bạn không thể trở nên giàu có chỉ sau một đêm. Trong lĩnh vực kinh doanh này, bă `ng

cách mua, giữ lại và chờ thời cơ để bán, bạn sẽ thu được lợi nhuận lớn hơn về lâu, về dài.

- 3. Đừng bao giờ bán mà hãy sử dụng hệ thố ng 1031. Tôi đã nói chuyện với rấ t nhiề ù nhà môi giới và họ khẳng định rã ng, khi bạn muố n dừng việc đâ ù tư hay không muố n sở hữu một tài sản thương mại nào đó, cách tố t nhấ t là bán nó đi. Sử dụng hệ thố ng trao đổi 1031 để tránh nộp thuế, không những giúp bạn tiế t kiệm tiề n mà thông qua nó, bạn còn có thể mua những tài sản khác nế u muố n.
- 4. Dự trữ tiê `n mặt sẽ làm hạn chế chu kỳ quay vòng tiê `n tệ. Tấ t nhiên, sẽ thật hoàn hảo nế u bạn vừa có tiế n mặt dự trữ vừa có tiê n để quay vòng kinh doanh. Nhưng luật sư, đô ng thời là tác giả chuyên viê t vê lĩnh vực bấ t động sản, William Bronchick, đã nói với tôi ră ng: Dự trữ tiê n mặt sẽ làm hạn chế chu kỳ quay vòng tiê n mặt. Tại sao? Ví dụ như bạn có một tài sản có chu kỳ quay vòng tiê n tệ là 400 đô la, khoản vay thể chấ p hàng tháng của bạn là 1.500 đô la và bạn không có hoặc có rấ t ít tiế n mặt dự trữ. Một kỳ nghỉ kéo dài một tháng sẽ ngô n của bạn ít nhấ t lợi nhuận của ba tháng. Nế u trong thời gian đó, bạn phải chi trả một khoản tiế n lớn để sửa chữa cái gì đó, bạn sẽ nhanh chóng bị khánh kiệt. Nhưng cũng như trong bấ t kì ngành kinh doanh nào, lượng tiế n mặt dự trữ sẽ giúp bạn vượt qua các thời kì khó khăn. Ngay cả khi dòng lưu chuyển tiê n tệ của bạn là âm 100 đô la, nế u có 20 nghìn đô la trong ngân hàng thì bạn vẫn đủ khả năng đố i mặt với thời kì khó khăn nhấ t. Điệ u quan trọng là phải có tiể n dự trữ để duy trì tài sản. Trong một thị trường ít biể n động, nế u bạn có tiể n mặt dự trữ trong khi dòng lưu chuyển tiê `n tệ của bạn âm thì cuố i cùng, bạn vẫn có thể giải quyế t công việc suôn sẻ.
- 5. Nhiệt huyế t nhưng đừng quá bố c đô ng! Khi nhiệt tình hơn mức câ n thiế t, chúng ta hay quên hỏi một vài vấ n đê quan trọng.

Đôi khi sự thận trọng bị những cảm xúc bột phát lấ n át khiế n cho một vài thứ trở nên quan trọng quá mức. Trong kinh doanh bấ t động sản, dù bạn đang mua ngôi nhà đâ u tiên hay ngôi nhà thứ một trăm, thì sự nhiệt tình và số t să ng với vụ làm ăn sẽ không mang lại lợi ích cho bạn. Nhưng nế u bạn nhiệt tình thái quá, bạn sẽ không thấ y hế t được tấ t cả các mặt thuận lợi và bấ t lợi của ngôi nhà đó. Ví dụ như khi có nhiề u người cùng muố n mua một ngôi nhà, một cuộc chiế n đấ u về giá cả sẽ xảy ra. Cuố i cùng, những người quá nhiệt tình và số t sắ ng giành mua ngôi nhà đó sẽ nhận thấ y mình đã phải trả cái giá cao hơn rấ t nhiề u so với những gì mình đã mặc cả trước đó.

17. Hãy xem ti vi

FRANK COOK

Frank Cook là người chuyên viế t về bấ t động sản. Các cuố n sách bán chạy nhấ t của ông bao gồ m: "21 điề u tôi ước gì người môi giới đã nói với tôi", "Bạn sẽ không mua ngôi nhà này đúng không?", và "21 điề u những người khảo sát nhà đấ t nên biế t".

Lời khuyên tố t nhấ t tôi từng nhận được là từ một người mua, đô ng thời là nhà môi giới - Jim Warkinton, ở Bắ c Virginia. Ông ta nói với tôi ră ng nế u tôi muố n kinh doanh bấ t động sản thành công, tôi nên xem ti vi.

Theo ông, tín hiệu cho thấ y thị trường đâ `u cơ bắ t đâ `u thay đổi là khi các nhân viên bấ t động sản xuấ t hiện trên truyê `n hình và nói vê `chủ điểm: thời điểm này đâ `u tư vào loại bấ t động sản nào là tố t nhấ t.

Warkinton nói: "Khi các nhân viên bấ t động sản bắ t đâ u bán nhà với ý nghĩa là một sự đâ u tư chứ không đơn thuâ n là mua bán một ngôi nhà để ở, bạn biế t ră ng, thị trường sắ p có những biế n đổi lớn."

Theo các nhân viên bấ t động sản, những người đâ u tư khôn ngoạn và các chuyên gia bấ t động sản biế t cách điể u phố i thị trường, trong khi những nhân viên bấ t động sản không chuyên không thể biế t. Ông coi đó là "khu rừng của những cây hội chứng". Khi các nhân viên bấ t động sản càng tiế p cận với thị trường và càng trở nên bận rộn thì họ càng có nguy cơ bị lỡ nhịp thị trường, vì họ chính là một phâ n của nhịp điệu đó.

Khi họ nhận ra mình có thể làm tăng lợi nhuận lên gấ p đôi, lúc đó cũng quá muộn để họ có thể tham gia vào thị trường, vì họ đang ở tận cuố i cuộc đua. Trên thực tế, khi những nhân viên bấ t động sản không chuyên tìm thấ y một manh mố i nào đó, thị trường có thể đã lên tới cực điểm. Nói cách khác, các nhân viên bấ t động sản chỉ nhảy vào cuộc trước khi nó võ bung ra và người ta bắ t đâ u quảng cáo những ngôi nhà là "sự đâ u tư tuyệt vời".

Tuy nhiên, bạn tôi cũng lưu ý ră `ng, thực ra, hâ `u hế ´t những đợt "khủng hoảng" nhà đấ ´t cũng chính là những đợt suy giảm thị trường. Giá trị thị trường không thực sự giảm sút như biểu hiện bên ngoài là giá của chúng ngừng tăng. (Tấ ´t nhiên, cũng có những ngoại lệ, như việc một nhà máy lớn tại địa phương đột nhiên ngừng sản xuấ ´t, giá trị có thể giảm.)

Trong hâ`u hê´t các thị trường, khi hiện tượng suy giảm, xảy ra viễn cảnh tô`i tệ nhâ´t là tài sản trượt giá từ 5% để´n 10% giá trị của nó. Nhưng thông thường, giai đoạn này không kéo dài quá 18 tháng hay 2 năm trước khi thị trường lâ´y lại xu hướng tăng. Lại một lâ`n nữa chúng ta phải nhã´c để´n các trường hợp ngoại lệ. Ví dụ như vào thời kì đâ`u và giữa những năm 1980, ở California xảy ra một cuộc khủng hoảng kéo dài khoảng năm năm. Trong thời gian đó, có quá nhiê`u toà nhà được xây dựng và hiện tượng đâ`u cơ tích trữ tràn lan là nguyên nhân dẫn tới vỡ nợ hàng loạt.

Nhìn chung, lời khuyên này đã vượt qua sự kiểm nghiệm của thời gian. Cho tới tận giữa năm 2005, các nhân viên bấ t động sản và các phương tiện truyề n thông chính mới bắ t đâ u quan tâm tới bấ t động sản, thổi phô ng mọi chuyện và nói nói đi nói lại về việc một người lái xe tải, trong bữa tiệc cocktail, nói khoác ră ng anh ta kiế m được 50.000 đô la trong vòng 3 tháng nhờ kinh doanh bấ t động sản, mặc dù trước đó, trên báo chí đã xuấ t hiện rấ t nhiề u những câu

chuyện về sự phát triển của thị trường nhà ở trong suố t những năm qua.

Chẳng câ n tới năm tháng sau, bạn sẽ nghe thấ y thông tin thị trường nhà đấ t bấ t đâ u dịu lại.

18. Làm việc với những gì mình có

BARBARA CORCORAN

Barbara Cororan là người sáng lập công ty The Corcoran Group - công ty bấ t động sản hàng đã `u tại New York. Bà còn là tác giả của các cuố ´n sách: "Sử dụng những gì bạn có", "Những bài học kinh doanh khác tôi học được từ mẹ", "Nế ´u bạn không có bộ ngực lớn, hãy thắ ´t ruy băng lên bím tóc"

(Trích từ cuố n "Nế u bạn không có bộ ngực lớn, hãy thấ t ruy băng lên bím tóc" của Barbara Corconan, nhà xuấ t bản Penguin Group. Sử dụng với sự cho phép của Barbara Corcoran.)

Câu chuyện vê việc kinh doanh triệu đô của tôi bắ t đâ u như thế này: Tôi vay bạn tôi một nghìn đô la. Thực ra, không phải tôi vay mà là anh â y đưa cho tôi. Và anh â y không chỉ là một người bạn mà còn là bạn trai của tôi. Khi tôi chuyển tới căn hộ đâ u tiên của mình tại đường 86 Tây với hai người bạn cùng phòng nữa, tôi có một nghìn đô la để mở một công ty bấ t động sản.

Điề ù đó có vẻ quá đơn giản. Dường như chẳng có gì là viễn vông! Trong một ngày, tôi có thể cho thuê hai, thậm chí là ba căn hộ và cứ chủ nhật thứ hai hàng tháng, chúng tôi lại có một khoản lợi nhuận nhấ t định. Tôi nói với đô `ng sự, cũng chính bạn trai tôi - Ramóne Simóne ră `ng: "Phâ `n còn lại sẽ là lợi nhuận." "Và chúng ta sẽ chia đề `u khoản lợi đó." - anh â ´y nói với tôi như vậy. Và cũng gâ `n như là chúng tôi chia đề `u khoản lợi đó: 49% cho tôi và 51% cho anh â ´y. Anh giải thích với tôi ră `ng, sau cùng thì anh mới chính là người mạo hiểm với tiề `n của mình.

Lâ`n đâ`u tiên Ramóne bước vào quán Fort Lee Diner, tôi đang lau dọn quâ`y thu tiê`n của quán. Đó là một tô´i yên tĩnh. Trong quán chỉ có vài khách hàng đang ăn tô´i, một vài người phục vụ và Gloria. Tâ´t cả chỉ có vậy. À không, Gloria còn có hai cô bạn tròn trịa, dễ thương nữa. Gloria có hình dáng râ´t giô´ng với Dolly Parton với mái tóc bạch kim uô´n thành từng lọn mê`m mại và ngọt ngào. Cô có bộ ngực thật đặc biệt. Nó có sức mạnh cuô´n hút những người đàn ông trên phô´, khiê´n họ phải bước vào quán, ngay cả khi họ không hê` đói chút nào. Cô có khả năng mang cùng một lúc sáu tách cà phê trên bộ ngực đó mà không bao giờ làm rót một giọt cà phê.

Gloria và cặp đôi sôi nổi của mình đã khiế n quán Fort Lee Diner trở nên nổi tiế ng. Việc xem chị em sinh đôi nhún nhảy quanh quán trong khi ăn tố i đã trở thành một thói quen lý thú với các thực khách tại quán Fort Lee Diner. Tôi xem họ làm việc trong khi lau dọn cái bàn phoóc mi ca ở trước mặt, cố gắ ng cảm thấ y mình đang rấ t bận rộn. Cánh cửa hai lớp bắ ng nhôm ở phía cuố i căn phòng mở ra và định mệnh của tôi bước vào. Tôi biế t ră ng trước khi tôi nhìn lên thì anh â y đã ở đó rô i. Với nước da sậm màu và mái tóc đen huyê n, trông anh không giố ng với những khách hàng là dân lao động thường tới quán. Trong bộ quâ n áo phi công màu xanh, trông anh thật khác lạ. Chặ c anh tới từ một miê n đấ t xa xôi nào đó, hoặc chí ít thì cũng là ở bên kia sông - tôi nghĩ thâ m.

Anh gọi một tách trà và trong khi tôi chạy ra, chạy vào, va vào cánh cửa nhà bế p, anh ngô i nhấ m nháp tách trà, dường như không cử động và chỉ nhìn tôi làm việc... Ramóne nói với tôi ră ng anh tới từ "Basque Country". Tôi không biế t liệu Basque có phải là một thị trấ nở New Jersey hay không và tôi đoán ră ng, vẻ mặt tôi khi đó đã tự tố cáo tôi. Anh nói với tôi, nó không ở Tây Ban Nha. "Basque Country" là một tổ chức hành chính cao hơn của xã hội Pháp - Tây Ban Nha.

Anh đặt 65 xu lên bàn tính tiê `n và đê `nghị được đưa tôi vê `nhà. Tôi chẳng câ `n suy nghĩ nhiê `u trước hai sự lựa chọn: một là đi bộ qua 5 toà nhà để đế ´n điểm đỗ chuyế ´n xe buýt số ´8 ở đại lộ Lomoine và hai là được anh chàng tới từ Basque Country đưa vê `nhà. Tôi trả lời rấ t nhanh chóng: "Tôi nghỉ làm lúc 10 giờ."

Sau ca làm việc, tôi chạy hai bậc một xuố ng câ `u thang dẫn lên phòng ăn tố i. Ramóne đậu xe ở phía cuố i. Anh lái chiế c xe hiệu Lincoln Continental màu vàng, giố ng màu hoa của cây mao lương, loại có phâ `n sau gô `lên như cái bướu. Tôi mở cửa xe và chui vào chiế c xe khác lạ nhấ t so với những chiế c xe tôi từng đi. Ghế ngô `i êm như bột phâ ´n rôm trẻ em dưới tay tôi và có vẻ như chúng rấ t đã ´t tiê `n. Nó khác xa với những cái ghế ´ cứng trên chiế ´c xe màu xanh của bố ´... Gia đình tôi rấ ´t ghét Ray , đặc biệt là mẹ tôi. Điề `u này khác hẳn với vẻ hiế ´u khách hàng ngày của bà. Bà muố ´n hiệp sĩ Bóng đêm phải biế ´n ra khỏi nhà càng nhanh càng tố ´t. "Anh ta quá già so với con", đó là tấ ´t cả những gì mẹ tôi nói sau khi Ray bước ra khỏi nhà tôi. Còn những điề `u mà bà không nói ra với tôi thì đang gào thét một cách ô `n ào trong sự im lặng.

Hàng đêm, Ray đợi tôi ngoài phòng ăn tố i của cửa hàng và chở tôi về nhà. Tôi đoán ră ng bạn có thể nghĩ chúng tôi đang hẹn hò với nhau, mặc dù bản thân tôi không cho ră ng đó là những cuộc hẹn. Anh nói với tôi anh là một nhà phát triển bấ t động sản cỡ lớn và trừ căn nhà của tôi ra, tấ t cả các ngôi nhà ở New Jersey đề u do anh xây dựng. Tôi cũng biế t ră ng anh hơn tôi 15 tuổi, đã ly dị và có 3 con gái. Với tôi, đó là tấ t cả những gì liên quan tới một mưu đô .

Một vài tháng sau, Ray nói ră ng một cô gái thông minh như tôi câ n được số ng ở một thành phố lớn. Và để giúp tôi bắ t đâ u, anh đề nghị sẽ trả một tuâ n tiế n phòng ở khách sạn Barbizon giúp tôi. Để không bị mẹ làm mấ t tinh thâ n, tôi chấ p nhận ngay lời đề nghị của anh và gói ghém một ít đô đạc của mình...

Ray đưa cho tôi một ít tiể `n để tôi đi mua một bộ quâ `n áo "thật New York". Tôi mua một bộ màu đỏ tía. Tôi bước ra khỏi cửa hiệu Bloomingdale's, đỏ tía từ trên xuố ´ng dưới. Tôi đi ngược lên phía đại lộ Lexington, vừa đi vừa hát: "Này em, cô gái miê `n Georgy, đang nhún nhảy bước đi trên đường, vô tư không suy nghĩ... "Tôi biế ´t trông tôi rấ ´t ổn và tôi chỉ câ `n có hai thứ nữa để ở lại New York: một công việc và một căn hộ.

Sáng hôm sau, tôi diện bộ quâ`n áo màu đỏ tía đi phỏng vấ´n. Tôi muố´n xin vào làm lễ tân ở công ty Giffuni Brothers tại toà nhà 81 và 83. Thelma, người phỏng vấ´n tôi, nói với tôi rã`ng anh em nhà Giffuni là hai chủ đấ´t giàu có. Hai người này sở hữu hàng chục lô nhà tại Manhattan và Brooklyn. Cô nói công việc chính của tôi là chào tấ´t cả các khách hàng gọi điện tới công ty bă`ng một câu duy nhấ´t: "Xin chào! Đây là công ty Giffuni Brother."

Đế n cuố i ngày hôm đó, tôi đã được nhận vào làm tại vị trí lễ tân và tới cuố i tuâ n, tôi đăng tin quảng cáo trên Village Voice để kiế m một căn hộ cách văn phòng làm việc khoảng 3 dãy nhà và tìm thêm hai bạn nữ ở cùng để chia tiê n thuê phòng. Tôi rời khách sạn Barbizone.

Công việc tại Giffuni Brothers giúp tôi làm quen với kinh doanh bấ t động sản ở Manhattan. Tôi mặc bộ quâ náo màu đỏ tía tám ngày trong tuâ n và có lẽ, một ngày tôi phải nói tới tám trăm lâ n câu: "Xin chào! Đây là công ty Giffuni Brothers". Sau vài tháng làm việc tại Giffuni Brothers, tôi háo hức trình bày với Ray một kế hoạch kinh doanh "không hê hão huyê n" để cứ Chủ nhật, thứ Hai hàng tháng lại kiế m được một khoản lợi nhấ t định. Và anh đưa cho tôi 1.000 đô la để bắ t đâ u xây dựng công ty bấ t động sản của mình. Chúng tôi trở thành bạn làm ăn và đặt tên công ty là Corcoran - Simone. Ông chủ cũ của tôi, Joseph Giffuni, nói ră ng nế u tôi có thể tìm người tới thuê các căn hộ của ông, ông sẽ trả cho tôi khoản hoa

hô `ng bă `ng toàn bộ tiê `n thuê của một tháng. Ông cho tôi xem danh sách nhà cho thuê và tôi chọn cho mình căn hộ 3K, căn hộ rẻ nhấ ´t chỉ có 1 phòng ngủ.

Tôi tạm dùng chiế c ghế số pha mà cô bạn cùng phòng mượn của bố mẹ để làm văn phòng của công ty Corcoran - Simone. Chiế c điện thoại Princess màu hố ng mới được lắ p đặt, nă m câm lặng trên chiế c bàn gỗ gụ hai tâ ng trong khi tôi lờ đờ đưa mã t liế c mục phân loại của tờ New York Times. Theo tính toán của tôi, có tấ t cả 1.246 căn hộ có 1 phòng ngủ được quảng cáo cho thuê. Các mục quảng cáo đó dài năm đế n sáu dòng và giá cho thuê của các căn hộ đề u nă m trong khoảng từ 320 đế n 380 đô la một tháng. Tôi chú ý tới các quảng cáo nghe có vẻ hấ p dẫn nhấ t với những dòng tít lớn hơn, đậm hơn, ví dụ như: "FABULOUS 3!", "RIV VU 1 BR", "TRIPLE MINT?" và theo sau là hàng loạt những ưu thế được liệt kê.

Tôi tính toán các con số trên cuố n sổ viế t tố c ký và nhận ra ră ng, những quảng cáo lớn đó vượt quá ngân quỹ của mình. Tôi quyế t định chỉ đăng quảng cáo của mình với độ dài ít hơn 4 dòng để khoản tiế n 1.000 đô la của Ray có thể chi tiêu trong vòng 1 tháng. Nhưng làm thế nào - để mục quảng cáo nhỏ bé của tôi thật nổi bật giữa hàng loạt những quảng cáo khổng lố , bắ t mắ t kia, và làm thế nào tôi có thể thu hút sự chú ý của bạn đọc - tôi tự hỏi mình như vậy.

Tôi vươn vai, không nhìn vào tờ báo nữa và nghĩ về `những ngày còn làm ở quán Fort Lee Diner. A, Gloria! Bây giờ thì cô ấ y chính là mánh lới để quảng cáo. Ngày đã `u tiên làm việc ở quán, tôi đã nhận thấ y Gloria có một tài sản mà tôi chẳng bao giờ có được. Tố i hôm đó, tôi về `nhà và quấ y rã `y mẹ với câu chuyện của mình: "Mẹ ơi, khi tụi con không bận việc thì quâ `y tính tiê `n của con gâ `n như vă ´ng tanh. Ngay cả khi quâ `y của Gloria đã đông nghẹt người, các chàng trai vẫn cứ yêu câ `u được ngô `i với Gloria chứ không phải con."

"Barbara Ann, con có cá tính rấ t tuyệt vời" - mẹ tôi nói trong khi vừa că p em Florence bên hông, vừa phơi tấ m khăn trải giường lên dây phơi. "Con phải học cách sử dụng những gì mình có. Khi con không có bộ ngực lớn, tại sao con không buộc thêm những dải ruy băng lên bím tóc và cư xử ngọt ngào như con vẫn thường làm hàng ngày?"

Và đó chính là những gì mà Ray tìm thấ y ở tôi hai năm sau: thấ t dây ruy băng trên tóc, một sự độc đáo, hấ p dẫn bên cạnh quả bom tóc vàng, eo nhỏ, ngực lớn tại quán Fort Lee. Tôi coi như mình đã chiế n thấ ng khi một người khách hàng bước vào quán và yêu câ u được ngô i với "Bím tóc". Mẹo nhỏ đó đã kéo họ tới quâ y của tôi và cách nói chuyện ngọt ngào của tôi khiế n họ muố n quay trở lại.

Ngô i một mình trong phòng với tờ New York Times trải rộng trên đùi, tôi nghĩ về lời khuyên của mẹ trong việc cạnh tranh với Gloria và tôi biế t, tôi cầ n một cái gì đó để thu hút sự chú ý vào căn hộ 3K. Tôi tự hỏi bản thân mình: Làm thế nào để "thă t một dải ruy băng" cho căn hộ chỉ có 1 phòng ngủ trong phạm vi ít hơn 4 dòng quảng cáo và làm thế nào cho nó trở nên thật khác biệt so với 1.246 căn hộ khác cũng được đăng quảng cáo?

Tôi hít một hơi thật sâu và nhấ c chiế c điện thoại Princess màu hô `ng lên. "Chào ông Giffuni. Tôi đã suy nghĩ vê `căn hộ có 1 phòng ngủ trên tâ `ng 3 của ông và tôi nghĩ, tôi có cách để cho thuê căn hộ đó với giá cao hơn giá cũ là 20 đô la mỗi tháng." Tôi đã thu hút được sự chú ý của ông. Tôi nói với ông căn hộ 3K giố ´ng các căn hộ có 1 phòng ngủ khác trong mọi toà nhà ở thành phố ´New York như thế nào và tôi thuyế ´t phục ông ră `ng, nê ´u xây một bức tường để ngăn phòng khách với góc bế ´p, ông đã có một cái gì đó thật khác biệt! Ông Giffuni lưỡng lự và suy nghĩ vê `đê `nghị của tôi rô `i nói ră `ng ông sẽ cho xây bức tường đó ngay trong tuâ `n. Tôi gọi điện để đăng tin quảng cáo.

Chủ nhật sau, quảng cáo dài 4 dòng (2 dòng in đậm) đâ`u tiên của tôi đã xuấ t hiện trên tờ New York Times:

1 PN + Phòng nhỏ 340 đô la

Barbara Corcoran

212.355.3550

Đó không phải là một quảng cáo lớn như những mẫu quảng cáo khác, nhưng rõ ràng là nó có cái gì đó hơn hẳn. Tại sao một người nào đó lại có thể thuê căn hộ 1 phòng ngủ trong khi cũng với giá như vậy, anh ta có thể thuê được căn hộ có 1 phòng ngủ và 1 phòng nhỏ nữa?

Cũng trong ngày chủ nhật đó, khách hàng bắ t đâ u gọi điện cho tôi. Và tới ngày thứ hai, tôi đã cho thuê được căn hộ đâ u tiên.

Bài học thứ nhấ t của mẹ: Nế u con không có bộ ngực lớn, hãy thấ t ruy băng lên bím tóc. Đó chính là bài học về Sử dụng những gì mình có.

Tôi không có bộ ngực lớn nhưng tôi rấ t dễ thương, có nụ cười thu hút và có tài ăn nói. Tấ t cả những gì tôi câ n là gợi ý của mẹ để sử dụng chúng như là lợi thế của mình. Đó là bài học đâ u tiên của tôi trong kinh doanh.

Mặc dù căn hộ mà tôi đăng quảng cáo chẳng rộng hơn bấ t cứ căn hộ nào cũng được đăng vào buổi sáng chủ nhật đó nhưng quảng cáo của tôi đã thu hút được sự chú ý vì nó có thêm một thứ, đó là một phòng khác nữa. Quảng cáo "1PN + 1 Phòng nhỏ" của tôi khiế n khách hàng tập trung vào điểm: họ sẽ có thêm nhiê `u lợi ích từ việc có thêm không gian. Và việc có quá nhiê `u cuộc gọi hỏi vê ` căn hộ đăng quảng cáo của tôi cho tôi đã thấ ´y tiế ´ng vang lớn hơn trong mẹo quảng cáo của mình.

Nghệ thuật bán hàng tố t chính là phát huy tố i đa những điểm mạnh và hạn chế để n mức thấ p nhấ t những điểm yế u. Mặc dù trong cuộc cạnh tranh, có những ưu thế mà bạn không có nhưng đó không phải là vấ n đề . Điể u quan trọng là bạn phải xác định được và sử dụng những gì bản thân mình có.

19. Lời đề nghị đầu tiên thường là lời đề nghị tốt nhất

RICHARD COURTNEY

Richard Courtney - tác giả của cuố n "Người mua là kẻ nói dố i và người bán cũng vậy" - là nhà môi giới hàng đâ `u của công ty Fridrich and Clark Realty's Music Row tại Nashville, Tennessee. Ông là thành viên Ban Giám đố c của Hiệp hội quố c gia những người kinh doanh bấ t động sản và đã được nhận Giải thưởng của Tổng thố ng vì những đóng góp của ông trong lĩnh vực lập pháp

Karl Haury, một trong những nhà cải cách trong việc xây dựng chế độ công quản tại Nashville những năm 1960 đã khuyên tôi nên chấ p nhận lời đề nghị đâ u tiên như thể nó là lời đề nghị cuố i cùng. Lý do nghe có vẻ khá nực cười: Lời đề nghị đâ u tiên chính là lời đề nghị tố t nhấ t.

Ban đâ`u, tôi chẳng tin lời khuyên đó chút nào. Lúc đó tôi còn trẻ, chưa có kinh nghiệm và tự phụ nên tôi và một số khách hàng - những người muố n bán tài sản - tin tưởng ră `ng vẫn còn rấ t nhiệ `u những lời đê `nghị tố t hơn sau lời đê `nghị đâ `u tiên. Nhiê `u người bán cảm thấ y ră `ng, nê ´u chấ ´p nhận bán tài sản ngay lời đê `nghị đâ `u tiên, vẫn còn vô số ´những người có thể trả giá cao hơn. Tuy nhiên, giá của tài sản không chỉ phụ thuộc vào giá trị của nó mà còn phụ thuộc vào nhu câ `u bán của người chủ. Vì vậy, sau một thời gian, rấ ´t nhiê `u người chủ từ chố ´i những lời đê `nghị ban đâ `u sẽ phải gặp lại tôi và hỏi: "Có chuyện quái gì xảy ra với người đê `nghị mua cách đây ba tháng vậy?" Lúc đó, tôi buộc phải trả lời ră `ng: "Họ đã

mua ngôi nhà khác, mặc dù họ không thích ngôi nhà đó bă ng ngôi nhà của ông. Thật đáng tiế c là chúng ta đã không thực hiện được vụ làm ăn đó."

Người bán câ `n trân trọng, quan tâm và đánh giá cao lời đê `nghị đâ `u tiên. Hãy thảo một bản thương lượng giá, nhưng nhớ là phải vừa mức, phải chăng. Lời đê `nghị được đưa ra trong ngày đâ `u tiên chào bán ngôi nhà trên thị trường sẽ có giá trị hơn bấ t cứ lời đê `nghị nào sau đó. Có thể sẽ không có một lời đê `nghị nào nữa không được đưa ra, cho đê ´n khi giá của ngôi nhà hạ xuố ´ng một mức nào đó. Chấ ´p nhận lời đê `nghị đâ `u tiên, tức là bạn đã đạt được mục tiêu đâ `u tiên của mình - tìm được một người mua thực sự quan tâm. Và lúc ấ ´y thì hãy bán ngôi nhà đó.

20. Chọn một đối tác tốt

LESTER CROWN

Lester Crown là Chủ tịch của Công ty Henry Crown and Company, một công ty đâ`u tư có cổ phâ`n tại Maytag, New York Yankees, hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh bâ´t động sản

Lời khuyên tố t nhấ t tôi từng được nghe không chỉ đúng trong kinh doanh bấ t động sản mà còn đúng với bấ t kỳ loại giao dịch nào khác. Đó là: Bạn không thể có một vụ làm ăn tố t nế u hợp tác với một đố i tác tổ i.

21. Làm tăng giá trị bất động sản của bạn

GIL DEZER

Gil Dezer là thành viên của nhóm phát triển cha con nhà Dezer, Chủ tịch của tập đoàn Khách sạn và nhà ở Đại Dương Trump. Ông là một trong những nhà phát triển bấ t động sản cao tâ `ng cao cấ ´p của nước Mỹ Rõ ràng là tuổi đời của bạn càng cao, bạn càng có nhiệ `u kinh nghiệm.

Cha tôi đã trải qua nhiệ `u chuyện và ông biế t cách xử lý từng tình huố 'ng như thể ' nào. Được ở cạnh ông, tôi có cơ hội học hỏi ông và điệ `u này giúp tôi có kinh nghiệm, nhờ đó có thể truyề `n đạt lại những lời khuyên mà tôi thấ 'y là câ `n thiế 't để tô `n tại trong kinh doanh bấ 't động sản. Đó là:

Giữ lấ y tài sản của mình. Giữ, giữ và giữ - đừng bán nế u bạn không câ n tiê n.

Tái đâ u tư và nâng cấ p đâ u tư. Luôn nâng cấ p bản kiểm kê tài sản của mình bă ng cách mua những cái tố t hơn, sau khi bạn đã bán một tài sản nào đó. Đô ng thời hãy sử dụng thu nhập của mình để tái đâ u tư thông qua Hệ thố ng trao đổi 1031.

Kinh doanh đúng đă n. Khi muố n bán được giá cao nhấ t trên từng foot vuông, chúng ta nhận ra rã ng: Tạo dựng một thương hiệu là cách nhanh nhấ t giúp mang lại sự tín nhiệm và giá trị cho một dự án làm ăn. Vì vậy, để đạt mục tiêu bán được giá cao, chúng tôi tạo ra giá trị cuố i cùng bă ng cách hợp tác với Donald Trump. Tên tuổi,

chuyên môn và phương pháp marketing của ông mang lại cho tôi những lợi ích tức thời khi tôi kinh doanh tại một thị trường hoàn toàn mới lạ. Tấ t nhiên, trang trí lại ngôi nhà thật đẹp là một điể `u bắ t buộc để đáp ứng những gì khách hàng mong đợi khi xem xét một ngôi nhà được Trump rao bán. Nó cũng giúp người mua cảm nhận được chấ t lượng công việc của chúng tôi như thế nào và hình dung được căn nhà mới mà họ định mua. Khái niệm tạo dựng thương hiệu trong hoạt động marketing đã được áp dụng cho nhiề `u loại sản phẩm khác nhau nhưng vẫn còn chưa được sử dụng nhiề `u trong kinh doanh bấ t động sản.

Hãy làm cho ngôi nhà trông thật đẹp. Khách hàng sẽ trả giá cao hơn cho những mặt hàng có nhiề `u giá trị hơn. Khi bán một ngôi nhà, hãy để nó ở trong tình trạng hoàn hảo nhấ 't, sao cho khách hàng cảm thấ 'y anh ta chẳng phải tu sửa gì nhiề `u sau khi chố 't hợp đô `ng. Khi mua một ngôi nhà, hãy tìm cách sửa nhà để nhanh chóng che giấ 'u những khiế 'm khuyế 't của nó; tấ 't nhiên, trừ khi bạn có một hợp đô `ng béo bở, chẳng câ `n phải sửa sang gì nhiệ `u.

Tóm lại, tiê`n có thể giải quyế´t được tấ´t cả các vấ´n đê` phức tạp.

22. Chọn một đối tác tin cậy

THOMAS E. DOBROWNSKI

Thomas E. Dobrownski là cựu Giám đố c điể `u hành hoạt động kinh doanh bấ t động sản và đã `u tư trong ban giám đố c của Công ty General Motors Asset

Cho tới nay, tôi nhận thấ y ră ng, lời khuyên tố t nhấ t trong kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng được nghe, lời khuyên đã nhanh chóng được kiểm chứng bởi kinh nghiệm của chính bản thân tôi, đó là: Hãy cần thận lựa chọn các đố i tác trung thực và chú trọng tới mố i quan hệ.

Kinh doanh bấ t động sản có tính chu kỳ, trong đó có rấ t nhiệ ù yế u tố ảnh hưởng tới sự thành công. Vị trí và chấ t lượng của tài sản bấ t động sản thường được coi là những yế u tố hàng đã ù trong đã ù tư nhưng tôi cho ră ng: Yế u tố quan trọng nhấ t chính là lựa chọn đố i tác.

Trong suố t 30 năm đầ ù tư vào bấ t động sản, tôi có vinh dự được hợp tác với rấ t nhiề ù nhân vật nổi tiế ng của ngành công nghiệp này. Họ là những nhà xây dựng, nhà phát triển, các chuyên gia tài chính và các doanh nhân tài ba. Bên cạnh những kinh nghiệm câ n phải có về một hoặc hai loại bấ t động sản (văn phòng, đấ t công nghiệp, nhà cho thuê, nhà cho nhiề ù gia đình ở, phòng cho thuê, vv...), họ còn có hai điểm rấ t đáng lưu ý là: lòng trung thực và khả năng nhận thức về giá trị của các mố i quan hệ lâu dài. Điề ù này giúp họ xây dựng được các mố i quan hệ làm ăn công bă ng, sòng phẳng, nảy sinh nhiề ù ý tưởng mới và có được những cơ hội hấ p dẫn trong kinh doanh.

Công nghiệp bấ t động sản tại Mĩ cũng như nhiề ù nước trên thế giới nă m dưới quyề n kiểm soát của một số ít người. Những người có nhiề ù vố n dễ tìm hơn rấ t nhiề ù so với những người có nhiề ù bấ t động sản mà lại trung thực và biế t coi trọng giá trị của các mố i quan hệ lâu dài. Lựa chọn đúng đố i tác không chỉ nâng cao khả năng thu được nhiề ù lợi nhuận mà còn giúp cuộc số ng trở nên dễ dàng hơn, ngay cả khi mọi thứ không như những gì ta mong muố n. Tôi muố n nhấ n mạnh thêm một là n nữa ră ng: Đố i tác tố t khiế n kinh doanh bấ t động sản trở nên rấ t thú vị.

23. Thành công trong kinh doanh bất động sản bắt nguồn từ sự chăm chỉ và những mối liên hệ mua bán trực tiếp

CROSBY DOE

Crosby Doe là thành viên của Mossler & Doe - công ty do ông cùng David Mossler thành lập. Công ty này đại diện cho thân chủ bán các tài sản bấ t động sản như các ngôi nhà có tính lịch sử và kiế n trúc lâu đời, chủ yế u là ở Nam California

Ông chủ đâ`u tiên của tôi - người đàn ông có tên là Larry O'Rourke - đã cho tôi lời khuyên tô´t nhâ´t trong kinh doanh bâ´t động sản. Khi đó, tức là vào năm 1973, tôi tròn 26 tuổi. Ông nói với tôi rã`ng, với những người kinh doanh, thành công trong kinh doanh bâ´t động sản thể hiện ở những con số´. Bạn đã gọi điện cho bao nhiêu người? Bạn đã bán được bao nhiêu nhà? Bạn đã tới thăm bao nhiêu khách hàng? Thành công không phải từ trên trời rơi xuố´ng. Nó bǎ´t nguô`n từ làm việc chăm chỉ và những mố´i liên hệ mua bán trực tiế´p.

Tôi sẽ đưa ra đây một ví dụ. Tôi xác định được 1.000 căn nhà có giá trị về lịch sử và kiế n trúc. Tôi liên lạc với chủ sở hữu của các căn nhà đó. Nế u cứ sau khoảng 10 năm lại có một người chuyển nhà thì trung bình mỗi năm sẽ có 100 "ngôi nhà đáng quan tâm" được rao bán trên thị trường và tôi chính là người đại diện để bán những ngôi nhà đó. Kể từ đó, mọi việc đề u trở nên dễ dàng.

Năm 1976, tôi gia nhập Bob Crane & Associates (Bob Crane và các Hiệp Hội). Crane đã đô `ng ý để tôi thành lập ban kiế ´n trúc trong công ty của ông. Đó là ban đã `u tiên chuyên phụ trách các vấ ´n đề liên quan tới các tài sản có tính lịch sử trong kinh doanh bấ ´t động sản. Sau 9 tháng, mọi công việc của chúng tôi đề `u tiế ´n triển tố ´t nhưng mố ´i quan ngại của Crane là ông không thể kiế ´m số ´ng nế ´u chỉ bán mỗi "kiế ´n trúc" thôi . Ông không tin ră `ng có đủ số ´ kiế ´n trúc sư tài giỏi câ `n thiế ´t để biế ´n việc kinh doanh các ngôi nhà có kiế ´n trúc đẹp, độc đáo thành một sự nghiệp lẫy lừng. Điề `u đó thúc đẩy tôi nỗ lực chứng minh ră `ng ông đã sai. Và bây giờ, tôi có hàng nghìn ngôi nhà quan trọng, trong đó có hàng chục ngôi nhà có chú trọng về `kiế ´n trúc tại Los Angeles.

Tuy đã có công ty riêng nhưng niê m đam mê hàng đâ u của tôi vẫn là kinh doanh bấ t động sản.

24. Tiếp cận lĩnh vực kinh doanh bất động sản với phương châm giao dịch vô tư và trung thực

MARC ELLMAN

Marc Ellman là Chủ tịch của Công ty tư vấ n bấ t động sản Ellaman - công ty chuyên đại diện cho những người sở hữu đấ t và có văn phòng cho thuê tại Manhattan

Bấ t động sản là một lĩnh vực kinh doanh rấ t phức tạp và sôi động. Điể u góp phâ n làm cho sự thành công trong lĩnh vực kinh doanh này luôn thay đổi, tuỳ theo vai trò của bạn trong đó - bạn là nhà đâ u tư hay người môi giới.

Với tư cách là người đâ ù tư, bên cạnh việc luôn coi trọng yế ư tố vị trí, vị trí và vị trí, lợi nhuận còn phụ thuộc vào việc bạn có xác định đúng thời điểm đâ ù tư hay không, vố n có nhiê ù không, đô ng thời bạn câ n phải có các mố i quan hệ tài chính thật vững. Thị trường luôn có tính tuâ n hoàn. Người đâ ù tư có thể kiế m tiê n là người có khả năng vượt qua những sóng gió của thị trường. Khi bạn tìm và mua được những ngôi nhà giá rẻ thì thật là tuyệt, giố ng như trong thị trường cân bă ng vậy. Nhưng khi nhà đâ ù tư mua một ngôi nhà ở mức giá rấ t cao và có khả năng giữ ngôi nhà đó mà không bán, ông ta hay bà ta sẽ có cơ hội được thấ y giá thị trường suy giảm như thế nào, bắ t đâ ù cao trở lại rô i tăng vượt qua mức giá mà họ đã trả để mua ngôi nhà đó ra sao. Và cuố i cùng tự bản thân nó cũng cho thấ y

đó là một sự đâ`u tư đúng đă´n. Điểm mâ´u chố t ở đây là: Đó có thể là một cuộc chơi mà bạn phải biế t chờ đợi.

Tôi nhận thấ y công nghiệp bấ t động sản thường bị chỉ trích. Những nhà môi giới tố t không bao giờ chỉ quan tâm tới mỗi việc kiế m tiê `n. Thậm chí nế u họ có như vậy thì cách tố t nhấ t để họ kiế m tiê `n là tạo dựng không khí tin tưởng lẫn nhau. Trong hơn hai thập kỷ kinh doanh trong lĩnh vực cho thuê văn phòng, tôi đã từng là đại diện cho cả người thuê và người cho thuê, mặc dù tôi làm việc với những người thuê nhiê `u hơn. Có nhiê `u trường hợp, tôi đô `ng thời làm đại diện cho cả hai bên. Tại sao tôi có thể làm được như vậy? Theo tôi, giao dịch vô tư và giao dịch trung thực có giá trị ngang nhau. Bạn phải thực hiện theo phương châm đó ngay cả khi khách hàng không muố n nghe bạn nói những gì đáng phải nói. Những người thuê hay lo lă ng, muố n biế t làm thế nào mà tôi đại diện được cho họ nế u người chủ đấ t cũng trả phí cho tôi. Câu trả lời là: Cả hai bên cùng biế t tôi làm việc như thế nào và tôi làm việc cho ai; lúc nào cũng vây.

Tấ t nhiên, có được quan điểm kinh doanh căn bản là nê n móng quan trọng để thành công trong hoạt động môi giới bấ t động sản. Sau khi đã nghiên cứu cản thận, so sánh vê giá cả, tiện nghi, vị trí, khách hàng sẽ tự quyế t định nên thuê văn phòng nào. Người môi giới giỏi cũng làm điể u tương tự - tự quảng bá mình qua chấ t lượng công việc. Nhưng bă ng cách nào? Hãy "thâm nhập" vào lĩnh vực kinh doanh này và thậm chí là tìm hiểu cả những sở thích cá nhân của khách hàng. Hãy tìm hiểu họ làm việc như thế nào. Hãy biế t điểm quan trọng là gì. Tránh chia sẻ thông tin hoặc đưa ra lời khuyên nế u như bạn không hiểu rõ vê lĩnh vực đó. Gâ n đây, một khách hàng liên tục gọi cho tôi, hỏi tôi vê việc câ n trang trí thêm những gì cho căn nhà. Khi tôi từ chố i đưa ra lời khuyên, ông ta rấ t bực tức và cho ră ng tôi đã lừa ông ta. Tôi vẫn giữ quan điểm của mình và đề nghị

ông ta thuê kiế n trúc sư - những người có chuyên môn về trang trí nhà cửa. Thời gian trôi qua và ông ta đã hiểu tại sao.

Trong bấ t cứ vụ làm ăn nào, lời khuyên tố t nhấ t của tôi là: đừng bao giờ "dò dẫm trên một đường kẻ rộng 2 yard ". Ngay từ đã `u, hãy khảo sát cẩn thận, tìm kiế m thông tin đã `y đủ và xây dựng niề `m tin tuyệt đố i. Sau đó, trong khi các giao dịch đang được tiế n hành và dâ `n có kế t quả, sẽ chẳng có vấ n đề `mới nảy sinh nào có thể phá hỏng nó, vì bên phía tôi đại diện, khách hàng nhận thức được câ `n làm gì để kế t thúc vụ làm ăn.

Khi mới thành lập công ty, việc đâ`u tiên tôi làm là gắ´n tên mình lên cửa. Tôi không thể nấ´p mình sau một loạt các công ty liên doanh, liên kế´t mà tôi không thể tin tưởng được. Khách hàng của tôi biế´t điề`u này và tôi tin ră`ng: Đó là lý do tại sao họ là người tạo nên cuố´n sách kinh doanh của tôi. Và đó cũng là lý do tại sao hâ`u hế´t các vụ làm ăn mà tôi có hiện nay đề`u do các mố´i quan hệ và hợp tác làm ăn lâu dài đưa lai.

25. Đừng làm theo số đông

BLANCHE EVANS

Blanche Evans là Tổng biên tập của Thời báo bấ t động sản (Realty Times) - tờ báo điện tử chuyên cung cấ p thông tin về bấ t động sản lớn nhấ t, và là tác giả của cuố n "Bă t đâ u, thịnh vượng và phá sản". Bà đã được tạp chí Realtor bình chọn là một trong số "25 người có nhiệ u ảnh hưởng nhấ t trong kinh doanh bấ t động sản"

Cũng giố ng như các lĩnh vực đâ `u tư khác, bấ t động sản cũng có thời kỳ suy thoái. Nế u bạn muố n kiế m tiê `n từ các ngôi nhà, bạn phải sàng lọc dữ liệu để xác định cơ hội, đi ngược lại sự khôn ngoan thông thường, sẵn sàng làm điê `u mà những người khác không dám làm. Hãy là người đâ `u tiên tới đích!

Làm thế nào để được như vậy? Hãy "trượt" tới nơi nào mà "quả bóng" sẽ tới. Huyê `n thoại khúc côn câ `u Wayne Gretzky không biế ´t điê `u này nhưng khi anh tiế ´t lộ chiế ´n lược để thành công của mình, anh đã cho chúng ta một lời khuyên tuyệt vời vê `kinh doanh bấ ´t động sản.

Giả sử bạn muố n làm giàu từ việc sở hữu các ngôi nhà nhưng bạn không biế t rõ lắ m về việc mình phải làm gì, lời khuyên là: Hãy bắ t đâ u bă ng việc tìm hiểu thị trường.

Tỷ lệ người có quyề `n sở hữu đấ 't đai ở Mĩ là 70% nhưng đế 'n năm 2005, 36% các ngôi nhà được bán sẽ thuộc quyề `n sở hữu của các nhà đâ `u tư hoặc những người mua ngôi nhà thứ hai. Hâ `u hế 't các cuộc mua bán này sẽ diễn ra với khả năng mạo hiểm cao, tỷ lệ lãi suấ 't câ `m cô ' đâ `u vào có thể điệ `u chỉnh được thấ 'p, tức là: sẽ có

khá nhiê `u người mua những ngôi nhà lớn hơn dự kiế n ban đâ `u, nế `u họ có được mức lãi suấ t vay nợ cố định. Điề `u này có nghĩa là: 1/3 số nhà được bán vào năm 2005 sẽ là các ngôi nhà mới, chưa từng có người ở và các ngôi nhà cũ còn tố t sẽ bị lãng quên, bị đình trệ hoàn toàn.

Vậy bây giờ hãy xem xét vấ n đề sau: Trong khi mọi người đổ xô vào mua những ngôi nhà sang trọng với lãi suấ t vay nợ thấ p, hàng loạt các căn hộ sẽ được chuyển thành nhà tập thể. Nhìn chung, tới năm 2005, nhà tập thể sẽ được ưa chuộng hơn các căn hộ cho gia đình đơn lẻ. Ở một vài khu vực, các ngôi nhà cũ, không được sửa sang sẽ bị mấ t giá. Trong khi đó, các ngôi nhà dành cho công nhân với giá phải chăng sẽ bị phá bỏ, sửa mới hoặc được tân trang lại thành những ngôi nhà sang trọng, nhà cao tấ ng, nhà Mc Mansions, hay những loại nhà đã t tiề n khác.

Trong khi lãi suấ t tăng, các khoản nợ bị siế t chặt hơn, chính phủ làm dịu thị trường nhà đấ t thông qua các chính sách liên bang và các biện pháp hành chính. Kế t quả là tình trạng đổ xô tới các ngôi nhà đấ t tiế n tạm lắ ng lại.

Có quá nhiê `u tiê `n được rót vào các ngôi nhà sang trọng, đấ t tiê `n trong khi nhu câ `u nhà ở của những người lao động lại không được đáp ứng. Vậy lúc này, lựa chọn mua loại nhà nào là khôn ngoan? Mua nhiê `u ngôi nhà đấ t tiê `n (với tỷ lệ mà ta có thể điê `u chỉnh được) hay mua những ngôi nhà giá rẻ cho một hộ gia đình hoặc nhiê `u hộ gia đình ở?

Bạn có thể lựa chọn một trong hai cách nhưng hãy tự hỏi bản thân mình: "Quả bóng - hay chính là cơ hội - sẽ ở đâu?"

Nế u bạn muố n kiế m tiề n trong kinh doanh bấ t động sản, bạn phải là người tới đích trước tiên. Nhưng bạn phải tới nơi mà trong tương lai nó sẽ phát triển chứ không phải một nơi đã phát triển rô ìi. Bạn đang mạo hiểm với câu hỏi: Liệu mình có đúng không? Nế u bạn đúng, phâ ìn thưởng dành cho bạn sẽ lớn hơn rấ t nhiề ù so với những gì bạn nhận được khi chỉ làm theo số đông.

Một giải pháp khác là bạn trả tiế `n cho một ai đó để họ thay bạn đô ´i đã `u với nguy cơ. Nhưng điể `u này có lẽ còn mạo hiểm hơn. Bạn không muố ´n mua một ngôi nhà khi giá của nó trên thị trường đang ở mức rấ ´t cao, vì có thể bạn phải chờ nhiề `u năm, đế ´n khi giá trên thị trường tăng tới một mức cao hơn thì bạn mới có lãi. Lời khuyên của tôi nghe có vẻ ngược đời nhưng bạn phải sẵn sàng làm những điề `u mà người khác không làm; nó có nghĩa là một mình bạn tiế ´n về ` nơi mà bạn nghĩ là sẽ có nhiề `u cơ hội lớn ở đó.

Vì vậy, hãy học tấ t cả những điề ù câ n thiế t liên quan đế n quản lý tài sản; hãy đã ù tư vào nhà ở cho người lao động tại các khu vực gâ n các trung tâm thành phố lớn và gâ n những điểm giao thông công cộng. Bạn không câ n phải trang hoàng lại những ngôi nhà đó nhưng phải giữ chúng thật sạch, an toàn, tạo dựng không khí dễ chịu để thu hút được sự chú ý của những người thuê tố t. Hãy duy trì chúng cho tới khi bạn đã kiế m đủ lợi nhuận để mua những ngôi nhà khác. Một ngày nào đó, nhiệ ù ngôi nhà vố n sang trọng, đấ t tiê n sẽ được bán rộng rãi trên thị trường và nhiệ ù ngôi nhà sẽ được bán giảm giá. Vì vậy, hãy sẵn sàng mua chúng khi nhiệ ù người phải miễn cưỡng bán chúng đi để thoát khỏi cảnh túng quẫn vì họ đã mua với số tiê n vượt quá khả năng chi trả.

Bạn có thể thấ y đây là một hướng đâ u tư bấ t động sản rấ t có triển vọng. Cho thuê các ngôi nhà giá phải chăng là một dịch vụ xã hội tuyệt vời và nế u bạn kiế m tiế n bă ng cách đó, nó cũng chẳng làm ai tổn thương.

26. Nhấn mạnh chất lượng và thương hiệu

MICHAEL FASCITELLI

Michael Fascitelli là Chủ tịch của Tập đoàn Hỗ trợ tài chính bấ t động sản Vornado, Tập đoàn đâ `u tư bấ ´t động sản hợp nhấ ´t, đô `ng thời là chủ sở hữu và nhà quản lý bấ ´t động sản lớn nhấ ´t tại Mỹ.

Hãy luôn đi cùng chấ t lượng - mua các sản phẩm đủ chấ t lượng, xây dựng thương hiệu và thuê những nhân viên có phẩm chấ t tố t. Khi chúng tôi xem xét toà nhà GM tại đại lộ 5, Donal Trump đã khuyên rã `ng: "Tôi nghĩ các ông nên mua toà nhà này." Nhưng chúng tôi bỏ qua, không mua toà nhà đó và cuố i cùng, Donal Trump đã mua nó vì ông nói rã `ng: nó là toà nhà có một không hai và có chấ t lượng cao. Nế ´u bạn mua những cái có chấ ´t lượng và khá hiế ´m thì bạn sẽ kiế ´m được nhiê `u tiê `n.

Bước tiế p theo là xây dựng một thương hiệu và một sản phẩm đáng được đánh giá cao. Ví dụ như trong hoạt động kinh doanh nhà tập thể, cứ mỗi một foot vuông được bán ra dưới thương hiệu Trump có giá cao hơn giá trung bình vài trăm đô la. Ông đã xây dựng thương hiệu của mình bă ng cách đâ u tư kinh doanh thật hiệu quả tại thị trường New York, sau đó, khuế ch trương thương hiệu tại Chicago, Florida và nhiề u thị trường khác nữa.

Luôn thuê những nhân viên tố t nhấ t mà bạn có thể. Hãy lựa chọn những người có phẩm chấ t cá nhân tố t và đáng chú ý, vì họ

chính là một phâ`n hình ảnh của bạn. Hơn nữa, họ chính là một phâ`n cái thương hiệu mà bạn xây dựng nên.

27. Tận dụng tối đa Internet

DEBBIE FERRARI

Debbie Ferrari là nhà môi giới bấ t động sản hàng đã `u tại hạt Orange, bang California và là Phó chủ tịch Hội đô `ng trao đổi quố ´c gia năm 2006. Trang web Tiên phong gô `m 1.000 trang của bà là trang web bấ ´t động sản nhận được nhiê `u giải thưởng nhấ ´t ở Mỹ.

Lời khuyên tố t nhấ t trong kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng biế t đã để n với tôi vào năm 1996. Đó là khi chúng tôi đang chiếm ngưỡng trang web đầ u tiên của mình, chố ng tôi - anh Bill - đã nói: "Cái vật thể Internet mới mẻ này sẽ là tương lai của ngành bấ t động sản, em phải trở thành một phâ n của nó." Sau đó anh còn nói thêm: "Nghĩ sâu xa hơn, em hãy luôn là người thố ng trị những nhà kinh doanh bấ t động sản khác trong lĩnh vực marketing, trên Internet."

Tôi đã làm theo lời khuyên của anh và ngày nay, khi mà 80% người tiêu dùng sử dụng Internet để tìm nhà và các nhà kinh doanh bấ t động sản, trang web của tôi đã trở thành trang web số một, vượt lên trên tấ t cả các nhà kinh doanh bấ t động sản khác tại hạt Orange, bang California (với tổng số dân 3 triệu người). Có ba lý do khiế n trang web của tôi trở thành số một: (1) Trang web của tôi - www.debbieferrari.com - là một trong những trang web bấ t động sản đâ u tiên. Chúng tôi bấ t đâ u xây dựng trang web vào năm 1996 - khi đó, chúng tôi đã sớm nhận thấ y ră ng Internet sẽ là công cụ quảng cáo cực kỳ đặ c lực của những nhà kinh doanh bấ t động sản. (2) Với gâ n 1000 trang nội dung, trang web của tôi là trang web bấ t động sản đâ y đủ nhấ t và nó chứa đựng các thông tin mà người tiêu

dùng muố n biế t khi xem xét mua, bán, cho thuế hay trao đổi một tài sản bấ t động sản. (3) Công cụ tìm kiế m như Google rấ t thích các trang web tự cập nhật. Hấ u như mỗi ngày, chúng tôi đề u bổ sung thêm thông tin cho trang web, thường mỗi lấ n là cả vài trang thông tin.

Khi người ta tìm kiế m "Bấ t động sản hạt Orange", "Nhà kinh doanh bấ t động sản tại hạt Orange", "Trao đổi bấ t động sản tại hạt Orange" và nhiề `u từ khoá khác trên Google, AOL và trên các công cụ tìm kiế m khác, trang www.debbieferrari.com sẽ xuấ t hiện đã `u tiên.

Với tôi, việc làm theo lời khuyên của Bill: thố ng trị thị trường tại hạt của tôi - có giá trị hàng triệu đô la. Điề `u đó cũng giúp tôi trở nên nổi tiế `ng cả nước với trang web của mình - trang web bấ t động sản được nhận nhiề `u giải thưởng nhấ t tại Mỹ.

28. Hãy đặt ra mục đích và tin tưởng vào trực giác của bạn

ROBERT L. FREEDMAN

Robert L. Freedman là Chủ tịch và CEO của công ty bấ t động sản GVA Williams - công ty thương mại chuyên môi giới, tư vấ n và xây dựng chiế n lược, trụ sở tại thành phố New York. Ông là người phát triển tổ chức GVA Worldwide, một tổ chức hỗ trợ vố n cho 120 tổ chức thương nghiệp trên 5 lục địa

Là một nhà môi giới bấ t động sản trẻ vào những năm 1970, tôi kinh doanh dưa trên một phương pháp gọi là vân đồng - tìm ra các triển vọng kinh doanh một cách ngẫu nhiên và dựa trên sự tự nguyện của khách hàng. Tôi môi giới các ngôi nhà cho thuê loại vừa và nhỏ trong trung tâm thị trấ n Manhattan và tôi đã đạt một trình độ nghê nghiệp nhấ t định, giúp cho chủ nhà vượt qua các rắ c rố i trong việc ký kế t hợp đô ng. Tôi xác định các ngôi nhà phù hợp, các điệ u khoản đàm phán và những điệ u kiện mà cả chủ nhà và người thuê đề u chấ p nhận được, trừ một điể u đáng lưu ý - vấ n đề bảo đảm quyê n được thuê nhà. Hâ u hế t những khách hàng muố n thuê nhà đê u là những người có điệ u kiện kinh tế eo hẹp và việc bảo đảm quyê n được thuê ngôi nhà nổi lên như một yế u tố quan trọng, quyế t định sự thành bại của giao dịch. Chủ đấ t tỏ ra rấ t miễn cưỡng khi cho những người có kinh tế eo hẹp như vậy thuê nhà vì họ không có đủ khả năng kinh tế để đảm bảo và do đó, cũng không thể thuyế t phục ngân hàng phát hành thư tín dụng. Do sự khó xử này mà có nhiệ u hợp đô ng không thể chố t được.

Đặt ra mục tiêu cao. Trong buổi tổng kế t cuố i năm, giám đố c kinh doanh của tôi nói ră ng ông ta rấ t hài lòng về đạo đức nghề nghiệp, sự sáng tạo, hiệu quả công việc và tinh thâ n thâ u khoán của tôi. Tấ t cả những đặc tính đó đề u được phản ánh qua những gì tôi đã làm. Xem xét kỹ lưỡng hơn diện mạo và tác phong của tôi, ông ta thố t lên: "Này, mẹ anh không mua cho anh những chiế c cà vạt giá 50 đô (đô ng đô la năm 1974) để làm việc với những người thuê nhà nhỏ bé (...) mà chưa ai từng biế t tới đâu nhé."

Lời nhận xét này cũng có cái lý của nó. Ông muố n nói ră ng tôi hãy nâng tâ m nhìn của mình lên, hãy mua loại nhà kiểu Fortune 500, thực hiện các giao dịch lớn hơn vì ông tin ră ng tôi có thể cạnh tranh được ở mức độ đó. Điể u này làm thay đổi động lực kinh doanh của tôi và giúp đẩy tôi lên cao hơn.

Tin vào trực giác của bạn. Tôi cũng học được một bài học lớn nữa đó là phải biế t tin vào trực giác của mình. Chúng ta có thể đưa ra một ví dụ cổ điển để minh chứng cho điề u này. Đó là ví dụ về một viện tài chính lớn đã lấ y lại toà nhà chiếu theo chứng thư, thay cho việc tịch biên tài sản thế nợ.

Viện tài chính này đã định giá toà nhà là 6 triệu đô la rô ì chuyển nhượng nó cho một công ty con và chi nhánh phát triển bấ t động sản của viện. Toà nhà 24 tâ ng - xây vào khoảng năm 1911 với tổng diện tích 230.000 feet vuông - có vị trí nă m ngay tại trung tâm khu vực thuộc Dự án tái phát triển đường 42. Nhà thâ u của dự án là một cơ quan bán chính phủ có tên là New 42. Tuy nhiên, ngôi nhà nă m ngoài phạm vi của khu vực công. Cũng câ n phải lưu ý thêm ră ng, đường 42, nă m giữa đại lộ 7 và 8, chính là hình ảnh minh hoạ cho khu vực thành thị đã bị phá huỷ và tàn rụi.

Những khách hàng của chúng tôi nhận được một lời đê nghị và miễn cưỡng mua toà nhà với giá 18 triệu đô la. Họ muố n được chúng

tôi tư vấ n, để bán toà nhà và chuyển nó ra khỏi danh sách của công ty.

Chúng tôi đâ`u tư vào tài sản đó và hoãn kế´ hoạch với New 42 lại. Vào thời gian này, dịch vụ cho thuê văn phòng ngày càng phát triển và thị trường â´y bă´t đâ`u lan sang cả đường 42. Hai khu nhà lân cận với khu nhà của chúng tôi - Rạp hát New Amsterdam và The Forest City Ratner Project đang được đàm phán với hãng Disney và Madame Tussaud's. Mặc dù toà nhà không phải là nơi được qui hoạch vào đâ´t thành phố´ nhưng đó là cửa ngõ dẫn tới các di tích lịch sử quố´c gia và do đó có đủ điề`u kiện để được khâ´u trừ thuế´.

Tôi hỏi người quản lý cao nhấ t của khách hàng xem liệu chúng tôi có thể tham gia vào dự án với tư cách là thành viê `n chính chứ không phải là người môi giới. Họ từ chố i với lý do là xung đột về \lợi ích. Nhưng khi chúng tôi trình bày viễn cảnh phát triển và một kế hoạch có thể tạo ra một khoản lợi nhuận khổng lô `, họ rấ ´t chăm chú và quan tâm.

Chúng tôi bắ t tay vào thực hiện dự án, trước tiên là xây các cửa hàng bán quâ n áo ở các tâ ng trên. Khu nhà thuê sẽ tập trung vào lĩnh vực giải trí, điê u này khá phù hợp với đặc điểm ngôi nhà và khu tái đâ u tư cho giải trí thành thị. Chúng tôi và khách hàng đê u đánh giá mục tiêu của dự án là "công bă ng thương hiệu" cho những người thuê tiê m năng, cũng như chi phí chuyển giao bấ t động sản.

Sau khi xác định được các mục tiêu, chúng tôi liên hệ với các CEO và ban quản trị chứ không phải là ban Liên hiệp bấ t động sản. Chúng tôi huy động toàn bộ ngân sách quảng cáo (khoảng 100.000 đô la) cho một phương tiện truyề n thông duy nhấ t - chương trình tạp kỹ, chương trình được coi là cuố n "Kinh thánh" của công nghiệp giải trí. Chúng tôi trải rộng hai trang giấ y ra, vẽ lên đó hình thù của một anh

hâ`u mặc áo đỏ trông rấ´t kỳ dị và buô`n cười. Đó là hình ảnh miêu tả đường 42.

Từ chỗ chỉ được định giá là 6 triệu đô la tài sản đó đã được chúng tôi bán với giá xấ p xỉ 165 triệu đô la, trong đó chi phí mấ t 28 triệu đô la (tương ứng với khoản khấ u trừ thuế liên bang).

Từ ví dụ này, tôi rút ra một kế t luận rấ t đơn giản: Hãy tin tưởng vào trực giác của bạn, dù ban đâ u nó không được khách hàng ủng hộ.

29. Nắm bắt sự thay đổi

DOUG FRYE

Doug Frye là chủ tịch và CEO của công ty Colliers Macaulay Nicolls

Nê `n công nghiệp bấ ´t động sản của chúng ta phát triển rấ ´t chậm, tạo điề `u kiện thuận lợi cho những người mới bước chân vào lĩnh vực kinh doanh này - những người nă ´m bắ ´t được sự thay đổi. Hãy nhìn sâu hơn vào những sự thật hiển nhiên này để đẩy nhanh quá trình gặt hái thành công của bạn!

Bấ t động sản là lĩnh vực kinh doanh dựa vào các mố i quan hệ. Điê `u này không đúng. Bấ t động sản là lĩnh vực kinh doanh có tính đô `ng nhấ t. Người ta không hợp tác với những người họ thích; họ hợp tác với những người có điểm gì giố ´ng họ mà điểm đó có thể giúp họ đạt được những mục đích, mục tiêu cá nhân. Tấ t nhiên, trong kinh doanh, có một đố i tác mà mình thích là một lợi thế ´, nhưng tố t nhấ t thì chỉ nên coi nó là điể `u kiện phụ mà thôi.

Nghĩ về vị trí, vị trí và vị trí. Có một vị trí đẹp luôn là điề u tuyệt vời. Nhưng trong thời đại ngày nay, chìa khoá thành công lại là sự chuyên môn hoá, sự chuyên môn hoá và sự chuyên môn hoá. Dù bạn mua, bán hay cung cấ p dịch vụ, nế u bạn tập trung toàn bộ khả năng cạnh tranh vào một loại sản phẩm trong một thị trường hay một ngành kinh doanh nào đó thì bạn sẽ có cơ hội tố t để phát triển. Nế u bạn chỉ kinh doanh chung chung, bạn sẽ mãi là người đứng thứ hai, về đích sau người kinh doanh chuyên môn hoá.

Tiế p cận thông tin, phân cấ p sân chơi. Thực ra, việc dư thừa thông tin khiế n sự tập trung chuyển sang tố c độ và chấ t lượng xử

lý thông tin. Những người có kinh nghiệm, biế t nhanh chóng xác định và sàng lọc thông tin để lấ y các dữ liệu quan trọng sẽ là những người dẫn đâ u trong cuộc đua.

30. Tôn trọng mọi người

D. KENT GALE

D. Kent Gale là chủ tịch của tổ chức Daniel Gale - Tổ chức môi giới bấ t động sản thường trú không độc quyề `n lớn nhấ t ở Long Island. Tổ chức này do Daniel Gale - cha của Kent Gale và ông của Stan Gale - sáng lập vào năm 1922.

Khi tôi bắ t đâ u làm việc cho công ty của cha mình - Daniel Gale - vào năm 1937, mọi công việc kinh doanh đề u được bắ t đâ u từ những cái bắ t tay. Kể từ đó, mọi thứ đã thay đổi rấ t nhiề u. Tuy vậy, người ta vẫn còn quan tâm để n yế u tố con người và lòng trung thực.

Cha tôi, Daniel Gale, là một người đâ y ắ pý tưởng. Tôi cũng xin nói thêm ră ng con trai tôi, Stan - người thành lập công ty The Gale - là người thừa hưởng được đặc điểm đó của ông. Mặc dù gia đình chúng tôi kinh doanh xì gà nhưng cha tôi có ý tưởng bán bảo hiểm cho những người đi làm bă ng xe lửa tới Manhattan. Ông đã rấ t thành công trong lĩnh vực đó, vì vậy ông quyế t định mở rộng kinh doanh sang lĩnh vực bấ t động sản và thành lập công ty riêng của mình vào năm 1922. Ông thích một mảnh đấ t đô i tuyệt đẹp tại Huntington, ở Long Island, gâ n nơi chúng tôi số ng. Khi đó, nơi ấ y còn là một nơi hoang vă ng. Nhưng ông nhìn thấ y trước là người ta sẽ thích số ng ở đây và ông tìm một đố i tác. Cuố i cùng, họ đã cùng nhau kiế m được rấ t nhiê u tiế n - các lô đấ t bán đấ t như tôm tươi. Ông đã có dự cảm trước về tương lai và có đủ tự tin để làm theo những gì mình dư đoán.

Cha tôi cũng rấ t tôn trọng mọi người và ông đố i xử với họ rấ t tố t. Tôi đã học được từ ông một bài học rấ t quan trọng về đố i nhân xử thế . Tôi nhớ, một lâ n, hai cha con đang làm việc ở văn phòng thì có một người đàn ông mặc quâ n chẽn gố i bước vào; trông ông ta chẳng có gì là ấ n tượng cả. Nhưng cha tôi lại nói chuyện với ông ta suố t hai giờ đô ng hô . Tôi nghe được vài mẩu của câu chuyện và nó chẳng đả động gì đế n bấ t động sản hế t. Khi người đàn ông đó ra về , tôi hỏi cha tôi tại sao lại dành quá nhiề u thời gian cho ông ta đế n vậy. Ông cười và nhã c tôi đừng có "xem mặt mà bắ t hình dong". Thay vào đó, tôi phải lǎ ng nghe một cách công bă ng rồ i mới xét đoán người khác. Ông nói, mọi người sẽ làm cho tôi ngạc nhiên. Sau đó, tôi biế t được ră ng người đàn ông đó chính là người có nhiề u ảnh hưởng nhấ t tại Long Island. Tấ t nhiên là ông ta có cả môt lâu đài!

Năm 1941, tôi gia nhập quân đội, và lời khuyên đó luôn ở bên tôi, hướng dẫn tôi trong suố t năm năm tại ngũ. Tấ t nhiên, cũng xuấ t phát từ lời khuyên đó, chúng tôi đã xây dựng thành công hai công ty công ty Daniel Gale (tôi được thừa hưởng vào năm 1964) và công ty The Gale của con trai tôi, Stan.

Tấ t cả đề `u bă ´t đầ `u từ yế ´u tố ´ con người - người làm việc cho bạn, người hợp tác cùng bạn và khách hàng của bạn. Hãy đố ´i xử tố ´t với họ và hãy tôn trọng họ.

31. Hãy khiến mình nổi tiếng vì lòng trung thực

STANLEY C. GALE

Stanley C. Gale là Chủ tịch và CEO của công ty The Gale, một trong những công ty bấ t động sản thương mại tư nhân lớn nhấ t thế giới với danh mục đã `u tư lớn hơn 60 triệu feet vuông. Kể từ khi mới thành lập vào năm 1985, công ty The Gale đã thay mặt các đố i tác đâ `u tư của mình đâ `u tư với số ´ tiê `n hơn 3 tỷ đô la. Ông chính là con trai của D. Kent Gale.

Tôi đã học được từ cha và ông nội một điề `u, đó là: trong kinh doanh bấ 't động sản, lời nói chính là trái phiế 'u của bạn. Không có bản hợp đô `ng nào có giá trị lớn hơn một cái bắ 't tay. Ông nội tôi thành lập công ty bấ 't động sản chuyên kinh doanh nhà ở - The Daniel Gale - vào năm 1922 và dưới sự lãnh đạo của cha tôi, nó đã trở thành công ty môi giới bấ 't động sản có trị giá lên tới một tỷ đô la. Ngày nay, nó vẫn là một công ty độc lập và được những người mua, bán bấ 't động sản ở Long Island tín nhiệm nhấ 't. Sự tô `n tại lâu dài và thành công của công ty đã chứng minh tâ `m quan trọng của sự trung thực trong kinh doanh bấ 't động sản.

Trung thực chính là sự khác biệt

Biế t yêu tài sản. Tôi không hoàn toàn tin vào cái gọi là những lời khuyên đúng đấ n trong lĩnh vực bấ t động sản, đặc biệt là kinh doanh bấ t động sản. Một trong số những lời khuyên kiểu như vậy là: "Đừng bao giờ yêu" bấ t cứ tài sản nào, ít nhấ t là cho tới khi bạn

thu được khoản tiê `n nào từ nó hoặc tài sản đó có thể qui ra "gạch và gỗ" . Điê `u này thật vô nghĩa.

Tôi phải có tình yêu với tài sản. Và tôi không xấ u hổ khi nói rã ng: Tôi tin vào tình yêu sét đánh. Nế u tôi không trải qua cú số c không thể nhâ m lẫn đó, sự nhận ra trong khoảnh khắ c đó, nế u tôi không yêu một tài sản nào thì cũng chẳng có vụ mua bán nào cả. Có thể nói, cách kinh doanh của gia đình Gale là yêu một tài sản nào đó và tự hào về nó, đô ng thời muố n làm cái gì đó thật khác biệt với nó. Một tài sản không đơn thuấ n chỉ là "gạch và gỗ".

Xác định đâ ù ra. Ngay từ giây phút đâ ù tiên, tôi đã phải xác định đâ ù ra cho ngôi nhà: đố i tác của tôi sẽ là ai, khung thời gian là bao nhiêu, ai sẽ thuê ngôi nhà đó. Nế u tôi không thể phác hoạ toàn bộ giao dịch trên một cái gì đó như là cái cocktail napkin, nó sẽ chẳng bao giờ có hiệu quả trong cuộc chạy đua của Argus. Điề ù này khiế n nhiê ù người đặt ra câu hỏi tại sao tôi lại trả giá rấ t hời cho các tài sản có chấ t lượng cao? Nguyên nhân là do trong lúc họ còn bị kẹt ở "hiện tại" thì tôi đã nhìn thấ y trước triển vọng của tài sản đó - giá trị thực cuố i cùng của nó là bao nhiêu. Điề ù này cũng giố ng với những gì mà cha của Wayne Gretzky khuyên ông: "Hãy tới những nơi có xu hướng phát triển, đừng tới những nơi đã phát triển rồ ìi."

Gặp mặt trực tiế p. Tôi cũng học được từ gia đình một điề u, đó là: Không gì bă ng một cuộc gặp mặt trực tiế p. Tôi đã tới Hàn Quố c 45 là n để thấ t chặt mố i quan hệ hợp tác với đố i tác của mình. Nhờ đó, công ty The Gale trở thành nhà phát triển bấ t động sản chính của thành phố Songdo. Đó là dự án trị giá 25 tỷ đô la, một dự án phát triển bấ t động sản lớn nhấ t trên thế giới. Tôi đã phải bay hơn 1300 giờ và phải ăn rấ t nhiề u kim chi nhưng quan hệ cá nhân mật thiế t là phâ n thưởng xứng đáng với tấ t cả công sức mà tôi bỏ ra.

Chia sẻ nguy cơ. Một lời khuyên nữa mà tôi thấ y hoàn toàn sai là m, đó là: "Đừng hợp tác kinh doanh với bạn bè." Tôi xin nói ră ng: "Hãy chỉ kinh doanh với bạn bè mà thôi." Một số bạn làm ăn là những người bạn thân nhấ t của tôi và ngược lại, một vài bạn thân nhấ t của tôi lại chính là đố i tác kinh doanh. Điề u đó chẳng thể nào khác được. Khi hợp tác kinh doanh với bạn bè, có lẽ bạn muố n học làm theo công thức của cha tôi: "Hãy để các đố i tác tài chính chia sẻ với bạn những lúc phát đạt và giảm bớt gánh nặng cho bạn những lúc khó khăn. Các bạn phải cùng nhau chia sẻ nguy cơ một cách công bă ng."

32. Đừng bao giờ bán; hãy trao đổi bất động sản

JIM GILLESPIE

Jim Gillespie là Chủ tịch và CEO của Công ty Ngân hàng bấ t động sản Coldwell

Người cho tôi lời khuyên giá trị nhấ t trong kinh doanh bấ t động sản chính là người môi giới đâ u tiên của tôi - Bob Dixon tại công ty Nhà ở Dixon Gallery ở La Grange, Illinois. Ông ta khuyên tôi: "Đừng bao giờ bán những đâ u tư bấ t động sản; hãy trao đổi chúng."

Khi còn là sinh viên tại trường đại học Illinois, tôi nhận ra ră ng tôi muố nhọc một ngành có thể giúp đỡ được mọi người. Công việc đâ u tiên của tôi là làm giáo viên tại một trường phổ thông. Sau đó, tôi làm chủ tịch Hội thanh niên cơ đố c tại La Grange, Illinois. Một trong số những người bạn cùng chơi tennis với tôi làm việc trong ngành bấ t động sản. Và anh ta thuyế t phục tôi ră ng cá tính cũng như đạo đức nghê nghiệp của tôi rấ t thích hợp với ngành kinh doanh bấ t động sản. Anh ta đã đúng.

Khi Bob chia sẻ với tôi lời khuyên này, tôi 33 tuổi và tôi sớm nhận ra ră `ng đâ `u tư vào bấ ´t động sản là một bước chuyển khôn ngoan. Vì không có nhiê `u tiê `n nên tôi quyê ´t định mỗi năm mua một căn nhà và cho thuê. Do đó, có thể nói, tiê `n cho thuê nhà chính là tiê `n lãi. Mặc dù còn rấ ´t trẻ tuổi, lúc đó tôi đã tập trung nhiê `u vào sự tăng giá nhà ở. Tôi dâ `n hiểu được những ưu thế ´ vê `thuê ´ mà chủ nhà có được, ý nghĩa của sự khấ ´u hao và cơ hội sử dụng các ngôi nhà như là phương tiện để vay tiê `n.

Tôi chưa từng gặp trục trặc trong việc tìm người thuê nhà. Tôi luôn giữ mức giá hợp lý và giữ cho ngôi nhà ở trạng thái tố t nhấ t. Tôi không coi thu nhập từ việc cho thuê nhà là chiế n lược đâ u tư lâu dài. Theo tôi, những lợi ích lâu dài vê thuế và sự tăng giá nhà mới là những yế u tố khiế n cho bấ t động sản trở thành lĩnh vực đâ u tư tố t nhấ t.

Chính vì lời khuyên của Bob nên tôi không bao giờ bán một căn nhà mà không mua một căn nhà khác thay thế . Tôi tìm cách tăng chấ t lượng và ưu thế của ngôi nhà, và tôi đã tận dụng ưu điểm của Hệ thố ng trao đổi miễn thuế Starker 1031. Hệ thố ng này cho phép bạn trao đổi các tài sản bấ t động sản cùng loại mà không phải nộp thuế hoặc nộp rấ t ít. (Nhưng hãy luôn đố i chiế u với cố vấ n về thuế của bạn). Số tiế n thu được từ việc cho thuê nhà sẽ là nguồ n thu chính khi tôi ngừng kinh doanh.

Tôi thấ y thật may mã n khi người bạn cùng chơi tennis đã giúp tôi bước vào lĩnh vực kinh doanh bấ t động sản. Trong suố t quá trình kinh doanh, tôi đã gặp rấ t nhiề u người thú vị và đã cùng họ xây dựng được những tình bạn tuyệt vời. Trên tấ t cả, cũng trong quá trình kinh doanh ấ y, tôi đã tìm được vợ mình. Tôi đã có 31 năm kinh nghiệm trong kinh doanh bấ t động sản và trong ngâ n ấ y năm, tôi luôn gắ n bó với Ngân hàng Coldwell. Có vẻ hơi thiên vị nhưng tôi tin ră ng đây là ngân hàng tố t nhấ t trong số các ngân hàng có liên quan để n kinh doanh bấ t động sản trên thế giới.

33. Lưu ý tới chi tiết

LEWIS M. GOODKIN

Lewis M. Goodkin - Chủ tịch của Công ty tư vấ n Goodkin - là một trong số những nhà tư vấ n bấ t động sản hàng đã `u của nước Mỹ. Ông còn là diễn giả thường xuyên vê `các vấ n đề `: Kinh tế đấ t đô thị, Đâ `u tư, phát triển và tiế p thị bấ t động sản. Đô `ng thời, ông là tác giả của cuố n "Khi bấ t động sản và xây dựng nhà ở trở thành ngành kinh doanh lớn" và đã viế t hàng nghìn bài báo cho các tổ chức kinh doanh, thương mại, các tờ báo và tạp chí.

Tôi nhận thấ y ră ng, phâ n lớn những người tham gia vào ngành công nghiệp bấ t động sản thường bỏ qua những lời khuyên căn bản nhấ t. Những khách hàng để ý cẩn thận tới từng chi tiế t thường đưa ra quyế t định đúng đấ n hơn và thường có được các dự án lớn hơn. Bạn có thể kiế m được nhiệ u tiế n hơn mức bạn câ n nhưng đừng bao giờ ngừng học hỏi. Sau đây là ba cách giúp bạn luôn chắ c chắ n ră ng mình đang để ý tới những chi tiế t đúng:

- 1. Chúng ta bán và cho thuê các loại bấ t động sản với con người, chứ không phải với các con số . Vì vậy, bạn càng hiểu vê họ những người tạo nên thị trường của bạn bao nhiêu, bạn càng thành công bấ y nhiêu trong việc đáp ứng những mong muố n, nhu câ u cũng như khả năng của họ.
- 2. Trong kinh doanh bấ t động sản, chúng ta thường thấ y những người kinh doanh không chuyên thấ t bại vì họ không hiểu được những điểm tinh vi của thị trường; trái lại các chuyên gia thấ t bại vì họ bỏ qua những chi tiế t quá rõ ràng.

3. Các dự án bấ t động sản thành công nhấ t là kế t quả có được khi những nhà phát triển lưu tâm để n hàng trăm các chi tiế t nhỏ mà các đố i thủ cạnh tranh của họ cho qua trong thị trường mục tiêu của họ, hơn nữa còn đánh giá rấ t cao các chi tiế t đó.

34. Quản lý việc đóng thuế

GARY GORMAN

Gary Gorman là người sáng lập và đố i tác quản lý của hệ thố ng trao đổi 1031, LLC, một chuyên gia về thuế trong lĩnh vực bấ t động sản và là tác giả của cuố n "Exchanging UP"!

Khi bán nhà hay đấ t, bạn chỉ nên đóng thuế nế u bạn muố n, và với số tiê n mà bạn thấ y hợp lý. Tôi đã học được bài học quí giá này hơn 20 năm, từ trước khi tôi chiu trách nhiệm quản lý và giải quyế t các vấ n đề liên quan để n thuế cho văn phòng tại San Francisco của công ty Price Waterhouse (hiên nay đã đổi thành PricewaterhouseCooper). Hô i đó, tôi có một khách hàng kinh doanh bấ t động sản rấ t hay sử dụng Hệ thố ng trao đổi 1031 để trì hoãn việc đóng thuế cho khoản lợi nhuận thu được từ việc mua - bán đó. Muc 1031 của qui ước IRS cho phép người đóng thuế tích luỹ được khoản lợi nhuận thu từ việc bán những tài sản đâ u tư cũ để đổi lâ y những tài sản đâ u tư mới; nhò đó, họ không phải đóng thuế cho món lời ngày càng tăng đó. Đây là một trong những lợi thế vô cùng to lớn của việc sở hữu bấ t động sản so với sở hữu cổ phiế u và trái phiê u, bởi vì không có mục qui ước tương tự cho cổ phiê u và trái phiê u. Tôi không hê biê t ră ng thời gian làm việc với vị khách hàng đó chính là bước khởi đâ u để xây dựng và phát triển sự nghiệp vĩ đại của tôi sau này - sự nghiệp với bấ t động sản. Từ sau năm 1991, IRS thay đổi các điệ u lệ trong Hệ thố ng trao đổi 1031 và bắ t đâ u yêu câ u các nhà môi giới tham gia giao dịch phải có đủ trình độ chuyên môn, tôi cảm thấ y mình ngày càng bị vũ đài 1031 hấ p dẫn. Lợi dụng vố n kiế n thức về ngành bấ t động sản và các kỹ năng của một CPA, tôi thôi học khoá đào tạo CPA và bắ t đâ u sư nghiệp của

một nhà môi giới chuyên nghiệp. Đế n nay, tôi đã tham gia giải quyế t hơn bố n ngàn vụ giao dịch buôn bán.

Kinh nghiệm dạy tôi ră `ng, dù vụ trao đổi có khó khăn và phức tạp để ´n đầu chăng nữa, chỉ cầ `n theo sát 6 nguyên tắ ´c sau, bạn sẽ thành công trong việc trì hoãn đóng thuế ´.

1. Giữ bấ t động sản lại để đã `u tư. Kể cả cơ ngơi cũ mà bạn đang rao bán và cơ ngơi mới mà bạn đang muố n mua, hãy giữ lại để đã `u tư. Bấ t kì loại bấ t động sản nào cũng đề `u có giá trị như một món đã `u tư. Bạn có thể bán biệt thự sang trọng và mua một văn phòng lớn, một chung cư, một nhà kho, hay thậm chí là cả khu đấ t trố ng. Giữ bấ t động sản lại và bán ra khi có thời cơ. Nói chung, bạn nên giữ cơ ngơi cũ và cơ ngơi mới lại để đâ `u tư trong ít nhấ t một năm và một ngày.

Bấ t cứ thứ gì được xế p vào danh mục bấ t động sản đề u có thể dùng để kinh doanh. Bạn có thể tận dụng những lợi thế về nước, gỗ và ga trong căn nhà của mình khi kinh doanh. Vài năm qua, số lượng nhà nghỉ và nhà cho thuê xuấ t hiện ngày càng nhiề u trong danh mục của 1031.

2. Giới hạn số bấ t động sản ở con số 3 hay ít hơn. Tính từ ngày bán được cơ ngơi cũ, bạn có 45 ngày để cung cấ p cho môi giới danh sách bấ t động sản mà bạn muố n mua. Trong danh sách của bạn chỉ nên có khoảng 3 cơ ngơi hay ít hơn và 45 là số ngày hạn định. Bạn không thể kéo dài thời gian đó, bởi vì kỳ hạn có thể rơi vào ngày nghỉ cuố i tuầ n hay nghỉ lễ.

Bạn sẽ hạn chế được sai sót khi mua căn nhà nế u số bấ t động sản câ n mua trong danh sách chỉ là 3 hay ít hơn. Ví dụ, điệ u này có thể chấ p nhận được nế u bạn đã bán ngôi biệt thự sang trọng với giá 100.000 đô la, sau đó liệt kê ra danh sách 3 ngôi nhà câ n mua, mỗi

cái có giá là 10.000 đô la (tổng là 30.000 đô la). Tuy nhiên, nế u bạn liệt kê hơn 3 bấ t động sản, danh sách tổng của bạn không thể gấ p quá 2 lâ n giá bán ngôi nhà cũ. Ta thử thay đổi ví dụ, nế u bạn liệt kê 4 bấ t động sản câ n mua, mỗi cái có giá 75.000 đô la (tổng tấ t cả là 300.000 đô la), cả vụ trao đổi đã quá lố - có nghĩa là cả vụ trao đổi đã thấ t bại (ngay cả khi bạn chỉ mua một trong số 4 bấ t động sản đó) vì bạn đã liệt kê quá 3 bấ t động sản và tổng giá của chúng lại vượt quá 2 lâ n giá bán ngôi nhà cũ. Ta có thể rút ra kinh nghiệm là: Hãy đơn giản danh sách của bạn và giới hạn chúng ở mức 3 tài sản hay ít hơn.

Các đặc điểm nhận dạng khu nhà hay mảnh đấ t đó câ n phải rõ ràng để nế u IRS muố n kiểm tra công việc của bạn, nhân viên của họ có thể đế n ngay nơi đó để xác nhận danh sách. Ví dụ, bạn nên trích là: "123 đường Chính, Denver, Colorado" hơn là "Một ngôi nhà có 3 phòng ngủ, 2 nhà tấ m trên đường Chính, Denver, Colorado." Hãy miêu tả thật chi tiế t những khu đấ t trố ng không có địa chỉ email.

Bạn nên gửi danh sách cho nhà môi giới của bạn trước nửa đêm của ngày thứ 45. Bạn có thể gửi nó bă ng email, fax, hay mang trực tiế p để n cho nhà môi giới, miễn là người đó được nó vào đúng ngày hẹn. Sau nửa đêm của ngày thứ 45, bạn không được phép thay đổi danh sách đó nữa; có thể bạn sẽ phải chịu hình phạt rấ t nặng, kể cả việc bị bỏ tù nế u IRS phát hiện ra bạn đã thay đổi danh sách đó.

3. Kế t thúc việc mua tài sản mới trong vòng 180 ngày. Kể từ ngày bạn hoàn thành việc bán cơ ngơi cũ, bạn có 180 ngày để mua được cơ ngơi mới và cơ ngơi mới này phải nă m trong danh sách đã gửi cho nhà môi giới của bạn. Bạn có thể mua một hay cả ba tài sản nă m trong danh sách đó. Cũng giố ng như yêu câ u 45 ngày, 180 ngày là số ngày hạn định để hoàn thành việc mua bán này (bao gồ m cả ngày nghỉ cuố i tuâ n và nghỉ lễ); và bạn không thể kéo dài kỳ hạn đó.

Hoàn thành việc mua bấ t động sản có nghĩa là bạn phải nă m được quyề n sở hữu và đứng tên sở hữu tài sản đó trước ngày thứ 180. Bạn câ n phải dừng việc mua ngôi nhà hay mảnh đấ t đó vào hôm trước, nế u ngày thứ 180 rơi đúng vào thứ 7, chủ nhật hay kì nghỉ lễ. Chúng tôi luôn cảm thấ y vô cùng lo lă ng khi khách hàng của mình kế t thúc việc mua bán đúng vào phút cuố i cùng của kỳ hạn.

4. Chọn một nhà môi giới có đủ trình độ chuyên môn về lĩnh vực bấ t động sản. Bạn không thể chạm đế n tiế n trong suố t thời gian bán bấ t động sản cũ và mua bấ t động sản mới. Luật pháp qui định ră ng bạn phải nhờ đế n một bên thứ ba không phụ thuộc (thường gọi là môi giới chuyên nghiệp) nă m giữ tiế n cho bạn. Hãy cản thận khi chọn nhà môi giới cho mình vì luật pháp không bảo vệ bạn khỏi những nhà môi giới tai tiế ng. Mới đây, một phiên toà đã ra quyế t định: nế u người giữ tiế n của bạn không được gửi với số tài khoản dành riêng cho bạn, chủ nợ của môi giới mà bạn thuế có thể thu hô i số tiế n đó. Hãy đảm bảo ră ng người môi giới đó đã lập tài khoản riêng cho bạn.

Bạn có thể cho ră `ng: Nế ´u vai trò của môi giới trong quá trình trao đổi là quan trọng đế ´n vậy thì luật pháp liên bang và nhà nước nên có những điề `u luật rõ ràng để bảo vệ bạn cũng như tiề `n của bạn khỏi những môi giới thiế ´u thận trọng và trung thực. Trên thực tế ´ thì không có luật nào như vậy, không có ai bảo vệ bạn cả.

5. Hãy đảm bảo ră `ng người chủ sở hữu bấ 't động sản cũ và bấ 't động sản mới là giố 'ng nhau. Tên người chủ sở hữu trong bản thố 'ng kê món tài sản cũ nên trùng với tên người chủ sở hữu trong bản thố 'ng kê món tài sản mới. Ví dụ, nê 'u Fred và Sue Jones bán ngôi biệt thự sang trọng của họ đi thì họ cũng phải cùng đứng tên chủ sở hữu món tài sản mới. Họ không thể đổi thành Tập đoàn đã `u tư Jones, vì tập đoàn là một cá thể đóng thuế khác.

Các tập đoàn, hiệp hội, công ty trách nhiệm hữu hạn (LLC) và tơ rót đề `u có thể dùng Hệ thố 'ng trao đổi 1031. Tuy nhiên, kiểu sở hữu tập thể này có thể gây phức tạp cho vụ trao đổi. Ví dụ, nế 'u trong hiệp hội của mình, bạn đứng tên chủ sở hữu bấ 't động sản nhưng sau khi bán bấ 't động sản đó, các đố i tác của bạn muố n đã `u tư vào lĩnh vực khác; lúc này, bạn câ `n phải được hướng dẫn chi tiế 't về `cơ cấ 'u trao đổi; do đó, có bên mình một môi giới có trình độ chuyên môn cao là rấ 't quan trọng với bạn.

6. Mua một thứ gì đó có giá tri tương đương hay lớn hơn. Để tránh việc phải đóng thuế trong quá trình trao đổi, bạn phải mua một ngôi nhà, mảnh đấ t có giá trị tương đương hay lớn hơn tài sản cũ và tái đâ u tư tấ t cả số tiê n mặt bạn có. Ví dụ, nế u Fred và Sue bán ngôi biệt thự sang trọng của họ với giá 100.000 đô la; họ phải mua một cơ ngơi mới có giá trị thấ p nhấ t là 100.000 đô la, để tránh phải đóng thuế. Nế u chỉ phải trả 90.000 đô la cho cơ ngơi mới, họ sẽ phải đóng thuế cho 10.000 đô la còn lại. Nế u sau khi bán ngôi biệt thự, họ thanh toán các văn tự câ m cố của mình và trả những chi phí khác hế t tổng số tiế n là 40.000 đô la, thì số tiế n còn lai của ho là 60.000 đô la sẽ được chuyển tới người môi giới của ho; khi đó, ho phải tái đâ`u tư tâ´t cả 60000 đô la đó. Giả sử ho muô´n mua môt cơ ngơi mới có giá là 150.000 đô la và để trả được món tiê n đó, họ phải kí văn tự câ m cố mới có trị giá là 100.000 đô la, nhưng họ chỉ sử dụng 50.000 đô la trong số 60.000 đô la mà người môi giới đang câ m, họ sẽ phải đóng thuế cho số tiế n 10.000 đô la còn lại chưa được sử dụng đó. (Chú ý ră ng: tôi không nói là để có thể sử dụng được Hệ thố ng trao đổi 1031, họ phải kí một món nợ khác cho cơ ngơi mới, ít nhấ t là tương đương với món nợ họ đã trả cho cơ ngơi cũ. Đây không phải là một yêu câ u, mặc dù có vẻ như rấ t nhiê u chuyên gia tư vấ n về thuế và trao đổi khuyên vậy.)

Không có giới hạn cho số vụ trao đổi bạn có thể tiế n hành và bạn có thể tiế p tục thu lợi nhuận từ việc bán một cơ ngơi cũ và đổi lấ y một cơ ngơi mới cho để n khi bạn quyế t định lấ y ra một phâ n tiê n lãi trong khi bán bấ t động sản. Khi đó, bạn sẽ phải nộp thuế. Bắ ng cách này, bạn có thể kiểm soát được lượng tiê n mặt rấ t có khả năng bị đánh thuế trong quá trình giao dịch. Tái đấ u tư vào một ngôi nhà hay mảnh đấ t mới là một cách rấ t phổ biế n để có thể sử dụng được tiê n mặt mà không phải chấ p hành nghĩa vụ đóng thuế.

35. Luôn luôn thương lượng

GEORGE E.GRACE

George E. Grace là người sáng lập ra Liên hiệp công ty G. E. Grace và là thành viên của Uỷ ban bấ t động sản của New York. Ông còn là cố vấ n của công ty đại diện cho những người thuê nhà đấ t đâ `u tiên ở thành phố New York.

Liên hiệp công ty G. E. Grace đại diện cho các công ty chuyên thuê văn phòng, nhà đấ t để kinh doanh. Một người làm việc lâu năm trong công ty này đã cho tôi những lời khuyên vô cùng quí báu, cho để n giờ tôi vẫn còn cảm thấ y tính hữu ích của nó. Tuy nhiên, cũng giố ng như rấ t nhiề u những lời khuyên khác, bạn chỉ mấ t có năm phút để học thuộc nó nhưng phải mấ t cả đời để hiểu và áp dụng được nó.

Lời khuyên đó là: Luôn luôn thương lượng với các chủ nhà và cân nhắ c thận trọng giữa những cơ hội lựa chọn.

Khi có nhiệ `u chủ nhà cùng cạnh tranh để cho bạn thuê nhà, bạn có thể dễ dàng nâng cao lợi nhuận kinh tế ´ của vụ giao dịch.

Người bán (chủ nhà) nói chung và đại lý của họ nói riêng đề `u cùng thuộc một thị trường cạnh tranh. Họ không thích để vuột mấ t khách hàng vào tay đố i thủ hay bỏ trố ng ngôi nhà của mình. Họ cũng không muố n bỏ lỡ vụ giao dịch. Bạn càng khiế n các chủ nhà cạnh tranh với nhau nhiê `u, họ càng muố n giành chiế n thắ ng và đó là lúc bạn và khách hàng của mình đạt được kế t quả mỹ mãn nhấ 't.

Lời khuyên này đã giúp nhiê `u khách hàng của tôi tiế t kiệm hàng triệu đô la khi thuê được nhà với giá rẻ, được nhượng quyê `n sử dụng lớn hơn và thời hạn thuê nhà cũng dài hơn. Lời khuyên là nê `n tảng của hâ `u hê ´t vụ đàm phán mà chúng ta tiế ´n hành.

Có rấ t nhiề u hệ quả của lời khuyên này. Những người thuê nhà thường tự giới hạn sự lựa chọn của mình. Điề u này là không nên. Hãy tìm thêm cơ hội cho mình. Nế u không còn lựa chọn nào khác, bạn cũng đừng quá liề u lĩnh. Khi nhận được một bản hợp đô ng hấ p dẫn, hãy dừng việc thương lượng và chấ p nhận lời đề nghị đó.

36. Hãy tin tưởng vào thị trường

HARVEY E. GREEN

Harvey E. Green là Chủ tịch, đô `ng thời là CEO của công ty môi giới đâ `u tư bấ ´t động sản Marcus & Milichap - một trong những công ty môi giới bấ ´t động sản lớn nhấ ´t ở Mỹ.

Vẫn còn rấ t trẻ và mới rời quân ngũ, tôi đã bắ t đâ u sự nghiệp kinh doanh bấ t động sản của mình một cách rấ t tình cờ.

Tôi đã trở thành một môi giới khá thạo việc từ sau khi bắ t đầ u bước vào lĩnh vực kinh doanh này. Đó là kế t quả của những kinh nghiệm to lớn, quí báu mà tôi học được từ anh rể. Anh như một người cha, người thâ y của tôi. Tôi luôn trân trọng, ngưỡng mộ những gì anh đã trải qua trong cuộc số ng và trong sự nghiệp. Lời khuyên đâ u tiên anh nói với tôi khi tôi bắ t đâ u tham gia vào lĩnh vực này đã nhanh chóng bị lu mờ bởi những điê u anh nói không lâu sau đó. Lời khuyên tuyệt nhấ t mà anh từng nói thật đơn giản, đó là: Hãy đâ u tư vào lĩnh vực bấ t động sản và hãy tin tưởng vào thị trường.

Anh hiểu rấ t rõ ră ng: Cùng với thời gian, bấ t động sản sẽ trở thành một trong những ngành có ảnh hưởng lớn nhấ t, nế u không thì bấ t động sản cũng là một trong những động lực thúc đẩy xã hội phát triển và đảm bảo cho sự bê n vững xã hội vê lâu dài. Bấ t chấ p các qui luật, mặc xã hội xoay vâ n, theo thời gian, giá trị của ngành bấ t động sản ngày càng tăng lên, đô ng thời bản kê khai thu nhập của những người trong ngành này cũng cao không kém.

Sau đây là 5 lời khuyên liên quan đế n lĩnh vực đâ u tư bấ t động sản mà tôi muố n gửi tới các bạn:

- 1. Là một nhà đâ `u tư, bạn phải biế ´t mình là ai. Bạn phải biế ´t được tại sao bạn lại đâ `u tư vào ngôi nhà hay mảnh đâ ´t đó; vào những thời điểm khác nhau của mỗi vụ đâ `u tư, mục tiêu của bạn là gì; và thậm chí trước khi ngỏ ý đâ `u tư, hãy tính toán chiế ´n lược rút lui trong trường hợp không muố ´n tiế ´p tục vụ đâ `u tư đó.
- 2. Hãy tập hợp quanh bạn một nhóm ủng hộ và giúp đỡ bạn. Thậm chí, nế u bạn là một nhà đâ u tư riêng lẻ, bạn cũng câ n một nhóm chuyên gia giúp đỡ bạn; họ sẽ nhanh nhạy hơn và giỏi hơn bạn trong lĩnh vực chuyên môn của họ. Hãy tập hợp trong nhóm của bạn một chuyên gia môi giới, một nhà môi giới về câ m cố chuyên nghiệp, một người siêng năng và am hiểu về các qui định thuế, một luật sư giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực bấ t động sản, một kế toán giỏi,...
- 3. Nă m được lợi nhuận theo cách các chuyên gia thường làm. Bạn thực sự thu được lợi nhuận khi bấ t động sản được mua, chứ không phải là khi bấ t động sản được bán. Bạn câ n phải xây dựng những chiế n lược riêng biệt nhà m làm tăng giá trị của mỗi một ngôi nhà hay mảnh đấ t. Bởi khi chúng xuấ t hiện với dáng điệu thu hút nhấ t, có nhiề u đổi mới và cải cách nhấ t, giá trị của chúng sẽ tăng lên rấ t nhiề u. Hãy lên kế hoạch "đánh bóng" ngôi nhà hay mảnh đấ t một cách thật hệ thố ng, giố ng như danh sách những thứ câ n kiểm tra trước khi bay, nó rấ t quan trọng và giúp chúng ta gặp nhiề u may mắ n hơn.
- 4. Thừa nhận ră `ng yế ´u tố ´ địa lý, xã hội còn quan trọng hơn vị trí của ngôi nhà hay mảnh đấ ´t. Không còn nghi ngò gì nữa, vị trí có ảnh hưởng rấ ´t lớn để ´n việc đi lại, thông thương; tuy nhiên còn nhiê `u yế ´u tố ´ quan trọng hơn thể ´. Vê ` lâu vê ` dài, một khu vực ít nhận được đâ `u tư phát triển có thể gây ảnh hưởng đế ´n giá trị của bấ ´t động sản. Hạn chế ´ vê ` ngân sách có thể do yế ´u tố ´ địa lý hay

chính trị tác động, hay cả hai, và điể `u đó có thể làm giảm giá trị cạnh tranh của khu đấ t trong tương lai.

5. Suy nghĩ kỹ lưỡng, chóp thời cơ đúng lúc. Bấ t động sản có thể được giữ lại đâ u tư trong một thời gian dài; theo thời gian, giá trị của chúng có thể sẽ tăng lên, nhưng cũng có thể sẽ giảm đi nế u bạn buộc phải bán gấ p. Thu nhập của bạn cũng có thể sẽ giảm nế u bạn đâ u tư quá lâu mà không có chiế n lược phù hợp. Để vượt qua sóng gió trên thương trường, bạn câ n phải rấ t kiên nhẫn. Một người có tâ m nhìn xa trông rộng thường được thưởng công xứng đáng. Tuy nhiên, những nhà đâ u tư khôn ngoạn luôn ý thức được một thực tế là: Mỗi một ngôi nhà hay mảnh đấ t đề u có thời gian thích hợp để bán. Không biế t chóp thời cơ sẽ làm tăng nguy cơ rủi ro của vụ đâ u tư. Là một nhà đâ u tư, bạn phải luôn luôn tìm kiế m cơ hội đâ u tư, bấ t chấ p các qui luật, các vòng chuyển đổi.

37. Luôn trân trọng cam kết

JEFREY GURAL

Jefrey Gural là chủ tịch của Công ty bấ t động sản Newmark, một trong những doanh nghiệp cung cấ p dịch vụ bấ t động sản độc lập, lớn nhấ t trên thế giới. Ông còn là thành viên trong Ban giám đố c của Uỷ ban bấ t động sản New York.

Hai mươi năm trước, tôi đã bă t tay với một quí ông lớn tuổi có tên là Sam Galewits để mua một khu nhà nă m trên đường Broadway và Aston Place với giá 9 triệu đô la. Một vài ngày sau, người cung cấ p tin tức mật của tôi cho biế t Sam mới nhân được lời đề nghi bán khu nhà đó với giá 10 triệu đô la từ một người quen của tội; anh ta không biế t ră ng tôi cũng đang tiế n hành thương lượng, ký kế t để mua khu nhà đó. Tôi nghĩ là tôi sẽ mấ t vụ làm ăn này và chặ c chặ n Sam sẽ goi điên cho tôi để thông báo rặ ng ông ta đã nâng giá bán lên 1 triệu đô la so với đê nghị của tôi. Đảm bảo ông ta sẽ nói ră ng: "Tôi vô cùng xin lỗi" hoặc sẽ cho tôi một cơ hội khác, nế u tôi đưa ra giá hời hơn. Tôi đã vô cùng ngạc nhiên khi ông ta nói ră ng ông rấ t coi trọng cái bắ t tay giao kèo với tôi, ông không muố n biế n mình thành một thă ng ngô c và phá hợp đô ng chỉ vì 1 triệu đô la tiê n lời. Ông giải thích ră ng cha ông đã dạy ông không bao giờ được nuố t lời, và cái bă t tay của ông cũng giá trị như một hợp đô ng viê t tay.

Sau này, tôi luôn nhớ để n Sam và lời khuyên của cha ông. Trong hơn hai mươi lăm năm qua, tôi chưa từng đơn phương phá giao kèo. Tôi tin ră ng lời khuyên này rấ t hữu ích với tôi vì thực tế là các nhà môi giới luôn giới thiệu khách hàng tới thuê các toà nhà của tôi; bởi

họ có thể tin tưởng ră `ng tôi sẽ luôn giữ lời hứa với họ. Thật là khó tin, để ´n giờ chúng tôi vẫn còn sở hữu khu nhà tôi đã mua của Sam nhiê `u năm trước và để ´n thời điểm này, giá trị của nó đã tăng lên rấ ´t nhiê `u, khoảng hơn 100 triệu đô la.

38. Người thuê hôm nay là người mua ngày mai

ANDREW HEIBERGER

Andrew Heiberger là Chủ tịch và CEO của Công ty bấ t động sản Buttonwood, công ty có trụ sở đặt tại Manhattan, chuyên tập trung vào lĩnh vực phát triển, đã `u tư và tổ chức nghiệp đoàn. Ông cũng là người sáng lập và cựu CEO của công ty Citi Habitats, một trong những công ty môi giới nhà ở lớn nhấ t và thành công nhấ t ở thành phố New York.

Cha mẹ tôi hoạt động khá tích cực trong thị trường bấ t động sản ở Long Island; và từ khi còn rấ t nhỏ, tôi đã thực sự mê đấ m ngành này. Năm 20 tuổi, tôi đế n Manhattan; lúc đó, rấ t nhiề uý tưởng và tham vọng cứ lởn vởn trong đã u tôi. Tuy nhiên, hô i đó, không có nhiề u trường dạy người ta cách tiế p cận thế giới bấ t động sản. Trên thực tế, cũng có rấ t ít cơ hội cho những người trẻ tuổi tham gia vào ngành này. Thông thường bạn chỉ làm công việc giữ chân quản lý tài sản, hay nế u may mắ n hơn, bạn có thể pha cà phê và chạy việc cho một nhà phát triển nào đó. Đặc biệt, có một lĩnh vực hoàn toàn không dành cho các chuyên gia trẻ tuổi, đó là: kinh doanh, môi giới nhà ở. Hâ u hế t mọi người đề u nghĩ ră ng: Nế u tóc của bạn không có màu xám và tên của bạn không là Gladys, bạn không thể bán nhà ở Manhattan.

Thêm nữa, các nhà môi giới thường không để ý đế n tiê n thuê nhà. Tôi thật sự muố n tìm hiểu xem tại sao họ lại thờ ơ như vậy vì hâ u hế t những người đế n New York đề u chọn giải pháp thuê nhà,

và bấ t cứ ai đã từng đi thuê nhà đề u biế t ră ng việc đó không phải là dễ. Ai chẳng muố n gặp được một khuôn mặt thân thiện giữa hàng trăm nhìn khuôn mặt xa lạ trong thành phố rộng lớn này! Tôi quyế t định: Mình sẽ là khuôn mặt thân thiện â y.

Sau những thành công bước đâ ù khi tìm nhà cho thuê, tôi đã thành lập công ty Citi Habitats. Mục tiêu của tôi là xây dựng một công ty môi giới nhà đấ t nổi tiế ng ở Manhattan bă ng cách nă m giữ thị trường của những người thuê nhà trẻ tuổi. Khi phát triển mố i quan hệ với những người mới thuê nhà lâ n đâ ù, tôi biế t mình có thể rèn luyện và tô n tại, phát triển trong ngành này. Tôi đã có bài học cho riêng mình - người chỉ có 1.500 đô la để thuê nhà hôm nay có thể trở thành người mua nhà 2 triệu đô la vào hôm sau.

Điề ù quan trọng là bạn phải xây dựng mố i quan hệ với khách hàng của mình và thường xuyên chăm sóc nó. Cũng có nghĩa là bạn phải coi ngành bấ t động sản như một ngành công nghiệp dịch vụ thực sự. Bước đầ ù tiên là phải lịch sự và biế t ơn khách hàng, dù rã ng họ quyế t định có hay không thuê nhà của bạn. Điề ù này nghe có vẻ đơn giản, thế những hấ u như các môi giới thường để lại ấ n tượng không tố t cho lă m. Hào phóng và luôn mim cười sẽ đưa bạn tiế n xa trong ngành công nghiệp dịch vụ này.

Bước thứ hai là phải thể hiện thiện chí với khách hàng - những người thuê nhà. Chủ nhà, những người gác cổng, và nhân viên phục vụ cũng câ `n góp phâ `n xây dựng mô ´i quan hệ tô ´t đẹp giữa ta và khách hàng. Họ giữ vai trò quan trọng như nhau trong vụ giao dịch. Tôi đã xây dựng cho mình một hệ thô ´ng nguyên tắ ´c nhã `m duy trì quan hệ với những người đó. Khi họ tìm để ´n tôi cả trong những ngày nghỉ, tôi biế ´t rã `ng mình đã thành công.

Tiế p theo, tôi vạch kế hoạch cẩn thận để đảm bảo ră ng không một khách hàng nào rời bỏ tôi. Kể cả khi vụ giao dịch đã kế t thúc, tôi

cũng không ngừng lại. Một phâ`n của chiế´n lược tạo ra những doanh nghiệp riêng lẻ trong tổ chức của chúng tôi là duy trì mố í quan hệ với khách hàng và đố í tác của mình. Với khách hàng, chúng tôi còn cung cấ p thêm dịch vụ chuyển nhà, gác cửa, khuôn đô`...; điề`u đó giúp đảm bảo rã`ng chúng tôi vẫn còn liên quan và hữu ích với họ rấ t lâu, sau khi họ đã kí hợp đô ng thuê nhà. Với chủ nhà và các nhà phát triển, những báo cáo đề`u đặn về`thị trường và các dịch vụ marketing hiện có là nguô n thông tin quí báu của chúng tôi. Mục tiêu của tôi là duy trì tâ m quan trọng của mình với khách hàng và đố i tác của mình. Tôi cũng biế t rã ng những khách hàng hôm nay có thể trở thành người cung cấ p tin tức cho mình vào hôm sau. Trước đó, chưa có ai sử dụng mô hình này và tôi quyế t tâm đưa nó vào hiện thực. Việc sẵn sàng chớp cơ hội và thử sức với cái mới là vô cùng quan trọng với bấ t kì doanh nghiệp bấ t động sản nào.

Bí quyế t để mô hình này trở thành hiện thực là bạn câ n một hệ thố ng tổ chức hoạt động hiệu quả và tiên phong thực hiện nó. Hệ thố ng này câ n những cơ sở dữ liệu chi tiế t với hàng ngàn cái tên - những chủ nhà cũ, bạn bè của chủ nhà và tấ t cả những người chúng ta không thường xuyên nghe tới. Chẳng có lý do nào ngăn cản một đố i tác trở thành khách hàng trung thành hay những người cung cấ p tin tức giá trị cả. Citi Habitats có hơn 20 văn phòng ở Manhatta, với hơn một ngàn nhân viên và trở thành doanh nghiệp đi đâ ù trong việc sử dụng công nghệ Website. Mặc dù một vài biện pháp marketing của công ty chúng tôi đi ngược lại truyề n thố ng và đôi khi làm ảnh hưởng tới lợi nhuận nhưng chúng là đặc điểm vô cùng quan trọng để phân biệt Citi Habitats với đố i thủ của mình. Nhờ đó, Citi Habitats trở thành công ty môi giới nhà ở được chú ý nhấ t ở Manhattan - đó cũng là mục tiêu mà tôi đã đặt ra.

39. Cơ hội luôn tồn tại

DOROTHY HERMAN

Dorothy Herman là Chủ tịch và CEO của Prudential Douglas Elliman, một hãng kinh doanh bấ t động sản phát triển nhấ t và lớn nhấ t ở thành phố New York.

Tôi khởi đâ`u sự nghiệp của mình vào đâ`u những năm 1980. Ngày đâ`u tiên đi làm, tôi đế´n gặp sế´p của mình để được hướng dẫn về công việc. Sau khi động viên ră ng tôi có thể làm rấ´t tố t công việc của mình, ông đã khuyên tôi một điề u mà tôi không bao giờ quên. Ông nói: "Đây là một công việc và công việc này có thể giúp cậu kiế m số ng. Nế u cậu muố n trở nên giàu có và dư dả về tài chính, cậu không thể chỉ bán có bấ t động sản; đích thân cậu phải đâ`u tư vào nó. Hâ`u hế t những triệu phú tự tay làm nên ở đấ t nước này đề u làm giàu từ bấ t động sản. Vậy hãy bắ t đâ`u đi."

Tôi trả lời ră ng: "Tỉ lệ lãi suấ t bây giờ là 18%; đây chưa phải là thời điểm thích hợp."

Ông đã nói: "Không bao giờ có thời điểm không thích hợp để mua bấ t động sản. Vào thời điểm tố t, mọi người than phiê n về vụ giao dịch mà họ đã bỏ lỡ. Vào thời điểm tô i tệ, họ lại khẳng định ră ng họ không thể mua lúc giá cao thể này, giá sẽ hạ và vì thể , đây không thể là vụ đâ u tư có lời."

Tôi đã học được bài học là bạn có thể làm giàu ở bấ t kì thị trường bấ t động sản nào, dù xấ u hay tố t. Cái bấ t biế n, cái duy nhấ t đã thay đổi. Khi thị trường thay đổi, nó mang tới những cơ hội mới và khác nhau. Bạn chỉ phải tìm kiế m nó mà thôi. Thời điểm tố i tệ để

mua bấ t động sản không tố n tại, miễn là bạn chọn được một chiế n lược phù hợp.

Hai mươi lăm năm sau, tôi vẫn khuyên mọi người như vậy. Và theo thời gian, nó vẫn luôn đúng.

40. Hãy để hai bên tham gia cùng cảm thấy vui vẻ

THOMAS J. HUTCHISON III

Thomas J. Hutchison là CEO của Liên hợp CNL Hotels & Resorts, một trong những tơ rớt lớn nhấ t nước Mỹ về đâ u tư bấ t động sản, đặc biệt là trong lĩnh vực nhà nghỉ.

Trong kinh doanh bấ t động sản, một vụ giao dịch chỉ thành công khi kế t thúc vụ giao dịch, cả hai bên tham gia đề u cảm thấ y mình đã đạt được điề u mong muố n. Tấ t cả các thành phâ n trong vụ giao dịch đề u là người chiế n thắ ng; tấ t cả các bên đề u thực sự cảm thấ y ră ng mình đã chiế m ưu thế . Đây chính là nghệ thuật và phút thư giãn trong kinh doanh, là khúc nhạc khuấ y động những vụ giao dịch cùng kiểu lặp đi, lặp lại trong nhiề u năm và những mố i quan hệ lâu dài dựa trên nguyên tắ c trung thực, tôn trọng và tin tưởng lẫn nhau.

Tại sao trong giao dịch bấ t động sản, nguyên tắ c này lại có ý nghĩa quan trọng để n vậy? Làm sao bạn có thể đoán được yêu cầ u của phía bên kia?

Vào cuố i mỗi ngày, tôi luôn mong có ấ n tượng tố t về vụ giao dịch mà chúng tôi vừa thực hiện. Khi mua bấ t động sản, nế u bạn cứ cố dùng mưu mẹo để cướp không món hàng, người bán sẽ thua. Nế u đòi hỏi quá nhiề u, bạn cũng có thể gặp thấ t bại bởi chẳng bao giờ bán được. Vì vậy, để thành công trong lĩnh vực này, bạn nên đề ra những nguyên tắ c riêng phù hợp với mình và kiên quyế t thực

hiện theo. Hãy lùi lại một bước, đi chậm lại, và tổng hợp tấ t cả những yế u tố bạn câ n để có thể khơi gợi ý thức kỷ luật của riêng bạn. Với tôi, chúng là:

- Cẩn trọng xem xét tình huố ng
- Phân tích và đánh giá những giải pháp khác nhau
- Hệ thố ng hoá những ý kiế n hợp lý và những mục tiêu kế t quả
- Đánh giá yêu cầ`u của cả hai bên, thể hiện bă`ng chiế´n lược thuyế´t phục
- Lựa chọn những người sáng suố t và tài giỏi nhấ t ở bên mình.

Khi cơ hội tới, tôi không ngâ `n ngại rời bàn làm việc để nhấ m nháp một tách cà phê hay đi dạo. Điể `u đó cho phép tôi suy nghĩ và đánh giá vấ n đề `chính xác hơn. Quyế 't định là nhân tố 'quan trọng bậc nhấ 't đảm bảo sự thành bại trong kinh doanh bấ 't động sản. Nế 'u bạn muố 'n chấ 'c chấ 'n rã `ng những quyế 't định đó phản ánh chính xác suy nghĩ của bạn, có thể giúp bạn thu lợi cho công việc kinh doanh và tương lai sau này thì bạn câ `n phải cân nhấ 'c thật sự kỹ lưỡng.

Bạn câ n phải rèn luyện bản thân mình trở thành một người biế t lắ ng nghe hãy đánh giá những phản ứng đâ u tiên của bạn, thách thức sức mạnh trí tuệ của bạn và quan trọng hơn tấ t cả, hãy tin tưởng vào lương tâm của mình. Khi tôi lắ ng nghe đô i tác của mình, tôi thường chăm chú nghe với cả bộ óc, trái tim và khí phách của bản thân. Đôi khi, những cơn bố c đô ng khó hiểu có thể tác động đế n quyế t định của bạn. Để loại bỏ chúng, bạn câ n phải có thêm kinh nghiệm và nhân thức sâu sắ c về mọi việc.

Trong mấ y năm vừa qua, một trong số những vụ giao dịch then chố t và mang về lợi nhuận nhiề u nhấ t cho công ty của tôi được khởi nguồ n từ một cứ điện thoại hay những câu chuyện phiế m trên bàn ăn. Từ những gì công ty của tôi đã đạt được, chúng tôi có thể khẳng định ră ng, những ngôi nhà hay mảnh đấ t tuyệt vời nhấ t không phải lúc nào cũng được rao bán trên thị trường. Trên thực tế , có rấ t nhiề u chủ đấ t chỉ chấ p nhận lời chào giá của những người quen biế t, họ cũng chỉ xử sự công bă ng và giữ lời với những người đó. Đây chính là kế t quả của việc duy trì những mố i quan hệ tố t đẹp giữa bên mua và bên bán trong nhiề u năm.

Tình cò, bạn ngô ìi ăn tố i cùng vợ trong một khu nghỉ mát, bạn nói với cô ấ y ră ng: "Anh nghĩ là chúng ta có thể mua khu đấ t này vào một ngày nào đó," và chỉ vài tháng sau, bạn biế n điể ù đó trở thành sự thật, trước cả khi nó được rao bán trên thị trường. Đó chính là biểu hiện của sức mạnh ẩn sâu dưới những mố i quan hệ kinh doanh vĩ đại.

Làm thế nào để phát triển và củng cố các mố i quan hệ trong ngành công nghiệp bấ t động sản này? Ngay từ ngày đã ù đi làm, bạn phải luôn tâm niệm ră ng: Mỗi người bạn gặp đề ù có khả năng trở thành một trong những "tài sản" giá trị nhấ t trong sự nghiệp của bạn. Ngành kinh doanh bấ t động sản được phát triển dựa trên mố i quan hệ hữu cơ giữa nhiề ù cá thể, nó mang tính chu kỳ và truyề n qua nhiề ù thể hệ, do dó, bạn không thể chỉ ru rú trong cái xó của mình. Bạn không nên tách biệt mạng lưới đồ ng minh với đố i thủ của mình. Hiểu biế t nhiề ù về đổ i thủ giúp bạn dễ thành công hơn và khả năng đạt mục tiêu của bạn cũng lớn hơn.

Xây dựng một mố i quan hệ không phải là việc đơn giản; nó câ n sự cố gặ ng của cả hai phía. Một lâ n, khi mới chập chững vào nghê , tôi yêu câ u trợ lý đặt cho mình một vé máy bay ở khoang hạng nhấ t; thật tình cò, tôi lại ngô i ngay sát ghế của CEO một công

ty thiế t kế nội thấ t mà tôi rấ t mong được gặp mặt. Chuyế n bay trong 3 giờ đô ng hô đó là khởi đâ u của tình bạn kéo dài hơn 30 năm của chúng tôi. Sau đó, công ty của tôi nhận được rấ t nhiề u hợp đô ng lớn từ công ty của ông.

Sau gầ n 35 năm làm việc trong lĩnh vực bấ t động sản, tôi hay suy nghĩ về sự công bă ng và trung thực trong những vụ giao dịch đã được tiế n hành; tôi cũng nghĩ để n sự giàu sang mà hai bên tham gia ký kế t nhận được. Mẫu số chung của sự thành công chính là sức mạnh vô hình của việc duy trì những mố i quan hệ, chứ không phải là khát vọng giành thắ ng lợi và thu lời nhiề u trong mọi vụ giao dịch.

41. Hãy tham gia vào lĩnh vực kinh doanh bất động sản

THOMAS J. HYNES JR

Thomas Hynes là Chủ tịch của công ty Meredith & Grew, một doanh nghiệp chuyên cung cấ p các dịch vụ về nhà đấ t, có trụ sở đặt tại thành phố Boston.

Lời khuyên tuyệt nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng nhận được rấ t đơn giản và rõ ràng: "Hãy kinh doanh bấ t động sản. Boston rấ t có tiể m năng phát triển và cháu nên gia nhập thị trường này." Bác của tôi, John B. Hynes, người sau này trở thành thị trưởng của Boston, đã nhiệ `u lâ `n nói với tôi những lời đó.

Từ khi bác tôi đấ c cử vị trí thị trưởng Boston, nhiệm kỳ 4 năm (từ 1949 để n 1960), cả gia đình tôi luôn đấ m chìm trong không khí chính trị của thành phố . Năm 1961, tôi tố t nghiệp Đại học Boston và gia nhập quân đội Mĩ với hàm thiế u uý. Khi được nghỉ phép về thăm nhà, tôi đã để n chơi với bác để được nhận lời khuyên về sự nghiệp.

Là thị trưởng thành phố , John B. Hynes đã cấ p phép kinh doanh cho công ty Bảo hiểm Prudential và công ty đó đã xây dựng khu liên hiệp văn phòng lớn đầ `u tiên ở Boston từ sau cuộc Đại suy thoái. Ông dẫn giải thêm, nhờ những cố gặ ng của mình, hàng năm ông được trả 20 ngàn đô la để giám sát công việc của Jack Fallon, một môi giới trẻ tuổi thuộc công ty R.M. Bradley, khi anh ta kiế m hàng triệu đô la từ việc cho thuê và quản lý các đại lý cho liên hiệp.

Bác tôi còn nhấ n mạnh ră ng nế u tôi không thuộc tố p mười sinh viên có kế t quả tố t nghiệp cao nhấ t của trường Đại học Luật Harvard, thì tôi không thể xin việc ở bấ t cứ công ty luật có chút tiế ng tăm nào trong thành phố , sự thực là có rấ t nhiề u luật sư trẻ chỉ đủ số ng bă ng nghề này. Nế u tôi không giàu có thì sự nghiệp của một chính trị gia có thể gây rấ t nhiề u áp lực về kinh tế cho gia đình nhỏ của tôi. Tuy nhiên, thị trường bấ t động sản có tiề m năng phát triển vô cùng lớn.

Tôi hế t nghĩa vụ đi lính và bắ t đâ u theo học trường luật. Mùa hè năm thứ nhấ t, tôi kiế m việc làm thêm - việc phá dỡ các toà nhà. Hô i đó chưa có luật cho phép sinh viên được đi thực tập ở các công ty và tôi cũng câ n tiê n để trang trải học phí cho năm học tới. Phá huỷ các toà nhà là một công việc cực kỳ nguy hiểm và đôi khi, trong lúc làm việc, tôi bắ t đâ u mơ vê sự nghiệp chính trị của mình, mơ đế n ngày được tham gia tranh cử. Với một ít thu nhập từ lương cho những người hoạt động trong lĩnh vực Luật pháp, tôi chỉ đủ chi trả cho việc học ở trường luật, nói gì đế n theo đuổi sự nghiệp chính trị.

Sau khi một đô `ng nghiệp của tôi, chỉ đứng cách tôi có 10 feet , bị chế ´t trong khi làm việc, tôi đã suy nghĩ gâ `n một tuâ `n và quyế ´t định ră `ng tôi sẽ bắ ´t đâ `u chiế ´n dịch tranh cử. Ngày hôm sau, tôi ăn mặc rấ ´t chỉnh tê ` và đi tới văn phòng của bác John để thông báo với bác ră `ng, tôi đang có ý định tranh cử vào Toà án Great & General ở Massachusetts. Ông nhẹ nhàng nói ră `ng tôi sẽ thua vì tôi đang phải đấ ´u với người đương nhiệm nhiệm kỳ đâ `u. Khi viế ´t tặng tôi một tấ ´m séc trị giá 100 đô la để dùng cho chiế ´n dịch bâ `u cử, ông dặn tôi ră `ng: "Hãy nhớ những lời bác đã nói vê `kinh doanh bấ ´t động sản."

Chúng tôi đã tiế nhành một chiế n dịch tranh cử thật râ m rộ. Cuố i cùng, tôi về thứ hai trong số 13 ứng cử viên. Tuy nhiên, tôi đã thua và phải đố i mặt với món nợ khổng lô dùng cho chiế n dịch cùng với thực tế là không được quay trở lại trường Luật. Bác tôi lại hỏi: "Bây giờ cháu đã nghĩ tới việc kinh doanh bấ t động sản chưa?" Câu trả lời của tôi là: "Cháu cho ră `ng ý kiế ´n đó thật tuyệt. Cháu nên bắ ´t đâ `u từ đâu ạ?" Đâ `u tiên, bác khuyên tôi nên gọi điện cho Jack Fallon. Tôi đã gặp Jack và nhanh chóng phát hiện ra ră `ng anh ta có tấ ´t cả những điề `u mà bác tôi từng miêu tả: một anh chàng cao lớn, bảnh trai và thích giao du; một người từng kiế ´m được hàng triệu đô la từ kinh doanh bấ ´t động sản...; một nhà môi giới có quyề `n lực trong thập niên 1960. Tôi sẵn sàng làm việc cho anh ta nhưng Jack chẳng bao giờ gọi lại cho tôi.

Bác tôi đã gọi cho một người bạn khác, Tom Horan - hiện đang làm việc cho công ty Meredith & Grew, ông đã xây dựng Khu liên hiệp bảo hiểm cho khách du lịch ở Boston. Sau khi gặp ngài Horan, tôi hoàn toàn bị thuyế ´t phục ră `ng Meredith & Grew chính là nơi dành cho tôi. Tuy nhiên, đố ´i tác của ngài Horan lại hỏi tôi ră `ng: Ngoài việc phá huỷ các toà nhà, tôi còn biế ´t gì khác về `kinh doanh bấ ´t động sản? - đây không phải là một lời tiế ´p đón thân thiện. Vài tuâ `n qua đi, một là `n nữa chẳng có ai gọi điện cho tôi cả. Tôi tiế ´p tục chờ đợi và sau đó, trong giây phút tuyệt vọng, tôi gọi điện đế ´n công ty Meredith & Grew. Cuộc điện thoại đó đã tạo cho tôi cơ hội được trở lại làm việc và mở ra một con đường mới. Tôi bắ ´t đâ `u làm việc ở Meredith & Grew từ năm 1965 và cảm thấ ´y rấ ´t vui với những cơ hội kinh doanh mà tôi có được khi làm việc ở công ty.

Kinh nghiệm khi tham gia ứng cử cũng giúp ích rấ t nhiề ù cho tôi. Tôi đã từng gõ cửa hàng trăm ngôi nhà để xin họ bỏ phiế u cho mình. Nhờ đó, thật là đơn giản khi đi tới từng nhà và hỏi xem liệu họ có câ n chúng tôi giúp giải quyế t các rấ c rố i về bấ t động sản của họ hay không? Một yêu câ u khác khi làm chính trị là gặp gỡ nhiề u người thuộc mọi tâ ng lớp xã hội; và kinh doanh bấ t động sản cũng đòi hỏi điề u này.

Tôi luôn biế t ơn những lời chỉ dẫn và những kiế n thức mà bác, thị trưởng John B. Hynes, từng truyề n cho tôi. Bác đã giúp tôi đi đúng hướng và dẫn dă t tôi để n với bấ t động sản. Khi kinh doanh bấ t động sản, tôi học được cách nhận biế t thời điểm mình phải thay đổi hướng đi, khi nào tôi câ n kiên trì và tôi cũng học được ră ng: đôi khi, mình phải chấ p nhận mạo hiểm.

Rõ ràng là bác John đã cho tôi lời khuyên tuyệt nhấ t trong cuộc đời.

42. Đừng bao giờ bộc lộ cảm xúc; hãy kiên nhẫn; và chăm chỉ

EREZ ITZHAKI

Erez Itzhaki là người sáng lập và CEO của Liên hợp Itzhaki Properties NY, một công ty môi giới chuyên cung cấ p các dịch vụ nhà đấ t. Ông đã từng quản lý công ty bấ t động sản của mình ở Israel.

Nguyên tắ c đâ `u tiên trong kinh doanh bấ t động sản là đừng bao giờ bộc lộ cảm xúc của mình. Rõ ràng là bạn chẳng thu được lợi lộc gì khi tỏ ra giận dữ hay thấ t vọng, nhưng tôi tin rã `ng bạn cũng gặp hiểm hoạ tương tự khi bộc lộ sự kích động của mình. Thiế ´u tự tin ở mức độ nào, bộc lộ hay không bộc lộ, tấ t cả đề `u hạn chế khả năng thành công. Theo ý tôi thì tấ t cả các thoả thuận, dù to hay bé, đề `u dựa trên các con số ´ và khi tấ ´ t cả những người tham gia đề `u được đố ´ i xử công bă `ng, các vụ giao dịch, đơn giản chỉ còn là cách phát âm những con số ´ này.

Vậy chúng ta có thể dễ dàng giải thích lý do tại sao cảm xúc lại không phù hợp tí nào khi bạn luôn luôn trung thực trong giao dịch. Không nên sử dụng đường tắ t. Trung thực và sáng tạo là những nhân tố then chố t, vì cuố i cùng thì việc kinh doanh bấ t động sản cũng được duy trì nhờ mạng lưới các mố i quan hệ mà bạn có và danh tiế ng mà bạn tạo được.

Một bước quan trọng nữa mà tôi hay làm - rõ ràng không phải ai cũng tiế n hành bước này - đó là chọn thời điểm thích hợp. Tôi không thích là người mở đường. Vâng, đúng là có rấ t nhiề u người và công

ty khá giỏi trong việc đánh giá tình hình, dự đoán nơi có tiề m năng phát triển và hành động dựa trên những tính toán đó. Những người từng mua nhà hay đấ t gâ n Trung tâm thương mại thế giới sau sự kiện 11/9 là ví dụ điển hình về những người có trực giác tố t, có khả năng dự đoán tình hình chính xác.

Mặc dù vậy, tôi vẫn nghĩ ră `ng, tố t hơn hế t là ta nên đi theo người dẫn đâ `u. Ví dụ, khi buôn bán bấ 't động sản, tôi có xu hướng chờ cho để n khi các đại lý bán lẻ có doanh thu cao hành động. Đây là dấ ´u hiệu của "chu kỳ thứ hai", có nghĩa là lúc này, tiê `n lời sẽ rấ ´t lớn. Và tấ ´t nhiên là ra tay đúng lúc cũng quan trọng không kém gì việc chờ đợi thời cơ. Tôi cố ´gă ´ng để mình không phải là người đâ `u tiên, cũng không phải người cuố ´i cùng hành động.

Nế u một trong số các con tôi ước mơ được gia nhập vào sân chơi bấ t động sản (khi tôi viế t để n đây, vợ tôi thực sự mong điề u này sẽ trở thành sự thật), tôi sẽ khuyên con một điề u vô cùng đơn giản, đó là: kiên nhẫn, kiên nhẫn và kiên nhẫn. Làm việc chăm chỉ - 7 ngày một tuấ n - và tự tạo cơ hội cho mình, vì thông thường chỉ có một trong số mười cơ hội hiển hiện trước mặ t bạn. Dù vậy, vào cuố i mỗi ngày, hãy vui lòng chờ đợi, chờ đợi và chờ đợi. Tôi nghĩ, đó là lý do tại sao xúc cảm thật nguy hiểm và trung thực là điề u quan trọng.

43. Học cách chờ đợi

CHARLES JACOBUS

Charles Jacobus là tác giả, nhà sư phạm, giám đố c công ty bảo hiểm danh tiế ng, và là một luật sư bấ t động sản đã được Ủy ban Houston, bang Texas cấ p giấ y chứng nhận.

Khi những tay nghiệp dư bấ t đâ u đâ u tư vào lĩnh vực bấ t động sản, bạn nên dừng kinh doanh một thời gian.

Những nhà đâ u tư bấ t đông sản thành công thường được kinh nghiệm trợ giúp rấ t nhiề u. Sau mỗi là n thấ t bại, bạn sẽ có thêm những bài học quý báu giúp đánh giá chính xác giá trị của các cơ hội. Tuy nhiên, không phải chỉ trong một sớm một chiế u mà bạn đã tích luỹ được kinh nghiệm. Khi mọi người thấ y việc đâ u tư bấ t động sản có vẻ dễ dàng và thu lợi cao, họ sẽ nghĩ ră ng mình có thể đâ u tư vào nhà đấ t mà không cấ n phải xem xét để n những mục tiêu và chiế n lược truyề n thố ng. Các nhà đã u tư nghiệp dư chỉ mong "ngô i mát ăn bát vàng". Họ thường phóng đại thị trường thực, cho ră ng mọi thứ đề u đang lên giá. Họ phân tích thị trường rấ t ít và cũng chẳng có chiế n lược mua bán nào cả. Khi số lượng những tay đâ u tư mua vào quá nhiệ u, thi trường giả sẽ dâ n xuấ t hiện. Những tay nghiệp dư cũng không có vố n quay vòng; điể u này có thể làm cho thị trường giả bị sụp đổ. Như mọi người thấ y thị trường bấ t động sản có tính chu kỳ. Khi thị trường sụp đổ, những kẻ mơ mộng, thiế u thực tế đành phải chấ p nhận lỗ vố n và bán tố ng, bán tháo số bấ t động sản mình có. Ngay lập tức, những nhà đâ u tư bấ t đông sản chuyên nghiệp sẽ lập tức nặ m bặ t cơ hội và mua vào với giá rẻ. Chiế n lược chờ đợi mang về cho họ nguồ n lợi nhuận

khổng lô nhờ mua được bấ t động sản với giá rẻ. Như vậy, khi những tay nghiệp dư đâ u tư vào thị trường, đó chính là lúc bạn nên chờ đợi cơ hội mà bạn biế t chặ c là nó sẽ tới.

44. Hãy hành động để có một vụ giao dịch ưng ý

OZZIE JUROCK

Ozzie Jurock viế t về việc dạy và mua bán bấ t động sản. Ông là người phụ trách chuyên mục bấ t động sản cho tờ Vancouver Sun và Kinh doanh ở Vancouver, đô ng thời là tác giả của cuố n "Hãy quên vị trí, vị trí của nơi đó đi". Tạp chí Vancouver đã xế p ông vào danh sách 45 người tài trí nhấ t Vancouver, bang British Columbia, Canada.

Lời khuyên tuyệt nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng nhận được là từ người quản lý chi nhánh đã u tiên của tôi vào năm 1968. Đó là: "Với mỗi người, từ "thị trường có lợi" hay "thị trường không có lợi" không tố n tại mà chỉ có một điể u là: liệu anh ta đã tiế n hành một vụ giao dịch có lời hay không có lời mà thôi."

Mọi người luôn muố n biế t đó là thị trường có lợi hay không có lợi? Trong 35 năm qua, tôi đã nghe rấ t nhiề u về thị trường bong bóng, thị trường nóng, thị trường người bán và thị trường người mua. Tuy nhiên, bạn hiểu gì về những thị trường này. Dù là thị trường nào thì chủ nhà của những ngôi nhà trung bình cũng làm tố t hơn bấ t cứ nhà đâ u tư nào khác.

Nhận thức được mình là ai

Để có thể kinh doanh bấ t động sản thành công, bạn cầ n phải tìm được những vụ giao dịch có lời, bạn cầ n phải có quyế t tâm hành

động và nhận thức được mình là ai - một tên bấ t lương, một kẻ cơ hội, hay một nhà đâ u tư?

Bạn có muố n:

- Tiế n hành nhanh gọn vụ giao dịch và kiế m lời nhanh chóng?
- Xây dựng một kế hoạch đâ u tư lâu dài?
- Tạo thu nhập thụ động lâu dài?

"Kẻ bấ t lương" là những tên rấ t nguy hiểm và dũng cảm. Anh ta kiế m lợi từ nỗi bấ t hạnh của người khác. Dù ở thời điểm nào, thuận lợi hay khó khăn, "tên bấ t lương" cũng có khả năng tìm kiế m một ai đó đang cấ n bán gấ p tài sản với giá rẻ mạt. Lý do có thể là ố m đau, bệnh tật, chế t chóc, ly dị, thay đổi chỗ làm, chuyển hướng kinh doanh, mấ t việc, phá sản hay là vì một ai đó trở nên quá tham lam, quá ngố c nghế ch hoặc một người đã chán kinh doanh. Thời điểm tố ì tệ chỉ khiế n cho việc tìm kiế m tố n tại khó khăn hơn chút đinh; nhưng trên thị trường luôn có mặt những người bán kiểu này. Nế u bạn muố n mua những tài sản bị tịch thu để trả nợ, bị đem đấ u giá hay trường hợp tương tự, có thể bạn sẽ phải ra hấ u toà. Hãy cân nhắ c thận trọng, học cách vừa bình tĩnh, sáng suố t, vừa mua được nhà với giá rẻ.

"Kẻ cơ hội" đứng ở phía bên kia bàn cân. Với anh ta, thời điểm thuận lợi cộng với thị trường giá lên và hiện tượng lạm phát tăng nhanh là cơ hội tuyệt vời nhấ t. Nhưng thậm chí là trong thị trường đứng yên không có lạm phát, anh ta vẫn có thể tìm được cơ hội làm ăn cho mình; anh ta chỉ phải làm việc vấ t vả hơn một chút và chờ đợi cơ hội đế n với mình lâu hơn một chút.

Trong thị trường lạm phát giá lên, những "kẻ cơ hội" có xu hướng lùi ra, đứng ngoài cuộc và chờ đợi. Đó là do họ đã áp dụng "Lý thuyế t

về `những kẻ ngô ´c nghế ´ch hơn" - Một tên ngô ´c nghế ´ch hơn sẽ xuấ ´t hiện để mua tài sản của bạn và mang lại lợi nhuận cho bạn; mọi việc sẽ luôn ổn nế ´u bạn không phải là kẻ ngô ´c nhấ ´t trong bọn.

Vâng, bạn có thể vừa là "tên bấ t lương" vừa là "kẻ cơ hội". Cả "tên bấ t lương" và "kẻ cơ hội" đề `u câ `n có khả năng nhận biế t các tín hiệu, hiểu chúng một cách chính xác và sau đó, hành động thật quyế t đoán. Tuy nhiên, hãy nhớ ră `ng, cả "tên bấ t lương" và "kẻ cơ hội" đề `u không thích những vụ giao dịch bình thường; họ thích những vụ đặc biệt.

Nế u bạn muố n trở thành một "tên bấ t lương" hay một "kẻ cơ hội", bạn câ `n phải tự hỏi ră `ng liệu bạn có xác định được ranh giới giữa đạo đức và kinh doanh hay không. Vì "tên bấ t lương" thường kiế m lợi từ nỗi đau khổ của người khác và "kẻ cơ hội" lại hay lợi dụng sự ngu đố t của kẻ khác để thu lợi. Mọi người câ `n phải chọn đạo đức trong hoàn cảnh có lợi cho họ.

Các nhà đâ u tư chỉ bận tâm tìm kiế m những bấ t động sản có lưu lượng tiê n mặt và tiê n đặt cọc thấ p do sử dụng nguyên tấ c cá nhân (Ví dụ: qui tấ c 1% - số tiê n trả hàng tháng của 1% số tiê n mua nhà ban đâ u sẽ trả lãi cho món bấ t động sản được bỏ vố n 100%). Các nhà đâ u tư luôn tìm kiế m cơ hội đâ u tư an toàn để có thể tạo ra nguô n thu nhập thụ động lâu dài trong tương lai. Ví dụ, một nhà đâ u tư có thể mua 5 cư xá, cứ cho là mỗi cái có giá 80.000 đô la với 800.000 đô la lợi tức hàng tháng và không phải chi trả gì thêm. Sau 8 năm sở hữu chúng, mãi mãi vê sau này, hàng tháng, nhà đâ u tư sẽ được hưởng 4.000 đô la lợi tức (4.000 đô la sẽ trả lãi cho món nợ 1 triệu đô la).

Những "tên bấ t lương" và "kẻ cơ hội" mua bấ t động sản ở mọi nơi. Họ chỉ tiế n hành một vụ giao dịch trong vòng từ 3 để n 6 tháng. Các nhà đầ u tư phải mua khi chỉ số lợi tức thuê nhà trùng với giá tiê nhọ phải trả. Các nhà đâ u tư tìm kiế m môi trường làm việc tố t như vùng ngoại ô hay các thị trấ n nhỏ. Nói chung, vê khoản thời gian thì các nhà đâ u tư có biểu hiện tố t hơn những "kẻ bấ t lương" và "kẻ cơ hội".

Còn tin xấ u là gì? Dù bạn quyế t định trở thành ai đi nữa thì "kẻ đã `u cơ", "kẻ cơ hội" hay Nhà đã `u tư cũng đề `u phải làm một số việc sau: không có cố vấ n, cũng chẳng có món bấ t động sản hay "thị trường" nào kiế m cho bạn một vụ giao dịch tuyệt vời. Bạn phải tự thực hiện điể `u đó. Thị trường chẳng có gì liên quan ở đây. Quyế t tâm học tập và phát triển là tấ t cả mọi thứ bạn có.

Tìm hiểu thị trường tại chỗ

Một số điểm nữa câ n lưu ý:

- Thị trường bấ t động sản không giố ng như thị trường chứng khoán mang bản chấ t địa phương. Hiện tượng mọi người thi nhau bán vàng xảy ra vào tố i hôm trước ở Hồ ng Kông có thể ảnh hưởng tới giá vàng ở New York hôm nay. Thế nhưng, thị trường bấ t động sản ở Hong Kong biế n động không có nghĩa là giá nhà đấ t ở San Francisco cũng thay đổi theo. Hãy nă m vững thị trường tại chỗ của mình.
- Điể `u quan trọng không phải là vị trí, vị trí và vị trí. Bấ t động sản mang tính địa phương và biể ´n động theo chu kỳ. Cuố ´i những năm 1980, bạn có thể mua hàng loạt khu đấ ´t có vị trí tuyệt vời ở New York, San Diego, và hàng ngàn địa điểm khác để rô `i cuố ´i cùng, bạn mấ ´t sạch cơ nghiệp. Bạn cũng có thể đã mua bấ ´t cứ tài sản gì, ở bấ ´t cứ đâu và trong 4 năm qua, bạn phát đạt rấ ´t nhanh nhờ những khu đấ ´t ở cùng một vị trí. Với rấ ´t nhiề `u người thì vị

- trí gâ n như không quan trọng bă ng việc biế t đích xác chu kỳ đã quay được bao lâu và vị trí hiện tại của chu kỳ thị trường tại chỗ.
- Bạn kiế m được nhiệ `u tiê `n nhấ t vào ngày bạn mua. Dù bạn đang ở trong thị trường nào thì bạn cũng sẽ luôn kiế m được nhiệ `u tiê `n nhờ sự câ `n cù, khả năng đánh giá sắ c sảo và quyế t tâm hành động của bạn.
- Cuố i cùng, chấ t lượng cuộc số ng không phải được quyế t định bởi trình độ hiểu biế t của bạn, mà bởi những hành động bạn làm.

45. Hãy cần thận khi mạo hiểm và thư giãn

BRUCE KARATZ

Bruce Karatz là Chủ tịch và CEO của KB Home, một trong những công ty xây dựng nhà lớn nhấ t nước Mỹ và nước Pháp. Công ty này từng được tạp chí May mắ n bình chọn là công ty xây dựng nhà số 1 trong danh sách "Những công ty được ngưỡng nhấ t ở Mỹ".

Khi tôi được chỉ định sang Paris làm giám đố c và có nhiệm vụ tiế p quản các hoạt động của KB Home ở Pháp, do biế t ră ng tôi không biế t lâ y một chữ tiế ng Pháp nên người quản lý văn phòng ở đây cho ră ng tôi câ n một trợ lý biế t nói tiế ng Anh, để có thể phiên dịch giúp tôi khi câ n.

Đây là một lời đê `nghị hấ p dẫn và chặ c chặ ´n sẽ là một lựa chọn dễ dàng, thoải mái. Tuy nhiên, trong kinh doanh - và đặc biệt là trong lĩnh vực bấ ´t động sản - việc đưa ra những lựa chọn khiế ´n bạn không thoải mái mới là việc quan trọng hơn. Vì thế ´ với một chút băn khoăn, tôi đã cho người phiên dịch nghỉ việc. Sau nhiê `u lâ `n vượt qua những phút nản lòng khủng khiế ´p, tôi đã trở thành một lãnh đạo tố ´t. Nế ´u bạn chỉ biế ´t loanh quanh trong khu vực mà mình thấ ´y thoải mái, bạn sẽ không bao giờ dám táo bạo đánh cược cuộc số ´ng của mình. Đây mới là cơ sở khẳng định bạn là ai và bạn có thể tiế ´n xa được đế ´n đâu.

Một mô hình kinh doanh

Có hướng đi đúng và hướng đi sai khi mạo hiểm trong kinh doanh. Bấ t động sản vô n là một trò chơi mạo hiểm; bạn không câ n phải biế n nó trở thành một nơi toàn rủi ro nữa. Bạn phải xây dựng một mô hình kinh doanh hợp lý để chỉ dẫn bạn trong quá trình đưa ra quyế t định. Một mô hình kinh doanh hoàn hảo chỉnh là động lực thúc đẩy công ty lớn mạnh. Chúng tôi đã mấ t vài năm để phát triển mô hình của riêng mình (được gọi là "KB Home"), và nó vẫn luôn là người dẫn đường tin cậy giúp chúng tôi thâm nhập thị trường xây dựng nhà ở thành công.

Mô hình kinh doanh đã giúp chúng tôi tự tin hơn rấ t nhiề ù khi mạo hiểm đánh cược tấ t cả vào quy mô hoạt động của công ty. Vào những năm 1990, có một câu châm ngôn rấ t phổ biế n là: không một công ty xây dựng nào có thể xây quá 20 ngàn ngôi nhà trong vòng một năm. Người ta cho ră ng nội bộ các công ty sẽ không thể đáp ứng được các yêu câ u về quản lý, về hậu câ n kéo dài và liên tục như vậy.

Tôi không thừa nhận điể `u đó và nghĩ ră `ng mình câ `n mạnh dạn khuế ch trương công ty hơn nữa. Tôi phát hiện ra ră `ng nế `u chúng tôi có thể lợi dụng qui mô truyề `n thố 'ng của công ty, tiế 't kiệm chi phí cho nhân công và sử dụng nguyên vật liệu rẻ hơn, chúng tôi có thể chứng minh với khách hàng ră `ng: Chúng tôi không phải là một công ty xây dựng bình thường. Khi hội tủ đủ những yế 'u tố ' trên, chúng tôi đã có thể cung cấ p cho khách hàng rấ 't nhiề `u lựa chọn với số ' lượng chưa từng có từ trước để 'n nay, cho họ cảm giác được hưởng dịch vụ chăm sốc khách hàng thật sự. Ngày nay, tố 'i đa hoá lựa chọn của khách hàng là yêu câ `u hiển nhiên; tuy nhiên, cách đây không lâu, mọi người vẫn coi đó là một quan điểm cấ 'p tiế 'n đô 'i với ngành công nghiệp xây dựng nhà ở.

Không để tâm đế n câu châm ngôn phổ biế n đó, hiện tại, mỗi năm KB Home xây được khoảng 40 ngàn ngôi nhà và cung cấ p cơ

Kế hoạch marketing

Tôi cũng liê `u lĩnh đánh cược vào khâu marketing. Rấ t ít công ty xây dựng từng cố gặ ng phát triển một thương hiệu được công nhận trên thị trường tại chỗ, nói gì để n được công nhận ở thị trường toàn quố c. Nhưng tôi cho ră ng đố i với một công ty xây dựng, việc phát triển thương hiệu cũng chiế m vị trí quan trọng như với bấ t kì công ty cung cấ p sản phẩm tiêu dùng nào khác. Vì vậy, chúng tôi đã lên kế hoạch phát động một chiế n dịch lớn nhã m quảng bá cho hình ảnh của công ty. Chiế n dịch bao gô m: xây dựng một ngôi nhà với kích thước thực tại lô đấ t phía sau triển lãm Regis & Kelly ở trung tâm Manhattan, tạo ra một phiên bản số ng động về ngôi nhà của gia đình Simpson tại Las Vegas và gâ n đây nhấ t là hợp tác với Martha Steward để xây dưng những ngôi nhà dưa trên cảm quan thiế t kế độc đáo của cô. Hiện nay, KB Home là một trong những thương hiệu lớn nhấ t trong lĩnh vực xây dựng nhà ở. Số khách hàng gọi tên chúng tôi nhiê u gấ p gâ n bố n là n so với tổng số là n họ gọi tên thương hiệu của năm đố i thủ đứng sau chúng tôi cộng lại.

Một ê - kíp làm việc hiệu quả

Một ê - kíp làm việc hiệu quả sẽ khiế n mọi việc đề `u trở nên dễ dàng. Đó là lý do tại sao tôi không mạo hiểm với chấ 't lượng nhân viên của mình. Tôi cố gắ ng thuê những người giỏi nhấ 't và đã `u tư nhiê `u tiê `n để họ thường xuyên cập nhật kiế 'n thức thường xuyên. Hơn 6.500 nhân viên trong KB Home liên kế 't với nhau bởi niê `m

đam mê và quyế t tâm xây dựng công ty lớn mạnh, kinh doanh thành công và cả những phút thư giãn, giải trí bên nhau. Xét cho cùng, mạo hiểm cũng là giải trí; phát triển cũng là trò vui, xây dựng tiế ng tăm cho mình cũng là thư giãn.

Và khi bạn yêu thích tấ t cả những việc mình làm để kiế m số ng, trong cả cuộc đời, bạn sẽ không bao giờ cảm thấ y mệt mỏi với công việc.

46. Hãy nắm bắt trí tưởng tượng của người mua

CRAIG KING

Craig King là chủ tịch của Công ty đấ u giá J. P. King, một trong những công ty đấ u giá bấ t động sản đắ t tiề n thành công nhấ t trong cả nước. Cha tôi, J. P. King, đã khuyên tôi ră ng: hãy bán những giấ c mơ, đừng bán những thứ tâ m thường.

Những thứ tâ`m thường rấ t rẻ nhưng những giấ c mơ thì vô giá. Nế u bạn đang bán đấ t, hãy nghĩ xem mảnh đấ t đó có thể dùng làm gì: cơ sở kinh doanh, nhà ở, trung tâm mua sắ m hay nhà dưỡng lão... Hãy nắ m bắ t trí tưởng tượng của khách hàng và anh ta sẽ không chỉ trả cho bạn thật nhiệ u tiế n mà còn cám ơn bạn vì đặc ân đó.

47. Hãy bảo vệ khách hàng của bạn khỏi chính bản thân họ

MICHELE KLEIER

Michele Kleier là chủ tịch của Gumley Haft Kleier, một trong mười công ty môi giới nhà ở lớn nhấ t bang Manhattan.

Khi mới chập chững kinh doanh, tôi từng làm việc với một khách hàng trong rấ t nhiề ù tháng. Cô ta có "khá là ít" những đòi hỏi "phải có", như phải có rửa và sấ ý bát, quang cảnh xung quanh phải đẹp, phải có người giữ cửa... Tuy nhiên, cô ta có một điề ù "phải có" không thể thương lượng được, đó là "tôi phải ở trên Đường 18". Thật may mắ n, sau một thời gian làm việc với nhau đó, cuố i cùng, tôi đã tìm được một căn hộ hoàn hảo cho cô ta. Một căn bế p rộng với đủ máy rửa và sấ ý bát, nhà ở trên tâ ng cao và đố i diện với đại lộ Công viên có quang cảnh rấ t đẹp, một lò sưởi cháy bă ng củi... chỉ có duy nhấ t một vấ n đề : Căn hộ nă m cách Đường 18 mười dãy nhà. Tôi nài nỉ cô để n xem nhà nhưng lầ n nào cô ấ y cũng từ chố i. Tôi chỉ còn biế t lă ng nghe.

Một người môi giới khác đã không làm như vậy. Người đó đã sắ p xế p cho cô ta đế n xem một căn hộ ở đại lộ Công viên và Đường 19. Tuy nhiên, anh ta không cho cô biế t là đang đi đâu. Sáu tháng sau, người khách đó đã ký kế t, chứng thực vào hợp đô ng và được đưa tới bậc thể m của toà nhà mà trước đó cô ta thể là sẽ không bao giờ đặt chân tới. Đây quả là điể u sỉ nhục với cả hai chúng tôi. Bạn có tưởng tượng được không? Căn hộ nă m trên đại lộ Công viên và Đường 19 mà cô ta mua đó cũng thuộc toà nhà của tôi.

Thật may, người mua cảm thấ y rấ t ăn năn, cô ấ y đã giới thiệu tôi với tấ t cả những người mà cô biế t và chúng tôi dâ n trở thành bạn tố t của nhau. Nhiê u năm sau, khi cô quyế t định chuyển tới Hamptons, cô đã cho tôi toàn quyê n quyế t định số phận của căn hộ. Tôi đã bán nó cho một khách hàng với giá xấ p xỉ 3 triệu đô la. Ngày trước, cô bạn tôi chỉ phải trả 250 ngàn đô la để mua căn hộ. Chỉ 4 năm sau, một lâ n nữa, căn hộ được mang ra rao bán và lâ n này thì tôi mua. Và tôi chỉ việc bán lại nó với giá 6 triệu đô la.

Cũng như các quí ông, họ thường kế t hôn với những phụ nữ ngăm đen sau nhiề u năm chỉ hẹn hò với các cô gái tóc hoe, và cuố i cùng là tản bộ trên đại lộ Madison với một chú chó con màu trắ ng dễ thương, trong khi trước đó, họ thể là sẽ không bao giờ để mắ t để n chúng. Người mua là những kẻ dố i trá. Chỉ có họ là không biế t điề u đó. Những người chỉ muố n mua những kiế n trúc từ thời tiế n chiế n lại thường là người đầ u tiên kí vào hợp đô ng mua nhà mới xây; những người luôn cảm thấ y mình là hình ảnh thu nhỏ của phương Tây, cuố i cùng lại nă m dài trong căn phòng mới của mình và ngắ m nhìn biển Đông; những người thích ở trên gác mái với tường gạch và trâ n bă ng đô ng lại thường thấ y mình trong căn hộ sang trọng trên Đại lộ 5.

Nế u bạn là một môi giới giỏi, bạn sẽ hiểu sở thích của khách hàng rõ hơn họ hiểu bản thân mình. Đôi khi, bạn chỉ phải sử dụng trực giác của mình và nói với họ ră ng: "Hãy tin tưởng tôi."

48. Chuyên môn hoá

ROBERT A. KNAKAL

Robert A. Knakal là Chủ tịch và đô `ng sáng lập Công ty Dịch vụ bấ ´t động sản Massey Knakal, một công ty môi giới bấ ´t động sản chuyên vê `các tài sản đâ `u tư hoạt động trên khắ ´p New York và các khu vực lân cận.

Lời khuyên tuyệt nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng nhận được là hãy chọn cho mình một lĩnh vực chuyên môn và phấ n đấ u trở thành người giỏi nhấ t. Làm theo lời khuyên đó, công ty của tôi đã thu được bố n cái lợi rõ ràng:

- 1. Nă m vững kiế n thức thị trường
- 2. Có lợi thế cạnh tranh to lớn
- 3. Có thể dễ dàng nâng cao chấ t lượng các dịch vụ của chúng tôi
- 4. Có nề n tảng trở thành công ty môi giới bán nhà đấ t phát triển nhấ t ở thành phố New York.

Chuyên môn hoá

Mô hình hoạt động của Massey Knakal đã được chuyên môn hoá cao. Chúng tôi chỉ bán bấ t động sản; chúng tôi đại diện cho người bán trên cơ sở độc quyề n và tuân thủ nghiêm ngặt "hệ thố ng khu vực". Chúng tôi phân năm khu của thành phố New York thành 86 khu vực; mỗi khu vực có một đại lý. Thành phố New York quá lớn, một đại lý không thể nă m được thông tin về tấ t cả các khu vực. Vì

vậy, tập trung vào một khu vực sẽ giúp các đại lý hiểu biế t sâu sắ c về thị trường. Nế u một khách hàng có tới ba cơ ngơi ở ba khu vực khác nhau, chỉ trong thời gian ngắ n, chúng tôi sẽ nhận được đâ y đủ thông tin về thị trường một cách chính xác do các đại lý ở các khu vực này cung cấ p.

Tập trung vào một khu vực giúp các đại lý của chúng tôi nhanh chóng lập được hô` sơ thông tin. Nế´u các đại lý mới chỉ hoạt động trong khu vực của họ từ sáu đế´n chín tháng mà bán được ba khu đâ´t hay nhà thì chỉ số´ tín nhiệm của họ ở thị trường tại chỗ sẽ cao hơn rấ´t nhiề`u so với một công ty đã hoạt động được hai năm và bán được hơn 20 toà nhà ở 20 khu vực khác nhau.

Một lợi thế khác của hệ thố ng khu vực là các đại lý có thể nói rõ ràng, cụ thể hơn về một thị trường đặc biệt và về một chủ đề hay vấ n đề có liên quan để n khu vực đó. Các đại lý có thể nă m vững thông tin về tấ t cả những bấ t động sản đã được bán ra trong hai năm gâ n nhấ t: điề u kiện của nó, quyề n hưởng dụng, lãi suấ t vố n hoá... Họ cũng ý thức hơn về những dự án phân khu, qui hoạch và phát triển mới. Rấ t nhiề u đại lý của chúng tôi, tuy mới chỉ kinh doanh được một hay hai năm nhưng thường xuyên được các báo và ấ n phẩm kinh doanh nổi tiế ng nhắ c tới trong những câu chuyện về khu vực đó.

Trong giai đoạn mới nổi lên của Massey Knakal, chúng tôi nhận ra ră `ng, môi giới bấ ´t động sản đòi hỏi chúng tôi phải xử lý các việc liên quan để ´n bấ ´t động sản rấ ´t ít, mà chủ yế ´u lại là thông tin. Số ´lượng và chấ ´t lượng của thông tin giúp nâng cao chấ ´t lượng dịch vụ của chúng tôi và dấ `n dấ `n vượt xa chấ ´t lượng dịch vụ của các công ty đố ´i thủ. Thông tin của chúng tôi chính xác và chi tiế ´t hơn rấ ´t nhiê `u so với thông tin của các công ty khác.

Nhờ nă m vững kiế n thức thi trường và có những loi thế canh tranh do kiế n thức đó mang lại, Massey Knakal đã trở thành công ty bán bấ t động sản đâ u tư hoạt động hiệu quả nhấ t (trong số những công ty chỉ tập trung vào thị trường New York). Năm 2005, công ty của chúng tôi đã bán được 572 toà nhà ở thị trường New York, gấ p bố n là n doanh số của đố i thủ ngay sát chúng tôi. Chúng tôi là một công ty khá nhỏ so với những "người khổng lô" trong thị trường bấ t động sản - những công ty hoạt động trên toàn quố c và trong cả khu vực lớn. Nhưng chúng tôi có khả năng tích luỹ thị phâ n dễ dàng; đó là do chúng tôi đã áp dụng chiế n lược chuyên môn hoá và tập trung vào thu thập những thông tin giá trị, chi tiế t, và giúp ích cho khách hàng của chúng tôi. Hiện tại, công ty của chúng tôi là công ty bán bấ t động sản đấ u tư lớn nhấ t ở thành phố New York, nhưng đó không phải là mục đích của chúng tôi. Mong muố n của chúng tôi là trở thành công ty hoạt động hiệu quả nhấ t, từ đó mà tôi trở thành công ty lớn nhấ t (khi đã là công ty lớn nhấ t, bạn có thể không câ n phải hoạt động hiệu quả nhất).

Dựa vào kinh nghiệm vố n có, để trở thành một chuyên gia đã là một phâ n quan trọng trong mô hình và sự thành công của chúng tôi. Khi mọi người hỏi chúng tôi làm thế nào để bắ t đâ u mua bấ t động sản, hay: một chiế n lược tố t thì đòi hỏi những gì, chúng tôi luôn khuyên họ chọn lấ y một khu vực mà họ thích và tìm hiểu các thông tin về nó để thấ y ră ng khu vực đó có nhiệ u ưu điểm hơn bấ t cứ khu vực nào khác. Họ có thể làm thế bă ng cách đi dạo trên đường, nói chuyện với người chủ sở hữu, tham dự các buổi họp dân phố , đi hội chợ đường phố ...

Đừng bao giờ nói xấu đối thủ

Một lời khuyên nhỏ nữa đã góp phâ`n quan trọng vào sự thành công của Massey Knakal là: không bao giờ được nói xấ´u đố´i thủ của

mình. Chúng tôi tin ră `ng đó là biểu hiện của sự tuyệt vọng và cảm giác không an toàn. Chúng tôi luôn tập trung vào sức mạnh và lợi thể cạnh tranh của các dịch vụ do công ty mình cung cấ p so với dịch vụ của các công ty khác mà không câ `n phải truyề `n đi những thông điệp tiêu cực như vậy. Nế ´u bạn thực sự tự tin về `công ty của mình, bạn có thể chứng minh được: Tại sao chính công ty của bạn, chứ không phải bấ ´t cứ công ty nào khác, xứng đáng giành được hợp đô `ng?

49. Kiếm tiền khi mua chứ không phải là khi bán bất động sản

TOM KUNZ

Tom Kunz là Chủ tịch và CEO của Mạng lưới thế kỷ 21.

Một người bạn của cha tôi, chú Mark Welker, từng bảo tôi ră ng: Trong kinh doanh bấ t động sản, cháu kiế m được tiế n khi mua chứ không phải là khi bán nhà đấ t.

Tôi vẫn nhớ, ngày còn số ng ở Utah, tôi từng mua một ngôi nhà rấ t đặc biệt mà nhiê `u người cho ră `ng nó chỉ đáng bỏ đi. Ngôi nhà trệt có 4 phòng ngủ đó đã bị bỏ hoang, nó khá sập sệ, cửa sổ bị hỏng và có vẻ đã hế t hi vọng sửa chữa. Vì lúc đó đang là giữa mùa đông nên tuyế t phủ đâ `y bãi cỏ ngoài sân và cả trong ngôi nhà. Điê `u đó khiế n nó càng mang vẻ tiêu điê `u và không muố n chào đón một người khách nào.

Nhưng tôi vẫn nhìn ra tiê m năng của ngôi nhà. Trâ n nhà khá cao, phòng ô c rộng rãi và có kiế n trúc rấ t đặc biệt. Tôi cũng mua được ngôi nhà với giá rấ t hời. Người ta chỉ đòi 28.000 đô la, trong khi giá thị trường là vào khoảng 75.000 đô la. Tôi đâ u tư hế t thời gian rảnh của mình vào tu sửa ngôi nhà: cửa sổ mới, rèm và sơn tường. Tổng số tiê n sửa chữa là 10.000 đô la. Những lời của chú Mark luôn âm vang trong tôi. Khi mua ngôi nhà, tôi đã trả gâ n hế t mọi thứ cho ngôi nhà. Chỉ câ n một chút chăm chỉ và tâ m quan sát chiế n lược, cuố i cùng, tôi đã lãi gấ p nhiệ u lâ n so với số tiê n đâ u tư ban đâ u.

50. Hãy để cảm xúc ở nhà

LEONARD LAUDER

Leonard Lauder là Chủ tịch của Liên hợp các công ty The Este'e Lauder. Ông cũng là uỷ viên ban quản trị của Đại học Pennsylvania và Chủ tịch của Bảo tàng Whitney vê `nghệ thuật Mỹ tại thành phố `New York.

Năm 1958, tôi được ông Lester Crown, công tử của gia đình Crown nổi tiế ng ở Chicago, cho một lời khuyên rấ t tuyệt về kinh doanh bấ t động sản. Ông Lester đã giúp tôi rấ t nhiề u. Ông từng nói: "Leonard, nế u khi nào quyế t định đã u tư vào bấ t động sản, hãy hứa với chú ră ng cháu sẽ không bao giờ để cảm xúc xen vào việc kinh doanh nhà đấ t". Bạn có thể hỏi: "Tại sao?" Lester biế t ră ng, nế u cảm xúc dính dáng vào bấ t động sản, bạn có thể sẽ mấ t tiế n. Ông rấ t sáng suố t và tôi luôn thực hiện theo lời khuyên khôn ngoan đó của ông.

51. Xác định và đáp ứng nhu cầu

STEPHEN LEOPOLD

Stephen Leopold là chủ tịch của William B. May International, một công ty có tiế ng tăm lâu đời nhấ t vẫn còn hoạt động trong thị trường bấ t động sản New York (www.wbmayre.com). Ông cũng là người sáng lập Công ty tư vấ n bấ t động sản Leopold ở Montreal vào năm 1977, một trong những công ty chỉ đại diện cho người thuê lớn nhấ t ở Bắ c Mỹ.

Tôi vẫn còn nhớ là hô ì 5 tuổi, tôi vẫn hay ăn món Nho Bran. Món đó chẳng bao giờ có đủ nho nên tôi hay cho thêm nho khô vào. Vài thập kỷ sau, những thiên tài marketing của Kellogg mới phát hiện ra rã `ng họ câ `n cho thêm "hai muỗng nho" vào trong sản phẩm Nho Bran của họ. Tôi cùng với hàng triệu trẻ em khác đã biế t điể `u đó từ trước đấ y một phâ `n tư thế kỷ. Trong số đó, tôi không phải là người sành sỏi nhấ t.

Kiểu cảm giác như vậy cũng được tôi áp dụng vào tư vấ n bấ t động sản và giúp ích rấ t nhiê `u cho việc tôi trở thành chủ tịch của công ty William B. May International - một công ty môi giới mua bán bấ t động sản ở New York có hướng tiế p cận khách hàng đặc biệt. Khi tôi bắ t đâ `u bước vào lĩnh vực kinh doanh, tôi cảm nhận rõ ràng ră `ng tấ 't cả các phâ `n của quá trình cho thuê một toà nhà văn phòng đề `u nhă `m phục vụ lợi ích của chủ đấ 't. Các nhà môi giới bấ 't động sản sẽ liệt kê một danh sách những khu nhà còn trô 'ng của chủ đấ 't và đưa ra những đánh giá chuyên môn của mình, mặc dù có khi chủ đấ 't cũng đã là một chuyên gia trong lĩnh vực bấ 't động sản. Người thuê mới là người câ `n những nhận định chuyên môn và các

dịch vụ bấ t động sản đặc biệt. Vì vậy, 30 năm trước, tôi đã thành lập một công ty duy nhấ t ở Bắ c Mỹ đại diện cho người thuê nhà.

Trong vòng 10 năm, chúng tôi đã trở thành công ty dẫn đâ`u trong lĩnh vực này, với một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp gô`m hơn 100 người, trong đó có 8 luật sư chuyên vê` lĩnh vực cho thuê nhà làm việc cả ngày. Chúng tôi đã tiế´n hành giao dịch với Trizec Hahn nhiê`u hơn bâ´t cứ công ty môi giới nào. Trizec Hahn là công ty bâ´t động sản thương mại quô´c doanh lớn nhâ´t Bắ´c Mĩ. Một tạp chí từng viê´t vê` tôi đã trích lời một phó chủ tịch cao câ´p của Trizec: "Bảo ră`ng Leopold bảo vệ lợi ích của người thuê khi đàm phán với các chủ đâ´t là đã nói nhẹ đi so với thực tế´. Leopold đã mang những vũ khí trí tuệ tố´i tân của mình, nào xe tăng, pháo, máy bay, tới bên phía bàn của người mua."

Việc luôn ưu tiên mở rộng quyề `n hạn của người mua đã đưa tôi tới New York, cho tôi cơ hội đại diện cho Celanese (hiện nay đã đổi thành Hoechst Celanese). Công ty đã xây dựng toà nhà Celanese trên Đại lộ 1211 ở Mỹ, hiện tại được biế t để ´n với cái tên News Corporation Building (như ở Rupert Murdoch).

Hành động khi cơ hội xuất hiện

Tôi đại diện cho Celanese trong vụ giao dịch ở Murdoch và trong suố t quá trình đàm phán, tôi đã có dịp để n thăm một công ty luật ở Trung tâm thương mại thể giới. Lúc đó, tôi mới từ Canada sang Mĩ, tôi cho ră ng tấ t cả các toà nhà ở Bắ c Mĩ đề u có khu phục vụ ăn uố ng, như họ vẫn làm ở Montreal, Toronto, Calgary và Vancouver. Điề u này có nghĩa là nế u tôi đang đứng ở một trong những toà nhà lớn nhấ t thế giới, tôi sẽ được thăm khu phục vụ ăn uố ng lớn nhấ t thế giới. Tôi chảy cả nước miế ng với suy nghĩ ră ng mình sẽ vào một nơi sang trong và tư chon món ăn giố ng những món vẫn được

bày ở phòng ăn lớn Faneuli. Vì vậy, tôi vỗ nhẹ vào vai anh bảo vệ và hỏi ră ng: "Khu phục vụ ăn uố ng ở đâu?"

Anh ta nói với tôi ră ng ở đó không có khu phục vụ ăn uố ng.

Tôi đoán ră`ng chă´c chă´n anh ta là lính mới ở đây. Nhưng tôi vô cùng sửng số t khi phát hiện ra, anh ta đã nói đúng.

Không còn là cậu bé 5 tuổi nữa, tôi sử dụng ngay lý thuyế t Nho Bran của tôi. Thay vì hi vọng ai đó sẽ tới và cho mình nho khô, tôi đã tự bỏ thêm nho khô và thuế gâ n 2 mẫu Anh đấ t trố ng trong Trung tâm thương mại thế giới để xây dựng khu phục vụ ăn uố ng lớn nhấ t thế giới. Vố n cho dự án chỉ được đảm bảo trong 6 tháng trước ngày11 tháng 11 năm 2001, với tổng chi phí dự kiế n là dưới 20 triệu đô la. Không lâu sau, dự án được định giá (chỉ thực phẩm) vào khoảng 70 triệu đô la. Và quâ y bán rượu - khi khu phục vụ ăn uố ng biế n thành quâ y bar và nơi giải trí vào buổi tố i và cuố i tuâ n - được định giá thêm 70 triệu đô la nữa. Tôi bán tiê n góp vố n trong dự án của mình và rút về định cư ở Hồ Tahoe, chờ đợi khoản thu từ số tiê n bán đồ uố ng và thực phẩm ban đâ u. Việc chuẩn bị mặt bă ng đã được tiế n hành. Sau đó, sự kiện ngày 11/9 xảy ra.

Tránh xung đột quyền lợi

Tôi thấ y mình quay trở lại New York, bắ t đấ u với một hộp Nho Bran; lại một lâ n nữa không có đủ nho khô. Khi ấ y, mọi người hỏi tôi ră ng: "Tại sao không có ai làm cái này trước đó nhỉ?"

Và một là n nữa, "cái này" đã đáp ứng được nhu câ u đang thiế u hụt của thị trường bấ t động sản. Có cái gì đó bấ t thường khi người thuê quyế t định thuê nhà ở toà nhà được người môi giới, làm việc cho chính công ty môi giới đang chịu trách nhiệm marketing và quản lí toà nhà đó, giới thiệu, khuyên nhủ và nài nỉ thuê. Trong hợp đô ng

marketing kí với người môi giới, có rấ t nhiề `u điề `u khoản có lợi, khuyê ´n khích môi giới làm mọi điề `u có thể để thu được lợi nhuận tố ´i đa cho chủ nhà. Thật nực cười, điề `u này còn dễ hiểu hơn là "hai muỗng nho khô". Bạn có tưởng tượng được ră `ng, một công ty Luật lại đại diện cho cả bên nguyên đơn và bên bị cáo trong một vụ án, trong cùng một phòng xử án và vào cùng một ngày? Nhưng trong kinh doanh bấ ´t động sản, việc một người môi giới đại diện cho quyề `n lợi tố ´i ưu của người thuê bă `ng cách đàm phán với chủ đấ ´t, người mà anh ta đã đại diện trong nhiề `u năm, lại được coi là điề `u rấ ´t bình thường.

Hế t sức lố bịch nhưng cho để n nay, thị trường cung cấ p dịch vụ tư vấ n cho thuê văn phòng ở New York vẫn còn thiế u một đóng góp đặc biệt, có đẳng cấ p cao, góp phâ n chấ m dứt tình trạng lộn xộn này. Nó chẳng có Harry Winston hay Rolls - Royce, cũng chẳng có Allen và hay Michael Steinhart.

William B. May là một trong những tên tuổi đáng kính nhấ t trong hoạt động kinh doanh bấ t động sản ở New York và công ty này cũng kinh doanh bấ t động sản lâu đời hơn bấ t cứ công ty nào ở New York. Trong vòng hơn 140 năm, nó đã phục vụ rấ t nhiề ù nhân vật hàng đã ù của thành phố New York. Quan trọng hơn là chúng tôi đã loại bỏ được tấ t cả những mâu thuẫn về lợi ích bă ng cách chỉ đại diện cho bên thuê trong giao dịch thuê văn phòng. Điề ù này có ý nghĩa quan trọng với khách hàng. Một công ty chỉ đại diện cho quyề n lợi một bên và được quản lý tố t sẽ biểu hiện tố t hơn nhiề ù so với một công ty phải vấ t vả với quyề n lợi của hai bên; kiểu đại diện môi giới bấ t động sản hợp lý sẽ nhanh chóng về đích.

Chọn một bên

Bấ t động sản là một trong những "thành luỹ" cuố i cùng còn cho phép các trung gian hoạt động, vì vậy, hãy tiế n lên và xây dựng bảng hiệu cho mình. Tuy nhiên, tôi chỉ còn lại lời khuyên cuố i cùng. Bạn có thể ước là không phải nghe những gì mà thượng nghị sĩ vĩ đại đã quá cố - ngài Sam Ervin - thường nói. Tôi vẫn còn nhớ một câu chuyện về ngài Gene Boyce, một trong ba người phỏng vấ n trong phiên họp nổi tiế ng, khi mà băng ghi âm Watergate đã bị phát hiện. Năm 1973, tôi đã từng phục vụ ông ta dưới vai trò một điể u tra viên trong Uỷ ban Watergate của Sam Ervin. Tình cờ Gere Boyce lại là bạn học thời đại học của thượng nghị sĩ Sam. Ông ta từng phạm lỗi gì đó và đã bị đuổi ra khỏi trường Luật. Một hôm, có một quý bà do gặp vấ n đề với pháp luật đã để n văn phòng mới toanh của ông North Carolina để xin lời khuyên. Sau khi ông ta cho bà lời khuyên, bà đứng lên và chuẩn bị rời văn phòng. Đột nhiên, ông ta nói: "Thưa bà, xin dừng bước. Bà nợ tôi 5 đô la"

"Vì cái gì?" Bà hỏi

Ông ta nói: "Vì lời khuyên của tôi."

Và bà nói: "Ô`, tôi sẽ chẳng dùng đế n nó đâu."

Hãy nhớ lời khuyên này: Nế u bạn tránh bị sa lâ y vào những nguyên tắ c xử thế có thể xuấ t hiện khi bạn chơi với cả hai bên của giới văn phòng cho thuê (hay cả hai bên của bấ t kì giới nào trong vô số lĩnh vực kinh doanh này), bạn sẽ không bao giờ phải rơi vào trường hợp tương tự như quí bà trong câu chuyện của thượng nghị sĩ Sam Ervin.

52. Cân nhắc tiềm năng phát triển

PAMELA LIEBMAN

Pamela Liebman là chủ tịch và CEO của công ty Corcoran, một công ty bấ t động sản chuyên về lĩnh vực nhà ở lớn nhấ t ở thành phố New York. Bà còn phục vụ trong Ủy ban chấ p hành và Ban giám đố c của Ủy ban Bấ t động sản New York.

Nế u bạn đang tìm kiế m một ngôi nhà cho mình, tố t hơn hế t hãy mua nó bà ng trái tim chứ không phải bà ng cái đâ u của bạn. Nhưng nế u bạn đang tiế n hành một vụ đâ u tư, hãy suy tính kỹ lưỡng bà ng cái đâ u của bạn.

Mua một ngôi nhà là một quyế t định cảm tính. Mọi người thường thích được cảm thấ y mình đang tiế n hành một vụ giao dịch có lời hay giá trị của ngôi nhà sẽ được đánh giá cao. Nhưng thực tế là hâ u hế t mọi người quyế t định mua một ngôi nhà vì nó phản ánh tính cách và giá trị của họ. Tóm lại, họ câ n phải số ng trong ngôi nhà đó. Hãy suy nghĩ xem, điể u gì khiế n ngôi nhà phù hợp với bạn. Đôi khi, những người mua nhà phạm sai lâ m, họ chỉ chú ý để n ngôi nhà như một món đâ u tư mà bỏ qua những nhân tố ảnh hưởng đế n chấ t lượng cuộc số ng của họ như: gâ n trường học, công viên, gâ n gũi họ hàng và nơi làm việc. Chúng là các mặt của đời số ng hàng ngày, giúp đảm bảo sức khoẻ, sự an toàn và thoải mái cho gia đình của bạn.

Mặt khác, nế u bạn chỉ mua nhà để đâ u tư, bạn câ n phải xác định rõ ràng mục tiêu của mình. Hãy quyế t định xem đó sẽ là một cuộc chơi ngắ n hạn hay dài kì. Những kẻ đâ u cơ có thể kiế m tiê n bă ng cách mua một khu nhà tập thể mới phát triển, sau đó tung khu nhà ra thị trường ngay khi có cơ hội để kiế m lời nhanh chóng. Nế u

đó là những gì bạn đang định làm, hãy chặ c chặ n là bạn đã tính toán tấ t cả chi phí phụ trội khi bạn mua và bán bấ t động sản quá nhanh. Đôi khi, có những chi phí ngâ m mà người chơi ít kinh nghiệm có thể không suy tính để n.

Nế u bạn quyế t định đâ u tư lâu dài, hãy tìm những khu vực chưa phát triển hế t nhưng có tiể m năng phát triển to lớn. Ở New York, nhiê u người đã kiế m được những món tiể n khổng lô nhờ mua những mảnh đấ t từ khi chúng vẫn còn là khu công nghiệp rô i bán đi khi chúng trở thành khu kinh doanh, buôn bán sâ m uấ t. Họ đã nhìn thấ y khả năng phát triển thành những khu dân cư đông đúc, căng tràn sức số ng của chúng. Tuy nhiên, cộng đô ng nghệ sĩ và đô ng tính là những người rấ t giỏi giới hạn tiề m năng phát triển của một khu vực. Quận Meatpacking, Soho và Chelsea là những ví dụ điển hình về những khu vực ở New York có hiện tượng này xảy ra.

53. Kiểm soát hàng lưu kho

DAVE LINIGER

Dave Liniger là người đô `ng sáng lập và Chủ tịch của công ty RE/MAX International, viế ´t tă ´t của từ "tô ´i đa hoá bâ ´t động sản" và là đô `ng sáng lập của Wildlife Experience, một trung tâm bảo tô `n thiên nhiên ở khu vực Denver.

Có một câu nói rấ t đơn giản: "Công ty nào kiểm soát được hàng trữ, công ty đó sẽ kiểm soát được thị trường."

Câu nói này có thể đúng trong trường hợp của rấ t nhiệ u ngành công nghiệp; đặc biệt là trong kinh doanh bấ t động sản, nó gâ n như là một quy luật. Tôi nhận được lời khuyên này khi tôi bắ t đâ u kinh doanh bấ t động sản và tôi không bao giờ quên nó. Bây giờ, sau 40 năm, nó vẫn đúng. Và nó có thể áp dụng cho mọi lĩnh vực trong kinh doanh bấ t động sản: nhà ở, bấ t động sản đấ t tiê n, bấ t động sản thương mại, bấ t động sản đã u tư.

Trong trường hợp này, từ "kiểm soát" không có nghĩa là "thao túng" thị trường. Ở đây tôi chỉ đê `cập đế n những công ty bấ t động sản thành công nhấ t, có nhiệ `u cơ hội làm việc với người bán và người mua bấ t động sản nhấ t. Giá trị của hàng hóa luôn được mua bởi định bởi thoả thuận giữa người bán và người mua. Nhiệm vụ của các đại lý bấ t động sản là hỗ trợ các cuộc đàm phán, thoả thuận này. Nhưng tấ t cả chỉ bắ t đâ `u khi người bán quyế t định bán bấ t động sản và chọn một công ty đại diện cho vụ giao dịch. Những người mua quan tâm đế n món bấ t động sản đó cùng với người đại diện của mình sẽ nă m được đâ `y đủ thông tin về `nó qua rấ t nhiệ `u phương

tiện truyề n thông và marketing mà người đại diện của bên bán đã sử dụng.

Những công ty hiểu được qui luật này sẽ sử dụng tấ t cả những biện pháp có thể để thu hút người mua, như thông báo "giảm giá", quảng cáo trên báo chí, tờ rơi, thư bướm và tấ t nhiên là cả Internet. Bấ t động sản vẫn còn là một lĩnh vực kinh doanh mang tính tại chỗ bởi bấ t động sản không thể di chuyển được và công ty nào có thương hiệu được công nhận và dễ nhớ nhấ t sẽ có nhiề u cơ hội được người bán và người mua lựa chọn.

Chúng tôi đa may mặ n xây dựng được một thương hiệu độc quyề n, được thừa nhận trên toàn thể giới. Thương hiệu là một mũi tên nữa trong bao đựng tên của các nhà môi giới và đại lý bấ t động sản để có thể kiểm soát được tài sản và thị trường của họ.

54. Suy nghĩ xa hơn và tin tưởng vào bản thân mình

TERRY J. LUNDGREN

Terry J. Lundgren là Chủ tịch và CEO của công ty Federated Department Stores.

Lời khuyên tuyệt nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng nhận được là từ cha tôi. Khi tôi mới 26 tuổi và đang tính đế n kinh doanh nhà ở, cha đã nói ră ng hãy tìm kiế m xung quanh khu vực tôi muố n mua nhà và đế n thăm cả 6 ngôi nhà đang được rao bán. Sau đó, cha gợi ý rã ng tôi nên xế p thứ tự cho chúng và liệt kê mặt mạnh và mặt yế u của từng ngôi nhà. Lựa chọn đâ u tiên của tôi là một ngôi nhà thật hoàn hảo và về căn bản, nó có vẻ hấ p dẫn hơn bấ t cứ ngôi nhà nào khác trong danh sách. Tấ t nhiên, nó cũng đã t hơn những ngôi nhà khác. Tôi nói với cha rã ng chẳng mấ t công xem xét nó làm gì vì tôi không có đủ tiề n để mua nó. Tuy nhiên, cha tôi không nói về bấ t cứ ngôi nhà nào khác. Chỉ đế n khi chúng tôi xem xét tấ t cả các khả năng huy động tiề n, cha mới chịu bàn bạc. Chúng tôi dự tính kí hai văn kiện thế chấ p nhà với ngân hàng và kí bố n chứng thư trả góp có đảm bảo với người bán.

Cha đã khuyế n khích tôi đặt cược vào tương lai và tập trung, không chỉ vào khả năng tài chính hiện thời của tôi, mà còn vào những gì tôi có thể trả trong 5 năm tới.

Tôi đã mua ngôi nhà và trả đủ bố n chứng thư đó cho người bán trước thời hạn, đàm phán giảm giá so với hợp đô ng ban đâ u do tôi đã trả tiề n trước ngày hẹn. Vài năm sau khi tôi bán ngôi nhà, tôi đã

thu được một món lời rấ t lớn, nhiệ `u nhấ t trong số những vụ tôi đã đâ `u tư. Đây không phải là một chiế n lược cho tấ t cả mọi người nhưng vào thời điểm đó, nó là một ý kiế n rấ t hữu ích với tôi.

55. Không tham lam

JOHN J. MACK

John J. Mack là Chủ tịch và CEO của Morgan Stanley.

Hâ`u hê´t những gì tôi biê´t vê` kinh doanh bâ´t động sản là do học được từ mẹ. Mẹ tôi là một nhà đâ`u tư bẩm sinh. Không bao giờ có nhiê`u tiê`n nhưng bà lại có bản năng tuyệt vời. Trong thực tê´, nê´u có tiê`n, chă´c chă´n mẹ đã trở thành một nữ Donald Trump.

Tôi bắ t đâ u tư vào bấ t động sản từ khi còn đang học đại học. Mẹ và tôi đã vay tiê n để mua một lô nhà ở thuộc Bắ c Carolina, nơi chúng tôi đang số ng. Hoá ra đó lại là một vụ đâ u tư tuyệt vời; chúng tôi thu về số lãi bă ng 40% tiê n bỏ ra đâ u tư.

Nhiê `u năm sau, tôi tiế ´p tục đi theo những hướng dẫn của mẹ trong kinh doanh bấ ´t động sản. Có lẽ bài học quí giá nhấ ´t mà tôi học được trong quãng thời gian đó là: Không bao giờ được tham lam. Nế ´u bạn vừa hoàn thành bài tập và vừa tiế ´n hành được một vụ giao dịch có lời, hãy tiế ´p tục phấ ´n đấ ´u. Nế ´u bạn trở nên tham lam, bạn sẽ bị loại bỏ. Trong kinh doanh bấ ´t động sản, cũng như bấ ´t cứ ngành nào khác, danh tiế ´ng là thứ quan trọng nhấ ´t mà bạn có. Để thành công được lâu dài, bạn cấ `n phải kinh doanh trên cơ sở trung thực, đảm bảo uy tín và chấ ´t lượng. Nhờ đó, danh tiế ´ng của bạn sẽ được nâng cao trên thương trường. Đó là lời khuyên tuyệt nhấ ´t về kinh doanh bấ ´t động sản và cả về `cuộc số ´ng của chúng ta nữa.

56. Lắng nghe bản thân

HARRY MACKLOWE

Harry Macklowe là người sáng lập, Chủ tịch và CEO của Công ty bấ t động sản Macklowe, một công ty đầ ù tư chuyên về các căn hộ và văn phòng cao cấ p ở Manhattan và là chủ sở hữu của toà nhà General Motors.

Lời khuyên tuyệt nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng nhận được là: Hãy lă ng nghe bản thân mình!

Lời khuyên này khuyê n khích bản thân tự vận động, chú ý phát triển sức tưởng tượng, mở rộng tâ m nhìn và tái khẳng định mục tiêu. Bấ t động sản là một ván cờ vua có kích thước đặc biệt. Sự động viên, cổ vũ là thứ đáng được chào đón nhấ t nhưng nó hiế m khi được tìm kiế m. Tìm người cổ vũ cho niê m tin của mình là một thách thức đáng giá. Sở dĩ một nhà đâ u tư hay một nhà kinh doanh thành công là nhờ tâ m nhìn xa trông rộng và khả năng đạt được mục tiêu của họ. Trên hành trình đi tới thành công, sự dũng cảm và niê m tin mãnh liệt là yế u tố tổ i câ n thiế t. Hãy lă ng nghe bản thân mình.

57. Can đảm tiến lên

BERNIE MARCUS

Bernie Marcus là nhà đô `ng sáng lập ra công ty Home Depot và là Chủ tịch Quĩ bảo trợ Marcus.

Đâ`u tiên, bạn hãy nghiên cứu cẩn thận kế t luận của các chuyên gia. Tiế p theo, hãy xem xét kỹ lưỡng các nghiên cứu có tính khả thi về nhân khẩu học và kinh tế.

Sau đó, hãy can đảm tiế n lên. Trong nhiệ u năm, một phâ n lớn những quyế t định chính xác mà tôi đưa ra là dựa vào cảm giác, nhận định đúng niệ m tin đó là điệ u nên làm và can đảm tiế n lên.

58. Đừng bao giờ đánh giá thấp đối thủ cạnh tranh

ELIAS MASRI

Elias Masri là người sáng lập, chủ tịch và CEO của Công ty bấ t động sản Falcon, một công ty chuyên quản lý bấ t động sản. Hiện tại, công ty đang quản lý 500 ngàn feet vuông văn phòng và đấ t ở khu vực thành phố New York.

Vào năm 1977, tôi rời Nam Mỹ và lâ n đâ u tiên đặt chân lên đấ t New York. Tôi nói được rấ tít tiế ng Anh nhưng cảm nhận rõ ràng rã ng: Với một New York vẫn còn bị ảnh hưởng nặng nê bởi cuộc Đại suy thoái, rấ t nhiê u cơ hội đang chờ tôi ở phía trước. Tôi lên kế hoạch mua một vài bấ t động sản. Tôi đã đế n Mỹ với một túi tiê n khá nặng cùng với rấ t nhiê u kinh nghiệm vê kinh doanh bấ t động sản. Đó là những kinh nghiệm được tôi luyện trong môi trường của một nước đang phát triển và bị tàn phá nặng nê bởi các chu kỳ kinh tế thay đổi bấ t thường và tỷ lệ lạm phát cao chưa từng có; những điê u này các doanh nghiệp ở New York chưa từng biế t tới. Khi tôi bắ t đầ u tiế p cận những người bán, phản ứng đã u tiên của họ sau khi biế t tôi là người nhập cư và đế n từ một nước đang phát triển thật là thô bạo và đã y thành kiế n.

Ban đâ`u, do tôi không giố ng với những người vố n được tin ră`ng chỉ họ mới đủ tiê`n để đâ`u tư vào thị trường bấ t động sản thương mại ở thành phố này nên những người bán chỉ cung cấ p một lượng thông tin câ`n thiế t về `những ngôi nhà mà tôi quan tâm; đôi khi họ còn tỏ thái độ khó chịu khi làm việc đó. Cuố i cùng, khi họ

nhận thấ y tôi có tiể `n và có ý định mua bán nghiêm túc, họ mới coi trọng tôi và chỉ lúc đó, chúng tôi mới có thể cùng nhau đàm phán vê `ngôi nhà.

Tôi vẫn còn nhớ chuyện đó nên tôi luôn khuyên mọi người, những người đã, đang và sẽ tham gia vào lĩnh vực kinh doanh bấ t động sản rã ng: đừng bao giờ đánh giá khách hàng tương lai của mình bă ng vẻ ngoài, hành vi cử chỉ hay trang phục... của họ. Tôi không bao giờ đánh giá thấ p khả năng hay quyế t định của bấ t cứ khách hàng tương lai nào của mình. Tôi nhớ lại một chuyện đã xảy ra từ nhiề u năm trước, hô i tôi còn ở quê nhà - Một hôm, có một người đàn ông ăn mặc rấ t xoàng xĩnh và câ m một chiế c cặp hàng chợ bước vào văn phòng của tôi. Một nhân viên của tôi vội vã đứng lên và cố gắ ng đuổi ông ta ra khỏi công ty. Khi tôi chứng kiế n cảnh đấ y, tôi đã tiế n đế n chỗ người đàn ông và ngô i xuố ng nói chuyện với ông ta. Hoá ra ông ta lại là viên chức cấ p cao trong một công ty rấ t lớn của địa phương. Công ty này vừa mua một ngôi nhà đấ t hơn rấ t nhiề u so với một ngôi nhà khác mà ông vừa hỏi được thông tin.

25 năm sau, tôi tiế p tục mua khoảng 25 toà nhà thương mại nữa ở phía tây Midtown. Tôi đã mua những toà nhà mà những nhà kinh doanh lớn ở New York không quan tâm tới. Chúng là những toà nhà cũ, xuố ng cấ p và ở những khu vực còn chưa phát triển của thành phố . Với sự chăm chỉ, tinh thâ n quyế t tâm vượt qua những cơn biế n động thị trường, một tâ m nhìn chiế n lược và rấ t nhiề u kinh nghiệm trong kinh doanh bấ t động sản, tôi đã xây dựng công ty phát triển vững chặ c. Những toà nhà cũ nát đó đã được tu sửa và cải tạo; từ những công xưởng bóc lột công nhân tàn tệ đã trở thành những văn phòng nhỏ và studio của các nghệ sĩ.

Từ kinh nghiệm của chính mình, tôi có một lời khuyên nhỏ cho các bạn, đó là: hãy tưởng tượng về `nơi bạn muố n đâ `u tư, hãy tìm kiế ´m khe hở của thị trường, chú ý giữ cân bă `ng giữa chấ ´p nhận

mạo hiểm và đánh cược vào tương lai; đô `ng thời phải luôn luôn ý thức được nhược điểm của mình và tiế ´n lên phía trước với sự thận trọng vừa phải để đưa bạn vượt qua những giai đoạn kinh tế khó khăn. Và quan trọng hơn tấ t cả, đó là: Hãy khiêm tố ´n!

59. Chọn bản thiết kế xuất sắc và địa điểm đẹp

RICHARD MEIER

Richard Meier là một cổ đông của công ty Richard Meier và những kiế n trúc sư LLP. Một số dự án của ông như: Trung tâm Getty ở Los Angeles và Bảo tàng nghệ thuật đương đại Barcelona. Ông đã được nhận rấ t nhiề u huy chương như: Huy chương vàng AIA của Hội kiế n trúc sư Mỹ và Praemium Imperiale của chính phủ Nhật Bản.

Tôi cũng không xác định được đâu là lời khuyên tuyệt nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng nhận được nhưng lời khuyên tuyệt nhấ t mà tôi có thể cho bạn là: 1. Hãy thuê một kiế n trúc sư để tạo một môi trường có chấ t lượng cao; 2. Xây dựng nó gầ n mặt hồ (sông, biển...). Làm được cả hai điể u này, bạn đã có một vụ đầ u tư khôn ngoan.

Bạn có thể coi thường mố i tương quan giữa giá trị hàng hoá được tăng lên nhờ những thiế t kế đẹp mắ t và giá cả mua bán. Thiế t kế đẹp thể hiện mơ ước của những người mua nhà, trước khi bản thân họ biế t được mình mơ ước những gì. Mọi người sẵn sàng trả thêm tiế n để ước mơ của họ được đoán trước và hiểu rõ. Là một kiế n trúc sư, tôi luôn hồ i hộp khi được làm việc với một chủ công trình có thể hiểu được giá trị của những thiế t kế chấ t lượng cao và ảnh hưởng của nó tới thu nhập của toà nhà trong suố t vòng đời của nó. Tôi cũng rấ t vui khi được làm việc với những người sẵn sàng tạo điể u kiện cho kiế n trúc sư xem xét tấ t cả các vấ n đề và đưa ra một bản thiế t kế có chấ t lượng cao nhấ t.

60. Hạn chế rủi ro và tối đa hoá lợi nhuận đầu tư

DANIEL F. MIRANDA

Daniel F. Miranda là Chủ tịch của Công ty bấ t động sản thương mại HAS.

Một chủ xây dựng nhà cửa đã có tuổi, đô ng thời là một doanh nhân thành công và chủ của đội thể thao Chicago đã kể với tôi ră ng: "Mọi người vẫn thường hỏi tôi, trong số hàng tá toà nhà ông đã xây, ông thích toà nào nhấ t. Liệu nó có phải là toà nhà đã dành được giải thưởng về kiế n trúc? Hay là toà nhà được thiế t kế bởi người kiế n trúc sư nổi tiế ng nhấ t? Nó có phải là toà nhà có kích thước lớn nhấ t trong số những toà nhà cùng kiểu hay không?"

Thực tế là chẳng có điểm nào như vậy cả.

Trước sau như một, ông vẫn trả lời ră `ng sau: "Cứ vào dịp cuố i năm, nhân viên kế toán lại nói cho tôi biế t tôi toà nhà nào của tôi là đẹp nhấ t."

Kinh doanh bấ t động sản là việc ước tính được khoảng cách và nhảy qua cái vòng lửa. Ai tính toán chính xác nhiệt độ của ngọn lửa và kích thước của chiế c vòng, người đó sẽ thu được lợi nhuận. Ai không làm được điể u đó thì sẽ thấ t bại và bị đố t cháy.

Mặc dù vậy, điểm mấ u chố t của kinh doanh bấ t động sản được đo bă ng lợi nhuận được điể u chỉnh theo rủi ro (hay tính chắ c chắ n của lợi nhuận thu được) và kích cỡ của luô ng tiể n mặt thu vào. Đạt được kích cỡ luô ng tiể n mặt hay tổng lợi nhuận là một việc

cực kỳ khó khăn và là nghệ thuật kinh doanh. Tấ t cả những quyế t định trong kinh doanh bấ t động sản nên được đưa ra dựa trên số lợi nhuận dự đoán đã được điề ù chỉnh theo rủi ro. Dự đoán và ước tính chính xác độ rủi ro và số lợi nhuận tiề m năng vừa là một nghệ thuật, vừa đòi hỏi những tính toán khoa học. Nế u một công ty có khả năng dự đoán chính xác mức độ rủi ro của những yế u tố liên quan để n bấ t động sản, sau đó giảm thiểu rủi ro bắ ng cách theo dõi thường xuyên, đưa ra những quyế t định hợp lý và hành động dựa trên những quyế t định đó, công ty có thể thu được lợi nhuận lớn hơn từ vụ đầ ù tư đó.

Tôi coi kinh doanh bấ t động sản như một loạt các vòng lửa. Chúng càng khó thực hiện bao nhiêu, phâ n thưởng sẽ càng cao quý bấ y nhiêu. Giải quyế t những vấ n đề ră c rố i liên quan để n mảnh đấ t hay những chính sách qui hoạch mới, tăng cường nguồ n đã u tư, xây dựng chiế n lược marketing sáng tạo, xem xét những dự án đã thấ t bại, đàm phán với những người cho thuê hiế u chiế n, tin tưởng vào sự thành công trong khi hã u hế t mọi người đang chố ng lại bạn, giữ vững tinh thấ n và khả năng chịu đựng của mình cho để n ngày giao nhà - tấ t cả đề u là những vòng lửa. Rõ ràng là nế u có ít vòng lửa hơn, bạn sẽ thu được phâ n huê lợi ít hơn. Nế u phải trải qua nhiề u vòng lửa hơn, bạn sẽ được hưởng phâ n huê lợi xứng đáng.

Những tổ chức và cá nhân kinh doanh bấ t động sản có kỹ năng tố t, sức chịu đựng dẻo dai, khả năng dự đoán rủi ro chính xác và biế t sử dụng những công cụ phù hợp để giải quyế t rủi ro sẽ trở thành người chiế n thă ng.

61. "Chủ nghĩa kim" yêu thích của tôi

KIM MOGULL

Kim Mogull là Chủ tịch và CEO của Công ty bấ t động sản Mogull, công ty đại diện cho những người bán lẻ và chủ xây dựng mái cửa hàng đâ `u ở New York, Florida, và một số thị trường chính, khó tính khác của Mỹ.

Tôi không bao giờ ngại nhận những lời khuyên hữu ích và sáng suố t từ khách hàng, bạn bè và gia đình. Tôi cũng đặc biệt chú ý quan sát những nét đẹp trong cư xử và hành động của mọi người. Thật là thú vị khi được điểm qua những bài học mà tôi học được từ trước tới nay.

Làm những gì bạn thích và bạn sẽ không bao giờ cảm thấy mệt mỏi vì sức ép công việc, dù chỉ một ngày trong cuộc đời

Mọi người hay nói mình là người tham công tiế c việc. Tôi thì nói: "Tôi chỉ toàn giải trí thôi." Mẹ tôi, Martha Mogull, để n giờ vẫn là người cố vấ n giàu kinh nghiệm và người bạn tố t nhấ t của tôi, luôn khuyế n khích tôi theo đuổi một công việc mà nế u tôi không thể kiế m số ng nhờ nó thì tôi cũng có thể làm vì sở thích của tôi. Và "sở thích" kinh doanh bấ t động sản đã trở thành sân chơi yêu thích của tôi.

Nói "không", cũng có nghĩa là "hãy thuyết phục tôi"

Tôi là một người bán hàng và tôi đã học được ră `ng mọi người có thể mua bấ ´t kì sản phẩm nào, nế ´u bạn đưa ra được lý do hợp lý để thuyế ´t phục họ. Hô `i còn học cấ ´p I, tôi đã bắ ´t đâ `u mài giũa kỹ năng bán hàng của mình. Tôi bán nữ trang giả cho thâ `y cô giáo và bạn bè trong lớp. Lên cấ ´p III, tôi chuyển sang bán đô `ng hô ` ở đă `ng sau thùng xe hơi. Và khi vào Đại học Northwestern, tôi trở thành người bán bộ Bách khoa toàn thư Encyclopedia Britannica. Mặc dù các sản phẩm có khác nhau, nhưng bài học vẫn không thay đổi: Nói "không", cũng có nghĩa là "Hãy thuyế ´t phục tôi".

Thanh toán hàng tồn kho thật nhanh

Ngôi nhà hay mảnh đấ t tuyệt nhấ t cũng có vẻ vô giá trị nế u bạn giữ nó quá lâu, vì mọi người sẽ cho ră ng ngôi nhà đó có gì không ổn. Năm 2006, tôi môi giới một công ty liên doanh cho một khách sạn ở góc Đường 57 và Đại lộ 6 ở New York, đô ng thời cho thuê một khu đấ t lẻ còn trố ng của một nhà hàng. Chủ của toà nhà đó từng nhờ hai công ty môi giới nổi tiế ng cho thuê chỗ trố ng đó nhưng họ đã không thành công. Lý do cơ bản khiế n thị trường không chấ p nhận chỗ trố ng đó là Đường 57 và Đại lộ 6 là "một góc đường không sinh lợi và kém may mắ n." Tấ t nhiên, nó không sinh lợi vì nó đã bị bỏ trố ng trong nhiề u năm. Tấ t cả chỉ vì mọi người không thể nhìn thấ y được tiề m năng phát triển của nơi đó, bởi nó nă m ngay gầ n Carnegie Hall và công viên trung tâm.

Sau khi thuê, tôi đã chải chuố t lại ngôi nhà, bọc lấ y nó với những dải ruy băng màu tím lớn và đón chào quí khách bă `ng dòng chữ: "Món quà dành cho các bạn - nhà hàng mới với giá phải chăng." Tôi liên hệ với chủ của Tập đoàn khách sạn Jame, một trong những tập đoàn khách sạn bỏ túi mới, nổi tiế ´ng nhấ ´t và có cơ sở ở trên khă ´p đấ ´t nước. Chúng tôi đã thành lập công ty liên doanh và biế ´n nơi đó thành khách sạn của gia đình Jame. Đô `ng thời, tôi cho một

công ty nhà hàng rấ t nổi tiế ng thuê khu đấ t lẻ còn trố ng. Góc đường "không sinh lợi" trước kia đã biế n thành một trong những nơi sâ muấ t nhấ t New York.

Tạo cảm giác hứng khởi và gấp gáp về sản phẩm của bạn

Trong một cuố n sách trước đây của Donald (Trump) - Cách để lên tới đỉnh vinh quang, Barbara Corcoran đã đưa ra một lời khuyên tuyệt vời khi bà nói rã `ng: "Khi ngoài chợ có 10 người mua mà chỉ có 3 con chó, tấ t cả chúng đề `u là tinh hoa trong đàn chó." Barbara đã phát biểu rấ t hay. Tôi rấ t thích cách giới thiệu liên tiế p, gố i lưng bấ t động sản của mình. Cách này không chỉ làm tăng thời gian của bạn, nó còn tạo cảm giác gấ p gáp và nhiề `u người muố n mua bấ t động sản.

Làm cho sản phẩm dễ nhớ, ngộ nghĩnh và hữu ích

Khi tôi đi từng nhà để bán bộ encyclopedia, tôi thường mang theo một món quà đã được gói bọc cẩn thận - thường là một quyển từ điển nhỏ. Mọi người rấ 't tò mò về `món quà ở bên dưới lớp giấ 'y bọc và họ sẽ để tôi vào nhà. Một quyển từ điển bỏ túi giá 3 đô la sẽ khiế 'n họ trả ít nhấ 't là 1.099 đô la - giá của bộ encyclopedias thấ 'p tiề `n nhấ 't của chúng tôi. Chẳng có gì thay đổi. Khi tôi đế 'n gặp khách hàng của mình, tôi thường mang theo một cái gì đó rấ 't đặc biệt, có thể làm khách hàng của tôi bấ 't ngờ và tán thưởng. Nó thường là một món quà dành riêng cho khách hay khơi gợi trí tưởng tượng của họ. Nhưng tôi cũng luôn sẵn sàng bổ sung một thứ gì đó có giá trị - thông tin - một thứ gì đó mà khách hàng của tôi có thể muố 'n biế 't. Đây là một cách vừa làm tăng giá trị của bấ 't động sản, vừa làm khách hàng vui lòng.

Không bao giờ quên khía cạnh con người trong vụ giao dịch

Bán bấ t động sản không chỉ đơn thuấ n là việc giao ngôi nhà, mảnh đấ t cho người mua hay người thuế; mà nó đang đưa hai người lại gấ n nhau. Thậm chí trong giao dịch tập thể, chính con người chịu trách nhiệm đưa ra quyế t định ký kế t hay từ chố i hợp đô ng. Dù thời gian của bạn và khách hàng có eo hẹp đế n mức nào, hãy cố gắ ng thu xế p để được đàm phán trực tiế p. Một vụ giao dịch mà hai bên không gặp mặt trực tiế p rấ t dễ bị huỷ bỏ. Và quan trọng hơn hế t, hãy cư xử lịch sự. Đó là tấ t cả những gì mà mọi người nhớ về bạn.

Mẹ tôi luôn nói rằng: "Chồi non lớn lên thành cây to"

Từng có rấ t nhiê `u người hỏi tôi ră `ng: "Làm thế ´ nào mà anh giành được công việc này ở Donald Trump?" Tôi đã giành được công việc đó nhờ sự chuẩn bị chu đáo, niê `m đam mê và kiên trì của tôi, cộng thêm 7 năm luyện tập kinh doanh bấ ´t động sản chăm chỉ. Lâ `n đâ `u tiên khi văn phòng của ông Trump gọi điện yêu câ `u gặp tôi, tôi đang là chủ tịch của một công ty bấ ´t động sản nhỏ. Tôi đế ´n buổi hẹn đâ `u tiên với Donald khi đã cố ´gă ´ng tìm hiểu vê `danh mục vố ´n đâ `u tư bán lẻ của công ty. Tôi cũng kể với ông vê `nơi tôi cho là có thể làm tăng giá trị của nó. Sau một giờ phỏng vấ ´n kinh điển của Donald Trump (khiế ´n tôi đổ mô `hôi, buô `n nôn và hơi khó thỏ), tôi đã được tuyển dụng nhưng chỉ được giao quản lý một cửa hàng. Tôi đã có cơ hội để chứng tỏ bản thân vì tôi từng cam đoan ră `ng, nê ´u được nhận, tôi sẽ thu được nhiê `u lợi nhuận cho công ty. Khi đã được thuê, ngay lập tức tôi bǎ ´t đâ `u thực hiện kê ´hoạch để khẳng định này.

Tin tưởng vào bản năng của mình hay hãy tiêu tiền để kiếm được tiền

Nhiệm vụ đầ`u tiên mà Donald giao cho tôi là cho thuê một nhà hàng ở góc đường phía trong toà nhà Trump Plaza. Nhưng lầ`n đầ`u tiên tôi để n xem xét khu vực đó, radar thám thính của tôi bị tê liệt hoàn toàn vì chẳng có cái nhà hàng nào. Thêm nữa, cái cửa hàng đó, trên thực tế , có vẻ to hơn so với những gì tôi được kể. Tôi muố n khuyên Donald nhưng cảm thấ y rấ t lo lắ ng vì ông ta chỉ vừa mới biế t tôi và đố i thủ của tôi đã tung tin ră ng cái nhà hàng trố ng đó bé hơn rấ t nhiề u. Tôi đã khuyên Donald ră ng ông nên thuê một kiế n trúc sư để đo lại nơi đó và một thâ u khoán để phá phâ n bên trong của cửa hàng. Nế u tôi nhâ m, ông ấ y sẽ không bao giờ thuê tôi nữa. Tôi đang bị mắ c kẹt với bản năng của mình và cuố i cùng, bản năng của tôi đã đúng. Cửa hàng lớn hơn so với những điề u mọi người nói. Chúng tôi đã chia đôi cửa hàng để cho thuê và lợi nhuận thu về lớn hơn nhiề u so với dự kiế n ban đầ u.

Đặc biệt, hãy đam mê; lòng đam mê dễ lây lan

Hôm tôi được nhận vào làm việc ở công ty của Donald Trump, Donald không chỉ cho tôi một cơ hội lớn, mà còn cho tôi một lời khuyên tuyệt vời về kinh doanh. Khi tôi đang chuẩn bị về , ông đã nói: "Kim, anh là một trong những người bán hàng vĩ đại nhấ t mà tôi từng gặp. Hãy thành lập công ty của riêng mình, xây dựng thương hiệu. Hãy khuế ch trương công ty để mọi người có thể tìm anh dễ dàng." Ngày hôm sau, tôi thành lập Công ty bấ t động sản Mogull và Donald là khách hàng đâ `u tiên của công ty. Tôi không bao giờ cảm thấ y hố i hận với những gì đã làm.

Tôi phải mấ t nhiệ ù năm để có thể chiế n thă ng tơ rớt của Donald - nhiệ ù năm làm việc chăm chỉ và sáng suố t. Điểm mấ u chố t vẫn là điểm mấ u chố t và những khách hàng như Donald đóng góp phâ n lớn vào kế t quả đó. Nhiệ ù năm sau và qua rấ t nhiệ ù vụ giao dịch, Công ty bấ t động sản Mogull đã trở thành công ty môi giới duy nhấ t cho hàng loạt công ty bán lẻ của Tổ chức Trump.

62. Đến nơi cần bạn

BRUCE E. MOSLER

Bruce E. Mosler là chủ tịch và CEO của công ty Cushman & Wakefield, một công ty chuyên cung cấ p các dịch vụ bấ t động sản trên phạm vi toàn thế giới.

Còn nhớ vào năm 1996, khi tôi còn là trưởng chi nhánh khu vực miê `n đông của Công ty Galbraith, công ty của tôi đã bị bán và tôi đang tìm kiế ´m những cơ hội mới. Lúc đó tôi lưu ý để ´n hai công ty: Cushman & Wakefield và một công ty cạnh tranh. Donald Trump đã nói với tôi ră `ng: "Theo ý tôi, anh nên làm cho Cushman & Wakefield." Ý của Donald là tôi nên đế ´n nơi câ `n tôi, chứ không phải là đế ´n nơi muố ´n có tôi."

Sự khác nhau cơ bản của hai công ty này là: rấ t nhiệ `u công ty muố n thuê những người chủ chố t vì họ không muố n những người này rơi vào tay của các công ty khác, và vì người này có thể làm tăng giá trị hiện thời của công ty. Nhưng vê `lâu dài, nế u bạn làm việc cho công ty câ `n bạn, bạn sẽ đóng góp được giá trị bê `n vững nhấ t. Đó là lời khuyên rấ t hữu ích mà Donald đã cho tôi. Ngày đó, tôi đâ `u quân cho Cushman & Wakefield chỉ với vai trò của một nhà môi giới. Cuố i cùng, hoá ra họ lại câ `n tôi làm CEO của công ty. Bạn không thể nhận được lời khuyên nào hữu ích hơn thế .

Lãnh đạo bằng cách làm gương

Alvin Dorman là một trong những cố vấ n dày kinh nghiệm của tôi. Ông là một chủ xây dựng rấ t thành công và ông đã xây dựng khu

nghỉ mát Bacara - một khu nghỉ mát rấ t được ưa chuộng ở Santa Barbara, California. Ông cũng là người kinh doanh nhà đấ t thành công trên khắ p đấ t nước. Alvin đã dạy tôi hai điể `u. Thứ nhấ t là hãy lãnh đạo bă `ng cách làm gương. Điề `u này có nghĩa là khi bạn lãnh đạo mọi người, bạn phải đặt mình vào vị trí của họ. Trong trường hợp của tôi, tôi đang lãnh đạo một công ty môi giới có tâ `m cỡ quố c tế với hơn 11 ngàn nhân viên. Tôi là một môi giới. Tôi đã làm việc trong lĩnh vực này lâu năm. Tôi đại diện cho nhiề `u người thuê. Tôi biể t được những biế n động của thị trường. Tôi biế t sự câ `n thiế t của nguồ `n lực. Nhưng chắ c chắ ´n rắ `ng, lời khuyên những người lãnh đạo nên đi sâu, đi sát vào đời số ´ng nhân viên, nắ m được suy nghĩ, tình cảm của họ, đặt mình vào vị trí của họ... thật sự rấ t câ `n thiế t để có thể tập hợp, đoàn kế ´t mọi người cùng xây dựng công ty vững mạnh. Tôi luôn nhớ lời khuyên này và vẫn luôn cố ´gắ ´ng thực hiện.

Tập trung vào một lĩnh vực

Alvin đã dạy tôi một điể ù rấ t quan trọng nữa, đó là: Hãy trở thành một chuyên gia trong lĩnh vực của mình. Trong lĩnh vực kinh doanh bấ t động sản, bạn có thể là một nhà kinh doanh không chuyên nghiệp, nhưng để vươn tới đỉnh cao vinh quang, bạn phải tập trung vào một lĩnh vực nào đó. Phạm vi công việc có thể rấ t rộng: đã ù tư, thẩm định chấ t lượng, cho thuê, quản lý bấ t động sản và quản lý tiện nghi trong nhà... Tôi đã chọn "đại diện cho người thuê" làm lĩnh vực chuyên môn của mình.

Phát triển thương hiệu

Phâ `n cuố i cùng là lời khuyên tuyệt vời nhấ t mà tôi nhận được từ cha tôi; đây là một câu nói khá sáo rỗng nhưng lại rấ t có căn cứ.

Cha tôi là Chủ tịch của Mosler Safe, một doanh nghiệp nổi tiế ng. Ông luôn luôn cảm thấ y ră ng thương hiệu là quan trọng bậc nhấ t; tấ t cả những điể ù bạn làm là để phát triển thương hiệu và tấ t nhiên, những điể ù bạn làm sẽ ảnh hưởng để n thương hiệu. Cách bạn cư xử, bạn là ai, bạn làm gì đề ù có ảnh hưởng trực tiế p tới thương hiệu của công ty bạn.

63. Chú ý vị trí và trung thực

DAVID MOSSLER

David Mossler là Chủ tịch của công ty Mossler & Doe, chuyên đại diện và bán những bấ t động sản có kiế n trúc đẹp, nổi tiế ng trong lịch sử. Công ty chủ yế u hoạt động ở Nam Califonia.

Khi bạn mua bấ t động sản, ba nguyên tắ c quan trọng nhấ t vẫn là: vị trí, vị trí và vị trí.

Khi bạn bán bấ t động sản, ba nguyên tắ c quan trọng nhấ t là: Không che giấ u, không che giấ u và không che giấ u. Trung thực sẽ thắ ng thể .

64. Mua và chờ đợi

TERRY MURPHY

Terry Murphy là một diễn giả chuyên nghiệp, là CIO của Mỹ. Ông đã học ở Đại học Memphis và là tác giả của nhiề `u tạp chí như: Bản tin về `đại lý môi giới (Broker Agent News), Tạp chí người sáng tạo thể ´châ ´p (Mortage Originator), Bâ ´t động sản Times (Realty Times) và Phụ nữ Memphis (Memphis Woman).

Ông Cavett Robert vĩ đại, người sáng lập ra Hiệp hội diễn giả quố c gia (National Speakers Association) và là một nhà kinh doanh lâu đời, đã phát biểu một câu mà tôi rấ t tâm đấ c: "Đừng đợi để mua bấ t động sản - hãy mua bấ t động sản và đợi." Đây là một lời khuyên đáng tin cậy, nó đã giúp ích cho tôi và rấ t nhiề u khách hàng của tôi trong những năm qua.

Trừ những trường hợp ngoại lệ như thảm hoạ nhân tạo Chernobyl xuấ t hiện và tác động để n thị trường bấ t động sản, nhìn chung, thị trường bấ t động sản ở hấ u khắ p các khu vực tăng giá.

Hâ`u hê´t những người bình thường (xin lỗi Donald, không phải là ông đâu!) đâ`u tư vào khu vực họ số´ng nhưng họ lại không thể làm giàu thêm cho mình nhờ đâ`u tư vào bâ´t động sản khác.

Tôi giới thiệu thêm 3 bước hành động dưới đây để góp phâ n vào lời khuyên của Cavett, giúp mọi người biế t cách mua bấ t động sản và chờ đợi.

Bước 1: Bắ t đâ u với một kế hoạch. Xây dựng một kế hoạch chiế n lược (đâ u tư vào bấ t động sản lâu dài hay ngặ n hạn). Bạn

có thể chọn giữ bấ t động sản trong một thời gian dài hay trong một thời gian ngắ n và bán nó đi để thu lợi nhuận ngắ n hạn.

Nế u kế hoạch của bạn là giữ bấ t động sản trong một vài năm, chiế n lược của bạn câ n phải có những đánh giá hàng năm và thu nhập bấ t động sản ổn định để trả món nợ thế chấ p và đem lại lợi nhuận cho bạn. Tuy nhiên, nế u kế hoạch của bạn là giữ bấ t động sản trong một thời gian ngắ n, bạn sẽ phải nghĩ đế n việc thuê một công ty quản lý bấ t động sản chuyên nghiệp, đâ u tư một món tiê n để sửa chữa, thay thế và trông coi, tiế t kiệm tiê n để bù vào số thu nhập bấ t động sản trong trường hợp bị thiế u và tính toán ảnh hưởng lâu dài của khu vực xung quanh về lâu dài. Nế u mảnh đấ t hay ngôi nhà đó thuộc khu vực tiện cho sinh hoạt: gâ n trung tâm và trường học, rấ t gâ n bế n xe buýt hay các điểm giao thông công cộng, bạn có thể chă c chă n ră ng; thu nhập bấ t động sản sẽ tăng lên đề u đặn.

Nế u bạn dự định giữ bấ t động sản trong một vài năm, bạn nên xem xét lợi nhuận của món nợ thế chấ p có thời hạn trả dâ n ngă n hơn, nhờ đó, bạn có thể trả món nợ sớm hơn và vào thời gian cụ thể hơn. Nế u bạn có thể trả món nợ thế chấ p trong thời hạn từ 10 đế n 20 năm, bạn sẽ tạo ra luô ng tiê n mặt dư nhanh hơn so với những món nợ truyề n thố ng kéo dài 30 năm. Chiế n lược của bạn có thể câ n tới một số bấ t động sản khác. Sử dụng vố n cổ phâ n bấ t động sản làm đòn bảy để đảm bảo tiế n đâ u tư phát sinh. Kế hoạch nă m giữ lâu dài không gây sức ép về tài chính. Kế hoạch nă m giữ ngắ n hạn có thể là một cách cực kỳ hay để thu tiế n mặt, nhưng một điể u câ n chắ c chặ n là bấ t động sản nă m ở một khu vực thuận lợi, có thể đảm bảo được nguồ n thu nhập bấ t động sản ổn định; sau đó, hãy để bấ t động sản mang lợi nhuận về cho bạn. Trước khi bạn biế t đó, 10 năm có thể đã qua đi, và với một chiế n lược đầ u tư sáng suố t, ban sẽ tân hưởng cảm giác sung sướng khi

hàng tháng, giá trị bấ t động sản của bạn được đánh giá cao hơn; bấ t động sản và tiê n của bạn đã mang lợi nhuận vê cho bạn.

Mua một ngôi nhà cho mình và gia đình cũng là một cách để bắ t đâ `u đâ `u tư bấ `t động sản. Vụ mua bán này là một bước đâ `u tư và có thể sử dụng để mua thêm bấ `t động sản. Tuy nhiên, hâ `u hế `t mọi người thường để tâm đế `n việc mua một món quà cho ngày nghỉ lễ hơn là kinh doanh bấ `t động sản.

Hãy siêng năng thêm một chút và xác định rõ mục tiêu tài chính của mình. Bạn có kế hoạch số ng trong ngôi nhà đó không và nế u có thì là bao lâu? Câu trả lời cho câu hỏi này sẽ giúp xác định chiế n lược tố t nhấ t. Câ n xem xét các nhân tố như: lịch sử thị trường tại chỗ, kế hoạch phân khu và qui hoạch của địa phương, những công trình mới xây dựng... Hãy tính toán kỹ lưỡng và xét để n tình hình của mình: Nế u bạn còn độc thân, bạn muố n đã u tư vào bấ t động sản và bạn muố n bắ t đâ u từ việc tìm một nơi khiêm tố n để ở. Hãy sử dụng thời gian này để tìm hiểu vê bổn phận và nghĩa vụ của người chủ ngôi nhà hay mảnh đấ t đá, hãy xây dựng uy tín cho mình; tìm kiế m và xây dựng những mố i quan hệ giúp ích cho bạn trong tương lai.

Bước 2: Thành lập một nhóm chuyên gia. Bạn sẽ cảm thấ y việc học đâ `u tư vào bấ t động sản trở nên dễ dàng hơn, nế `u bạn được tiế `p xúc với lĩnh vực này thường xuyên. Internet, sách vở, những hội thảo chuyên đê `bấ t động sản... có thể đáp ứng được nhu câ `u của bạn. Lời khuyên tố t nhấ t là hãy tìm kiế m và thành lập một nhóm các chuyên gia vì kinh doanh bấ t động sản là một cuộc phiêu lưu nhiê `u mặt. Bạn không thể biế t hế t được các mặt đó. Cố gặ ´ng tự học tấ t cả có thể là một việc quá sức với bạn và cả với cái ví của bạn nữa.

Hãy phỏng vấ n và thăm dò những người có tài mà bạn mong là sẽ tham gia vào nhóm của mình. Hãy phỏng vấ n những chủ đại lý bấ t động sản, chủ xây dựng, giám định viên, người cho vay nợ, người có vị trí quan trọng trong ngân hàng, kế toán và những người được uỷ quyề n, những người chuyên về lĩnh vực bấ t động sản trước khi bạn bắ t đầ u thăm dò, tìm kiế m bấ t động sản. Hãy chọn những chuyên gia có tác phong giố ng bạn. Mỗi khu vực đề u có sắ c thái riêng và điề u này sẽ ảnh hưởng để n giá trị bấ t động sản của bạn tại đó. Dân địa phương có thể biế t rấ t rõ những đặc điểm riêng đó nhưng bạn không thể tìm thấ y chúng trong bấ t cứ cuố n sách hay tò báo về kinh doanh bấ t động sản nào. Có bên mình một nhóm cộng sự mà bạn tin tưởng sẽ khiế n việc tìm kiế m và mua bấ t động sản của bạn trôi chảy họn.

Khi tôi chuyển từ Chicago vê Memphis, tôi đã cố gắ ng tìm kiế m một biệt thự trong khu nhà giàu. Những ngôi nhà kiểu này rấ t hiế m. Chủ nhà đang rao bán ngôi nhà, nhưng sau khi chúng tôi thố ng nhấ t vê giá cả của ngôi nhà thì người ta định giá ngôi nhà thấ p hơn so với lời đề nghị của tôi. Điề u này có lợi cho tôi nhưng không có lợi cho bà ta vì chỉ trong vòng chưa đâ y 24 tháng sau, giá của ngôi nhà đã tăng lên gấ p đôi. Tuy nhiên, giá của những ngôi nhà xung quanh đó chỉ tăng từ 2 - 3% một năm. Bài học ở đây là: hãy điề u tra cẩn thận, đặt câu hỏi và tiế p tục điề u tra trước khi quyế t định đâ u tư. Câu châm ngôn cũ "vị trí, vị trí, vị trí" vẫn còn nguyên giá trị của nó.

Bước 3: Thực hiện kế hoạch. Hãy sử dụng những đường lố i đã vạch ra để xây dựng danh mục đầ u tư của mình. Tập hợp nhóm chuyên gia để tiế n hành thảo luận và đưa ra quyế t định tố i ưu. Thường xuyên dành thời gian điể u tra thị trường. Rấ t nhiê u nhà đầ u tư, do mới bắ t đầ u kinh doanh bấ t động sản, thường đánh giá thấ p tâ m quan trọng của việc điể u tra thị trường một cách

đề ù đặn. Bởi vì nó sẽ ảnh hưởng trực tiế p tới sự thành bại của vụ đầ ù tư. Tôi đã từng tư vấ n cho rấ t nhiề ù nhà đã ù tư để họ mua những bấ t động sản được quản lý bởi một công ty quản lý bấ t động sản. Sau đó, những nhà đã ù tư đó thường lơ là kiểm tra giá trị của bấ t động sản hay điề ù tra yêu cấ ù bảo dưỡng, xem xét nguy cơ lỗi thời, đánh giá nguy cơ cạnh tranh từ những ngôi nhà mới xây hay dự kiế n xây ở khu vực đó. Và họ cho ră ng mình chẳng kiế m thêm được tí lợi nhuận nào cả. Đây không phải là một kế hoạch tố t.

Có một điề `u bạn có thể chặ c chặ n, đó là: thị trường bấ t động sản thay đổi hàng ngày. Nó không thay đổi nhanh như thị trường chứng khoán nhưng có một thứ tác động để n bấ t động sản hàng ngày: công ty phá sản, công ty mới thành lập, giao thông công cộng, thuế mới, trường học mới, trung tâm thương mại mới và dự án nâng cấ p khu vực trung tâm.

Lời khuyên tuyệt nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng nhận được là hãy mua bấ t động sản và chờ đợi. Trong 10 năm, mỗi năm mua một bấ t động sản, thậm chí một vụ đã u tư khiêm tố n nhấ t cũng cho phép bạn kiế m được tiể n, kể cả khi bạn ngủ; hơn nữa, khoản tiể n đó thường lớn hơn số tiể n bạn có thể kiế m được khi làm việc rấ t chăm chỉ. Khi bạn chú ý cẩn thận, công sức đã u tư của bạn sẽ được đề n đáp. Và như Cavett vẫn nói, hãy kiế m tiế n khi chờ đợi. Chúc may mắ n!

65. Đánh giá rủi ro

JOSHUA L. MUSS

Joshua L. Muss là Chủ tịch của Công ty Muss Development, một trong những công ty bấ t động sản phát triển nhấ t ở thành phố New York.

Trong nhiê `u năm liê `n, sự phát triển của thành phố ´New York chịu sự chi phố ´i của các gia đình kinh doanh bấ ´t động sản. Câ `n phải có truyê `n thố ´ng lâu đời để tích luỹ đủ vố ´n và kinh nghiệm, hiểu ra các quy luật của vòng quay tỷ lệ lãi suấ ´t, chứng kiế ´n giai đoạn thị trường khủng hoảng cũng như những thời kì làm ăn phát đạt có thể kéo dài hàng thập kỷ... và rấ ´t nhiê `u trải nghiệm khác nữa.

Ông tôi - Isaac Muss - đế n Mỹ năm 1906. Ông bắ t đâ u xây dựng cơ nghiệp hoành tráng của mình ở Brooklyn, và khi thời kỳ Đại suy thoái bùng nổ, nó đã chôn vùi mọi thành quả của ông. Bố tôi là Hyman, một trong 11 người con của ông, đã quyế t định nổ i nghiệp cha sau chiế n tranh thế giới là n thứ Hai. Ngân sách tài chính lúc bấ y giờ hế t sức hạn hẹp, quy mô dự án rấ t khiêm tố n. Nhu câ u mua bán các khu nhà xây dựng theo kiểu stick - built cũng làm nóng lên các dự án kinh doanh bấ t động sản thương mại, tuy nhiên, quy mô vẫn chỉ ở mức nhỏ lẻ, mỗi thời điểm một dự án.

Tố t nghiệp trường Luật ra, tôi dành trọn 5 năm thực tập với sự phục tùng thâ m lặng và tôn thờ tuyệt đố i người cha của mình. Tôi tin tưởng mọi điề u ông làm đề u đúng đấ n. Nhưng 5 năm sau đó, tôi nhận ra tấ t cả những thứ Hyman Muss làm đề u sai! Chúng tôi đã xây nhâ m thứ và làm nhâ m chỗ. Không có dự án nào đủ hấ p dẫn và đủ lớn. Cái chúng tôi câ n là một người cộng sự giỏi kiế m

tiê`n để chúng tôi có thể trở thành những "người thành công nhấ t". Nhưng bố tôi lại trả lời ră `ng: "Nế u anh có một dự án tố t, anh sẽ không câ `n đế n một cộng sự. Nế u anh có một dự án tô `i, anh cũng chẳng muố n có một cộng sự."

Nhiê `u thập kỷ sau, khi chúng tôi có nhiê `u dự án tâ `m cỡ hơn, tôi suy ngẫm vê `những lời nói đã thấ ´m sâu trong tâm trí của tôi. Nghe theo lời khuyên của ông, (ông dù sao cũng từng là sế ´p!), tôi tìm kiế ´m những dự án có quy mô lớn hơn và tấ ´t nhiên là phải "không có rủi ro". Quy trình thực hiện hế ´t sức đơn giản: tìm những miế ´ng đấ ´t rẻ, cải tạo, quy hoạch lại môi trường xung quanh, sắ ´p xế ´p những việc câ `n làm, tiế ´n hành thi công xây dựng và thu lợi nhuận. Miễn là có được cơ hội. Khá đơn giản. Đôi khi là như vậy.

Tuy nhiên, trong thập kỷ cuố i của thế kỷ 20 và bước sang đầ u thế kỷ 21, cuộc số ng trở nên phức tạp hơn. Không còn những luật lệ tài chính "thông thường" nữa. Thời kì hoàng kim của các gia đình kinh doanh kiểu cha truyề n con nổ i được bổ sung, nế u không muố n nói là bị thay thế , bă ng các công ty đầ u tư bấ t động sản theo nhóm , các quỹ đầ u tư cơ hội và các công ty cổ phâ n hùng mạnh. Phương pháp đầ u tư tiề n đầ u tư dài hạn nhường chỗ cho phương pháp dự thảo vố n IRRs . Quy mô các dự án đề u lên để n tiề n tỉ. Mỗi ngày lại xuấ t hiện thêm nhiê u doanh nhân mới, tuy còn thiế u kinh nghiệm và thậm chí ít vố n, song cùng với những đố i tác đầ y triển vọng, họ đang đi những bước tiế n vô cùng to lớn.

Tôi vẫn tiế p tục lưu tâm để n lời khuyên của cha với một chút thay đổi: tôi đánh giá trong mỗi dự án như thế , rủi ro là của chính mình và tôi câ n phải giải quyế t chúng. Khi tôi cảm thấ y hài lòng với dự án và tự thấ y có thể tiế n hành mà không câ n nhờ để n một cộng sự nào, tôi vẫn mời họ tham gia. Trong thế giới kinh doanh bấ t động sản ngày nay, bạn "câ n" và bạn "muố n" có những người cộng sự. Tinh thâ n hợp tác tố t sẽ giúp công ty Muss Development

gặt hái thành công và tiế p tục phát triển trên suố t chặng đường dài hàng trăm năm tới.

66. Tìm kiếm một kiến trúc sư giỏi

ENRIQUE NORTEN

Enrique Norten là người sáng lập ra Công ty TEN Arquitectos ở Mexico City vào năm 1986 và sau này có văn phòng thứ hai mở tại New York. Hiện nay, ông là Chủ tịch trường đại học Pennsylvania và là Giáo sư thỉnh giảng cho Eero Saarinen thuộc khoa Thiế t kế kiế n trúc trường Đại học kiế n trúc Yale.

Tấ t cả mọi người đề `u đã được nghe để ´n một lời khuyên vô cùng bổ ích là phải biế ´t chọn địa điểm thích hợp. Thực tế ´ đúng như vậy - địa điểm đóng vai trò cực kỳ quan trọng. Nhưng tôi cho ră `ng, một công trình có kiế ´n trúc đẹp, thiế ´t kế ´ đẹp sẽ còn giúp bán được dễ dàng hơn. Nhấ ´t là đố ´i với những thị trường phức tạp như New York hay một số ´ thành phố ´ lớn khác thì tôi càng chặ ´c chặ ´n rặ `ng, kiế ´n trúc đẹp sẽ là yế ´u tố ´ quyế ´t định trong thị trường đó. Kiế ´n trúc đẹp hơn, thiế ´t kế ´ đẹp hơn không chỉ giúp bán nhanh hơn mà còn được giá cao hơn so với một công trình đơn thuầ `n. Kiế ´n trúc tố ´t mà lại có thêm vị trí đẹp thì sẽ còn tuyệt vời hơn nữa.

67. Hãy nhớ rằng bất động sản là ngành kinh doanh tuần hoàn

ELAN PADEH

Elan Padeh là Chủ tịch kiêm Tổng giám đố c tập đoàn The Developers Group, đô `ng thời là người uỷ nhiệm, chủ đấ ´t, nhà phát triển và là cố ´ vấ ´n viên vê ` các thị trường bấ ´t động sản thương mại và nhà ở.

Công thức cho những người thực sự muố n thành công trong lĩnh vực bấ t động sản rấ t đơn giản, nhưng việc thực hiện công thức đó lại không dễ chút nào. Công thức ư? Hãy nghiên cứu tấ t cả những gì có thể về loại hình sản phẩm, thị trường cũng như tình hình ở các khu vực lân cận. Xác định đố i tượng khách hàng của bạn và tìm hiểu xem họ có nhu câ u gì. Tìm ra lĩnh vực tài chính, xây dựng hay phát triển có khả năng mang lại lợi ích cho khách hàng của bạn; liệu họ là người mua, nhà đâ u tư hay nhà phát triển? Luôn nhớ ră ng không nên đánh giá quá cao kinh nghiệm và đừng bao giờ bước chân vào trò chơi này chỉ để kiế m tiê n chớp nhoáng.

Có một điề ù bạn nên ghi nhớ: bấ t động sản là ngành kinh doanh có tính chấ t tuầ nhoàn. Những người hay nhắ c để nhiện tượng "tăng vọt giá do đầ ù cơ" trong bấ t động sản là những người không đầ ù tư nhiề ù thời gian để tìm hiểu đúng bản chấ t của lĩnh vực này. Ngay cả ở những giai đoạn thị trường sôi động nhấ t, bấ t động sản vẫn chỉ là lĩnh vực đầ ù tư của một số ít người. Và những nhà đầ ù tư hay nhà phát triển có đủ hiểu biế t về quy luật tuấ nhoàn trong lĩnh vực này sẽ biế t lựa chọn chính xác thời điểm thích hợp cho họ. Ví dụ

như giá nhà đấ t trong năm 2006 là quá cao đố i với nhiệ u chủ đấ t tiê m năng. Tuy nhiên, giá cao không có nghĩa là không ai mua nổi hoặc không sẵn lòng mua. Trái lại, điệ u đó có nghĩa là trong thị trường luôn có những người dự trữ tiê n, những người tham gia Hệ thố ng trao đổi 1031 hoặc những cá nhân có thể đợi đế n hàng ba thập kỷ để kiế m các khoản tiê n chênh lệch nhờ đâ u tư.

Ngoài ra, tôi hoàn toàn tin tưởng ră ng, đâ u tư sáng suố t là phải mua tài sản và nă m giữ chúng. Trong mấ y năm gâ n đây, thị trường dấ y lên kiểu "đâ u tư mì ăn liê n", tức là mua một tài sản với giá rẻ, sau đó sửa sang, gia cố rô i nhanh chóng bán lại với mức giá chênh lệch và thu lợi nhuận. Đôi khi cách này cũng có hiệu quả. Nhưng nế u bạn thực sự muố n kiế m những khoản tiê n lãi khổng lô thì chỉ có cách duy nhấ t là mua tài sản, nă m giữ, cho thuê và sau đó lại chọn đúng thời điểm phù hợp để bán lại.

Đố i với các nhà phát triển, đây là cơ hội làm ăn tuyệt vời nhấ t, đặc biế t là những cơ hội ở khu vực New York. Con người đang số ng lâu hơn và ngày càng có nhiệ u người di chuyển để n vùng đấ t này. Những người có tâ m nhìn có thể thấ y trước và thiế t lập các cơ hội vàng ở những vùng đấ t mà người khác chưa kịp nhìn ra. Ví dụ như nhiê u người nghĩ vùng Bedford Stuyvesant là nơi hoàn toàn ê ẩm, không gì cứu vãn nổi, nhưng đô i với những người có đâ u óc, có con mă t quan sát thì đây lại là mảnh đâ t hứa hẹn sẽ phát triển trong tương lai. Tôi cam đoan ră ng trên khắ p nước Mỹ vẫn còn vô số những vùng đấ t rộng lớn có tiể m năng tương tự như vậy. Có thêm một thay đổi khác nữa vê nhân khẩu học mà tôi và người cộng sự của mình đã biế t cách khai thác thành công. Cách đây 10 năm, nhiệ u bậc cha mẹ hiểu biế t quyế t định mua cư xá cho con cái vì họ tin ră ng đó là một sự đâ u tư khôn ngoan. Quả thật là như vậy! Mua cư xá, các ông bố, bà mẹ tin ră ng sau này họ có thể bán lại với mức giá chênh lệch cao và bọn trẻ cũng sẽ là những người trả tiê n thuê nhà.

Tuy nhiên, lũ trẻ "người lớn" bướng bỉnh này vố n thích tự lựa chọn căn hộ cho mình. Thêm nữa, bọn trẻ có xu hướng thay đổi thị hiế u liên tục, cứ khoảng chục năm thì chúng lại đổi nhà ở một lầ n; cho nên, nế u bạn chiế u chúng được một lầ n thì để n lầ n thứ hai, khi đổi nhà, có thể chúng vẫn tìm để n bạn. Do thị hiế u mỗi đứa một kiểu nên yế u tố quyế t định thành công là phải biế t thiế t kế không gian và nội thấ t sao cho thật hợp mặ t.

Khi đám thanh niên này muố n mua, vấ n đề khó khăn nhấ t của chúng là khả năng tài chính có hạn. Tôi và các cộng sự nhận ra ră ng, các khu vực trước đó từng bị suy thoái, trì trệ, hoá ra lại là những vùng ẩn chứa nhiề u tiề m năng lớn. Ví dụ như theo các quy định của liên bang và bang, các chủ kinh doanh ngân hàng ở những khu vực kinh tế suy thoái được phép cấ p vố n để mua bán tài sản với tỷ lệ lãi suấ t thấ p hơn 1 để n 2 điểm so với mức hiện hành ở các thị trường khác. Nhưng chẳng ai biế t được cái gọi là "khu vực suy thoái" sẽ có thể thay đổi chóng mặt đế n mức nào nế u cứ nhìn vào các bản báo cáo đánh giá của Cục Dân số Hoa Kỳ về những khu vực "suy thoái" này. Do đó, nế u một khu vực thị trường có dấ u hiệu đi lên thì các chủ ngân hàng khôn ngoan có thể tung ra các khoản cho vay với mức lãi suấ t hấ p dẫn để thu hút những khách hàng trẻ tuổi, từ đó tạo ra thế có lợi cho cả hai bên.

Một ý tưởng sáng tạo nho nhỏ có thể giúp nhà phát triển gặt hái nhiê `u thành công lớn. Các khách hàng trẻ tuổi thường muố ´n có một hoặc hai phòng ngủ, song chúng không định hình cụ thể được cấ ´u trúc căn phòng đó sẽ như thế ´ nào. Đây là cơ hội mà nhà phát triển có thể nă ´m bă ´t. Ví dụ như, nế ´u một căn phòng gô `m 2 giường được thiế ´t kế ´ theo kiểu truyê `n thố ´ng, tức là hế ´t phòng này nố ´i tiế ´p phòng nọ thì sẽ lãng phí vài mét vuông cho phâ `n diện tích hành lang. Thay vì đó, nế ´u thiế ´t kế ´ phòng theo kiểu split thì không gian sẽ được tận dụng triệt để. Xây một căn hộ theo kiểu

truyê `n thô ´ng mấ ´t tổng diện tích khoảng 337 mét vuông, trong khi đó, nế ´u làm kiểu thứ hai thì sẽ chỉ mấ ´t khoảng 315 mét vuông. Nế ´u một toà nhà có tổng cộng 100 căn hộ và 50 căn được xây theo kiểu "split" thì nhà phát triển sẽ tiế ´t kiệm được 1125 mét vuông; trong khi đó, nế ´u xây theo kiểu truyê `n thô ´ng thì sẽ phải mấ ´t thêm 2 triệu đô la. Đấ `u tư khôn ngoạn là vừa biế ´t làm hài lòng khách hàng vừa thu được hiệu quả tố ´i đa. Đó là lời khuyên chúng tôi muố ´n gửi tới các bạn.

Những người thực sự thành công trong lĩnh vực bấ t động sản, dù họ hoạt động trong mảng kinh doanh nào thì cũng đề u phải tuân thủ hai điề u: làm việc chăm chỉ và say mê công việc. Bấ t kì ai khi mới bắ t đâ u sự nghiệp kinh doanh đề u gặp vô vàn khó khăn, nhưng nế u có lòng nhiệt tình đúng mức và có tinh thâ n làm việc hăng say thì kế t quả sẽ còn vượt xa cả sự mong đợi của bạn. Tôi yêu công việc của tôi và tôi chỉ chọn làm việc với những người cũng có niề m yêu thích giố ng như tôi. Vâng, chúng tôi yêu đô ng tiề n chúng tôi làm ra, nhưng tiề n chỉ như là một sản phẩm phụ bên cạnh những mục tiêu mà chúng ta đạt được. Bấ t động sản là một lĩnh vực kinh doanh ngố n rấ t nhiề u thời gian số ng của bạn, song nó cũng biế t đề n đáp hào phóng sau mỗi phút bạn dành cho nó.

68. Trong tương lai mọi thứ sẽ nhỏ bé và rất nhanh

JOHN M. PECKHAM III

John M. "Jack" Peckham là Giám đố c điể `u hành của công ty Real Estate CyberSpace Society (REcyber.com) công ty có tổng số thành viên là khoảng 10 nghìn người.

"Hãy để n xem!"

Năm 1994, trong một buổi trưng bày hàng thương mại công nghệ, một người đàn ông đã nói với tấ t cả những ai đang chăm chú theo dõi: "Hãy đế n xem!". Anh ta đang giới thiệu một chương trình phâ n mê m máy tính mới có tên gọi là "Mosaic" giúp lướt net dễ dàng bà ng cách bấ m chuột vào các biểu tượng nhỏ. Khi anh đứng sang một bên, tôi vô lấ y con chuột và sau hai cú click chuột, tôi cảm thấ y mình như chiế c mũi tên bay xuyên qua không gian Internet rộng lớn rô i dừng lại tại đúng nơi có thông tin tôi câ n - một thư viện ở Pretoria, Nam Phi. Thấ m thía khoảng thời gian hơn một năm phải khổ sở dò tìm thông tin trên Internet bă ng những khẩu lệnh dài lê thê và rấ c rố i, tôi khẽ huýt sáo và nói với anh ta: "Công nghệ này sẽ làm thay đổi thế giới bấ t động sản của tôi nhưng thay đổi đế n mức nào thì hiện tại chúng ta chưa thể hình dung được!"

Tìm kiếm càng nhiều thông tin càng tốt

Lời khuyên tố t nhấ t mà tôi được nhận là phải biế t tận dụng sức mạnh và tính chấ t mở của Internet để thu thập, tìm hiểu và phổ

biế n thông tin. Năm 1963, tôi thành lập công ty Data Realty chuyên trách dịch vụ môi giới; công ty đã giúp chúng tôi thu về hàng trăm triệu đô la nhờ việc bán các tài sản đâ u tư bấ t động sản. Bí quyế t của chúng tôi là dùng máy bấ m lỗ và máy phân loại cũ của IBM để tìm kiế m những tài sản bấ t động sản phù hợp với tiêu chuẩn của các nhà đâ u tư. Tấ t nhiên là sức mạnh của máy tính lúc đó chẳng là gì so với hiện nay nhưng tại thời điểm ấ y, trong mắ t giới báo chí và giới kinh doanh bấ t động sản thì chúng tôi thực sự là những doanh nhân thấ n kỳ bởi khả năng lấ y được lượng thông tin đáng kể với tố c độ không ngờ.

Cho để n năm 1966 thì tấ t cả mọi người vẫn hô câu thâ n chú cũ mèm "vị trí, vị trí, vị trí". Hai năm trước khi buổi giới thiệu sản phẩm công nghệ kể trên diễn ra, đã có lúc trực giác của tôi mách bảo ră ng: những người chiế n thă ng trong cuộc chiế n bấ t động sản này phải là những người biế t câu thâ n chú của kỉ nguyên công nghệ, đó là "thông tin, thông tin, thông tin". Tấ t nhiên, vẫn không thể bỏ qua nguyên tắ c "vị trí, vị trí, vị trí". Nhận thức được điề u này, vào năm 1966, chúng tôi đã lập trang web www.Recyber.com cho công ty Real Estate Cyberspace Society và cho để n nay, tổng số thành viên của 120 hội đã lên đế n 10 nghìn người.

Đố i với người làm trong ngành kinh doanh bấ t động sản thì phương tiện hỗ trợ đặ c lực và có sức mạnh nhấ t là tố c độ và lượng thông tin mà anh ta có thể quảng bá hoặc thu thập. Ngay sau khi nhận ra rã `ng chỉ câ `n mấ t vỏn vẹn 3 tiế ´ng đô `ng hô ` truy cập Internet là có thể tìm được 8 khách hàng mua tài sản đã `u tư Walgreen trị giá 2,6 triệu đô la thì tôi quyế t định: câ `n phát triển thêm các công cụ truyê `n thông tin qua mạng Internet cho công ty Society.

Câu nói "Hãy để n xem!" vẫn văng vằng bên tai, dường như thúc giục tôi câ n phải khám phá thêm các công cụ Internet. Một ví dụ,

công ty Society đã sớm cung cấ p cho các thành viên một số công cụ hỗ trợ làm hợp đô ng đã y hiệu quả như chương trình Email Broadcast Wizard. Khi sử dụng công cụ này, những người môi giới bấ t động sản thương mại và các nhà đã u tư chỉ câ n viế t một thư quảng cáo tài sản đã u tư hoặc thư yêu câ u đã u tư và gửi cùng lúc để n một danh sách gô m hàng nghìn người nhận. Những người này đề u có nhu câ u nhận thư và đã đăng ký theo danh sách, do đó nhân viên không sợ phải gửi thư rác đế n những địa chỉ không quen biế t.

Tiết kiệm thời gian và tiền bạc

Thành công từ việc sử dụng công cụ này cho thấ y sức mạnh của Internet, tấ t nhiên là nế u các thông tin mà nó cung cấ p được đặt vào những bàn tay thích hợp, tại đúng thời điểm. Các chuyên gia marketing qua Internet đã miêu tả phương thức quảng cáo này là "cú hích quảng cáo", vì nhờ phương tiện này, thông tin sẽ xuấ t hiện ngay trước mắ t khách hàng. Họ không câ `n phải đi đâu hoặc làm bấ t cứ điề `u gì, ngoài việc mở hộp thư ra. Và một lợi thế khác nữa của hình thức quảng cáo này là nó hoàn toàn miễn phí.

Khi tôi so sánh hình thức quảng cáo thông tin qua Internet (ví dụ trong trường hợp gửi thông tin rao bán các khoản đâ`u tư bấ t động sản đế n 10 nghìn khách hàng) với phương pháp truyề `n thố ng là in tò bướm, nhét vào trong các phong bì, đề `địa chỉ, dán tem và sau đó là kéo lê cả đố ng để n bưu điện thì tôi có thể thấ y vô vàn lợi ích từ cách thức truyề `n thông điện tử nhanh gọn này. Ngoài lợi thế về `giá thành còn có một số lợi thế khác như: tố c độ nhanh, thu kế t quả sóm và thông tin được đặt "ngay trước mặ t bạn". Nế u bạn sử dụng các phương pháp truyề `n thố ng, để có 10 nghìn người mua tiề `m năng, có thể phải chi tới 10 nghìn đô la. Trái lại khi sử dụng các phương pháp liên lạc tức thời như chương trình Email Broadcast

Wizard của hãng Bấ t động sản CyberSpace Society, chi phí cho một bức thư điện tử là o!

Chương trình Real Buyer Direct là một minh chứng khác về sức mạnh và vai trò của thông tin. Nó giúp các nhà đâ ut tư bấ t động sản và các nhà môi giới nhanh chóng đáp ứng được đúng loại tài sản mà một người mua đang câ n - hoặc giúp người mua gặp gỡ được đúng người bán loại tài sản đó. Công ty Society lưu trữ dữ liệu và tạo điệ u kiện để các thành viên có thể chọn ra danh sách những người bán hoặc người mua tiê m năng trong hơn 8.000 cơ sở dữ liệu. Từ đó, họ có thể gửi ngay thư điện tử đế n một danh sách có các đố i tác phù hợp nhấ t. Toàn bộ công đoạn được thực hiện trong chưa đâ y 2 phút. Sức mạnh của Internet trong việc tập hợp và phổ biế n thông tin đã giúp cả những nhà đâ u tư nhỏ và các nhà môi giới có cơ hội tiế p cận thông tin ngang nhau; ưu thế này, trước đây chỉ thuộc về các hãng có hã u bao lớn.

Trong một tương lai rấ t gấ n, chúng ta sẽ chứng kiế n ảnh hưởng to lớn của công nghệ truyề n dữ liệu video và audio thông qua hệ thố ng định dạng dữ liệu RSS (Really Simple Syndication). Hệ thố ng này cho phép người sử dụng gửi và truyề n thông tin nhanh chóng hơn. Người ta kế t hợp công nghệ này với công nghệ tích hợp nhận và truyề n thông tin vào trong điện thoại di động, và rô i chúng ta sẽ còn chứng kiế n những công nghệ tích hợp khác nữa của điện thoại di động, như hệ thố ng nhắ n tin, thiế t bị hỗ trợ cá nhân PDA, thiế t bị đo đạc định vị, dò tìm dấ u vế t, các hệ thố ng bảo mật cá nhân, máy nghe nhạc MP3, các hệ thố ng RSS, các đã u thu vô tuyế n, các máy chiế u dữ liệu đưa hình ảnh, video lên màn hình khiế n cho chúng hiện ra ngay trước mặ t chúng ta cùng với các hiệu ứng âm thanh. Ngoài ra, còn rấ t nhiề u các thiế t bị khác nữa với những chức năng mà chúng ta chưa thể hình dung ra được trong ngày hôm nay.

Tăng tốc độ và giảm quy mô

Cách đây một vài năm, tôi phải chuẩn bị một bài diễn văn quan trọng để đọc trước 500 thành viên của Viện CCIM nhân Hội nghị giáo dục thường niên tổ chức tại Toronto. Tổ i hôm đó, rấ t nhiề ù thành viên của CCIM đưa gia đình, con cái họ đi cùng; có tổng cộng khoảng 20 đứa trẻ. Trong nhiề ù năm liề n, tôi có thú chơi ảo thuật nên trong các buổi nói chuyện, tôi thường dùng "những phép màu" này. Tổ i hôm đó, tôi nhờ người tổ chức sự kiện đứng ra sắ p xế p một khoảng không gian nhỏ cho tôi ở ngay trước bậc câ ù thang để tôi phát biểu, tập hợp tấ t cả bọn trẻ lại (trung bình từ 3 đế n 13 tuổi) và để chúng ngô ì ở trên sàn.

Sau khi tôi được người dẫn chương trình giới thiệu, khoảng năm trăm khách mời tham dự bắ t đâ u trật tự để lắ ng nghe, tôi mời họ ngô i xuố ng và im lặng một vài phút trước khi bắ t đâ u nói, vì tôi muố n loè lũ trẻ một chút. Trong chương trình biểu diễn ảo thuật nho nhỏ của mình, tôi hỏi đám trẻ có bao nhiều đứa muố n làm kinh doanh bấ t động sản như cha hoặc mẹ chúng. Có 3 trong số 19 đứa giơ tay (đứa thứ 20 lúc đó đang ngủ gật).

Để ý thấ y có chiế c ghế trố ng đặt cạnh tôi trên sân khấ u, tôi mời một cô bé 11 tuổi lên với tôi. Cô bé tỏ ý cũng muố n kinh doanh bấ t động sản như tôi. Năm trăm cặp mặ t của các chuyên gia bấ t động sản chăm chú hướng vào tôi và cô bé.

Chúng tôi nói chuyện một cách ngắ n gọn và cùng dùng chung một chiế c micro. Sự chân thành của cô bé làm tôi rấ t ấ n tượng. Sau đó, tôi đã làm một việc mạo hiểm nhấ t trong sự nghiệp diễn thuyế t của mình từ trước đế n nay, tôi hỏi cô bé: Liệu ngành kinh doanh bấ t động sản sẽ như thế nào khi cô 10 hoặc 15 tuổi nữa?" Tôi nín thở, trong đã u biế t ră ng nế u con bé muố n, nó sẽ nhìn tôi

trừng trừng và nói "Chú bị điên à?", hoặc chỉ nhìn và nói "Cháu không biê t", hoặc đứng như trời trô ng.

Nhưng không! Cô bé nhìn tôi với tấ t cả sự chân thành có thể có ở một đứa trẻ 11 tuổi. Không phản ứng chậm một nhịp nào, cô nói với thái độ cực kỳ nghiệm trang: "Mọi thứ sẽ rấ t nhỏ và rấ t nhanh!"

Những từ ngữ đơn giản mà cô bé dùng để miêu tả về tương lai chính xác hơn tấ t cả những lời tiên đoán của các thâ y bói cộng lại. Tôi vẫn thấ y rùng mình mỗi khi nghĩ để n lời mô tả của em về tương lai ngành bấ t động sản. Bạn hãy dành một chút thời gian nghĩ về điề u này, tôi tin chắ c ră ng, bạn cũng sẽ có cảm nghĩ giố ng như tôi.

Các công cụ mà ngày nay chúng ta đang sở hữu cho phép cả các nhà đâ`u tư lẫn người môi giới thực hiện được những điê`u mà tôi khó có thể hình dung nổi vào thời điểm tôi nghe thâ´y tiế´ng ai đó nói "Hãy đế´n xem!" trên sàn buổi triển lãm hàng thương mại công nghệ năm 1994.

Giờ thì tôi tặng bạn lời khuyên này: "Hãy để n xem!". Những thay đổi từ năm 1994 sẽ chẳng là gì khi ta được chứng kiế n tiế p những đổi thay mới, có sức ảnh hưởng to lớn để n bấ t động sản trong 5 năm tiế p theo. Chúng ta sẽ thu thập, tổ chức, sắ p xế p và giới thiệu thông tin sao cho những quyế t định của chúng ta trong lĩnh vực này ngày càng trở nên hoàn thiện, chính xác. Mọi thứ đề u sẽ rấ t nhỏ bé và rấ t nhanh!

69. Hiểu biết, nhiệt tình, chính trực và chăm chỉ

SUSAN PENZNER

Susan Penzner đang là Chủ tịch tập đoàn Bấ t động sản Susan Penzner và bà cũng rấ t năng động trong khu vực kinh doanh bấ t động sản ở các công ty Soho, Tribeca và Chelsea từ năm 1978. Hiện bà là thành viên của Uỷ ban bấ t động sản New York.

Để đạt được thành công trong lĩnh vực bấ t động sản, bạn câ n có 3 yế u tố quan trọng sau: hiểu biế t, nhiệt tình và chính trực.

1. Sư hiểu biế t. Tấ t cả mọi người đề u công nhân rặ ng, là một nhà kinh doanh bấ t động sản thông thái, bạn câ n phải hiểu rõ vê sản phẩm của mình, phải biế t mình kinh doanh trong lĩnh vực bấ t động sản thương mại hay nhà ở và phải xác định thị trường nào phù hợp cho sản phẩm của bạn; nế u không, bạn sẽ khó đáp ứng nhu câ u của khách hàng. Có một điệ u quan trọng mà nhiệ u người không để ý, đó là yế u tố môi trường xung quanh của "sản phẩm" nhà đấ t mà bạn đang bán cũng quan trọng không kém không gian hay nội thấ t của chính căn nhà đó. Bán nhà cũng có nghĩa là bán cả sự tiện nghị, thoải mái mà môi trường xung quanh cơ ngơi đó mang lại cho cuộc số ng của người chủ. Biế t được nơi giặt khô là hơi tố t nhấ t, cửa hàng bán hoa sáng tạo nhất, cửa hàng photocopy tiện lợi nhất và nơi cung cấ p lương thực thực, phẩm an toàn nhấ t cũng quan trọng chẳng kém gì việc quyế t định chấ t lượng công trình thi công, các phương tiện đi lại công cộng có sẵn không, và cả không gian bên trong ngôi nhà. Rấ t nhiệ u cá nhân kinh doanh bấ t động sản, nhấ t là

những người tập trung vào lĩnh vực bấ t động sản nhà ở, thường bấ t đâ u sự nghiệp của mình từ chính các khu vực mà họ đang sinh số ng, bởi vì theo họ, kiế n thức được vun đấ p từ kinh nghiệm sẵn có của cá nhân là đáng quý nhấ t và cũng đáng tin cậy hơn rấ t nhiê u so với những nghiên cứu xã hội phức tạp bên ngoài.

Tôi lại nhớ về một kỉ niệm cách đây vài năm. Hô i đó, để duy trì giá trị của giấ y phép hành nghề bấ t động sản, bạn câ n phải liên tục theo học các khoá học mới. Trong khoá học mà tôi đăng ký có Donald Trump là thuyế t gia nổi tiế ng nhấ t. Ngay sau khi hoàn thành dự án khách sạn Hyatt và khu sân ga Grand Central, ông đã thiế t lập được một mạng lưới các đố i tác kinh doanh bao gô m những người đã làm việc với ông trong dự án như kiế n trúc sư, kĩ sư và rấ t nhiề u người khác nữa. Buổi thuyế t trình của ông cực kỳ ấ n tượng, thu hút và tôi tin chặ c rặ ng, bí mật đặ ng sau sự thành công của ông chính là khả năng tập hợp những thông tin quý giá nhấ t từ những người tài giỏi nhấ t.

2. Lòng nhiệt tình. Trước khi tôi đi sâu vào lĩnh vực bấ t động sản, tôi làm việc trong thế giới nghệ thuật và thời trang. Tôi bị ngành bấ t động sản thu hút, một phâ n vì tôi yêu thiế t kế và kiế n trúc. Tuy tôi mở văn phòng ở khu Upper East Side của New York - nơi tôi sinh số ng - song tôi lại cũng biế t rấ t rõ về Soho, bởi tôi vẫn duy trì quan hệ hợp tác với tạp chí Art Forum. Những căn gác xép của các nghệ sĩ là một phâ n tạo nên nét độc đáo của Soho . Từ xưa, tôi vẫn bán các căn gác xép như thể cho các nghệ sĩ để giúp họ - những con người trẻ tuổi, cũng có những người không trẻ lắ m - thoả mãn sở thích thẩm mỹ của mình mà vẫn phù hợp với khoản thu nhập khiêm tố n. Tôi rấ t yêu thích công việc bán gác xép của mình bởi kiế n trúc là lĩnh vực tôi đam mê từ nhỏ và thêm nữa, tôi có cơ hội được làm việc, tiế p xúc với những con người vô cùng thú vị. Một điể ù cực kỳ

quan trọng bạn nên nhớ là phải yêu thích thứ mà bạn mang bán và yêu mê n cả những người mua sản phẩm của bạn.

Lời khuyên này đúng trong cả lĩnh vực kinh doanh bấ t động sản thương mại lẫn bấ t động sản nhà ở. Muố n bán hoặc cho thuê thành công một địa điểm kinh doanh thì bạn không chỉ khiế n khách hàng cảm thấ y đó là nơi phù hợp mà bản thân bạn cũng phải thấ y yêu thích nó nữa. Tôi thấ y hài lòng với sản phẩm mà mình bán ra. Đó là một chân lý và nhờ tuân theo chân lý này, tôi đã có thể xây dựng cho mình một sự nghiệp kinh doanh vững chấ c.

Giờ đây rấ t nhiề `u người đang đi theo xu hướng này. Ở New York và có thể ở một số thành phố khác nữa, điề `u khiế n người ta quyế t định có nên trả tiề `n cho một cơ ngơi hay không phụ thuộc vào phong cách của toà nhà đó (ở đây hiểu theo nghĩa là phong cách thiế t kế ´). Nhiề `u nhà tạo mẫu thời trang hiện đang được mời thiế ´t kế ´ tiề `n sảnh, hành lang. Nhiề `u kiế ´n trúc sư nổi tiế ´ng được mời tham gia các dự án cải tạo. Dự án xây dựng khu giải trí Gramercy Park ở New York là một minh chứng hùng hồ `n nhấ ´t.

3. Chính trực. Chính trực là một thuật ngữ đang bị sử dụng một cách lạm phát, song điê `u đó cũng không thể làm giảm đi tính quan trọng của yế ´u tố ´ này. Vấ ´n đề `là ở chỗ, nhiê `u người chỉ gặ ´n phẩm chấ ´t này với lòng chân thật. Xử lý công việc một cách minh bạch, thẳng thặ ´n và hợp đạo lý không chỉ là điề `u nên làm mà còn là điề `u vô cùng câ `n thiế ´t. Tuy vậy, đố ´i với tôi, sự chính trực có ý nghĩa nhiê `u hơn thế ´. Ví dụ như, tôi có vô số ´ khách hàng là những người khá nổi tiế ´ng trong lĩnh vực hoà nhạc, ảnh động và thiế ´t kế thời trang. Song chưa bao giờ tôi có ý định "thấ ´y người sang bặ ´t quàng làm họ" hay rêu rao với công chúng về `mô ´i quan hệ của chúng tôi, bởi tôi đặt cuộc số ´ng riêng tư của bản thân quan trọng hơn việc được lây chút "tiế ´ng thơm" từ sự nổi tiế ´ng của họ. Vâng, đã từng có những lúc phóng viên nhắ ´c đế ´n tên tôi khi viế ´t bài về `

một trong số những người này, nhưng chưa bao giờ và không bao giờ tôi khuyế n khích họ làm như thế cả.

Ngoài ra, khi thuê người làm việc cho mình, tôi tìm kiế m những kiểu người có cùng quan điểm với tôi về cách cư xử trong cộng đô ng. Các cộng sự của tôi phải làm việc với khách hàng theo đúng cách mà trước đó tôi đã từng làm, sao cho khách hàng cảm thấ y thực sự thoải mái. Tấ t nhiên, tôi cũng muố n các cộng sự có phong cách riêng và phải làm việc một cách sáng tạo, song luôn phải nhớ tôn chỉ làm việc của chúng ta là thiế t lập những mố i quan hệ thú vị, số ng động và bề n lâu với mọi khách hàng.

Nế u như bạn có được tinh thâ n làm việc chăm chỉ, tư thế sẵn sàng, có khả năng tài chính tố t để gây dựng sự nghiệp kinh doanh, đặc biệt là ở lĩnh vực thương mại, và cả khả năng giữ bình tĩnh nữa thì bấ t động sản sẽ là một công việc giúp bạn gặt hái nhiệ u thành công.

70. Hãy khách quan, thực tế, luôn để lại trên bàn một thứ gì đó

JORGE PEREZ

Jorge Perez là người sáng lập, đô `ng thời là Chủ tịch kiêm Tổng giám đố ´c Tập đoàn The Related Group of Florida, tập đoàn xây dựng hàng đâ `u Hoa Kỳ, nổi tiế ´ng với các công trình cư xá sang trọng. Đây cũng là doanh nghiệp Tây Ban Nha lớn nhấ ´t trên nước Mỹ.

Không bao giờ đưa cảm xúc vào những cuộc làm ăn bấ t động sản của bạn. Hãy duy trì sự khách quan, câ n phải tiế n hành tấ t cả các phân tích và nế u dự án không đem lợi nhuận về cho bạn thì hãy bỏ qua nó đi. Đừng bao giờ quay đâ u lại.

Không chỉ trong bấ t động sản mà trong cuộc số ng nói chung, một giao kèo hay thoả thuận chưa hẳn sẽ tố t đẹp như bạn tưởng và cũng không hẳn tố i tệ như bạn nghĩ. Mọi phỏng đoán đề u phải song hành với thực tế.

Và nhớ, luôn để lại một cái gì đó ở trên bàn.

71. Đừng nói, hãy hành động!

DAVID PICERNE

David Picerne là Tổng giám đố c tập đoàn Picerne Real Estate Group, doanh nghiệp chuyên cung cấ p dịch vụ nhà ở chấ t lượng cao trên khắ p Hoa Kỳ và Puerto Rico.

Tấ t cả mọi người đề u nói về tâ m nhìn, kế hoạch. Riêng tôi, tôi quan tâm tới việc thực hiện. Hãy tập hợp một đội ngũ những người chăm chỉ, tài giỏi và bạn sẽ nghe thấ y: "Đã hoàn thành!"

72. Đừng để thị trường điều khiển

ROBIN E. PRESCOD

Robin E. Prescod hiện đang là thành viên trong ban quản lý Tập đoàn Harlem Homes Inc.

Tôi học được lời khuyên quý giá nhấ t về bấ t động sản từ chính kinh nghiệm của tôi: đừng bao giờ để thị trường điề u khiển công việc kinh doanh của bạn; ngược lại, hãy dùng các hợp đô ng kinh doanh mà bạn có để thiế t lập thị trường.

Tôi có một khách hàng sở hữu một cơ ngơi độc nhấ t vô nhị ở Harlem: một ngôi nhà được xây bă `ng vật liệu đá cát kế t nâu, rộng 6 mét, 4 tâ `ng, trâ `n cao, gô `m 10 phòng, phòng ăn nghi lễ và 6 lò sưởi. Không như phâ `n lớn các ngôi nhà đá cát kế t nâu kiểu Harlem chỉ có mặt thoáng phía Bắ c và phía Nam, ngôi nhà này còn có khoảng sân nhỏ ở phía trước nên nó có tới ba mặt thoáng và phâ `n đường riêng dành cho xe ô tô có thể đậu được một lúc 3 chiế c. Ngôi nhà nă `m ở phố ´ Striver's Row, cái tên gợi nhắ ´c đế ´n phong trào Phục Hưng của người da đen những năm 1920. Hô `i đó, con phố ´ này là nơi các bác sĩ giàu có, các luật sư và nhạc sĩ sinh số ´ng.

Lúc bấ y giờ, ở Harlem, ngoài chúng tôi ra cũng có rấ t nhiề u người đổ xô để n kinh doanh bấ t động sản. Người khách hàng của tôi để ý thấ y nhiề u người mua đấ t, tiế n hành cải tạo, sửa sang đôi chút rô i rao bán với giá khoảng 2 triệu đô la. Tuy nhiên, những miề ng đấ t đó không mang dấ u ấ n của lịch sử. Vì vậy, tôi quyế t định giới thiệu ngôi nhà đặc biệt này cho những người nổi tiế ng, những người thường có sở thích lạ lùng, thích kiểu kiế n trúc "độc nhấ t" và một cuộc số ng hoàn toàn riêng tư. Họ có thể lái những

chiế c xe hơi sang trọng của mình qua lố i đi dành riêng cho xe và lẻn vào nhà bă ng cửa sau. Tôi đã đăng quảng cáo ngôi nhà này lên tạp chí Bill Board và các tạp chí định kỳ về bấ t động sản nhã m thu hút sự chú ý của các ngôi sao ca nhạc hoặc thể thao.

Ngôi nhà được bán trên thị trường với giá 2,7 triệu đô la và chúng tôi quyế t định bán, bởi vì Harlem sẽ vẫn là đích đế n của nhiê u người.

73. Hãy học cách nhận ra giá trị

BILL RANCIC

Bill Rancic từng là người chiế n thắ ng đâ ù tiên trong chương trình truyề n hình về bấ t động sản có tên The Apprentice của Donald Trump.

Ông là người đô ng sáng lập ra Cigars Around the World và là tác giả của cuố n sách "You're Hired: How to Succeed in Business and Life from the Winner of The Apprentice".

Cách đây 2 năm, tôi có thời gian làm tập sự cho Trump. Tôi đã rấ t may mã n khi được ông bảo trợ, được chỉ bảo chiế n lược và các phương cách kinh doanh trong lĩnh vực bấ t động sản.

Một trong những dự án mà tôi có cơ hội được tham gia trong thời gian tập sự là dự án Tháp và khách sạn quố c tế Trump tại Chicago. Có một điể ù tôi nhận thấ y ở Donald Trump là ông có khả năng phát hiện tiể m năng và biể t cách khai thác các tiể m năng ấ y. Tôi nghĩ, có lẽ đó là chìa khoá thành công của ông. Có thể thấ y ngay điể ù này ở dự án Chicago. Ông quan sát một địa điểm, nhận thấ y có thể mua được với giá phải chăng và có thể tạo ra giá trị từ toà nhà 8 tâ ng này. Và thế là giờ đây, ông đang bắ t tay xây dựng một toà nhà 92 tâ ng trên mảnh đấ t ấ y.

Donald Trump không chỉ biế t cách khai thác và tạo ra giá trị mà ông còn dám nghĩ để n những điể u to lớn, vĩ đại. Có rấ t nhiề u người sớm bị trượt dố c vì tư duy của họ không đủ lớn. Nhưng Donald Trump không bao giờ gặp phải vấ n đề này. Xung quanh chúng ta luôn tổ n tại những người hoài nghi, e sợ ră ng không thể làm được

việc này, việc kia, nhưng với Donald Trump, có thể nói, ông là người đàn ông không bao giờ chịu khuấ t phục.

74. Hãy mua đất và Tích trữ nhưng trước hết hãy chọn lọc thông tin

HENRY ROBBINS

Henry Robbins là thành viên của công ty Yale Robbins Inc, một nhà xuấ t bản chuyên vê bấ t động sản.

Chúng tôi bước chân vào trò chơi này cách đây 30 năm, khi anh trai tôi là Yale quyế t định thành lập một công ty tư vấ n bấ t động sản. Vố n là một người môi giới bấ t động sản thành công, Yale được các nhà thâ `u giao nhiệm vụ nghiên cứu tính khả thi của các khu vực xây dựng công trình. Tuy vậy, anh không thích cách làm việc kiểu cung ứng lẻ tẻ như vậy nữa. Do đó, chúng tôi chọn cách kinh doanh sao cho, thay vì được trả một cục tiế `n cho việc phân tích một dự án, chúng tôi sẽ xây dựng một dịch vụ chuyên cung cấ p thông tin có giá trị cho nhiê `u người. Chúng tôi sẽ tính giá rẻ hơn cho mỗi khách hàng, song bù lại, sẽ có ngày càng nhiê `u khách hàng tìm đế ´n với chúng tôi. Thậm chí chúng tôi còn lấ ´n sân sang cả khu vực bấ ´t động sản thương mại lẫn nhà ở và thiế ´t lập các hệ thố ´ng phân phố ´i thông tin mới - đã `u tiên là bă `ng in â ´n và sau đó là bă `ng điện tử.

Vào năm 1976, công ty của chúng tôi là công ty tiên phong trong việc phát triển dịch vụ cung cấ p qua điện thoại các tư vấ n phân tích về bấ t động sản nhà ở theo cơ sở đô ng đô la tính trên một mét vuông , thay vì đô ng đô la tính trên một phòng . Nguyên tắ c làm việc của chúng tôi rấ t đơn giản: dịch vụ sẵn sàng, giá cả phải chăng. Điê u này giúp công ty chúng tôi trở thành một hãng phát triển hùng mạnh.

Tôi đã chứng kiế n rấ t nhiề u nhà phát triển đế n rô i đi và tôi cũng nhận thấ y có hai kiểu người có khả năng thành đạt trong sân chơi bấ t động sản này, đó là những người giỏi và những người may mã n. Đôi khi bạn câ n cả hai điề u này. Nhưng những người cực kỳ thành công trong lĩnh vực này phải có cái gọi là giác quan thứ sáu. Họ là những người có khả năng nhìn thấ y trước tiề m năng của một tài sản trước khi phâ n lớn những người khác chưa nhìn ra. Người ta thường nói vẻ đẹp không phải ở đôi má hô ng của thiế u nữ mà trong con mã t của kẻ si tình, và trong bấ t động sản cũng vậy. Ngày lại ngày, bạn nghe thấ y người ta nói, "Hã n ta đúng là kẻ gàn dở. Sao hã n lại có thể trả từng đấ y tiề n cho khoảnh đấ t đó nhỉ? Thế nào rồ i cũng đế n lúc cơ nghiệp tan tành cho coi." Năm năm sau, nhà đâ u tư đó, người đã "trả tiề n với mức giá quá cao" thu được về vô số tiề n - rấ t rấ t nhiệ u.

Bạn không thể học tập hay mua được kiểu tâ m nhìn như vậy, cũng như bạn không thể mua được năng lực chiế n đấ u của các vận động viên thể thao. Tấ t cả chúng ta đề u không thể trở thành Michael Jordan hay Donald Trump. Nế u như bạn có được tố chấ t kỳ diệu này thì ngay từ đâ u bạn đã có nó rô i, và bạn sẽ là người dẫn đâ u trong trò chơi ngay từ vạch xuấ t phát.

Mặt khác, có một sự thật nữa là bấ t kì ai mua tài sản ở thành phố New York cách đây 10 năm hã `u như không thể mắ c sai lâ `m. Vì thế , lời khuyên của tôi cho bạn là hãy mua đấ t và tích trữ. Mua tài sản, sau đó cứ ung dung đợi khoảng 5 năm hoặc lâu hơn một chút. Tôi đã chứng kiế n rấ t nhiệ `u vị chủ nhân của các miế ng đấ t còn kiế m lời hơn cả những tay đã `u tư chuyên nghiệp, trong khi đó, nguy cơ đố i mặt với rủi ro hay rắ c rố i cũng ít hơn hẳn.

Tấ t nhiên, bấ t động sản là thị trường mang tính khu vực. Những thứ đang diễn ra ở Broadway sẽ không giố ng diễn biế n ở phía Tây Virginia. Thông tin mà bạn nhận được từ cuộc gọi của một văn phòng

trung ương ở đâu đó sẽ không thể áp dụng cho tấ t cả những nơi khác. Bạn cầ n những đầ u mố i thông tin uy tín, những tay săn tin giỏi, những người có khả năng biế t được chính xác điể u gì đang diễn ra trong phạm vi khu vực có liên quan để n đích ngắ m của bạn. Chúng tôi xuấ t bản các thông tin về bấ t động sản ở 10 bang và với những quan điểm và cách đánh giá khác nhau.

Tuy vậy, trong bấ t động sản có tổ n tại một quy luật đúng ở hấ u hế t mọi nơi, đó là thị trường thương mại điể u khiển thị trường nhà ở. Một thị trường thương mại phát triển tích cực sẽ giúp tạo thêm nhiề u việc làm, từ đó nâng cao đời số ng, cũng như thu nhập của người dân và thúc đẩy họ mua nhà. Nhưng những nguồ n lực khác nhau sẽ điể u khiển thị trường tại những thời điểm khác nhau, vị trí khác nhau. Đứng ở trên đỉnh trò chơi, thông tin sẽ cho bạn tâ m nhìn mà tôi đã nói với bạn. Thậm chí, những người mà chúng ta cho là may mắ n cũng sẽ không có mặt ở trên đó, nế u họ không biế t trau dố i thông tin.

75. 8 nguyên tắc để thành công trong lĩnh vực bất động sản

PHIL RUFFIN

Fill Ruffin là Tổng giám đố c kiêm chủ công ty Ruffin, một doanh nghiệp chuyên cung cấ p các dịch vụ bấ t động sản, cho thuê căn hộ, chế tạo, năng lượng và mua bán lẻ.

- 1. Ngay khi người bán kí vào hợp đô ng, kể cả trong những tình huố ng ngẫu nhiên không định trước thì coi như người đó đã bán tài sản. Và ngay cả sau khi hợp đô ng được ký kế t, bạn vẫn luôn có cách để thương lượng lại các điề u khoản. Hãy liệt kê ra một số vấ n đề , ví dụ như môi trường, trầ n nhà, độ nóng, không khí, v.v... Tiế p đó, bạn thử đưa ra một mức giá mới, rẻ hơn và phù hợp hơn. Bạn luôn luôn có thể quay lại mức giá ban đầ u mà bạn đề nghị.
- 2. Đế n những nơi có tiể n, chỉ đặt chân vào những thị trường như thể này.
- 3. Chỉ nên bán khi bạn câ`n tiê`n. Tài sản mà bạn đang bán đi có giá trị hơn rấ t nhiê`u so với số tiê`n bạn nhận được.
- 4. Khi thương lượng, hãy nhớ thỉnh thoảng phải dừng lại. Luôn cân nhấ c những điê u khoản quan trọng. Phía bên kia chắ c hẳn sẽ không thích sự im lặng và sẽ nghĩ ră ng bạn đang do dự. Hãy đợi cho để n khi phía bên kia phải lên tiế ng và nhượng bộ.

- 5. Đừng mua bấ t động sản chỉ vì nó rẻ. Hãy mạnh dạn đấ u tư vào những cơ ngơi hạng nhấ t trong thị trường (ở những vị trí đẹp nhấ t). Những cơ ngơi rẻ tiế n sẽ không giúp bạn kiế m được số tiế n mà bạn mong muố n. Những khoảnh đấ t đẹp và đấ t tiế n trong thời điểm hiện tại có thể vẫn rẻ so với một vài năm sắ p tới.
- 6. Bên bán thường cần thận mang theo một vài loại giấ y tờ (cũng đáng để thử).
- 7. Hãy đảm bảo rã ng bạn sẽ có được tài sản mà bạn muố n mua (kể cả vê mặt giá thành nữa) trước khi bạn đăng ký dịch vụ 1031 Exchange. Nế u không, bạn có thể sẽ gặp phải một số rắ c rố i.
- 8. Hãy làm đô i tác với Trump nế u có thể. Thương hiệu giúp sản phẩm bán "đă t như tôm tươi".

76. Nghệ thuật bán hàng, tinh thần doanh nhân và kinh nghiệm

PETER SABESAN

Peter Sabesan là Tổng giám đố c tổ chức The Hunter Realty Organization, LLC.

Nă m bă t được nghệ thuật bán hàng, giàu tinh thâ n doanh nhân và có nhiề u năm kinh nghiệm là 3 yế u tố quan trọng giúp mang lại thành công cho bạn trong lĩnh vực bấ t động sản.

Nói vê kinh doanh bấ t động sản tức là nói vê nghệ thuật bán hàng. Mặc dù nghệ thuật bán hàng vố n mang nét riêng biệt, đặc thù của mỗi cá nhân nhưng nó vẫn câ n một vài kỹ năng quan trọng. Ví dụ như, từ lâu cha tôi đã dạy ră ng luôn phải biế t dừng lại và lă ng nghe người khác. Những nhân viên bán hàng trẻ tuổi và rấ t nhiê u những người khác nữa làm việc cho chúng tôi đề u đã được nghe tôi nói về điể u này rấ t nhiệ u là n.

Người bán, người thuê, mỗi người một kiểu. Bạn không thể thuyế t phục một người cứ khẳng khẳng muố nở phía Tây Manhattan phải ra phía Đông nế u như bạn không tìm hiểu xem tại sao anh ta lại muố n như vậy. Điể u quan trọng hơn là có thể, bạn sẽ mấ t một hợp đô ng nế u bạn cứ nói về những ích lợi ở khu phía Đông trong khi bạn không chịu dùng lại lắ ng nghe để nhận thấ y ră ng, đôi mắ t anh ta đang hướng về phía Tây.

Một yế u tố khác cũng vô cùng quan trọng là phải có tinh thâ n doanh nhân. Ban đâ u, tôi và cộng sự mở công ty với mục đích gây

dựng vố n trước khi quyế t định đưa doanh nghiệp của mình chính thức đi theo hướng nào. Chúng tôi đã có gâ nhai thập kỷ kinh nghiệm và cả hai chúng tôi đề u công nhận ră ng, không có gì khó bă ng việc bán các bấ t động sản thương mại. Đây là nghê làm ăn "được ăn cả ngã về không." Các hãng lớn, nổi tiế ng lúc đó thâu tóm những thị trường rộng lớn và béo bở. Tuy vậy, cách đây 9 năm, công ty chúng tôi đã gặt hái được nhiề u thành công, chúng tôi được biế t để n là một doanh nghiệp nhỏ và chỉ tập trung vào thị trường ở New York.

Tuy vậy, không đời nào tôi lại bôi nhọ danh tiế ng của các hãng lớn. Thực ra, nế u có ai đó mới chập chững bước vào nghề này và hỏi tôi làm cách nào để thành công, tôi sẽ nói ră ng thật là ngu ngố c nế u bạn tự tay khởi nghiệp. Hãy theo học các chuyên gia thực thụ. Nhưng khi bạn đã bắ t đâ u kinh doanh rô i, hãy phát huy sự sáng tạo của bạn để làm nên sự khác biệt.

Ví dụ, khi chúng tôi thương lượng, chúng tôi luôn nói rõ với khách hàng ră ng sẽ có một người cộng sự trung gian trong mọi giao dịch của chúng tôi với khách hàng. Người đó đóng vai trò chứng kiế n và sẽ tham dự từ buổi họp đâ u tiên để n buổi họp cuố i cùng. Ở những hãng lớn, họ không có khâu này. Nhưng ở công ty chúng tôi thì có, điể u này tạo cho chúng tôi sự khác biệt.

Mới gâ n đây thôi, chúng tôi có một khách hàng. Người này được ai đó mách nhỏ ră ng dạo này thị trường đang lên giá, vì thế anh ta nên tăng mức giá tiề n thuê cao hơn so với mức anh ta đã đô ng ý trước đó. Anh này gọi điện cho chúng tôi và hẹn gặp. Chúng tôi quyế t định không cử đại diện bán hàng đế n làm việc, mặc dù chúng tôi có những nhân viên bán hàng tuyệt vời, cực kỳ láu cá trong khoản thương lượng. Bởi vì chúng tôi tin tưởng ră ng uy tín của công ty sẽ khiế n anh ta phải cảm thấ y yên lòng, vì thế cuố i cùng vị khách

hàng nọ quyế t định giữ nguyên mức giá như đã thoả thuận với chúng tôi.

77. Đừng bao giờ mất kiên nhẫn

HENRY SAVAGE

Henry Savage là người sáng lập và là Chủ tịch tổng công ty PMC Mortgage Corporation chuyên vê` môi giới và cho vay, thế chấ p nhà ở. Ông viế t bài cho trang web Realtytimes.com và mục Friday Home Guide của tờ Washington Times.

Trải qua nhiệ `u thời kỳ, bấ t động sản luôn được chứng minh là ngành đã `u tư có hiệu quả. Song đó cũng là trò chơi đo độ nhẫn nại. Đánh giá được quy luật của thị trường bấ t động sản là điệ `u khó khăn, nhấ t là chỉ trong một thời gian ngắ n. Và trong những lúc thị trường bấ t động sản xuố ng dố c thì các hoạt động đã `u tư, mua bán hay cải tạo nhà đấ t đề `u bị cản trở.

Có gì đó rấ t đúng trong câu ngạn ngữ "càng thă ng to, càng thua đau". Nó làm chúng ta nhớ để n những người rủ nhau đổ xô vào kinh doanh bấ t động sản với mộng tưởng sẽ kiế m được khoản tiế n chênh lệch gấ p đôi trong vòng 12 tháng. Hãy luôn giữ bình tĩnh và kiểm soát bản thân. Hãy chắ c chắ n rã ng bạn luôn đứng vững và bê n bỉ. Bởi vì vòng tuấ n hoàn luôn diễn ra đấ y.

78. Luôn giữ tinh thần lạc quan

RONDA SAVOY

Ronda Savoy là chủ công ty Ronda Realty Inc., một hãng bấ t động sản nổi tiế ng với thương hiệu Brownstone Brooklyn. Bà cũng là thành viên của Uỷ ban bấ t động sản New York.

Trong thời gian đâ u tham gia học khoá huấ n luyện marketing và bán hàng, chúng tôi được học một vài câu thâ n chú để giữ tinh thâ n luôn thoải mái và tỉnh táo khi làm đại diện bán hàng và làm việc với những người tìm mua đấ t đâ y triển vọng.

"Showtime" là một trong những câu thâ `n chú như vậy. Chúng tôi sẽ nói "showtime" trong trường hợp một nhân viên bấ t động sản sắ p gặp gỡ khách hàng mà trước đó lại vừa bị căng thẳng do gặp phải một tình huố 'ng không mấ 'y vui vẻ. Trước khi người nhân viên đi gặp vị khách hàng này, tấ 't cả mọi người trong đội bán hàng sẽ cũng đô `ng thanh hô "1, 2, showtime", và lập tức, người nhân viên sẽ nở nụ cười, thay đổi thái độ theo hướng tích cực hơn.

Giờ đây còn có mấ y ai thực sự thích những cuộc chuyện trò qua điện thoại vê công việc đâ y khô khan và cứng nhắ c đâu? Nhưng bạn vẫn có thể thấ y rấ t rõ sự khác biệt giữa một người nói chuyện với thái độ bực dọc và một người khác có thái độ niê m nở. Hãy luôn nở nụ cười, ngay cả khi bạn đã thấ y mỏi hế t cả cơ miệng. Hãy thử bài thơ tập thể dục qua điện thoại sau đây:

Một, hai Quay và quay Và cười, và cười. Và bạn quay, và quay Và cười, và cười. Hãy luôn lạc quan, vui vẻ, ngay cả khi hợp đô `ng không được thực hiện. Đó là lời khuyên tố 't nhấ 't tôi nhận được.

79. 3 bước để làm hài lòng khách hàng

STEPHEN SHAPIRO

Stephen Shapiro là người đô `ng sáng lập công ty Westside Estate Agency, một hãng môi giới bấ ´t động sản chuyên bán nhà ở khu vực phía Tây Los Angeles; đây cũng là một trong những công ty có tỷ lệ hợp đô `ng được ký kế ´t ở mức cao nhâ ´t toàn quô ´c.

Tôi rấ t may mấ n được làm việc với những nhà điề u hành kinh doanh và những cá nhân giàu có, gây nhiệ u ảnh hưởng nhấ t trên thế giới. Một phâ n thành công của tôi có được là nhờ việc học tập và lấ ng nghe từ chính những con người này.

- 1. Hãy gọi lại ngay. Đây là một trong những bài học quan trọng nhấ t tôi học được từ Kirk Kerkorian và cũng đã thực hành điể `u đó trong nhiê `u năm. Ông đã trực tiế p gọi điện thoại cho tôi mà không qua thư ký. Ngài Kerkorian đã chỉ cho tôi thấ y tâ `m quan trọng của việc liên lạc ngay với khách hàng trong vòng 1 tiế ng sau buổi gặp mặt. Hãy gọi lại hoặc yêu câ `u thư ký gọi điện và nói ră `ng: Ông Shapiro sẽ liên lạc với họ trong thời gian thích hợp. Do đó, khách hàng sẽ hiểu ră `ng bạn là người có vị trí nhấ t định trong công ty và sẽ dành nhiê `u sự quan tâm hơn.
- 2. Coi khách hàng là ưu tiên số một. Bài học quan trọng tiế p theo sẽ giúp bạn nhận thức được rã ng: Là một nhân viên bấ t động sản, bạn đang làm việc trong lĩnh vực dịch vụ. Bạn đang phục vụ khách hàng và thành công của bạn hoàn toàn phụ thuộc vào việc bạn có làm thoả mãn được vì "thượng để" đó hay không. Vì thể, là một nhân viên bấ t động sản, bạn luôn phải hiểu rã ng: không bao giờ được đặt mình ở vị thể cao hơn hay quan trọng hơn

- khách hàng của bạn, dù cho bạn đang là một người rấ t thành đạt đi chăng nữa.
- 3. Hãy bảo vệ người mua. Tôi đã học được một điề `u: khi bạn làm đại diện cho một người mua thì câ `n thiế t phải nhấ n mạnh cho người mua đó hiểu ră `ng dễ dàng bị mấ t hợp đô `ng chính là để tài sản mà anh ta thích vào tay người khác. Khi bạn để người mua mấ t hợp đô `ng, khách hàng sẽ đổ lỗi cho nhân viên vì đã không kí được hợp đô `ng cho họ.

80. 7 bước để thành công

MICHAEL SHVO

Michael Shvo đã từng được tạp chí New York bình chọn là "nhà môi giới bấ t động sản trẻ tuổi thành công nhấ t ở New York". Ông là người sáng lập ra tập đoàn Shvo Group chuyên kinh doanh những tài sản cao cấ p nhấ t New York.

- 1. Phải biế t chế ngự lòng tham. Lòng tham và bấ t động sản là hai thứ thường đi đôi với nhau. Làm ngành này sẽ kiế m được vô số tiế n, nên cũng như những người khác, tôi luôn phải chế ngự lòng tham. Lời khuyên tố t nhấ t mà tôi có là không phải lúc nào cũng cố vơ vét đô ng xu cuố i cùng ở trên bàn. Hãy chấ c chấ n rã ng phía người mua cũng đang thu được lợi nhuận. Nế u không, họ sẽ chẳng bao giờ làm ăn với bạn lâ n thứ hai.
- 2. Phát triển một sản phẩm độc đáo. Về mặt marketing, đây không phải là lời khuyên tôi nhận được từ một ai đó mà là lời khuyên của chính tôi dành cho bạn: đừng a dua, gió chiế `u nào theo chiế `u nâ ´y. Hãy thử bơi ngược dòng xem. Hãy thử phát triển các dự án độc đáo và khác biệt. Hãy nhìn chúng, các toà nhà mang thương hiệu Trump, luôn là được bán nhanh hơn và có giá cao hơn bấ ´t kì toà nhà nào khác. Nế ´u bạn định xây những thứ mà người khác cũng đang xây thì khi đó, trên thị trường đã có nhiế `u sản phẩm như vậy, do đó, bạn sẽ phải cạnh tranh giá cực kỳ quyế ´t liệt. Trong khi đó, chẳng ai muố ´n cạnh tranh về `giá cả. Ai cũng muố ´n cạnh tranh về `loại hình sản phẩm.
- 3. Cân nhă c sản phẩm và giá cả. Tấ t cả mọi người sẽ khuyên bạn nên chú ý để n địa điểm, vị trí, nhưng đây không phải là yế u tố

- duy nhấ t. Lúc nào mọi người cũng nói: "địa điểm, địa điểm, địa điểm", nhưng riêng tôi, tôi sẽ nói địa điểm, sản phẩm và giá thành.
- 4. Đừng đòi hỏi quá nhiệ `u. Ngay khi có người nào đó nói với bạn ră `ng anh ta quyế t định mua căn hộ của bạn, ngay khi có ai đó nói với bạn ră `ng thoả thuận đã xong thì bạn nên tạm dừng nói chuyện vê `những vấ n đê `này. Hãy chuyển sang nói vê `những việc khác như thời tiế t hoặc tố i hôm qua bạn ăn ở đâu. Hâ `u hế t mọi người đã tự phá huỷ những giao dịch của mình bởi vì họ nói quá nhiệ `u.
- 5. Đóng cửa trước những ngày nghỉ lễ. Nhiê `u hợp đô `ng làm ăn bị đóng băng sau các dịp nghỉ lễ. Ví dụ như, nế 'u trước ngày Lễ tạ ơn hoặc Giáng sinh, bạn có một hợp đô `ng nhưng chưa ký kế 't thì bạn có 50% nguy cơ mấ 't hợp đô `ng đó. Mọi người về `nhà, gặp gỡ các thành viên trong gia đình và họ nói, "Ô `, tôi sẽ mua ngôi nhà đó" hoặc "Tôi sẽ mua căn hộ đó"; chắ c chắ 'n, một thành viên khác sẽ lên tiế 'ng thế ' này: "Anh điên à? Anh trả giá bị hớ rô `i!" Luôn luôn xảy ra những điề `u như vậy. Vì thế ', có lẽ bạn không nên nhận những bản hợp đô `ng mở, hợp đô `ng ngưng trệ hay hợp đô `ng chưa được kí trọn vẹn khi dịp nghỉ lễ sắ 'p sửa diễn ra.
- 6. Hãy cân nhắ c những sự thay đổi. Có một điệ u tôi luôn chắ c chắ n, đó là không phải lúc nào đa số cũng đúng. Mọi lĩnh vực kinh doanh đề u phát triển, cải tiế n nhưng ngành bấ t động sản đã không phát triển trong 20 hoặc thậm chí 30 năm trở lại đây, nhấ t là ở khâu marketing. Những thứ mà hâ u hế t mọi người đang làm vẫn là mở một văn phòng và in ra các tờ bướm quảng cáo với những hình vẽ chi tiế t về sơ đô các tâ ng; trông cái nào cũng na ná như nhau.

7. Hãy nổi bật. Tôi được Donald cho một lời khuyên rấ t hài hước. Họ của tôi là Shvo. Khi tôi mở công ty, tôi gặp Donald và ông có hỏi tôi đặt tên công ty là gì. Tôi trả lời "Shvo". Ông ấ y liê `n nói "Họ của anh đúng là khó phát âm nhấ t trên đời; nhưng anh biế t không, tấ t cả mọi người sẽ nhớ để n nó".

81. Hãy tiến lên với lòng nhiệt huyết và sự chính trực

LARRY SILVERSTEIN

Larry Silverstein là Chủ tịch kiêm Tổng giám đố c công ty Silverstein Properties Inc chuyên trách vê khu Trung tâm thương mại thế giới và đang có kế hoạch cải tạo lại không gian bên trong toà nhà. Ông cũng là người sáng lập và là Chủ tịch danh dự của viện nghiên cứu bấ t động sản đại học New York.

Dù bạn làm bấ t kì việc gì, nế u đô n hế t tâm sức, khả năng, lòng say mê, nhiệt huyế t thì bao giờ bạn cũng gặt hái được những thành quả xứng đáng. Sự chính trực sẽ là kim chỉ nam giúp bạn đi đúng hướng trên con đường nỗ lực tìm kiế m thành công cho mình.

Uy tín sẽ là tài sản quý giá nhấ t của bạn. Bạn phải tự vun đấ p cho nó, chứ không thể mua được. Người ta phải mấ t cả đời để xây dựng uy tín, nhưng chỉ cầ n một hành động ngớ ngắn cũng đủ để đổ hế t mọi nỗ lực xuố ng sông, xuố ng biển. Như cha tôi từng khuyên, "Nế u con cảm thấ y không thể chịu nổi khi tên của mình xuấ t hiện trên hàng tít đậm và to nhấ t của tờ New York Times bởi vì con đã gây ra một vụ xì căng đan đáng xấ u hổ thì đừng có làm!"

Khi làm việc với mọi người, hãy đố i xử với họ như cách mà bạn muố n họ đố i xử với mình.

82. Thu lợi nhuận và tiếp tục tiến lên

RAND SPERRY

Rand Sperry là Tổng giám đố c công ty Sperry Van Ness Equities and Asset Management, chuyên sở hữu và quản lý các tài sản bán lẻ, văn phòng, các khu công nghiệp ở Nam California. Ông cũng là nhà đô ng sáng lập ra hãng môi giới bấ t động sản đâ u tư và thương mại Sperry Van Ness.

Bạn không thể khánh kiệt nế u bạn thu được lợi nhuận.

Ý nghĩa đặ ng sau lời khuyên này là: Chúng ta mua được một cơ ngơi vào đúng thời điểm và với mức giá hợp lý; vê sau, giá tăng lên một cách chóng mặt. Lúc này, xung quanh chúng ta có vô số lời đề nghị bán lại với mức giá vượt quá sự mong đợi của ta, song vì tham lam, ta vẫn tiế p tục nói "Không, tôi chưa bán". Chúng ta trở nên tham lam để n nỗi chúng ta cổ gặ ng chờ đơi để n khi giá tặng hế t mức có thể; sau đó, để n lúc giá thị trường giảm, ta lại chờ đợi để nó xuố ng để n mức tố i đa. Và khi thị trường bắ t đâ u có dấ u hiệu sa sút thì đã quá muộn. Đế n khi chúng ta quyế t định bán thì tài sản đã bị rót giá thảm hại, thậm chí còn rẻ hơn mức mua vào. Vì thế , quan điểm của tôi là, ngay khi thấ v tài sản của mình đã có thể sinh lời, bạn hãy hành động ngay, hãy bă ng lòng với khoản lợi nhuận đó và tiế n hành giao dịch. Đừng ngoái lại nhìn nữa; hãy tiế p tục với những thoả thuận tiế p theo. Hãy thu lợi nhuận ngay khi bạn có cơ hội; nế u bạn cứ ngô i đợi và hi vọng sẽ bán được tài sản với món tiê n hời hơn nữa thì chặ c hẳn, bạn sẽ kế t thúc sự nghiệp của mình trong cảnh khánh kiệt.

83. Hiểu rõ thị trường

NORMAN STURNER

Norman Sturner là Chủ tịch công ty Murray Hill Properties.

Lời khuyên có giá trị nhấ t về kinh doanh bấ t động sản mà tôi từng được nhận là gì? Trước khi tôi nói cho bạn bí mật của tôi, hãy để tôi kể cho bạn nghe câu chuyện dẫn tôi để n với lời khuyên ấ y.

Cách đây 6 năm, chúng tôi được giới thiệu mua một khách sạn ở trong khu vực sân bay Denver với giá rấ t hữu nghị. Chúng tôi đã rấ t cảnh giác và nhớ để n câu ngạn ngữ "Nế u có thứ gì đó quá tố t để n mức khó có thể tin được thì có lẽ đừng nên tin". Tuy vậy, chúng tôi cũng không muố n bỏ qua một món hời như thể nên quyế t định để n Denver để xem.

Chúng tôi thuê kiế n trúc sư, kĩ sư và các nhà tư vấ n, quyế t tâm trong ba ngày sẽ tìm ra lý do vì sao chúng tôi, những dân cư New York lại có thể được ưu ái một khu khách sạn đẹp đẽ ở phía Tây với mức giá rẻ để n như vậy. Sau khi xem xét toàn bộ các ngóc ngách, xó xỉnh, chúng tôi phải công nhận đây đúng là một món hời thực sự, chỉ câ n bỏ chút tiề n sửa sang đôi chút là được. Có tới 95% số phòng của khách sạn được sử dụng suố t 12 tháng trong năm.

Tôi và người đô ng sự đã tự chúc mừng nhau bă ng chiế c bánh ngọt ăn ở ngay quâ y bar khách sạn trong lúc chúng tôi đợi máy bay để vê nhà chuẩn bị kế hoạch thương lượng giá cả. Nhân viên pha chế lại gâ n và hỏi chúng tôi có phải là dân đế n từ New York và đang định mua khách sạn này hay không. Chúng tôi trả lời, rô i anh

ta nói liệu chúng tôi định làm gì với cái khách sạn này khi mà sân bay Denver mới sắ p sửa được rời để n Stapleton trong năm tới.

Ngay lúc đó, chúng tôi chợt hiểu ra lý do vì sao khu khách sạn lại có một cái giá rẻ để n như vậy. Chúng tôi cảm ơn nhân viên pha chế và hào phóng cho anh ta một khoản tiề n boa lớn mà không dám nói với anh ta ră ng chúng tôi chẳng biế t tí gì về thông tin này. Sau đó, chúng tôi ra sân bay về thẳng nhà.

Lời khuyên tố t nhấ t mà chúng tôi nhận được và giữ gìn trong hơn 35 năm là: "Phải nă m rõ thị trường trước khi quyế t định đâ u tư."

84. Làm việc chăm chỉ và đúng kế hoạch

ROBERT E. SULENTIC

Robert E. Sulentic là Chủ tịch kiếm Tổng giám đố c công ty Trammel Crow.

Làm việc chăm chỉ, thực hiện những điể u bạn nói là bạn sẽ làm và luôn nhớ ră ng quả đấ t tròn, bạn sẽ còn gặp lại những người mình đã từng gặp. Đây là lời khuyên tôi đã được 2 hay 3 người nhấ c đi, nhấ c lại trong thời gian tôi bấ t đâ u làm việc cho Trammel Crow.

Làm việc chăm chỉ

Kinh nghiệm cho thấ y ră ng, nế u bạn đang tiế n hành thoả thuận với một nhà đã u tư hoặc một khách hàng thì một điể u rấ t quan trọng câ n phải nhớ là hãy lập kế hoạch và nghiêm chỉnh chấ p hành đúng kế hoạch đó. Khi mọi thứ xảy ra không đúng như dự tính của bạn, hãy chăm chỉ, bạn vẫn có thể có thêm cơ hội thứ hai. Quan trọng hơn, nế u mọi việc diễn ra theo chiế u hướng tố t đẹp thì việc lập kế hoạch sẽ còn giúp thành quả được nhân lên gấ p bội phâ n.

Hãy làm điều bạn nói

Tôi đã học được tâ m quan trọng của nguyên tắ c này khi tôi làm việc tại một trong những văn phòng khu vực của chúng tôi. Khi đó, các thành viên trong đội chúng tôi thường đặt ra các trọng điểm kinh doanh. Chúng tôi đã rấ t cẩn thận trong việc chọn lựa những mục tiêu phù hợp và đặt quyế t tâm cao để hoàn thành những mục tiêu đó.

Việc làm này giúp tạo ra tính kỷ luật cao trong công việc và định hướng mọi người tập trung vào những công việc quan trọng nhấ t. Đi đúng mục tiêu và đúng hướng là cách duy nhấ t giúp chúng ta làm việc có hiệu quả; nế u không bạn sẽ lãng phí thời gian, công sức, nỗ lực mà lại không thu nhận được thành quả gì. Lúc đó, dù bạn làm việc chăm chỉ đế n mấ y cũng không thể thu được thành quả gì.

Mọi người có xu hướng gặp lại nhau

Trong nhiê `u năm, chúng tôi luôn tự nhắ ´c nhỏ mình câ `n duy trì mô ´i quan hệ tô ´t đẹp với những người chúng tôi đã quen biế ´t trong quá trình làm ăn, giao dịch. Ví dụ như, những người trước đây từng làm cộng tác cho công ty Trammell Crow giờ lại trở thành khách hàng; họ đã thuê hế ´t công ty này đế ´n công ty khác, cuố ´i cùng lại quyế ´t định quay về `thuê chúng tôi; thậm chí, những người trước đây từng là đố ´i thủ cạnh tranh, nay lại kế ´t thúc sự đố ´i đâ `u bă `ng việc bắ ´t tay hợp tác làm việc với công ty chúng tôi.

85. Hãy tự nhủ phải quyết tâm chiến thắng

STEFAN SWANEPOEL

Stefan Swanepoel là Chủ tịch kiêm Tổng giám đố c Công ty Realty U Group Inc, công ty phát triển nghệ nghiệp lớn nhất cả nước; mỗi năm, công ty đào tạo hơn 400 nghìn nhân viên bất động sản chuyên nghiệp. Stefan Swanepoel cũng là tác giả của cuố n "Bất động sản đương đã u với thực tại" (Real Estate Confronts Reality) và cuố n tập 2 có tên là "Bất động sản đố i mặt với tương lai" (Real Estate Confronts the Future).

Cha tôi từng nói: "Làm kinh doanh giố ng như chơi cờ. Bàn cờ tượng trưng cho thể giới và những quyế t định, lựa chọn của con; các quân cờ đại diện cho xã hội và con người; các quy tắ c chơi cờ giố ng như luật lệ trong kinh doanh và đố i thủ của con đại diện cho những thử thách mà con phải vượt qua để đạt được mục tiêu của mình."

Sở dĩ bạn là một tay chơi tô ì trong mọi trò chơi thể thao vì bạn không phải là một người chơi chuyên nghiệp. Chơi cờ, làm kinh doanh và bấ t động sản cũng không nă m ngoài thông lệ đó; nhấ t là trong kinh doanh, hấ ù hế t mọi người đề ù cho ră ng họ câ n phải giỏi hơn cả những người chuyên nghiệp. Để trở thành người giỏi, dù trong thể thao hay trong kinh doanh thì đề ù câ n có lòng quyế t tâm và sự cam kế t, chứ không chỉ đơn giản nói làm là làm. Câ n phải trang bị kỹ năng - những kỹ năng đã được luyện tập nhuâ n nhuyễn và phải được nâng cao theo thời gian.

Ví dụ, nế u như bạn là người chơi cờ ở mức trung bình, bạn có thể nghĩ được 2 hoặc 3 nước cờ tiế p theo. Nhưng một kì thủ chuyên nghiệp thì có khả năng nghĩ được 5, 6, hay 7 nước cờ kế tiế p mà họ định đánh. Phải nghĩ đế n tấ t cả những tình huố ng có thể xảy ra, phải biế t mường tượng những quân cờ khác nhau ở các vị trí khác nhau, phải định hình được những bước đi của bạn và đoán biế t phản ứng của đố i thủ, trước cả khi bạn đi nước cờ tiế p theo của mình.

Đừng dựa dẫm vào sự may mắn

Tấ t nhiên, sự may mã n đôi khi có thể hoặc thực sự làm thay đổi định mệnh và có khả năng tạo ra được những triệu phú trong ngành bấ t động sản. Tuy nhiên, đây không phải là quy tắ c để đạt được thành công. Thành công phải là kế t quả tổng hợp của tư duy sắ c bén, đánh giá các lựa chọn, khả năng xét đoán, nhận biế t, xác định được những khó khăn, biế t cách phát triển và tổ chức các ưu tiên đề ra, xây dựng chiế n lược và thi hành chuẩn xác.

Có chiến lược phù hợp

Trong bấ t động sản cũng như trong chơi cò, điể ù bạn phải quan tâm nhấ t là chiế n lược, mà chiế n lược thì cấ n có kế hoạch. Bạn phải suy nghĩ hế t sức tỉnh táo về kế hoạch của mình. Một chiế n lược tố t sẽ hỗ trợ rấ t nhiề ù cho mọi bước đi, mọi hành động, mọi cuộc chố ng trả cũng như cuộc tấ n công của bạn. Nhưng chỉ một kế hoạch thôi thì chưa đủ. Bạn cấ n lập ra nhiề ù kế hoạch, kèm theo ít nhấ t một hoặc hai phương án đố i phó với những tình huố ng khẩn cấ p.

Trong kinh doanh, trong bấ t động sản và cả trong cuộc số ng, việc lên kế hoạch phù hợp sẽ giúp tiế t kiệm thời gian, tiế n bạc, công sức và giúp bạn đạt được những kế t quả tố t nhấ t. Về mặt lâu

dài, một kế hoạch kinh doanh có chiế u sâu sẽ góp phâ n tạo ra những bước phát triển tích cực, tiế n bộ trong bấ t kì môi trường kinh doanh nào. Thấ t bại trong việc lập kế hoạch sẽ dẫn đế n những hậu quả tai hại.

Đặt thứ tự ưu tiên các công việc

Một nguyên tắ c khi lập kế hoạch là hãy bắ t đâ u bă ng những nhiệm vụ nhỏ, sau đó mới giải quyế t các nhiệm vụ lớn sau. Tiế p đó, xác định xem nên tập trung ưu tiên vào các nhiệm vụ khẩn cấ p trước hay nhiệm vụ quan trọng trước, vào các sự kiện đang có nhiề u mố i quan tâm hay ít sự quan tâm. Chỉ sau khi đã xác định được hế t các vấ n đề kể trên thì bạn mới nên quyế t định đi nước cờ nào, thực hiện vào thời điểm nào và ở đâu.

Khi chơi cò, trò chơi sẽ không dùng lại cho để n khi bạn bị chiế u tướng hoặc khi đố i thủ đâ u hàng - cả hai điể u này để u có vẻ không xảy ra, trừ phi bạn thường xuyên quản lý và rà soát lại kế hoạch của mình. Mọi thứ có thể thay đổi khủng khiế p chỉ sau một bước đi và để chiế n thă ng, nhấ t là chiế n thă ng một đố i thủ táo tọn thì câ n phải có kỹ năng phân tích tình huố ng nhanh và khả năng thay đổi chiế n lược ngay khi câ n thiế t.

Nắm được luật chơi

Hâ u hê ´t tâ ´t cả mọi người đề `u đô `ng ý ră `ng bạn sẽ không thể thă ´ng trong một trận đâ ´u nê ´u như bạn không nă ´m rõ luật lệ. Bấ ´t động sản không chỉ là ngành kinh doanh bao gô `m những quy tắ ´c, luật lệ đặc thù mà đó còn là một lĩnh vực cực kỳ phức tạp. Đô ´i với một người bình thường, giao dịch bấ ´t động sản có thể được coi như một thoả thuận tài chính đã ´t đỏ và phức tạp nhấ ´t trong cuộc đời

anh ta. Tiê `n vô ´n đâ `u tư sẽ rấ ´t cao và chẳng ai dám chi nế ´u không am hiểu chút nào vê `luật chơi và các lựa chọn.

Phân tích điểm mạnh và điểm yếu

Nế u mọi việc không diễn ra suôn sẻ như kế hoạch của bạn, bạn có một lựa chọn duy nhấ t là dừng lại và phân tích để tìm ra lý do tại sao. Nế u mọi việc diễn ra tố t đẹp đúng như dự định của bạn, cũng nên dừng lại và tìm ra lý do tại sao.

Hãy tìm ra hế t những điểm mạnh và điểm yế u của công ty bạn. Xem xét lại các chiế n lược, tâ m nhìn, cũng như các mục tiêu hướng tới. Đánh giá lại các mục tiêu và tái khẳng định những kế t quả bạn muố n đạt được. Sau đó, bạn mới đi vào kiểm nghiệm thực tế và nế u câ n, hãy đưa ra những điể u chỉnh phù hợp. Bạn cũng phải hiểu rõ về mỗi thành viên trong đội mình. Bạn phải có hiểu biế t rấ t sâu sắ c về kỹ năng mà họ có cũng như những cá tính của họ để khai thác tố i đa tiê m năng của mỗi người.

Nói tóm lại, hãy khai thác tố i đa những gì bạn có.

Luôn vạch ra bước đi tiếp theo

Khi một vận động viên chuyên nghiệp chơi cò, anh ta hâ`u như không thể chiế n thă ng nhò vào những may mặ n tình cò. Bàn vê cò là bàn vê chiế n lược, thủ thuật, khả năng tập trung và việc thực hiện. Để thành công, bạn không nhấ t thiế t phải biế t tấ t cả mọi đường đi nước bước hoặc các đáp án cụ thể. Bạn chỉ câ n duy trì khả năng dự đoán của mình trước đố i thủ một hoặc hai bước. Trong lĩnh vực bấ t động sản cũng vậy, bạn câ n phải tính trước thời điểm hiện tại của thị trường từ một để n hai bước.

Luôn tiến bước

Những kế hoạch lớn thường thấ t bại bởi vì mọi người không tập trung thực hiện kế hoạch ấ y. Họ hay bị phân tán, do dự, bị xao nhãng hoặc mấ t hứng thú, hay chỉ đơn giản là tự nhiên quên bằng đi kế hoạch đó. Đó không phải là cách giúp chúng ta chiế n thắ ng được trò chơi. Trái lại một kế hoạch tố t tức là phải được thực hiện đúng đấ n và phù hợp.

Muố n thành công đòi hỏi chúng ta phải luôn luôn tiế n bước và hướng về phía trước với tinh thâ n quyế t tâm, ý chí ngoan cường và kiên định. Chúng ta câ n tập trung vào mục tiêu dài hạn lẫn những ưu tiên trước mặ t. Những người khôn ngoan phải biế t tung ra nước cờ ngoạn mục khi họ câ n để n nó nhấ t. Nế u bạn không biế t đánh giá chính xác những tình huố ng diễn ra xung quanh trò chơi thì trong tâm trạng lúng túng và bấ n loạn của mình, bạn cũng sẽ để trượt mấ t cơ hội tung ra nước cờ đó.

Trong thế giới đánh cờ lẫn thế giới bấ t động sản, điề u quan trọng nhấ t là lập kế hoạch, hạ quyế t tâm và hành động.

86. Đừng đánh giá sách qua trang bìa

EMILY TANNEN

Elimy Tannen là Giám đố c phụ trách bán hàng và marketing, đô `ng thời là Phó chủ tịch Công ty A.J. Clarke Real Estate và là thành viên Uỷ ban bấ t động sản New York.

Câu chuyện xảy ra vào những năm 1960. Hôm đó, người thành lập công ty chúng tôi, ông Alexandre J. Clarke và đứa con trai đang ở độ tuổi thiế u niên đang làm vườn trong nhà họ tại New Jersey. A.J. nhìn sang bên kia gara để xe và nhận thấ y dáng xe Cadillac dạo này trông có vẻ đẹp hơn. "Nào con trai, đi thôi", ông nói. Vẫn mặc trên người bộ đô làm vườn, họ đi đế n nơi bán xe Cadillac gâ n nhấ t. Ở đó, không ai thèm quan tâm đế n họ. Sau một lúc đứng xem trong phòng trung bày, ông bố và đứa con trai rời đi và đế n khu mua bán ở một thị trấ n khác. Ở đó, người bán hàng tiế p họ rấ t niê m nở: "Xin chào quý ông, tôi có thể giúp gì được cho ngài?" Ngay lập tức, người bán hàng đó đã bán được một chiế c Cadillac mới cứng và được thanh toán bă ng tiê n mặt.

Như vậy, bài học rút ra từ câu chuyện trên là: bạn không thể đánh giá một quyển sách qua tấ m bìa của nó. Trong nhiê `u năm liê `n, tôi đã chứng kiế `n điê `u này. Ví dụ, các khách hàng của Armani - những người có vẻ sặc mùi tiê `n lại thường là những kẻ chẳng có đế ´n 2 đô `ng niken trong túi; trong khi đã có những người bạn cứ tưởng là nghèo đế ´n mức chẳng chi nổi tiê `n để ăn tố ´i thì hoá ra lại toàn là tỉ phú. Nhà môi giới hoàn toàn không thể đoán được việc ai thật, ai giả nế ´u chỉ nhìn vào ngoại hình hay qua lời giới thiệu của anh ta. Do đó, các chuyên gia bấ ´t động sản luôn phải đô ´i xử công bă `ng với tấ ´t cả

các khách hàng, kể cả với những khách hàng tiê m năng. Hợp đô ng thoả thuận có thể được ký kế t, có thể không, nhưng nhà môi giới thì không được phép thấ t bại.

Hãy chọn xem bạn muốn sống ở đâu

Vị trí, vị trí, vị trí. Quái thật, không hiểu ai là người đâ u tiên nảy ra ý nghĩ này? Nhưng bạn biế t không, điể u đó đúng đấ y. Việc làm đâ u tiên là phải lựa chọn xem bạn muố n số ng ở đâu, còn những việc khác đề u có thể đặt ở vị trí thứ yế u. Vào năm 1988, tôi và chô ng tôi tìm thuê một căn nhà nghỉ cuố i tuâ nở Woodstock. Chúng tôi đã đi xem rấ t nhiệ u ngôi nhà với đủ các mức giá khác nhau. Một số nhà trông khá đẹp mặ t, rộng rãi, thiế t kế đẹp. Thế là, mức giá tố i đa chúng tôi dự định ban đâ u phải đẩy cao lên một chút. Tuy nhiên, vẫn không có ngôi nhà thực sư níu giữ được chúng tôi và chúng tôi cũng không rõ lý do vì sao. Cuố i cùng, chúng tôi được người môi giới đưa đi xem một ngôi nhà ở trên núi, con đường riêng dẫn lên ngôi nhà ở phía Bă c, nhìn hướng ra phía Nam, với ánh mặt trời và phong cảnh bao la, bát ngát, kéo dài dường như vô tận. Chô ng tôi bước ra ngoài, ngặ m toàn cảnh và quay lại hỏi người môi giới: "Ngôi nhà này có để bán không?". Trên đường vê nhà, anh hỏi tôi ngôi nhà có bao nhiều phòng ngủ và phòng tặ m. Điệ u đó không thành vấ n đề vì anh đã rấ t thích vị trí của ngôi nhà. Và tấ t nhiên, chúng tôi đã mua ngôi nhà đó.

Khi nghi ngờ thì hãy mua

Lời khuyên tố t nhấ t mà tôi có là "mua". Khi bạn nghi ngờ, hãy mua. Nhưng nhớ là đừng đã `u cơ, trừ phi bạn cực kỳ chặ c chặ n rặ `ng xu hướng giá nhà đấ t sặ p sửa lên, sẽ lên và lên. Nế u thị trường đi xuố ng hoặc bấ p bênh, các nhà đã `u cơ sẽ gặp thảm hoạ.

Ví dụ, một người mua một khoảnh đấ t và dự định sẽ bán nó ra thị trường sau khi xây dựng xong nhưng đúng lúc đó thị trường lại đi xuố ng, chắ c chắ n anh ta/nhà đâ u cơ này sẽ phải bán lỗ vố n. Nế u nhà đâ u cơ đó phải cấ p vố n nhiệ u hơn với mức anh ta có hoặc nhiệ u hơn mức ngân hàng cho vay thì người đó sẽ trắ ng tay. Còn nế u thị trường đi xuố ng và người đâ u cơ buộc phải bán tố ng, bán tháo tài sản của mình vì bấ t kì lý do gì thì nguy cơ người đó trắ ng tay cũng có thể xảy ra.

Nhưng nế u anh ta mua tài sản cho nhu câ u sử dụng của chính mình thì lúc nào anh ta cũng là người thặ ng cuộc. Nế u anh ta bán tài sản trong một thị trường đang rót giá thì đúng là anh ta sẽ nhận được ít tiể nhơn; tuy nhiên, anh ta lại có thể mua được các tài sản khác ở mức giá rẻ hơn; cho nên cũng công bă ng. Còn nế u một người bán tài sản ở một thị trường đang lên, có thể sẽ thu được nhiê u lãi hơn, song những hàng hoá khác mà anh ta mua cũng sẽ có mức giá tỷ lệ thuận, tức là cũng tăng. Không có ai thua cuộc. Rõ ràng bạn chẳng mấ t gì.

Bài học là: hãy cứ mua. Nế u bạn không có đủ tiế n, hãy đi vay. Đừng để tuột mấ t cơ hội. Hãy hành động. Bạn sẽ không bao giờ phải hố i hận.

87. 3 bài học từ cha tôi

ROBERT S. TAUBMAN

Robert S. Taubman là Chủ tịch kiếm Tổng giám đố c công ty Taubman Centers Inc, tập đoàn bấ t động sản phát triển theo hình thức góp vố n, đứng đã ù về các dịch vụ phát triển và quản lý các khu bấ t động sản buôn bán, thương mại. Taubman vẫn giữ vai trò lãnh đạo kể từ năm 1992, khi công ty tiên phong cung cấ p những dịch vụ mới cho cộng đô ng.

Sinh trưởng trong một gia đình có truyề `n thố ´ng làm nghề ` bấ ´t động sản, tôi có được rấ ´t nhiề `u lời khuyên - nế ´u không từ các luật sư cố ´ vấ ´n thì cũng từ cha tôi, Alfred Taubman. Tôi có thể ghi lại tấ ´t cả những lời khuyên của ông thành một quyển sách, trong đó có 3 bài học có ý nghĩa quan trọng đố ´i với tôi.

Trước hế t, hãy quên ngay câu châm ngôn cũ rích "vị trí, vị trí, vị trí" trong bấ t động sản đi. Đặc biệt là trong ngành cung cấ p địa ô c kinh doanh, bạn sẽ phải tự tạo ra vị trí của riêng bạn. Tấ t nhiên, nế u có được một vị trí đẹp ở khu vực trung tâm thì sẽ là điể `u tuyệt vời. Nhưng yế u tố quyế t định tính hấ p dẫn của một vị trí ở trung tâm mua să m còn phụ thuộc vào phẩm chấ t của người thuê nó, phong cách thiế t kế , quản lý, môi trường kinh doanh và cách thức quảng cáo. Ở các khu phố mua bán lớn, việc bạn là ai và bạn là cái gì trở thành điể `u thứ yế u; điể `u quan trọng là luôn làm cho khách hàng thấ y sự tươi mới mà vị trí bán hàng của bạn có.

Điề ù thứ hai, phải hiểu rã ng, thứ sức mạnh khủng khiế p mà chúng ta gọi là tính ỳ luôn luôn tô n tại giữa bạn và khách hàng của bạn. Mọi hoạt động xây dựng và nâng cấ p các trung tâm mua sắ m

được thiế t kế sao cho có thể loại bỏ những bấ t tiện, khiế n người mua sẽ phải tìm để n hệ thố ng mua sắ m của bạn. Có hàng nghìn lý do khiế n khách hàng thích để n các nơi khác thay vì tìm để n chỗ bạn. Bạn sẽ phải tìm ra ít nhấ t 1001 lý do vì sao khách hàng nên tìm để n bạn.

Điề ù thứ ba là không bao giờ chán ghét công việc kinh doanh của mình. Không thể tự động chuyển sự say mê, lòng nhiệt huyế t và những kỹ năng của một nhà phát triển bấ t động sản thành công sang các lĩnh vực khác được, ngay cả khi anh ta nghĩ như vậy! Hãy gắ n bó với nghề và bạn biế t không, kinh nghiệm và những điề ù bạn tích luỹ được sẽ giúp bạn thoát khỏi mọi rắ c rố i và đảm bảo sự nghiệp kinh doanh bấ t động sản của bạn sẽ thu được thành quả xứng đáng. Thêm nữa, khi làm ăn phát đạt, khi nghề này khiế n bạn trở nên giàu có chắ c hẳn bạn sẽ không thể cảm thấ y buô n chán!

88. Uy tín, thời gian, điều khoản, chân lý

JOSEPH THANHAUSER

Joseph Thanhauser là Chủ tịch Công ty Byrnam Wood LLC, một hãng cung cấ p dịch vụ bấ t động sản toàn câ `u. Ông cũng là uỷ viên Viện giám sát Hoàng gia (The Royal Institution of Chartered Surveyors).

Tôi làm việc, thương thuyế t với những người thuế bấ t động sản ở khắ p nơi trên thế giới, và lời khuyên của tôi có thể áp dụng ở mọi thị trường. Tôi đã mang theo mình lời khuyên này hơn 30 năm. Tôi xin kể cho các bạn nghe một vài câu chuyện đã đưa tôi đế n với lời khuyên này.

Xây dựng niềm tin

Một trong những khách hàng lâu đời của chúng tôi, ông Michael Moore của hãng quảng cáo DMB&B, từng trả lời một cách súc tích lý do vì sao ông thích cách tiế p cận công việc của tôi: "Các khách hàng muố n có những người đại diện thông minh, chuyên nghiệp và nhiệt tình, nhưng phâ n đông trong số họ lại thích những người đại diện hế t lòng nhấ t". Ông nói với tôi ră ng ông đoán tôi thương lượng rấ t tích cực vì tôi là đại diện của ông, nhưng hơn thế nữa, ông còn nói ră ng ông tin tưởng tôi vì tôi luôn đặt lợi ích của ông cao hơn của chính mình. Thông thường một chữ ký của một hợp đô ng thuê có thể có ý nghĩa hàng triệu đô la đố i với một người môi giới hay một nhà tư vấ n và lúc này, mức độ tin cậy cũng có thể có hoặc không. Trong

những tình huố ng như vậy, có người có thể khách quan nhưng một số người khác rấ t khó giữ được thái độ vô tư. Mike đã khẳng định ră ng tôi luôn là một người đại diện vô tư ngay cả khi hợp đô ng có những quyê n lợi liên quan đế n tôi, và tôi luôn tập trung vào quyê n lợi của khách hàng từ đâ u đế n cuố i.

Thực hiện thoả thuận ngay!

Ngay từ lúc bă t đâ u làm việc cho một nhà phát triển lớn ở New York, tôi đã được biế t ră ng các anh em nhà Uris - những người thành lập công ty này có triế t lý làm việc rấ t đơn giản: Hãy thoả thuận ngay khi có cơ hội. Thế nhưng, phải sau khi trải nghiệm gâ n như trọn ven một vòng quay của thị trường, tôi mới thực sự hiểu hế t ý nghĩa thực tiễn của câu nói này. Trong các thị trường được định hướng bởi chủ đấ t, việc một vài người tìm thuê nhà theo đuổi cùng một địa điểm là chuyện bình thường, nhưng ở thị trường ít bị chủ đấ t chi phố i hơn, người đi tìm nhà đấ t có nhiệ u sự lựa chọn hơn và cùng một lúc có thể tiế n hành các thoả thuận khác nhau. Đôi khi, chỉ để n lúc kế t thúc một vòng quay của thị trường, chúng ta mới có thể kế t luận được phẩm chấ t của người mua, người bán. Tuy nhiên, trong khi chưa kế t thúc một chu trình, sẽ là đáng giá nế u như bạn thực hiện thoả thuận hợp đô ng ngay. Bởi vì nế u những điệ u khoản nhạy cảm ở hợp đô ng đã được giải quyế t, bạn có thể yên tâm là sẽ không có lật lọng trong quá trình thực hiện, từ đó giúp xây dựng những mố i quan hệ làm ăn tố t đẹp.

Đặt ra những điều khoản hợp lý

Đã rấ t nhiề `u là `n tôi chứng kiế ´n cảnh hợp đô `ng bị phá ngang chỉ vì bên bán hoặc bên mua không đủ khả năng thực hiện điề `u khoản. Tô `i tệ hơn là ngay cả khi hợp đô `ng thoả thuận đã ký kế ´t

xong và hai bên bắ t tay vào làm việc, cả hai mới phát hiện ra hàng loạt vấ n đề câ n giải quyế t. Phía người thuê hoặc mua đấ t phải chịu gánh nặng về chi phí cho tiê n thuê, còn phía người chủ đấ t thì lại cung ứng quá nhiề u thứ và lâm vào rắ c rố i (điề u này không có nghĩa là bên thuê sẽ được hưởng lợi từ những "rắ c rố i" đó). Mỗi khi tôi chứng kiế n cảnh tượng này, tôi lại nhớ đế n lời khuyên của Howard Sonn cách đây 30 năm: "dao sắ c quá cũng không thể cắ t được". Không như ở hâ u hế t các nơi khác trên thế giới, thị trường bấ t động sản thương mại ở Hoa Kỳ khá trong sạch, chủ nghĩa tư bản được tự do và liên tiế p xuấ t hiện những thay đổi theo hướng tích cực. Nế u thoả thuận mà không quan tâm đế n sự số ng còn của người khác thì sẽ là một rủi ro, thậm chí sẽ khiế n hợp đô ng khó có khả năng thực thi, tô i tệ nhấ t là nó có thể gây ra quá nhiề u bấ t hạnh.

Hãy đối đầu với mọi rắc rối

Trong một â´n phẩm đâ`u tay của Henry Kissinger bàn vê` lĩnh vực sau quản trị, tác giả chỉ rõ: những việc gì bắ´t buộc phải giải quyế´t thì tô´t nhâ´t là nên giải quyế´t ngay lập tức. Lời khuyên bổ ích này có ảnh hưởng lâu nhâ´t đế´n tôi bởi vì bâ´t động sản là lĩnh vực có tính cạnh tranh râ´t cao và khó tránh khỏi các xung đột. Mặc dù chúng tôi chỉ có râ´t ít các vụ tranh châ´p trong mâ´y năm qua nhưng rõ ràng, trong tranh châ´p, việc có những người bâ´t đô`ng rô`i đi đế´n đổ máu là điê`u có thể xảy ra. Thông thường sẽ có những tình huô´ng mà nê´u chúng ta đô´i mặt với ră´c rô´i thay vì đặt nó sang một bên thì chúng ta có thể tiế´t kiệm được nhiê`u thời gian, tiê`n bạc và không phải chuô´c lâ´y sự bực mình. Tôi coi công việc của mình là một sự ràng buộc, nhưng không phải ai cũng hành động như vậy, và khi chúng ta bỏ qua các vấ´n đê`, cụ thể là vấ´n đê` đê`n

bù, hay nhân công lao động thì chắ c chắ n những rắ c rố i này sẽ quay lại "tấ n công" chúng ta.

Nhận thức được chân lý bất diệt

Bố n từ đấ t nhấ t trong tiế ng Anh là: lâ n này thì khác. Nế u xét trên khía cạnh chu kỳ thị trường thì theo tôi, quả là kiêu ngạo và ngu ngô c nế u có ai dám đảm bảo một hợp đô ng trước sự tăng giảm liên tục của thị trường bấ t động sản như vậy. Tôi đã chứng kiế n những người mua không chịu thừa nhận quy luật thấ t thường của thị trường bấ t động sản. Cách đây không lâu, chúng tôi nghe nói giá thị trường bấ t động sản ở Nhật Bản lên cao đế n nỗi khu Cung điện Hoàng đế Nhật Bản và phâ n đấ t đại, vườn tược xung quanh còn có giá trị cao hơn cả bang California. Cuố i cùng thì định luật trọng trường vẫn còn nguyên giá trị, sau một thời gian thị trường lại xuố ng giá. Vẫn vòng quay đó, mùa xuân đi, mùa hè lại đế n. Không thể nào khác được.

Quy luật tự nhiên về chu kỳ của bấ t động sản trong các thị trường thương mại luôn bấ t biế n, giố ng như vòng quay của bố n mùa. Có thể đó là đặc tính tự nhiên của bấ t động sản, trong đó có sự tận tuy của những người biế t đưa ra đánh giá dựa vào những xu thế hiện tại và các nguồ n lực tức thời. Bản chấ t này của bấ t động sản kích thích con người vươn xa tấ m nhìn và trí tưởng tượng. Có thể đó là nguồ n lực khổng lồ, phức tạp mà chúng ta phải dùng đế n trong các dự án lớn, đòi hỏi phép ngoại suy như thế này. Có thể là, khi thị trường nhà cho thuế giảm, thị trường cung tăng và các dự án thấ t bát thì xu hướng chuyển những dự án như thế này theo một hướng khác sẽ là điể u không thể tránh khỏi. Trong bấ t kì tình huố ng nào, khi không ai có thể nói trước được tương lại, thì câ n phải nhớ ră ng: tương lai không nhấ t thiế t phải là sự nổ i tiế p của hiện tại.

Hiểu được quy luật về địa lý

Ở đây khác - Mỗi khi chúng ta đế n các thị trường ở nước ngoài hoặc đế n những nơi kì lạ như Chicago, Detroit, chúng ta sẽ nghe thấ y câu thành ngữ cũ kỹ này. Thực ra, có một vài quy tắ c bấ t dị, bấ t dịch ở mọi nơi chúng ta đặt chân đế n là (1) Dù ở đâu, mọi người cũng sẽ nói với ta "Ở đây khác. Sao không quay về nhà đi?" (2) Nế u chúng ta nhạy cảm với cách hiểu của địa phương về các từ như không gian, cho thuê, điề u khoản và các thuật ngữ câ n thiế t khác thì chúng ta có thể thương lượng các điề u khoản này tố t hơn so với thị trường nói chung và rời khỏi thị trấ n trước khi các tấ m poster "câ n tìm" được dựng lên. Tsubo, mét, pings hay hecta.. tóm lại, chẳng có gì khác nhau cả, dù là ở đây hay ở bấ t kì nơi nào khác. Ánh nă ng mặt trời và lực trọng trường ở đâu cũng như nhau và những thứ chúng ta dùng ở các thị trường trên khă p nước Mỹ thì cũng có thể áp dụng được ở khắ p nơi trên thế giới.

Câ`n phải nói ră`ng, những sắ´c thái và phong tục ở các vùng khác nhau trong mỗi thị trường có thể rấ´t hữu ích hoặc có thể gây hại, do đó, câ`n phải lưu ý đế´n vấ´n đề` này. Chúng tôi thường nói với các khách hàng của mình ră`ng: những người thông minh có thể chiế´n thă´ng với 98% những điề`u khoản thương lượng, nhưng cũng có thể chế´t chỉ với 2% còn lại. Trong những thị trường xa lạ, để tránh định mệnh này, sẽ dễ dàng hơn nế´u có được sự thông minh nhanh trí, sự thẳng thă´n và tin cậy của một đô`ng nghiệp địa phương, người có thể cung cấ´p cho chúng ta nhiề`u thông tin hơn những gì ta câ`n để làm chủ được tính phức tạp của mỗi thị trường.

89. Xây dựng thành công Hiệp hội những người sở hữu nhà

RICHARD THOMPSON

Richard Thompson là chủ công ty Regenesis, một công ty chuyên tư vấ n về quản lý cư xá và hiệp hội những người sở hữu nhà (HOA). Ông được công nhận là một chuyên gia về HOA và ông cũng là tác giả của rấ t nhiề u bài báo viế t về hiệp hội này.

Lố i số ng trong thế kỷ 21 này đang thay đổi một cách chóng mặt so với 50 năm về trước. Các kiểu căn hộ nhà riêng và kiểu nhà chia lố đã bị thay thế bă ng nhà chung cư hoặc theo một khu vực cộng đô ng có quy hoạch (thường được gọi chung là "Hiệp hội những người sở hữu nhà" hay - HOA).

Hệ thố ng nhà kiểu HOA bắ t đâ u trở thành "hiện tượng" từ cuố i thập niên vừa qua. Ở nhiê u khu vực thành thị, phải đế n 70% các khu dân cư mới đề u được xây dựng theo hệ thố ng này. Cũng có nhiê u hệ thố ng HOA được xây dựng theo kiểu hỗn hợp, phục vụ cho cả mục đích nhà ở lẫn kinh doanh. Ví dụ các khu nhà sát mặt đường phù hợp để làm văn phòng hoặc địa điểm bán hàng, còn người dân bình thường có thể số ng ở các tâ ng phía trên.

Các HOA nhấ t thiế t phải đặt dưới sự kiểm soát của các công ty trực thuộc và do một ban giám đố c, bao gô m những người được bâ u ra chịu trách nhiệm quản lý. HOA có quyê n đặt ra, và thi hành các nguyên tắ c, quy định, đô ng thời thu phí từ các thành viên khác để đảm bảo sự hoạt động của HOA, duy trì trách nhiệm của các thành

viên. Hệ thố ng HOA giúp đảm bảo việc thực thi các quy định như thế chấ p hay tịch biên tài sản.

Khi các nguyên tắ c của HOA được hiểu đúng và thực hiện nghiêm chỉnh thì nó sẽ làm việc rấ t hiệu quả. Nế u chúng được thiế t lập vụng về thì sẽ kéo theo rấ t nhiề u rắ c rố i. Thành công hay thấ t bại của một HOA được quyế t định ngay từ những phút nhà phát triển bắ t tay vào dự án đầ u tiên.

Hiểu được tiê m năng to lớn của việc phát triển hệ thố ng HOA như vậy, một nhà phát triển HOA hiểu biế t câ n phải làm gì để tố i đa hoá doanh số bán và lợi nhuận? Tôi sẽ giải thích một vài bước câ n làm để bạn có thể trở thành một nhà phát triển HOA thành công.

1. Chọn lựa các loại vật liệu xây dựng và sơ đô `thiế t kế HOA một cách cẩn thận. Hiệp hội những người sở hữu nhà phải tiế n hành các nhiệm vụ bảo trì, sửa chữa và thay thế rấ t nhiề `u. Nhấ t là đố i với các kiểu nhà cư xá thì trách nhiệm bảo trì kiế n trúc và quang cảnh xung quanh hoàn toàn thuộc trách nhiệm của HOA. Trách nhiệm này thuộc về `các thành viên trong ban giám đố c tình nguyện - những người có tinh thâ `n trách nhiệm rấ t cao song thường hay thiế u kinh nghiệm. Do đó, khi thiế t kế kiế n trúc và quang cảnh xung quanh, câ `n đặc biệt lưu ý đế n các chi phí sửa chữa và độ thuận tiện trong việc bảo trì khu nhà.

Hãy tránh xa những thiế t kế và vật liệu không đảm bảo chấ t lượng. Những điể u này sẽ ảnh hưởng để n chấ t lượng công trình và sẽ tác động ngược trở lại nhà phát triển. Công trình càng được bảo trì phức tạp và đấ t tiế n bao nhiều thì càng có nguy cơ không được đảm bảo về mặt chấ t lượng.

- 2. Hãy cản thận với các loại giấ y tờ quản trị hay còn gọi là CCR (điề `u khoản, điề `u kiện, điề `u cấ ´m). Các nguyên tắ ´c, quy định, tuyên bố ´ và các luật quy định trong các giấ ´y tờ này đã hình thành nên cấ ´u trúc quản lý của HOA. Luật của các bang được đặt ra theo những yêu cấ `u khác nhau, do đó cấ `n thiế ´t phải nhờ để ´n một luật sư có kinh nghiệm của bang xem xét, kiểm tra trước khi tiế ´n hành kế ´ hoạch. Không có cái gì gọi là "văn bản quản lý chung". Mỗi HOA một kiểu và các quy định luật pháp của mỗi bang vẫn cứ không ngừng thay đổi. Đừng bao giờ cố ´ chi tiế `n cho các chi phí về ` pháp lý, bởi vì các văn bản pháp lý cẩu thả có thể gây khó khăn cho hoạt động điề `u hành của ban giám đố ´c HOA, gây ảnh hưởng xấ ´u đế ´n việc thực thi các quy định hoặc việc kêu gọi đóng góp tiế `n để bảo trì các tài sản.
- 3. Dự thảo ngân sách của HOA một cách hợp lý. Để tăng khả năng cạnh tranh khi bán các hệ thố ng HOA, một số nhà phát triển sẽ đặt giá bán ở mức thấ p kỷ lục. Nế u giá cạnh tranh chung trên thị trường là 300 đô la mỗi tháng thì có thể, họ chỉ mời giá 250 đô la. Đó hẳn là một thoả thuận hấ p dẫn hơn, đúng không nào? Nhưng điề u này khó đấ y! Ví dụ, một HOA câ n thu 300 đô la mỗi đơn vị để duy trì ngân sách hoạt động thì hành động "giảm giá" kia của nhà phát triển sẽ nhanh chóng bị ban giám đố c phát hiện ra. Và ngay sau đó, nhà phát triển sẽ nhận được từ một bức thư với luật sư những từ ngữ không mâ y đẹp đẽ như bóp méo hay chơi bản ở chỗ này hay chỗ khác. Cho dù nhà phát triển có cố tình hay vô tình tính thấ p đi ngân sách của HOA thì anh ta cũng sẽ phải có trách nhiệm với vấ n đề này. Thêm nữa, nế u một HOA không có đủ tiê n để duy trì tài sản thì hoạt động của hội sẽ tan rã và nhà phát triển sẽ bị đổ lỗi nế u chấ t lượng công trình nảy sinh vấ n đề .

Tố t nhấ t là phải có những nhà tư vấ n ở bên thứ ba, bao gồ m các giám đố c HOA chuyên nghiệp, các CPAs, các nhà tư vấ n quản lý chuyên về HOA để quyế t định ngân sách hoạt động và ngân sách

dự trữ cho HOA. Nhà phát triển nên có một phâ`n trách nhiệm trong hoạt động quản lý ngân sách của HOA.

- 4. Tiế n hành nghiên cứu dự trù. Một nghiên cứu dự trù sẽ tiên liệu được những thứ câ n sửa chữa và thay thế mà HOA phải thực hiện trong hơn 30 năm nữa. Nghiên cứu này cũng giúp xem xét một số thành phâ n khác như trâ n nhà, sơn, lớp ván gỗ ngoài giàn khung, dư trù mức chi phí cho các khoản sửa chữa hay thay thế này, lên kế hoạch cụ thể cho từng bộ phận (ví dụ như mái nhà: khoảng 30 năm, sơn: khoảng 10 năm) và dư thảo ngân sách giúp ban giám đố c cân đố i được mức tiê n phải dự trữ mỗi năm để chi cho các việc câ n làm trong tương lai. Do những chi phí này có thể lên đế n hàng triệu đô la nên trong ngân sách của HOA, ngay từ lúc đâ u đã phải tính cả khoản này. Sau đó, vấ n đề còn lại, chỉ là thu tiê n từ các chủ hộ mỗi tháng, đưa vào tài khoản dự trữ và dùng khoản tiê n này để chi trả cho các phí sửa chữa hay thay thể khi câ n. Nế u HOA nào cũng tuân theo từng bước như thế thì mọi việc sẽ đi vào quy trình hoạt đông một cách tuầ n tư, suôn sẻ, các chủ hộ được hưởng lợi ích bán lại với giá cao và cộng đô ng sẽ trở nên đâ y sức số ng và đáng khao khát.
- 5. Đưa ra kế hoạch tu sửa nhà. Khi đã dành đủ một phâ n ngân sách cho các khoản bảo trì nhấ t định, phâ n tiê n còn lại được chi tiêu như thế nào sẽ là một vấ n đề đáng quan tâm. Hãy nhớ ră ng, ban giám đố c gồ m toàn những thành viên không chuyên; họ không có kiế n thức hay kinh nghiệm gì về việc chi dùng hàng triệu đô la cho những tài sản mà họ được giao phó. Do đó, kế hoạch tu sửa nhà mà nhà phát triển viế t ra chi tiế t hoá những thứ câ n làm, ai làm và khi nào thì nên tiế n hành công việc. Kế hoạch nên được viế t bă ng các thuật ngữ không chuyên, bởi viế t như vậy thì các thành viên bản quản trị mới có thể hiểu được. Họ nên hiểu câ n phải làm cái gì, chứ thực ra họ cũng không phải là những người trực tiế p tiế n hành. Một

kế hoạch tu sửa có sự gặ n bó chặt chẽ với ngân sách hoạt động và nghiên cứu dự trù sẽ chỉ dẫn cho ban giám đô c biế t cách làm thế nào để tiêu tiế n cho HOA một cách hợp lý.

- 6. Thực hiện đúng các nghĩa vụ bảo hiểm. Các nhà phát triển phải trách nhiệm bảo hiểm cho về `tài sản HOA mà họ bán. Giải quyế ´t nhanh chóng và đúng mực các yêu câ `u đòi bảo hiểm sẽ góp phâ `n giúp nhà phát triển thu được lượng cổ tức lớn tại phòng quan hệ công chúng. Tổ ´t nhâ ´t là hãy phân công một ai đó chuyên trách về `công việc này vì nó đòi hỏi một khả năng tổ chức cao mà các nhà thâ `u trung bình không thể làm được. Ngoài việc thực hiện đúng đấ ´n các công việc ra thì việc thực hiện đúng giao kèo bảo hiểm cũng sẽ giúp xây dựng uy tín thứ sẽ trở nên vô giá trong các thoả thuận tương lai. Một lịch sử hạnh phúc sẽ giúp làm dịu đi các xung đột có thể xảy ra trong tương lai.
- 7. Luôn ở trong cuộc. Đừng nghĩ ră ng cứ khi nào một dự án đã được bán đi và chuyển giao cho các chủ hộ có nghĩa là công việc của nhà phát triển đã xong. Bên cạnh các vấ n đề về bảo hành, nhà phát triển luôn phải chuẩn bị tinh thâ n đô i đâ u với các vấ n đề pháp lý có thể nảy sinh bấ t kì lúc nào. Để giúp chố ng đỡ với tình huố ng này, các nhà phát triển nên giữ quyề n đã được ghi trong văn bản quản trị, đó là thường xuyên tham dự các buổi họp của ban giám đố c và nhận các biên bản họp. Các nhà phát triển năng động thực hiện những quyề n này một cách nghiêm túc và tham dự các cuộc họp trong nhiê u năm liê n. Kế t quả là những vấ n đề nhỏ sẽ được thu lại trước khi chúng thực sự trở thành vấ n đề lớn.

Trở thành một nhà phát triển HOA có thể sẽ là một sự lựa chọn đúng đấ n và bạn xứng đáng nhận được những thành quả lao động cũng như lợi nhuận kinh doanh (nế u bạn biế t chấ p hành những nguyên tắ c của người trong cuộc trong mọi bước hành động). Hãy ghi nhớ lời khuyên này và tận hưởng những kế t quả ngọt ngào.

90. Xây những khu nhà hợp thị hiếu cộng đồng

JONATHAN M.TISCH

Jonathan M. Tisch là Chủ tịch kiêm Tổng giám đố c hệ thố ng khách sạn Loews và là tác giả cuố n "Sức mạnh của chúng ta: Thành công nhờ tinh thâ `n hợp tác" (The Power of We: Succeeding Through Partnerships).

Là chủ tịch hệ thố ng khách sạn Loews, tôi dành phâ n lớn thời gian của mình vào kinh doanh bấ t động sản, ngạch quản trị khách sạn. Nghê kinh doanh khách sạn không giố ng như các ngành kinh doanh khác, chúng tôi mở cửa 24 giờ một ngày, 7 ngày trong tuâ n và 365 ngày trong năm. Nế u một khách sạn hoạt động kém hiệu quả, chúng tôi không thể bỏ đấ y và nhảy sang một vị trí khác. Do đó, chúng tôi có trách nhiệm phải trở thành một thành viên thực sự của cộng đô ng.

Có một cách giúp chúng tôi thực hiện được chủ trương này là xây dựng và thiế t kế các khách sạn của chúng tôi sao cho phù hợp với môi trường cảnh quan của khu vực xung quanh. Một trong những chiế n thuật lâu dài của chúng tôi nhã m tăng cường quan hệ với cộng đô ng là phát triển các khu khách sạn theo hướng có lợi cho môi trường công cộng xung quanh đó. Chúng tôi không chỉ coi người dân số ng trong cộng đô ng đó là khách hàng mà còn coi họ là đố i tác. Một trong những ví dụ tiêu biểu có thể kể đế n là dự án bãi biển Miami.

Năm 1993, trước khi bãi biển phía Nam hô`i sinh, thành phố tổ chức đâ u thâ`u để chọn ra một nhà thâ`u có khả năng xây dựng một khách sạn hạng nhâ t nhã m giúp hô`i sinh nê`n kinh tế địa phương, hỗ trợ phát triển trung tâm hội nghị gâ`n đó và thúc đẩy phát triển kinh tế . Đó sẽ là một khách sạn trung tâm và dự kiế n phải mâ t khoảng 30 năm để xây dựng khu khách sạn này. Lúc đó, các tập đoàn kinh doanh khách sạn chính ở Hoa Kỳ đáp ứng được những đòi hỏi trong bản đề nghị đề u phản ứng gay gắ t vì cho ră ng, quá trình xây dựng quá lâu.

Chúng tôi đã nộp một gói thâ`u cực kỳ gây â´n tượng và đã làm việc tích cực để tận dụng tô´i đa những ưu thế´ của vị trí này cho việc xây dựng khách sạn - một khu vực rộng 2 hecta nă`m trên đại lộ Collins và đường Sixteeth, giữa trung tâm quận Art Deco lâu đời của bãi biển Miami. Trong khu đâ´t này có khách sạn cổ St. Moritz, một tài sản bị bỏ quên lâu không được sử dụng kể từ năm 1927. Khách sạn này hẳn sẽ được công ty thǎ ng thâ`u cải tạo và sửa sang lại với một trang thiế´t bị và cơ sở hạ tâ`ng mới. Chiế´n lược của chúng tôi là sẽ xây dựng một khu khách sạn có lố´i kiế´n trúc hài hoà, chứ không phải đô´i chọi với cảnh quanh cổ kính, huyê`n diệu xung quanh.

Sau khi đệ trình bản kế hoạch, thiế t kế của chúng tôi đã nhận được nhiề u lời ngợi khen. Nhà phê bình kiế n trúc của tờ Miami Herald, ông Peter Whoriskey nhận xét kế hoạch của chúng tôi "thực sự phù hợp" với cảnh quan bãi biển vố n đâ y thách thức cho bấ t kì nhà quy hoạch nào. Ông cũng nói ră ng, chúng tôi đã thực sự thành công trong việc "tôn trọng nét đặc sắ c, khác biệt của bãi biển cũng như của khu vực này."

Ngay sau khi tuyên bố tập đoàn Loews thắ ng thâ u, lượng vé đặt trước ở Trung tâm Hội nghị bãi biển Miami tăng vọt để n 289%. Chúng tôi đã bảo tố n khách sạn St. Moritz theo đúng phong cách Art Deco tráng lệ và xây dựng một tháp khách sạn mới của chúng tôi ở khu đấ t lân cận.

Để thành công trong lĩnh vực bấ t động sản, bạn không những phải là một phâ `n trong cộng đô `ng ấ y mà còn câ `n phải nỗ lực phản ánh được những sắ c thái đặc trung của cộng đô `ng đó. Khách sạn Miama Beach Loews, với thiế t kế kiểu tháp Art Deco mang tính biểu tượng đã trở thành một địa điểm có sức thu hút đặc biệt, ngay từ ngày đâ `u mở cửa - ngày 24 tháng 12 năm 1998. Công trình đã góp phâ `n làm mới cảnh quan xung quanh và biế ´n đại lộ Collins thành một trong những khu khách sạn danh tiế ´ng nhấ ´t thế ´ giới hiện nay.

91. Phát triển có chiến lược

MARJORIE TORRES

Marjorie Torres là người sáng lập kiêm Tổng giám đố c hãng Concrete Stories, một hãng tư vấ n bấ t động sản thương mại chuyên cung cấ p cho các chủ đấ t, người thuê đấ t và các nhà đấ ù tư những lời khuyên đã `y chiế n lược, cách thức môi giới, thương lượng cũng như các dịch vụ phát triển bấ t động sản.

Là một doanh nghiệp Latinh, tôi có may mặ n được nhận những lời khuyên kỳ diệu từ các nhà lãnh đạo xuấ t chúng, tâ m cỡ thế giới. Những kinh nghiệm có tính tổng quát của họ đã giúp tôi có khả năng cạnh tranh ở mọi lĩnh vực tôi muố n tham gia.

Tôi gây dựng mà công ty Concrete Stories bă ng cách tập trung vào việc thực hiện các hợp đô ng cho thuê và tiế n hành các quy trình môi giới bấ t động sản thương mại. Do đã từng cọ xát nhiê u trong giới bấ t động sản thương mại trên khắ p thế giới nên những kiế n thức nê n tảng trong lĩnh vực tài chính đâ u tư và sắ p xế p công nghệ đã giúp tôi rấ t nhiê u trong việc quyế t định liệu một dự án cụ thể có đáng để theo đuổi hay không.

Duy trì vai trò quản lý chủ đạo

Lời khuyên quan trọng nhấ t mà tôi nhận được là: Để công ty phát triển theo đúng tâ m nhìn định hướng của tôi thì tôi câ n phải giữ vai trò quản lý chủ đạo trong công ty. Tôi đã xây dựng quỹ mạo hiểm cho công ty tôi và giờ đây, chúng tôi có những nhà đâ u tư tiế ng tăm như Credit Suisse First Boston Merchant Capital, trường đại học

Columbia và trường đại học Wesleyan. Tôi đã phải trải qua những cuộc thương lượng hế t sức cam go, nhưng tôi vẫn theo đúng lời khuyên này - quản lý công ty và sở hữu hơn 70% cổ phâ n.

Tạo cho công ty bạn sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh

Ở một giai đoạn phát triển tiế p theo, lời khuyên tố t nhấ t mà tôi được nhận là: câ n tạo cho bản thân tôi sự khác biệt so với các đố i thủ cạnh tranh và tập trung vào những điểm mạnh mà tôi có. Kế t quả là, chúng ta có thể cung cấ p những lời tư vấ n về bấ t động sản có tính chiế n lược cho các công ty đã ghi bấ t động sản trong danh mục đâ u tư của họ. Chúng tôi để ý đế n những hãng góp vố n tư nhân và các nhà đâ u tư từ thiện. Những đại diện của các hãng này là thành viên trong ban quản trị và họ quản lý những danh mục đâ u tư của các công ty đang có nhu câ u về dịch vụ bấ t động sản. Những công ty này đã học được bài học của kỷ nguyên ".com". Công ty chúng tôi đóng vai trò là tổ chức trung gian, hỗ trợ tư vấ n. Chúng tôi giúp lãnh đạo của các công ty đó giải quyế t các vấ n đề về hợp đô ng và mở rộng quy mô hoạt động.

Hãy nghĩ những điều lớn lao

Gâ `n đây, lời khuyên bổ ích nhấ 't mà tôi nhận được là tôi câ `n phải nghĩ đế `n những điê `u lớn lao! Tôi đã có tấ 't cả những tài sản mà nỗ lực phải cạnh tranh mới có được và đó cũng là những thời điểm lao tâm khổ tứ nhấ 't để có thể phát triển được. Chúng tôi hiểu thị trường New York và chúng tôi cung cấ p cho khách hàng những chiế 'n lược phát triển hiệu quả. Giờ đây, như một quy luật, chúng tôi đang phát triển các dự án khác nhau từ quy mô hơn 4 triệu mét vuông đế ´n hơn 8 triêu mét vuông.

Luôn nhớ phải lắng nghe

Trong mọi cung bậc của sự phát triển, tôi không bao giờ quên một nguyên tắ c đơn giản: bấ t động sản là nghê kinh doanh con người, phải học cách lắ ng nghe. Chúng ta là những nhà giả kim. Chúng ta phải giải mã tác động của mỗi bên tham gia, vai trò, ảnh hưởng của cộng đô ng (nguô n lực xã hội), số lượng việc làm được tạo ra (vố n chính trị), tỷ lệ quay vòng (vố n kinh tế) và một số yế u tố khác nữa. Công ty chúng tôi đã chuyển thành công từ một hình thái này sang một loại khác và giúp xây dựng những dự án lớn hơn. Việc tạo ra các tình huố ng đôi bên cùng có lợi sẽ giúp bạn xây dựng được các hợp đô ng thoả thuận.

92. Không có gì thay thế được niềm đam mê

DONALD TRUMP JR.

Donald Trump Jr. là Phó chủ tịch điề `u hành bộ phận phát triển Tập đoàn The Trump Organization.

Lời khuyên bổ ích nhấ t mà tôi từng được nhận là "Không có gì thay thế được niê m đam mê."

Những nhà lãnh đạo xuấ t sắ c nhấ t thôi thúc mọi người xung quanh làm việc bắ ng cách khuyế n khích họ phát huy niề m đam mê và các bản năng sẵn có. Vì thế, dù trong lĩnh vực bấ t động sản hay trong bấ t kì lĩnh vực nào đi nữa thì chìa khoá để có được thành công là hãy tìm công việc mà bạn thích làm, để sau đó có thể làm tố t hơn bấ t kì ai - bởi vì thành công đế n dễ dàng hơn với những người làm theo niề m đam mê của họ.

93. Xây dựng uy tín một cách thận trọng

IVANKA M. TRUMP

Ivanka M. Trump tham gia Tập đoàn The Trump Organization vào năm 2005 với tư cách là thành viên của nhóm phát triển. Cô tham gia tích cực vào mọi lĩnh vực phát triển bấ t động sản, từ đánh giá hợp đô `ng thoả thuận, phân tích, lên kế hoạch cho việc thi công, quảng cáo, vận hành, bán hàng và cho thuê.

Là một người trẻ tuổi trong lĩnh vực này, điệ `u quan trọng bậc nhấ ´t là phải biế ´t tạo ra những thành tích xuấ ´t chúng. Bạn câ `n đặt ra cho mình các tiêu chuẩn và phải nhấ ´t quán, trung thực. Bạn luôn phải cô ´ng hiế ´n hế ´t mình. Những hành động của bạn câ `n phải được thực hiện một cách hoàn hảo. Hãy xây dựng uy tín cho mình ngay từ phút đâ `u tiên. Phải luôn xác định việc xây dựng uy tín cho mình một cách nghiêm túc, đây sẽ là một trong những nhân tố ´ câ `n thiế ´t nhấ ´t để có thể nâng cao vai trò lãnh đạo của bạn.

94. Hãy luôn vui vẻ vì bạn đang kiếm lợi nhuận

STEVE VAN AMBURGH

Steve Van Amburgh là Tổng giám đố c công ty Koll Development, một trong những công ty bấ t động sản thương mại hàng đã ù quố c gia.

Khi bạn và công ty của bạn có được sự tự tin, bạn sẽ cảm thấ y rấ t vui vẻ, thoải mái. Mọi người đề `u thích sự vui vẻ.

Và dường như khi bạn có được sự vui vẻ, bạn thường làm được những điể `u vượt quá cả mong đợi của người khác, bạn sẽ giành được nhiệ `u dự án mới và đạt những kế ´t quả kỳ diệu. Hãy luôn vui vẻ và chiế ´n thắ ´ng. Đó là lời khuyên tố ´t nhấ ´t mà chúng tôi muố ´n gửi gắ ´m để ´n bấ ´t kì ai đang tìm kiế ´m một lời khuyên.

95. Tập trung vào chất lượng

LEO F. WELLS III

Leo F. Wells là nhà sáng lập và là Chủ tịch công ty Wells Real Estate Funds, Inc. Tập đoàn này có các công ty thành viên đang phục vụ tới hơn 200 nghìn nhà đâ`u tư, chuyên cung cấ p các dịch vụ bấ t động sản văn phòng hạng A và các cơ hội đâ`u tư bấ t động sản khác.

Đôi khi lời khuyên xuấ t hiện dưới dạng một câu chuyện cười. Có một câu chuyện cười khá cũ nói về các chu kỳ đâ u tư và bấ t động sản mà tôi đã được nghe cách đây nhiê u năm và thỉnh thoảng, tôi vẫn kể với mọi người.

Trong những ngày cuố i cùng của chiế n tranh thế giới thứ hai, một con tàu chấ t đâ y cá mòi chạy tới châu Âu để phục vụ quân đội. Khi chuyế n tàu vẫn đang trong hành trình của mình thì chiế n tranh kế t thúc nên con tàu lại quay về cảng New York. Người chủ tàu nghĩ ră ng anh ra nên bán chỗ cá đó và phải bán hế t càng nhanh càng tố t.

Ngay lúc đó, có một người muố n mua hế t chỗ cá của anh ta với giá một niken một thùng. Anh sung sướng quá, vội chuyển ngay cá xuố ng. Người mua này lại tiế p tục bán cho một người khác nhưng với giá 6 xu một thùng, rồ i 7 xu một thùng cho một người mua khác nữa, và cứ vậy, giá thùng cá mồ i lên đế n 10 xu.

Cuố i cùng một nhà buôn lớn để n trả 15 xu một thùng, và bán số cá mòi này cho một cửa hàng rau với giá 20 xu. Khi được đặt lên trên quâ y ở cửa hàng, cá mòi lên giá 25 xu một thùng.

Chẳng bao lâu sau, các khách hàng mua cá ở cửa hàng tức giận quay lại trả. Cá mòi bị ươn. Chủ cửa hàng gọi người bán buôn.

Người chủ nói: "Các khách hàng của tôi rấ t tức giận. Sao anh lại bán cá ươn cho tôi hả?"

Có tiế ng trả lời: "Những con cá mòi này không phải để ăn, mà là để kiế m tiế n".

Khi thị trường bấ t động sản bung ra, chặ c hẳn sẽ có những người phải kiế m được rấ t nhiệ u - nhưng cuố i cùng ngay cả khi có ai đó có thể kiế m lợi từ một tài sản thì giá trị thật của tài sản cũng sẽ vẫn được bộc lộ rành rành. Ở một khía cạnh nào đó, sẽ có người phải ăn cá mòi. Và cũng ở khía cạnh này, nhà đâ u tư bấ t động sản có thể phát đạt, trong khi những người khác lại tức điên lên vì phải chịu đố ng cá bố c mùi hôi thổ i trên tay.

Trong bấ t động sản cũng như trong các ngành kinh doanh khác, chấ t lượng là cả một vấ n đề . Tôi nhận ra ră ng, các sản phẩm bấ t động sản chấ t lượng, dịch vụ chấ t lượng, những người thuê chấ t lượng - chính là dấ u hiệu của sự thành công.

96. Biết đường lùi trước khi mua

BRETT WHITE

Brett White là Chủ tịch kiêm Tổng giám đố c công ty CB Richard Ellis.

Trong những năm đâ ù thập kỷ 1990 và vào năm 2001, 2002, một số lĩnh vực trọng yế u trong ngành bấ t động sản bị suy giảm. Chính bởi điể ù này, nhiệ ù nhà tiên tri đã tuyên bố ngành bấ t động sản thương mại sẽ bị diệt vong, hay ít nhấ t là cũng bị thấ t sủng thảm hại. Ngược lại với quan điểm này, vô số các nhà đâ ù tư thông thái nhấ t trong ngành lại đi mua các tài sản bấ t động sản thương mại mà họ có thể nă m được. Tấ t nhiên là những nhà đâ ù tư này đã trúng mánh lớn nhờ tài tiên đoán của họ. Bài học ở đây là xét về mặt lâu dài, bấ t động sản thương mại là lĩnh vực tài sản có độ dẻo dai và lịch sử đã cho thấ y, nế u một người sẵn sàng mua một bấ t động sản thương mại, ngay cả khi những người khác cảm thấ y thị trường này đã hế t thời thì một ngày đẹp trời nào đó, sự đâ ù tư này sẽ mang lại kế t quả thấ n kỳ.

Những người bạn và khách hàng của tôi thường nhờ tôi tư vấ n xem liệu có nên mua một miế ng bấ t động sản thương mại hay không? Liệu giá như thế là có quá cao không? Họ có nên đợi cho để n khi giá giảm rô i mới mua không? Những câu hỏi như thế và vô vàn những câu hỏi khác nữa khiế n họ cảm thấ y ngâ n ngại trước khi quyế t định mua.

Tôi luôn trả lời những người này bă ng cách nhấ c nhỏ họ ră ng, dù họ quyế t định thể nào đi nữa thì luôn phải có chiế n lược rút lui. Nế u bạn đang muố n mua một miế ng bấ t động sản thương mại muố ngiữ tài sản này để đâ `u tư dài hạn thì có một điệ `u chặ c chặ n tôi phải nói với bạn là về `mặt lâu dài, giá bấ t động sản đó thể nào cũng tặng, dù cho các chu kỳ kinh tế, các công nghệ mới, sức cạnh tranh toàn câ `u hay các yế u tố khác có thay đổi thể nào đi nữa. Chỉ có một vài người mới nói là họ bị thiệt hại do đã `u tư vào bấ t động sản thương mại khi họ giữ tài sản đó để n 15 năm, 20 năm hoặc lâu hơn nữa. Đây là một trong những khía cạnh kinh hoàng của bấ t động sản thương mại.

97. Thoả thuận khi cần thiết

KEN WILSON

Ken Wilson là người đô `ng sáng lập kiêm Tổng giám đô ´c công ty Capital Hotel Management, LLC.

Sau 25 năm làm việc trong ngành đâ`u tư bâ´t động sản khách sạn, tôi đã học được nhiê`u bài học để trở nên thành công. Công thức cho sự thành công của tôi bao gô`m những điê`u sau:

Tâ m nhìn. Đừng để thoả thuận chi phố i bạn mà ngược lại, hãy chi phố i từng thoả thuận bă ng cách thức bạn tiế n hành với thoả thuận đó. Một thoả thuận bấ t động sản chỉ được coi là hoàn hảo nế u nó chứa đựng tâ m nhìn cũng như vố n và một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm, tận tâm, cố gắ ng biế n tâ m nhìn thành hiện thực.

Thời gian. Thời gian là tấ t cả. Biế t được khi nào nên vào cuộc và khi nào nên rút lui. Thà đúng 80% còn hơn là sai 100%.

Rủi ro. Đừng bao giờ đặt cược tấ t cả vào một thoả thuận. Trong các thoả thuận bấ t động sản, đặc biệt là trong lĩnh vực khách sạn, có rấ t nhiề u lời nói dố i vượt quá tâ m kiểm soát của bạn. Chỉ câ n một sự kiện cũng có thể biế n một hợp đô ng béo bở thành một hợp đô ng tô i tệ, dù chỉ trong một đêm. Hãy nhớ, rủi ro và thành quả luôn có quan hệ trực tiế p với nhau.

Chặt chẽ. Đừng để một thoả thuận tiê m năng nă m chế t ở trên bàn của bạn - bạn sẽ không thể nào biế t được thoả thuận đó có lợi đế n mức nào nế u bạn không chịu mở ra xem. Và bạn có thể nói hợp

đô ng đã được thực hiện thành công khi cả người bán và người mua đê u ra vê với mức độ hài lòng như nhau.

98. Bỏ đi khi cần thiết

SCOTT A. WOLSTEIN

Scott A. Wolstein là Chủ tịch kiêm Tổng giám đố c công ty Developers Diversified Realty, một tập đoàn đâ `u tư bấ ´t động sản theo hình thức góp vố ´n Tập đoàn quản lý tài sản ở 44 bang và ở Puerto Rico.

Cha tôi tên là Bart Wolstein và ông là người đã cho tôi lời khuyên quan trọng nhấ t trong số những lời khuyên mà tôi từng được nhận: "Luôn sẵn sàng đóng vali và bỏ đi". Đó là một lời khuyên giản dị nhưng lại có tác dụng hế t là `n này đế n là `n khác. Khi bạn bước vào các cuộc thương lượng, bạn phải có một mức độ thờ ơ nhấ t định, một mức độ đủ để bạn có thể cảm thấ y không tố t cũng chẳng xấ u, dù cho hợp đô `ng có được ký kế t hay không. Khi bạn đã có được trạng thái tâm lý này, bạn câ `n chuẩn bị tinh thâ `n để đóng va li và ra khỏi phòng. Nế u bạn không sẵn sàng cho việc này có nghĩa là bạn vừa thấ t bại trong việc ký kế t một hợp đô `ng.

Các doanh nhân bấ t động sản thường tỏ ra quá mải mê với các hợp đô `ng thoả thuận. Đây có thể là một lỗi chế t người. Có vô vàn các hợp đô `ng. Sướng điên lên với mọi cơ hội có thể sẽ là một vấ n đề `. Trong bài diễn văn nói với giới chuyên gia bấ t động sản, Albert Ratner, một người trong ngành của chúng tôi đã từng châm biế ´m, "Câ `n có một đường dây nóng 24 trên 24 giờ có tên gọi là Nhà phát triển Vô danh. Bạn có thể gọi cho số ´ điện thoại này bấ ´t kì lúc nào và hỏi tư vấ ´n cho trường hợp bản hợp đô `ng của bạn và họ sẽ nói với bạn là hãy quên nó đi!" Thật buô `n cười, nhưng đó là sự thật. Có lẽ, trong các nguyên tắ ´c về ` bấ ´t động sản, câ `n phải có "đường dây

nóng" này trong đâ`u những người chuẩn bị xách cặp đi thương lượng.

Ngoài ra, kỹ năng quan trong nhấ t để giành thắ ng lợi trong các cuộc thương lượng bấ t động sản là khả năng lặ ng nghe. Để một giao dịch được thực hiện thành công, người phía bên này phải hiểu rõ ràng ý muố n của đố i tác bên kia. Chặ c chặ n là bạn đã biế t rõ ý muố n của mình rô i. Nghệ thuật là ở chỗ bạn biế t đố i phương muố ngì. Ngay khi bạn biế t được người kia câ ngì, bạn sẽ biế t phải làm gì để định hướng giao dịch, sao cho kế t quả có lợi nhấ t cho bạn, đáp ứng được những yêu câ u của bạn và đô ng thời cũng thoả mãn được những đòi hỏi của phía bên kia. Thông thường, đây không phải là trò chơi chỉ mang lai kế t quả là con số không. Điệ u mà phía bên kia cho là quan trọng có thể lại chẳng là gì với bạn. Hãy tìm ra điệ u đó, bạn sẽ dẫn đâ u trò chơi. Dành ít thời gian vào việc thuyế t phục đố i phương đáp ứng những đòi hỏi của bạn và dành nhiệ u thời gian la ng nghe những yêu câ u của anh ta rô i cô gặ ng thực hiện nó. Nế u nỗ lực của bạn không phát huy tác dụng, hãy đóng cặp vào và đi thẳng!

99. 5 quy tắc kinh doanh thành công

ROB ZACHE

Rob Zache là Chủ tịch công ty Central Place Real Estate, công ty chuyên kinh doanh khách sạn, nhà hàng và bấ t động sản thương mại ở phía Bắ c Hoa Kỳ.

Mặc dù tôi chủ yế u kinh doanh bấ t động sản thương mại nhưng dưới đây, tôi xin được nói để n cả hai lĩnh vực, bấ t động sản nhà ở và bấ t động sản cho hoạt động thương mại.

Nhà ở

Khi bạn câ`n mua một ngôi nhà thì lời khuyên của tôi là "mua môi trường xung quanh, chứ đừng mua nhà". Đây là điê`u phâ`n lớn những người mua nhà không để ý.

Hâ ù hế t người đi mua nhà đề ù không hiểu những nhân tố ảnh hưởng để n giá trị của các loại tài sản nhà ở. Họ chỉ muố n số ng trong một ngôi nhà giố ng như ngôi nhà họ đã từng số ng và lớn lên; họ có xu hướng tìm mua đúng những ngôi nhà kiểu như thế, cho dù địa điểm có thể ở bấ t cứ nơi đâu. Đây đúng là một sai lâ m chế t người. Họ có thể tìm một ngôi nhà mà họ thích, miễn là đừng lấ y những cơ ngơi có môi trường, quang cảnh tổ i tệ - và có lẽ, cũng đừng bao giờ rút giá trị tài sản bị câ m cố khi họ bán nó đi.

Tôi khuyên các bạn nên mua một ngôi nhà có tiể m năng bán được giá, hơn là lấ y một ngôi nhà chỉ vì mình thích. Tôi thấ y có vài người mua một nơi họ thích, sau đó lại hố i hận vì khi bán cho người khác, giá bị tụt xuố ng quá thấ p. Những người này đã mua tài sản

một cách cảm tính, thay vì tìm hiểu xem vị trí ngôi nhà đó sẽ có giá hay bị mấ t giá trong tương lai. Môi trường xung quanh là một trong những nhân tố quan trọng nhấ t câ n phải xem xét khi mua nhà.

Lời khuyên của tôi là hãy tìm khu vực mà bạn thấ y yêu thích và sau đó mới lựa chọn ngôi nhà tố t nhấ t trong khu vực cảnh quan đó. Ngôi nhà đó có thể không hoàn hảo nhưng môi trường cảnh quan tố t sẽ là tổng hợp của những nhân tố câ n thiế t giúp làm tăng giá trị cho ngôi nhà và khiế n nó không bị mấ t giá khi bạn câ n bán. Môi trường xung quanh quyế t định giá trị của ngôi nhà hơn chính bản thân nó. Những ví dụ về cảnh quan môi trường có thể là thành phâ n dân cư (giới công nhân hay giới cán bộ), các khu công nghiệp, các tuyế n xe lửa, công viên, nước sinh hoạt, các công viên hạng A), các tuyế n đường bạn phải đi qua hàng ngày (các đường cao tố c, khu công nghiệp, các khu dân cư hoặc khu thương mại, và bản thân quang cảnh xung quanh (các ngôi nhà quanh đó cũ hay mới, lớn hay nhỏ, thiế t kế kiế n trúc ra sao, cây cố i, vườn tược thế nào)..., tấ t cả những yế u tố này đề u ảnh hưởng đế n chấ t lượng của môi trường, cảnh quan xung quanh.

Ngoài ra, hãy mua khu vực môi trường tố t nhấ t bạn có thể mua. Sau đó chọn một ngôi nhà có mức giá thấ p hơn hoặc trung bình trong tổng thể khu vực đó. Giá trị và sức mạnh của cảnh quan tổng thể sẽ làm tăng giá trị cho ngôi nhà của bạn. Đừng bao giờ chọn một ngôi nhà ở mức giá đấ t tiế n trong một khu vực có mức thấ p hoặc trung bình. Trong trường hợp này, bạn khó có cơ hội thu về nhiê u tiế n, bởi vì ngôi nhà đó sẽ luôn bị so sánh là đấ t hơn so với các ngôi nhà lân cân.

Thương mại

Tôi đã làm việc trong ngành bấ t động sản thương mại, phát triển, môi giới gâ n 25 năm và gâ n như độc quyê n trong lĩnh vực quyê n kinh doanh; được hướng dẫn đào tạo và được ký kế t nhiê u hợp đô ng với các tập đoàn như Hilton, Marriott, Promus và Outback Steakhouse. Tôi đã tham gia hơn một trăm hợp đô ng lớn ở 8 bang với tổng giá trị dự án lên đế n hơn 1 tỷ đô la.

Điề ù quan trọng nhấ t mà lĩnh vực quyề n kinh doanh (franchise) đã dạy cho tôi là: Nế u bạn tuân theo những nguyên tấ c đơn giản nhấ t thì dù trong bấ t kì lĩnh vực kinh doanh nào, tôi xin nhấ c lại, bấ t kì lĩnh vực nào, bạn cũng sẽ thành công.

Tôi phải mấ t một thời gian để hiểu ra ră ng: không phải ai cũng có thể vận hành thành công công việc kinh doanh của mình. Cách đây nhiề u năm, ngành franchise thực sự giúp áp dụng các hệ thố ng kinh doanh vào bấ t kì doanh nghiệp nào hoặc bấ t kì hoàn cảnh nào. Phâ n lớn mọi người tuân theo chu trình của hệ thố ng. Và phâ n lớn đề u thành công. Đó là lý do vì sao bạn thấ y có rấ t nhiề u dây chuyê n franchise được ký kế t, từ những bà mẹ già nhảy vào kinh doanh mà không hề biế t tí gì hoặc cũng chẳng tuân theo các quy tấ c đơn giản nào. Nế u họ làm được điề u này thì chấ c hẳn họ sẽ thành công nhiề u hơn hoặc ít nhấ t, khả năng cạnh tranh cũng sẽ cao hơn.

Để kinh doanh thành công, theo tôi, phải thực hiện 5 quy tắ c sau: 1 là thị trường, 2 là vị trí, 3 là thiế t bị, 4 là sản phẩm, 5 là cách quản lý. Nế u bạn có 5 nguyên tắ c này, bạn sẽ thành công, hay ít nhấ t là có khả năng thành công.

1. Thị trường. Hãy đảm bảo bạn đang kinh doanh ở đúng thị trường phù hợp, nghĩa là đúng thành phố , đúng thị trường hay cảnh quan ở thành phố , đó. Đừng cố mở một khách sạn ở giữa nơi đô ng không mông quạnh, chẳng có một bóng người hay phương tiện giao

thông gì. Đừng cố mở một nhà hàng ở nơi mà dân cư có nguồ n thu nhập thấ p kém. Đừng mở một spa cao cấ p ở gâ n một khu nhà máy sản xuấ t công nghiệp với phâ n đông dân cư là những người công nhân tài chính hạn hẹp, hay đừng cố bán những hòn tuyế t ở vùng Alaska tuyế t phủ quanh năm. Hãy chắ c chắ n những suy nghĩ của bạn phù hợp với thị trường, với những phân tích nhân khẩu học, sức cạnh tranh và phải nhạy bén với nhu câ u của thị trường. Phải phù hợp hoá sản phẩm với thị trường. Điề u này nghe có vẻ quá rõ ràng nhưng bạn sẽ không thể tin là có vô vàn doanh nghiệp quên mấ t quy tắ c đơn giản này đâu.

- 2. Vị trí. Ngay khi xác định được một thị trường có những khả năng phù hợp với chiế n lược của bạn, hãy cố gắ ng tìm một vị trí tố t nhấ t có thể trong thị trường đó. Và hãy trả bă ng bấ t cứ giá nào (tấ t nhiên vẫn phải có lý trí) để có thể có được phâ n bấ t động sản tố t nhấ t cho việc kinh doanh của bạn. Một trong những lỗi lớn nhấ t mà tôi chứng kiế n là các doanh nghiệp trả giá thấ p cho một bấ t động sản, cho ră ng một vị trí thứ hai cũng là quá đẹp đố i với việc kinh doanh của họ rồ ì. Đó là một sai lâ m lớn. Quyế t định đó dường như sẽ dẫn để n thấ t bại cho việc kinh doanh, hay ít nhấ t, khiế n cho việc kinh doanh bị thấ t bát. Hãy trả giá đế n cùng. Chọn địa điểm tố t nhấ t. Bấ t động sản có nghĩa là vị trí, vị trí và vị trí. Nó sẽ đem lại thành quả xứng đáng về lâu, về dài; còn nế u bạn không mua phâ n bấ t động sản tố t nhấ t cho việc kinh doanh của bạn, bạn sẽ phải trả giá. Đừng tiế c rẻ. Hãy mua và chấ p nhận.
- 3. Trang thiế t bị. Xây dựng hay mua să m trang thiế t bị sẽ giúp cho hoạt động kinh doanh thêm sôi động. Các toà nhà được xây dựng để phục vụ cho mục đích kinh doanh, chứ không phải ngược lại. Toà nhà đó câ n phải giúp cho việc kinh doanh thêm hiệu quả, tăng hiệu suấ t. Nế u câ n phải đẹp, hãy làm cho nó đẹp. Hãy thiế t kế toà nhà sao cho có thể phục vụ tố i đa mục đích kinh doanh của bạn hoặc

để làm hài lòng sự mong đợi, yêu câ`u của khách hàng. Nế u trang thiế t bị không được đâ`u tư hế t mức, việc kinh doanh sẽ không thể phát huy hế t tiế m năng và nó sẽ là tảng đá chặn đường thành công lớn nhấ t bạn của bạn.

- 4. Sản phẩm. Hãy xác định loại hình kinh doanh phù hợp ngay từ đâ`u, cho dù nó là hàng bán lẻ, là món ăn trong một nhà hàng, là dịch vụ hay một giâ´c ngủ ngon trong khách sạn. Phải biế´t khách hàng muô´n gì, xác định sản phẩm của bạn là gì và hãy cam kế´t cung câ´p sản phẩm tô´t nhâ´t thị trường, hãy làm hài lòng quý khách hàng mọi nơi. Đó sẽ là một dịch vụ, một sản phẩm cụ thể để đem bán, hay là một dạng hỗn hợp? Hãy hiểu biế´t về` khách hàng của bạn và biế´t họ muô´n sản phẩm gì. Giới thiệu sản phẩm theo cách khách hàng ưa thích nhưng cũng phải biế´t lựa chọn đúng sản phẩm nữa.
- 5. Quản lý. Ngay khi 4 điề `u trên đã được thực hiện thì công việc dù ít hay nhiê `u, cũng đã đi vào ổn định, chỉ còn lại một khâu cuố i cùng, đó là quản lý. Nế `u không quản lý giỏi thì trong bấ `t kì thời điểm nào, nỗ lực và thời gian cũng sẽ bị lãng phí. Quản lý có thể bao gồ `m mọi thứ, từ khâu khách hàng đế ´n quảng cáo, tạo các khoản thu, quản lý chi tiêu, tài chính và kế ´ toán. Đây là nghệ thuật đích thực của một hoạt động kinh doanh lâu dài và câ `n phải được lên kế hoạch chi tiế ´t, phải được kiểm tra hàng ngày, đề `u đặn, thường xuyên. Câ `n phải liên tục nâng cao khâu quản lý để đảm bảo sự tô `n tại của một doanh nghiệp. "Năng nhặt" sẽ "chặt bị".

100. Mua rẻ, bán đắt và đừng tham lam

MORTIMER ZUCKERMAN

Mortimer Zuckerman là người đô `ng sáng lập kiêm Chủ tịch công ty Boston Properties Inc. Ông cũng là Chủ tịch và là biên tập viên chính của tờ Báo cáo thế ´ giới và Tin tức Hoa Kỳ, là chủ tịch kiêm nhà xuấ ´t bản tờ Tin tức hàng ngày New York.

Mua rẻ, bán đặ t và đừng tham lam.