



TRUMP

UNIVERSITY

BẤT ĐỘNG SẢN 101

TRUMP UNIVERSITY REAL ESTATE 101



Làm giàu
từ các
thương vụ
đầu tư
bất động sản

GARY W. ELDRED



TRUMP
UNIVERSITY

BẤT ĐỘNG SẢN 101

TRUMP UNIVERSITY REAL ESTATE 101



Làm giàu
từ các
thương vụ
đầu tư
bất động sản

GARY W. ELDRED

 **alpha**books®
Knowledge to power

NHÀ XUẤT BẢN
LAO ĐỘNG - XÃ HỘI



BẤT ĐỘNG SẢN 101
LÀM GIÀU TỪ CÁC THƯƠNG VỤ ĐẦU TƯ
BẤT ĐỘNG SẢN



Tác giả: Gary W. Eldred



Quét mã QR code để truy cập nhanh nhóm trên Facebook.

Facebook: ebookdep

Mục lục

- [LỜI GIỚI THIỆU](#)
- [LỜI CẢM ƠN](#)
- [1. HỌC CÁCH KINH DOANH BẤT ĐỘNG SẢN CÙNG DONAL TRUMP](#)
- [2. BẠN VẪN CÓ THỂ LÀM GIÀU ĐƯỢC TRONG NGÀNH BẤT ĐỘNG SẢN](#)
- [3. LÀM THẾ NÀO ĐỂ TRỞ THÀNH NHÀ ĐẦU TƯ BẤT ĐỘNG SẢN](#)
- [4. ĐƯA RA NHỮNG QUYẾT ĐỊNH QUAN TRỌNG](#)
- [5. MÀI SẮC TƯ DUY KINH DOANH CỦA BẠN](#)
- [6. VÙNG NÀY PHÁT TRIỂN TỚI ĐÂU? VÀ KHI NÀO NÓ SẼ PHÁT TRIỂN](#)
- [7. TẠO RA CÁC PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG](#)
- [8. KIỂM LỜI THEO LUẬT VÀ ĐÚNG LUẬT](#)
- [9. CUNG CẤP CHO KHÁCH HÀNG NHỮNG GÌ HỌ MUỐN](#)
- [10. THÊM NHIỀU Ý TƯỞNG HƠN ĐỂ TẠO RA BẤT ĐỘNG SẢN CÓ GIÁ NHẤT \(MVP\)](#)
- [11. TIẾP THỊ BẤT ĐỘNG SẢN CỦA BẠN VỚI GIÁ CAO NHẤT](#)
- [12. TÁM BƯỚC QUẢN LÝ THÀNH CÔNG](#)
- [13. TRẢ GIÁ ÍT HƠN SO VỚI GIÁ TRỊ THỰC CỦA BẤT ĐỘNG SẢN](#)
- [14 ĐỊNH GIÁ BẤT ĐỘNG SẢN NHƯ THẾ NÀO](#)
- [KẾT LUẬN](#)

LỜI GIỚI THIỆU

Bất động sản hiện nay đang là là một lĩnh vực đầu tư rất được quan tâm ở Việt Nam. Nhiều cá nhân đã và đang coi việc đầu tư bất động sản là cách làm giàu cho mình.

Đáp ứng nhu cầu tìm hiểu của các nhà đầu tư muốn học hỏi kinh nghiệm kinh doanh và đầu tư bất động sản, Alpha Books lựa chọn mua bản quyền dịch và xuất bản các cuốn sách về đầu tư bất động sản của Donald Trump, nhà đầu tư bất động sản nổi tiếng nhất và thành công nhất thế giới. Thông qua bộ sách này, chúng tôi mong muốn đem đến cho độc giả và những người thành đạt những ý tưởng và phương pháp kinh doanh bất động sản hay nhất được những chuyên gia khác về bất động sản ở Mỹ đúc kết từ kinh nghiệm và sự hiểu biết của họ khác trong ngành kinh doanh lợi nhuận cao và chắc chắn này.

Qua loạt sách này, và đặc biệt cuốn là Bất động sản 101 mà bạn đọc cầm trong tay, có thể bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy người Mỹ rất giỏi ở chỗ họ đưa tất cả các ý tưởng và kinh nghiệm của họ lên hàng học thuật, và từ học thuật họ rút ra các nguyên lý và bí quyết để truyền lại cho những người kế tục họ. Những ông vua các ngành kinh tế sinh lời nhiều nhất ở Mỹ trong nhiều thập niên đã liên tục truyền bá công khai các bí quyết thành công của mình nhằm giúp những thế hệ kế tục họ tạo ra nhiều tài sản và sự phồn vinh hơn nữa cho đất nước phát triển mạnh nhất trên toàn cầu này.

Trong cuốn sách Bất động sản 101, tác giả đã vẽ nên bức tranh toàn cảnh lịch sử phát triển và kinh doanh bất động sản ở Mỹ từ những năm giữa thế kỷ XX. Tuy rằng hoàn cảnh lịch sử và kinh tế ở mỗi nước không giống nhau và bạn đọc có thể nhận xét rằng những điều ông viết khó lòng áp dụng ở thực tế Việt Nam, nhưng cái hay là ở chỗ ông cung cấp cho độc giả

những hiểu biết cơ bản nhất về chuyên ngành này: phương pháp đầu tư phát triển đối với những nhà đầu tư phát triển bất động sản lớn, phương pháp đầu tư bảo toàn vốn và sinh lời đối với những nhà đầu tư nhỏ lẻ, và phương pháp lựa chọn mua nhà đối với người mua nhà để ở. Và điều quan trọng nhất ông truyền đạt là phương pháp tư duy trong kinh doanh, có thể áp dụng đối với mọi lĩnh vực và đối với tất cả những người đang hoạt động kinh doanh chuyên nghiệp mà bất động sản chỉ là phương tiện chuyển tải những phương pháp tư duy này. Ngoài ra, bạn đọc sẽ thấy thú vị với những câu chuyện minh họa về sự cạnh tranh công bằng và trung thực trong kinh doanh mà một thị trường khởi phát như Việt Nam còn thiếu, và bạn sẽ có thể rất kinh ngạc khi khám phá ra những ý tưởng xuất sắc nhưng lại rất đơn giản của các nhà kinh doanh lỗi lạc này.

Những đất nước có nền kinh tế phát triển rất coi trọng doanh nhân. Bạn đọc sẽ thấy lại tinh thần câu ngạn ngữ “phi thương bất phú” của chúng ta ở cuốn sách này qua quan điểm của tác giả: “...quan điểm của chúng tôi đồng nhất với tinh thần của một đoạn trong diễn văn mà cố tổng thống Ronald Reagan đã phát biểu năm 1985 ở trường đại học St. John: “Chúng ta đã sống qua thời kỳ đại công nghiệp và thời đại của các tập đoàn khổng lồ, nhưng tôi tin rằng bây giờ là thời đại của doanh nhân... Đó là nơi khởi nguồn cho sự thịnh vượng của nước Mỹ hiện tại và cũng là nơi khởi nguồn cho sự thịnh vượng của nước Mỹ trong tương lai.””

Thiết nghĩ độc giả chính là người hiểu biết cuốn sách và rút ra nhiều lợi ích từ nó nhất. Nếu bạn đọc tìm thấy ở cuốn sách một người thầy, một động lực để phát triển khả năng kinh doanh của bạn trong mọi lĩnh vực và đặc biệt trong lĩnh vực bất động sản thì đó là thành công lớn của tác giả và của chúng tôi. AlphaBooks xin nhường lại cho độc giả quyền đọc và phẩm bình tác phẩm này.

LỜI CẢM ƠN

Tôi muốn cảm ơn Donald Trump và Michael Sexton, CEO của Trường đại học Trump, vì đã mời tôi làm chuyên gia chương trình quản lý bất động sản. Ông Trump đã nhiều lần nhắc đi nhắc lại rằng: “Tôi chỉ dùng những người giỏi nhất.” Câu nói này là cực kì đúng với đội ngũ chuyên gia của Trường đại học Trump, và tôi có vinh dự được mời tham gia vào đội ngũ này với họ.

Tháng 6 năm 2007 ĐỒ KIẾN ANH Để thực hiện được cuốn sách này, tôi đặc biệt cảm ơn các đồng nghiệp ở Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất UAE: ông Zouheir Jarkas. Những công trình và sự giúp đỡ của ông là vô giá đối với tôi. Tôi cũng ghi nhận sự giúp đỡ của Omer Shabbir Ahmed, trợ lý của tôi. Ông không chỉ làm quá cả trách nhiệm của mình để giúp tôi hoàn thành công việc kịp thời hạn mà còn làm việc với chất lượng cao nhất. Ngoài ra Mohsen Mofid cũng đã hỗ trợ tôi rất nhiều và tôi cảm ơn anh vì những nỗ lực không ngừng của anh.

LỜI TỰA CHO BỘ SÁCH 101 CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRUMP Donald J. Trump Người ta thường hỏi tôi bí quyết thành công của tôi là gì, và câu trả lời của tôi rất là đơn giản: tập trung, chăm chỉ, và kiên nhẫn. Tôi có những lúc gặp may, nhưng may mắn cũng chỉ đến mức độ nào đó thôi. Ngoài ra, còn cần phải có kiến thức kinh doanh - không nhất thiết phải là bằng cấp của một trường thật danh giá như Wharton , mà bạn thực sự cần có lòng khát khao và tính kỷ luật để tự dạy mình những kiến thức đó. Tôi lập ra Trường đại học Trump với mục đích truyền cho những người say mê kinh doanh những kỹ năng cần thiết để đạt được thành công lâu dài.

Bộ sách 101 của Trường đại học Trump trình bày những ý tưởng quan trọng nhất trong ngành kinh doanh - giống như những khái niệm được đưa

ra trong các chương trình giảng dạy Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh (MBA) có uy tín nhất và được các công ty thành công nhất trên thế giới sử dụng, bao gồm cả Tổ chức Trump. Mỗi cuốn sách đều do các giáo sư, tác giả hoặc doanh nhân hàng đầu viết nên, những người đó đều chung mục đích giúp bạn đưa những ý tưởng này vào công việc của bạn ngay. Nếu bạn không thoả mãn với công việc hiện tại của mình, hãy đọc cuốn sách này, nhặt ra một ý tưởng quan trọng và thực hiện ngay. Tôi đảm bảo bạn sẽ kiếm được tiền.

Donald Trump chúc mừng Gary Eldred về đóng góp nổi bật của ông trong chương trình quản lý bất động sản tại Trường đại học Trump. (ảnh của Karen Slavick, Trường đại học Trump)

1

HỌC CÁCH KINH DOANH BẤT ĐỘNG SẢN CÙNG DONALD TRUMP

Trong cuốn sách này, bạn sẽ khám phá ra những nguyên tắc kinh doanh bất động sản đã được Donald Trump một doanh nhân lỗi lạc, trải nghiệm. Việc Donald Trump tham gia lĩnh vực giáo dục kinh doanh là một sự thay đổi rất cần thiết và đáng hoan nghênh.

Vào lúc này sự thông thái của Trump cần thiết hơn bao giờ hết. Bởi vì nhiều thị trường bất động sản ở nước Mỹ và trên toàn thế giới bắt đầu lắng xuống chứ không còn sốt nữa. Chúng ta đang trở lại đấu trường nơi mà thắng lợi trong cuộc chơi bất động sản đòi hỏi phải có nhiều điều kiện hơn là sự may mắn và cơ hội ngẫu nhiên. Một lần nữa chúng ta lại tiến vào một thị trường mà các nhà đầu tư phải tạo ra giá trị, chứ không chỉ ngồi há miệng chờ sung.

Trump nói với tôi khi chúng tôi đang lên kế hoạch xuất bản cuốn sách này: “Bấy lâu nay nhiều người làm các chương trình quảng cáo thương mại trên chương trình truyền hình buổi tối khuyến khích “thanh toán sau”, “mua nhanh bán nhanh”, “mua thấp bán cao” và những cái được cho là kỹ xảo khác để “làm giàu nhanh chóng” tràn ngập trong các sách và băng hình về lĩnh vực bất động sản”. Sau đó ông nói thêm, “Cuộc sống hiếm khi diễn ra theo cách đó. Nếu bạn giàu nhanh thì bạn cũng chóng phá sản thôi.”

Chúng tôi không muốn bạn phá sản - hoặc ở bên bờ vực phá sản. Chúng tôi không hứa với bạn rằng làm theo các nguyên tắc kinh doanh của Donald Trump và Gary Eldred sẽ khiến bạn thành một triệu phú ngay lập tức.

Tuy nhiên, chúng tôi hứa rằng các nguyên tắc của chúng tôi sẽ giúp bạn tạo dựng được tài sản, khai thác được các tiềm năng cá nhân, và tạo ra giá trị đối với các khách hàng của bạn. Thậm chí còn hơn thế nữa, bạn có thể có được rất nhiều niềm vui trên con đường kinh doanh này hệt như chúng tôi vậy.

Trên thực tế, triết lý kinh doanh bất động sản của chúng tôi không chỉ được ứng dụng vào lĩnh vực bất động sản hoặc làm giàu. Bạn có thể ứng dụng triết lý này để có được một cuộc sống giàu có và đầy đủ hơn về mọi mặt. “Hãy nghĩ cao xa hơn và sống khoáng đạt hơn.” Với phương châm nổi tiếng thời đại này, Trump khuyến khích bạn “Coi ngày nào cũng là một ngày quan trọng đối với tương lai và là một ngày đặc biệt chỉ bởi vì bạn được hưởng ngày hôm đó. Bạn sẽ tiếp nghị lực cho sự tồn tại của mình. “Thật là một ngày tuyệt vời!” Hãy nói câu đó ngay và hãy cảm nhận được tư tưởng tích cực phát sinh từ câu nói đó. Cho chính bạn một cơ hội để làm việc hết sức mình và mọi người sẽ cùng hưởng lợi từ đó. Hãy biết rằng bạn có thể biến ngày hôm nay thành một ngày đầy ắp những cơ hội và khả năng.”

Tóm lại, đây là những điều tâm niệm mang lại sức mạnh cho triết lý của Trump và, cả cuộc sống của ông nữa. Trong các chương sau, chúng tôi sẽ cho bạn biết một cách chi tiết rằng triết lý này có thể dẫn đường cho bạn đến với cuộc sống bạn muốn như thế nào.

HÃY SẴN SÀNG ĐÓN NHẬN CƠ HỘI Để đạt được tiềm năng của mình, hãy tự dạy mình cách suy nghĩ và phát triển các cơ hội. Có một điều ngẫu nhiên là cả Trump và tôi đều bắt đầu đọc những cuốn sách về bất động sản khi chúng tôi còn đang là sinh viên đại học. Cả hai đều bắt đầu đầu tư vào bất động sản khi hầu hết các bạn sinh viên còn đang hứng thú mua ô tô thật sang trọng và tìm thuê những căn hộ cao cấp.

Tại sao chúng tôi lại hành động khác họ? Tại sao chúng tôi bắt đầu tạo dựng tài sản ở cái tuổi khi phần lớn mọi người đều có vô số lý do để ăn chơi? Bởi vì chúng tôi không chấp nhận những suy nghĩ thông thường là chúng tôi còn quá trẻ, quá non nớt hoặc quá gì gì nữa.

Ừ thì đúng là Trump xuất thân từ một gia đình tương đối khá giả (còn tôi thì không). Nhưng đó không phải là sự khác biệt. Phần lớn sinh viên ở Penn đều xuất thân từ các gia đình khá giả. Sự khác biệt lớn khi đó và bây giờ là cả hai chúng tôi đạt được nhiều thứ hơn bạn bè cùng trang lứa bởi vì chúng tôi liên tục đón nhận những ý tưởng mới. Không những thế, chúng tôi liên tục tìm kiếm những ý tưởng và thông tin mới. Cả hai chúng tôi đều là những độc giả lớn - tìm hiểu về thế giới nói chung và tìm hiểu về bất động sản - và chúng tôi là những độc giả lớn trong lĩnh vực tâm lý tự lực (vì thiếu một thuật ngữ chính xác hơn).

Trong cuốn sách này, chúng tôi hy vọng rằng bằng cách nhắc nhở và khuyến khích bạn suy nghĩ tích cực, tự tạo cơ hội, và mở rộng chân trời của mình, chính bạn cũng sẽ đạt được nhiều hơn những gì bạn muốn đạt được.

HIỂU BIẾT CHI TIẾT Hãy sẵn sàng đón nhận cơ hội, hãy sẵn sàng đón nhận lợi nhuận. Nhưng tư duy tích cực (tôi muốn nói là tư duy khám phá) sẽ không mấy hiệu quả nếu như bạn không tự nạp vào mình dòng kiến thức liên tục phát triển. Trump thích nói câu: “Tôi không còn trẻ nữa để tìm hiểu tất cả mọi thứ”.

Trên thực tế, ông tuân theo sáu câu hỏi cơ bản của Kipling để xây dựng kiến thức của mình. Sáu câu hỏi đó là Cái gì, Tại sao, Khi nào, Như thế nào, Ở đâu, và Ai.

Trump nói: “Xây một toà nhà ở thành phố New York đòi hỏi phải có kiến thức qui hoạch vùng, phải có các nhà thầu, kiến trúc sư, quyền sử dụng không gian phía trên công trình, các luật thuế, các hiệp hội, và hàng nghìn thứ khác - và không kém phần quan trọng là các khách hàng tiềm năng. Khi bắt đầu đầu tư, tôi phải học rất nhiều điều. Không ai khác có thể học những điều này hộ tôi. Mỗi ngày, tôi sẽ học một chút gì đó, ứng dụng điều đó, và tôi tiến bộ dần. Hãy tin là bạn không thể trở thành một nhà đầu tư phát triển bất động sản trong một sớm một chiều”.

“Nếu như tôi bắt đầu công việc kinh doanh mà cho rằng mình đã biết mọi thứ thì tôi đã kết thúc công việc trước khi bắt đầu. Hãy tránh mắc lỗi này. Bất động sản ẩn chứa rất nhiều tình tiết bên trong.

“Tôi luôn cảnh báo mọi người đừng lao vào một công việc khi chưa chuẩn bị sẵn sàng. Đó là đường ranh giới mỏng manh giữa tính dũng cảm và sự ngu dốt. Phải tính đến yếu tố thủy triều trước khi bạn lao xuống biển. Luôn có nguy cơ nào đó chực chờ. Nguy cơ là những điều chưa biết, thậm chí cả những điều chưa biết trong vùng nước nông. Thủy triều thì lớn và cá mập sống ở đấy. Đôi khi bạn nhận biết được nguy cơ thì đã quá muộn. Hãy luôn ghi nhớ điều đó, dù bạn có cho rằng những suy nghĩ của bạn là kỳ quặc hay ngớ ngẩn như thế nào đi nữa.

“Trong những năm khởi đầu sự nghiệp, tôi đã dành rất nhiều thời gian để nghiên cứu tỉ mỉ đến từng chi tiết có thể áp dụng được cho vụ thương lượng mua bán mà tôi đang quan tâm. Đến tận bây giờ tôi vẫn làm như vậy. Mọi người thường nhận xét về cách tôi hành động nhanh chóng như thế nào, nhưng nguyên nhân làm tôi có thể hành động nhanh đến như vậy là vì tôi đã chuẩn bị từ trước rồi, điều không phải ai cũng biết để làm. Tôi đã chuẩn bị cho mình rất toàn diện. Khi nào đến thời điểm xuất phát thì tôi đã sẵn sàng chạy nước rút”.

HÃY NGHĨ CHO CHÍNH MÌNH ĐẢM ĐƯƠNG TRÁCH NHIỆM
Bạn cần phải kết hợp thực tế và ý kiến khách quan vào các quyết định đầu tư của mình, nhưng đừng bao giờ nhường quyền quyết định của bạn cho các cố vấn.

Ông Trump nói “Vấn đề này rất hệ trọng đối với lý trí của cá nhân cũng như của toàn nhân loại. Những điều tồi tệ nhất trong lịch sử đã xảy ra khi người ta ngừng suy nghĩ cho bản thân mình, đặc biệt là khi họ cho phép mình bị ảnh hưởng bởi những người tiêu cực. Đó chính là điều làm nảy sinh ra những kẻ độc tài. Hãy tránh mắc lỗi đó bằng mọi giá. Trước hết, hãy ngăn chặn nó ở chính bản thân mình, thế tức là bạn đã góp phần mình vào sự sáng suốt của nhân loại cũng như sự sáng suốt của chính bạn.

“Bạn cần có ý thức về trách nhiệm cá nhân. Khi tôi nói cần có ý thức đúng đắn chính là tôi đang suy nghĩ về trách nhiệm. Người có trách nhiệm không bao giờ thấy cần phải đổ lỗi cho người khác hoặc lúc nào cũng bối lung tìm vết. Những kẻ bi quan thì không bao giờ cố gắng cho đi nhiều và

vì vậy cũng chẳng bao giờ nhận được gì nhiều. Đừng nhập bọn với đám này.”

“Tôi biết một gã mà mỗi lúc tôi nhắc tới chỉ là để xem anh ta định đổ lỗi cho ai hoặc cái gì vào ngày hôm đó. Tôi nghĩ anh ta cho rằng bản thân anh ta chưa từng mắc một sai lầm nhỏ trong suốt cuộc đời của mình. Kể từ ngày đầu tiên sinh ra đời, chẳng có lỗi nào là lỗi của anh ta cả. Điểm mù quá lớn nhất của anh ta chính là bản thân anh ta. Và, thật đáng buồn khi phải nói rằng cuối cùng anh ta thành người thất bại hoàn toàn trong cuộc đời bởi anh ta không bao giờ nghĩ đến phương thuốc chữa trị sự thất bại lớn nhất chính là bản thân mình. Hãy kiểm điểm lại bản thân mình trước tiên nếu mọi việc không suôn sẻ.”

“Tôi đã hoạt động kinh doanh đủ lâu và đã có nhiều bước thăng trầm, vậy nên tôi có thể lướt qua vấn đề để tìm nhanh ra giải pháp. Đừng quá quan trọng hoá vấn đề mà nên chú trọng vào giải pháp. Chính trí óc phải làm việc như thế này: Tập trung vào điều tích cực nhưng không được mù quáng đối với điều tiêu cực. Đó là trách nhiệm của bạn!”

CÁC MỤC ĐÍCH VÀ THÓI QUEN Trump khuyên: “Hãy làm cho các mục đích của bạn có một ý nghĩa thực sự”. Truyền cho chúng một giá trị cao hơn tiền bạc. Đưa chúng lên tới tầm cao nhất mà bạn có thể. Hãy cho chúng thêm ý nghĩa để chúng không chỉ làm lợi riêng cho bạn mà còn cho cả những người khác nữa. Đó là một khía cạnh quan trọng của suy nghĩ - và là một bước dài tiến tới thành công lớn hơn.

Sau một thời gian, người ta sẽ biết đến bạn nhờ thói quen của bạn và hành vi quen thuộc của bạn. Những thói quen này có thể là những tố chất, theo quan điểm của Aristotle. Nếu hành vi của bạn luôn có chuẩn mực cao, thì tố chất riêng của bạn có thể là chính trực. Vì vậy, hãy xem lại thói quen của bạn và đảm bảo rằng những thói quen này đang dẫn bạn đi đúng hướng. Phải chắc chắn rằng bạn đang nỗ lực để đạt được kết quả mà bạn muốn và chắc chắn rằng phương pháp mà bạn dùng để đạt được mục đích này là phương pháp của riêng bạn. Xác định các ranh giới riêng cho bạn, mục đích

riêng cho bạn mà không bị bất kỳ người nào gây ảnh hưởng tiêu cực tới chúng.

NGHỆ THUẬT ĐÀM PHÁN Bạn phải đặt mình vào những cuộc thương lượng, bạn phải cam kết. Trump thích một câu của Thoreau : “Tôi không biết một thực tế nào có tính khích lệ hơn là khả năng không thể phủ nhận được của một con người nhằm nâng tầm cuộc sống của mình bằng khát vọng lý trí.” Câu nói đó không chỉ có tính khích lệ, nó còn truyền sức mạnh cho hành động. Nó có nghĩa là bạn có thể làm được rất nhiều việc bằng cách sử dụng trí tuệ của mình và cùng nó tiến lên phía trước. Suy nghĩ mà không hành động thì sẽ chẳng đạt được mấy kết quả về lâu dài. Những ý tưởng vĩ đại của bạn vẫn cứ chết yểu trừ phi bạn sử dụng chúng một cách tích cực vào hành động.

Bây giờ chúng ta sẽ bắt đầu. Chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn một ít kiến thức truyền sức mạnh. Hãy đưa những kiến thức đó vào hành động. Hãy trở thành người giỏi nhất trong khả năng của mình.

2

BẠN VẪN CÓ THỂ LÀM GIÀU ĐƯỢC TRONG NGÀNH BẤT ĐỘNG SẢN

Tôi thích "Sáu câu hỏi" của Rudyard Kipling. Chúng là "Cái gì, Tại sao, Khi nào và Như thế nào, Ở đâu, và Ai." Hãy đặt câu hỏi.

Tôi yêu ngành bất động sản. Và hy vọng rằng khi bạn đọc xong cuốn sách, bạn cũng sẽ yêu ngành này.

Bất động sản làm cho nhiều người có thêm nhiều cơ hội hơn bất kỳ loại hình đầu tư nào khác. Từ nền kinh tế phát triển đến nền kinh tế lạc hậu, từ lãi suất cao đến lãi suất thấp, từ thị trường bùng nổ đến thị trường phá sản - tất cả những yếu tố đó đều chẳng có gì khác nhau đối với việc kinh doanh này. Tôi đã kiếm được tiền trong tất cả các loại thị trường và các điều kiện kinh tế. Và bạn cũng sẽ kiếm được như thế nếu bạn học được cách tư duy và hành động như một nhà kinh doanh bất động sản. Việc làm giàu, sự độc lập cá nhân và tự do tài chính chỉ đòi hỏi hai điều kiện cơ bản:

1. Hướng dẫn cuộc sống hàng ngày của bạn bằng một phương pháp tư duy, bằng tính cách và kế hoạch hành động của một doanh nhân.

2. Sử dụng phương pháp có hệ thống và có khả năng thực hiện được để khám phá, sáng tạo, và thu hoạch được giá trị bất động sản.

SUY NGHĨ VÀ HÀNH ĐỘNG NHƯ MỘT DOANH NHÂN Xã hội thường hiểu sai về tính cách của một doanh nhân. Đối với nhiều người, doanh nhân là kẻ hỗn xược và liều lĩnh, là những kẻ làm giàu bằng bất kỳ giá nào. Doanh nhân thường được mô tả là tay quảng cáo bịp bợm thổi phồng và đánh bóng những mặt hàng của hãn. Trong bối cảnh nghề này bị bóp méo như vậy, thì sự háms lợi thúc đẩy cách cư xử không trung thực.

“Doanh nhân” kiểu này sẽ làm hoặc nói hầu như bất kỳ điều gì chỉ để mau chóng kiếm lời.

Không nghi ngờ gì nữa, ngành kinh doanh bất động sản đã thu hút đông đảo cả người mới vào nghề lẫn người lão luyện trong nghề, những người này ít nhiều đều góp phần củng cố thêm cái quan niệm tiêu cực đó. Tuy nhiên, quan điểm của Trường đại học Trump chúng tôi về các doanh nhân hoàn toàn ngược lại với quan niệm tiêu cực trên. Quan điểm của chúng tôi thống nhất với tinh thần của một đoạn trong diễn văn mà cố tổng thống Ronald Reagan đã phát biểu năm 1985 ở trường đại học St. John.

“Chúng ta đã sống qua thời kì đại công nghiệp và thời đại của các tập đoàn khổng lồ: Nhưng tôi tin rằng bây giờ là thời đại của doanh nhân... Đó là nơi khởi nguồn cho sự thịnh vượng của nước Mỹ hiện tại và cũng là nơi khởi nguồn cho sự thịnh vượng của nước Mỹ trong tương lai.”

Tài nguyên quan trọng nhất - như giáo sư kinh tế học Julian Simon nhấn mạnh trong cuốn sách cùng tên của mình - chính là con người. Giáo sư Simon chứng minh rằng chúng ta đâu cần phải lo lắng về sự cạn kiệt tài nguyên dầu, than đá, hoặc, chủ thể đang được đề cập đến, là đất đai. Miễn là vẫn còn có những người chứng minh được tinh thần “không có việc gì khó” và miễn là người ta còn phát triển các khả năng sáng tạo để giải quyết vấn đề, thì chúng ta còn có thể hy vọng một tương lai tươi sáng. Giáo sư Simon kết luận “nhiên liệu chính để gia tăng tốc lực phát triển của chúng ta là vốn kiến thức chúng ta có, và cái kìm hãm sự phát triển này lại là sự thiếu khả năng sáng tạo. Tài nguyên quan trọng nhất là con người - những con người có năng lực, tinh thần và hoài bão sẽ đem hết ý chí và khả năng sáng tạo của họ phục vụ cho lợi ích của chính họ và cho lợi ích của tất cả chúng ta.”

Đừng đánh mất những mục tiêu lớn. Doanh nhân cần phải có mục đích rõ ràng để đạt được thành công.

Đây là lời hứa của Trường đại học Trump: Nếu bạn chọn nghề bất động sản, nếu bạn chọn tinh thần doanh nhân làm động lực thúc đẩy cuộc sống của mình, bạn sẽ có vô số cơ hội để làm việc vì lợi ích của riêng bạn,

vì lợi ích của những người bạn phục vụ; và nếu bạn xử sự hợp với luân thường đạo lý và có trách nhiệm, bạn còn đem lại lợi ích cho tất cả chúng ta nữa. Bằng cách kết hợp kiến thức, nỗ lực và khả năng sáng tạo, bạn sẽ tạo ra giá trị của bất động sản.

Nên biết rằng cuộc sống giống như một hồi kịch, hãy diễn hết khả năng của bạn để thu hút khán giả một cách thành công.

TƯ DUY KINH DOANH TƯƠNG PHẢN VỚI NGƯỜI BÁN HÀNG CƠ HỘI Tư duy kinh doanh khác với tư vấn về bất động sản được quảng cáo rộng rãi. Phần lớn những cuốn sách “làm giàu từ bất động sản” ca ngợi những nguyên tắc chủ đạo của những người bán hàng cơ hội. Những cuốn sách này nói với bạn rằng nếu muốn làm giàu trong lĩnh vực bất động sản thì hãy tìm cho mình những kẻ bán hàng cơ hội - những kẻ có tâm hồn liều lĩnh đang mắc chung một chứng bệnh khao khát các vụ ly dị, sa thải bất nhân công, nợ tín dụng, hoá đơn thanh toán y tế, tịch thu tài sản để thế nợ và phá sản.

Theo những bậc thầy đang quảng cáo phương pháp này để kiếm lời, thì những gã đục nước béo cò đó rất mừng khi bán hầu bạn bất động sản với giá thấp hơn giá thị trường 20, 30, hoặc có thể là 40%. Bạn có lãi ngay tức thì.

Tiểu xảo này có hiệu quả không? Có đấy, thỉnh thoảng thôi! Nhưng không nghi ngờ gì nữa, những tay lão luyện này tâng bốc triển vọng của phương pháp này và đìu bốt những nhược điểm của nó trên ba phương diện: vi phạm đạo đức và pháp luật, những khó khăn thực tế, và tầm nhìn kinh doanh lệch lạc.

Vi phạm đạo đức và pháp luật Khi các nhà đầu tư đàm phán với những người bán bất động sản đang gặp khó khăn, họ vượt quá những ranh giới luân thường đạo lý. Họ gây sức ép, lừa dối, và đưa ra những hứa hẹn mà họ không có ý định thực hiện. Trên thực tế, để ngăn chặn những hành vi vô luân đó, nhiều bang đã ban hành các đạo luật qui định cụ thể về việc mua bán của những kẻ bán hàng lợi dụng cơ hội trong các vụ kê biên tài sản thế chấp. Mặc dù đôi khi các nhà kinh doanh đàm phán với những người bán

đang gặp khó khăn, hoặc những kẻ cơ hội nhưng trong lúc thực hiện việc đó họ rất thận trọng dè dặt và chỉ tỏ ra rằng họ hoàn toàn thành thật.

Những khó khăn thực tế Bạn cũng không dễ gì kiếm được những kẻ bán hàng cơ hội mà lại biết “chơi đẹp” thực sự để bán cho bạn với giá thực sự thấp hơn giá thị trường. Điều đó có thể có, nhưng rất mất công. Sách bài tập ở Trường đại học Trump của chúng tôi là cuốn Nguồn lợi lớn của Bất động sản tóm lược quan điểm của tôi về phương pháp làm giàu từ bất động sản. Cũng như với một mỏ vàng, bạn sẽ chỉ tìm thấy những miếng vàng thực sự của mình bằng cách đào bới kiên nhẫn và vất vả.

Tâm nhìn kinh doanh lệch lạc Rõ ràng những khó khăn trên thực tế và về mặt đạo đức, pháp luật đã là một bài toán hóc búa đối với những người bán hàng cơ hội. Tuy nhiên, theo quan điểm của tôi thì còn tệ hơn thế nữa, sự tập trung chú ý vào những người bán hàng cơ hội này làm sai lệch tâm nhìn kinh doanh của hai thế hệ nhà đầu tư. Tôi đã nghe và đọc lời khuyên này hàng trăm lần: “Đừng bao giờ mua bất kỳ bất động sản nào nếu như bạn không thể mua nó dưới giá thị trường 20%” Thật vớ vẩn! Để có một quyết định sáng suốt, bạn cần phải tính toán ra tổng lợi nhuận tiềm năng của bất động sản.

Vâng, xét theo tất cả mọi khía cạnh thì khi thấy lợi nhuận tiềm năng hợp lý về mặt đạo đức và kinh tế, bạn hãy tìm kiếm và thương lượng để đạt được giá hời. Hãy tìm cho ra những kẻ bán hàng cơ hội đó, những người mà bạn có thể giúp giải tỏa những mối quan tâm thúc bách nhất của họ. Nhưng đừng để tiểu xảo của họ che khuất tầm nhìn sáng tạo của bạn. Hãy luôn bao quát những nguồn lợi nhuận tiềm ẩn từ dòng tiền mặt, nhận biết các tiềm năng, những điều kiện và chi phí thu xếp tài chính, trả góp tiền vay thế chấp, và quan trọng nhất là những cơ hội tăng thêm giá trị cho bất động sản.

Là một doanh nhân, bạn sẽ thấy lợi nhuận thường tiềm ẩn ở những chỗ khuất mà chỉ thấy được khi bạn làm cho tầm nhìn của mình sắc bén hơn.

Đừng cho phép ai nói với bạn rằng bạn không thể đánh giá mình cao hơn đối thủ cạnh tranh. Chúng ta áp đảo các đối thủ trong mọi dự án của

chúng ta.

TƯ DUY KINH DOANH ĐỐI NGHỊCH VỚI TĂNG GIÁ BẤT ĐỘNG SẢN Trong khi nhiều tay sừng sỏ về bất động sản khẳng định một cách sai lầm rằng những kẻ bán hàng cơ hội sẽ cho bạn cơ hội tốt nhất để bạn làm giàu bằng con đường đầu tư bất động sản, thì ngược lại báo chí tài chính lúc nào cũng sốt lên với những tin bất động sản tăng giá. Theo hàng trăm bài báo xuất hiện gần đây, bất động sản tăng giá quá nhanh và trong thời gian quá dài. Do đó, các nhà đầu tư nên tìm những cách khác mà kiếm tiền. Họ cho rằng tương lai không chỉ ảm đạm vì việc tăng giá sẽ hết thời, mà nguy hiểm hơn, khi nào những ảo tưởng về bất động sản tan vỡ thì các nhà đầu tư và chủ sở hữu bất động sản sẽ không còn nổi mảnh áo trên người. “Bán ngay!” là câu cửa miệng mà nhiều người được gọi là chuyên gia kinh tế đồng thanh hô lên.

Vậy chúng ta hãy xem xét hai vấn đề này:

1. Để kiếm tiền trong lĩnh vực bất động sản, bạn có cần thị trường đó tăng giá không?

2. Bạn có sợ ảo tưởng về bất động sản không?

Bạn sẽ thấy các doanh nhân trả lời từng câu hỏi này một cách rất quả quyết là: Không!

Bạn có cần thị trường tăng giá?

Trong các thị trường đất đai đang biến đổi nhanh đầu những năm 2000, thì các nhà đầu tư, chủ sở hữu, và những kẻ đầu cơ kiếm bộn tiền vì giá bất động sản tăng. Thật tuyệt vời! Nhưng thực tiễn này đã tạo ra ảo tưởng sai lầm logic là nếu bất động sản không tăng giá thì chả còn mấy lợi nhuận nữa; thế thì bạn nên gửi tiền vào tiết kiệm: ít rủi ro hơn mà lợi nhuận dự kiến cao hơn.

May thay, đánh giá đáng buồn này đã bỏ sót ba nguồn lợi nhuận chính từ bất động sản: dòng tiền mặt, trả góp (trả dần tiền thế chấp), và tạo ra giá trị. Bây giờ, chúng ta hãy tập trung vào dòng tiền mặt và trả dần tiền thế chấp. Chúng ta sẽ thảo luận việc tạo ra giá trị sau.

Tôi bắt đầu đầu tư vào một thị trấn chưa phát triển ở Indiana. Một trong những bất động sản đầu tiên của tôi trị giá 100 ngàn đô la. Tôi thanh toán ngay theo hợp đồng là 10 ngàn đô la, phần còn lại được người bán đồng ý cho trả góp trong vòng 10 năm. Cái toà nhà chung cư cũ kỹ này (tôi phải gọi nó là ‘già nua’ thì mới đúng) không lên giá. Sau 12 năm, tôi bán toà nhà này với giá 100 ngàn đô la, bằng đúng giá tôi mua .

Đối với người thích bất động sản tăng giá thì khu chung cư của tôi quả là một vụ đầu tư tệ hại. Nhưng nếu nhìn kỹ hơn sẽ thấy rằng vụ đầu tư này rất lời.

Sau khi tính đến các chi phí hoạt động và thanh toán các khoản nợ, thì bất động sản đó thu được dòng tiền mặt sau khi trừ thuế là 2.500 đô la ròng mỗi năm. Như vậy, chỉ tính riêng dòng tiền mặt thì mỗi năm tôi kiếm được lợi nhuận là 25% của 10 ngàn đô la tiền đầu tư. Thêm vào đó, khoản 10 ngàn đô la thanh toán ngay sau mười năm sẽ được gộp vào tổng số vốn 100 ngàn đô la giá trị của bất động sản này (xin nhớ rằng tôi thanh toán hết giá trị hợp đồng vào năm thứ 10).

Giá thị trường không tăng, giá trị bất động sản không tăng vậy mà tôi vẫn kiếm được tổng suất thu lợi mỗi năm hơn 30% tính trên vốn đầu tư. Bạn còn có thể mua được những bất động sản như vậy không? Có chứ, thậm chí ngày nay bạn vẫn có thể tìm được những vụ mua bán hấp dẫn tương tự như vậy ở một số nơi thuộc miền Nam và Trung-Tây.

Đừng chăm chăm duy nhất vào việc thị trường tăng giá. Cũng giống trường hợp mười công ty có cổ tức cao nhất trên chỉ số Dow Jones đôi khi cho kết quả hoạt động tốt hơn Microsofts và Amazons, thì các thị trường bất động sản không còn được ưa chuộng hoặc các thị trường bất động sản không còn tăng trưởng hay tăng trưởng chậm vẫn có thể cho lợi nhuận hấp dẫn. Doanh nhân biết rằng mình vẫn có thể kiếm được nhiều tiền lãi ở những thời điểm hoặc vùng nào đó mà phải sau một thời gian dài giá mới tăng lên.

Bạn có sợ ảo tưởng về bất động sản không?

Còn một dấu hiệu làm bạn nản chí nữa đó là báo chí liên tục thổi phồng cái gọi là ảo tưởng về bất động sản. Tuy nhiên, trước khi bạn bị dư luận báo chí tiêm nhiễm về ảo tưởng bất động sản này, trước khi bạn rơi vào nỗi hoảng sợ tiêu cực làm nhụt chí đầu tư, bạn hãy đặt những dự báo bi quan hiện tại vào trong một bối cảnh lịch sử. Trong 60 năm qua, các nhà kinh tế học, các nhà phân tích chứng khoán Phố Wall và các chuyên gia tài chính khác đã dự đoán sai lầm về kết cục của bất động sản. Hãy xem qua những dự báo xa-rời-thực-tế trong những năm qua:

- “Giá nhà đất dường như đã đứng yên, và có triển vọng rất thực tế là sẽ giảm.” (Thời đại, ngày 1-12-1947)

- “Giá nhà quá cao trên thị trường. Giá trung bình hiện nay là khoảng 8 ngàn đô la - quá cao so với khả năng của hai phần ba khách mua.” (Tập san Khoa học, Tháng 4-1948)

- “Nếu bạn đã mua nhà từ thời Chiến tranh.... bạn đã thực hiện vụ mua bán lúc giá thị trường lên đến đỉnh cao... thì cái ngày mà bạn mất nhà có thể sẽ đến.” (Nhà đẹp, Tháng 11 năm 1948).

- “Mục tiêu sở hữu một ngôi nhà dường như ngày càng vượt quá khả năng của nhiều người Mỹ. Một ngôi nhà mới trung bình ngày nay có giá 28 ngàn đô la.” (Tuần báo Kinh doanh, Ngày 4-9-1969)

- “Hãy cảnh giác với cái gọi là 'sự thông thái chung' mách bảo bạn 'Mua ngay.... bởi vì lạm phát liên tục sẽ đẩy giá nhà và tiền thuê nhà ngày càng cao.’” (Tập san NEA, Tháng 12-1970)

- “Ở California... chẳng hạn, không có gì là lạ khi thấy các gia đình có điều kiện trung bình mua nhà với giá 100 ngàn đô la.... Tôi tin rằng giá đã vượt qua đỉnh rồi” (John Wesley English và Gray Emerson Cardiff, Sự sụp đổ của thị trường Bất động sản đang đến gần, 1980)

- “Thời kỳ dễ kiếm lời từ bất động sản có thể đang đến hồi kết.” (Tiền tệ, Tháng 1-1981)

- “Thời kì vàng son không có rủi ro về giá nhà đã hết.” (Tiền tệ, Tháng 3-1985)

- “Nếu bạn đang tìm mua một ngôi nhà, hãy cẩn thận. Giá nhà tăng không còn là sự chắc chắn nữa.” (Miami Herald, Ngày 25-10-1985)

- “Phần lớn các nhà kinh tế học đồng ý rằng... (một ngôi nhà) sẽ chỉ có giá trị nhiều hơn một cái mái nhà trừ đi tiền thuế chút đỉnh. Đương nhiên đây không phải là vụ đầu tư sinh lợi đã từng có trong nhiều năm của thập kỷ 1980”, (Tiền tệ, Tháng 4-1986)

- “Thế hệ sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ nhất sau Thế chiến thứ 2 hiện tại đã có nhà để ở rồi. Tiếp theo sau họ là thế hệ ‘những đứa trẻ Nổi loạn’. Đến năm 2005, giá nhà ở thực tế sẽ ở mức thấp hơn 40% so với ngày nay.” (Trích dẫn bài viết “Thế hệ Bùng nổ dân số, Thế hệ con trẻ nổi loạn, và Giá nhà giảm mạnh trong thời gian tới,” của Gregory Mankiw, một nhà kinh tế học của Đại học Harvard đăng trên Tập san Kinh tế học khu vực, Mùa thu năm 1989)

- “Chúng ta đang bắt đầu trở lại thời kỳ mua nhà không phải vì những khả năng sinh lợi của nó mà vì mục đích trú ngụ.” (Thời báo Los Angeles, Ngày 31-1-1993).

- “Các nhà hoạch định kế hoạch tài chính nhất trí cho rằng nhà cửa vẫn sẽ là một cách đầu tư kém hiệu quả.” (Tạp chí tài chính cá nhân Kiplingers, Tháng 11-1993)

- “Đầu tư vào nhà là cách đầu tư tồi.” (Chuyên san Nhà Khảo sát San Francisco, Ngày 17-11-1996)

- “Ngôi nhà chỉ là một cái mái trên đầu. Đó không phải là đầu tư.” (Mọi thứ bạn biết về tiền bạc đều không đúng, 2000)

- “Nhưng câu hỏi thực tế là, giá nhà trong một thời gian dài sẽ như thế nào? Như tôi đã từng nói, tôi không nghĩ rằng năm, mười năm nữa giá nhà sẽ cao hơn.” (Nhà kinh tế học của trường đại học Yale, Robert Shiller, trích trong Tuần Tin tức, Ngày 27-10-2005)

Điều quan trọng nhất là sau 10, 15, hoặc 20 năm nữa, ai là người sẽ hưởng những giá trị cao nhất và mức độ tự do tài chính lớn nhất? Là những ai làm theo những bài báo và cuốn sách ngụ ngôn Gà con nói vợ nói vắn về

những ảo tưởng hảo huyền? Hay là những người làm theo nguyên tắc kinh doanh và triết lý của Donald Trump và Gary Eldred?

Thận trọng: Nguyên tắc của chúng tôi không bảo bạn mua bất kỳ thứ gì, với bất kỳ giá nào, vào bất kỳ lúc nào -mặc dù thực tế đã chứng minh rằng những phương pháp không cần suy nghĩ cũng thường thu được tiền lời cao. Đúng là có một số (nhưng đương nhiên không phải là phần lớn) thị trường bất động sản thể hiện những bước thăng trầm theo chu kỳ rộng (với những đỉnh cao mới vượt lên trên những đỉnh cao cũ). Đúng là thông thường, những vụ mua bán lớn đòi hỏi phải có lao động và sáng tạo. Đúng là đôi khi bạn có thể bất ngờ rơi vào tình trạng xuống dốc không phanh. Nhưng những sự việc này chỉ mang tính chất thời điểm thôi.

Tất cả các loại thị trường bất động sản, các điều kiện kinh tế, và thậm chí cả những khó khăn trầm trọng đều cho những cơ hội kinh doanh kiếm lời. Donald Trump bắt đầu sự nghiệp của mình vào những năm đen tối giữa thập kỷ 70, khi rõ là chẳng ai muốn mua hay phát triển bất động sản ở cái thành phố New York sắp phá sản này. Thậm chí còn ấn tượng hơn nữa, ông Trump gieo mầm cho sự giàu có ngày nay trong thời kì vẫn còn đang quần quật kiếm tiền trả nợ đầu những năm 90. Đó chắc chắn là một tấm gương lớn biến trái đắng thành quả ngọt.

Vậy thì chúng tôi mời bạn lựa chọn: Bạn có chấp nhận những dự đoán gieo rắc nỗi lo sợ - những dự đoán mãi mãi sai lầm? Bạn có tiêm nhiễm vào mình những lời sáo rỗng và sự thông thái rơm? Hay bạn sẽ phớt lờ chúng đi để trở thành nhà đầu tư bất động sản? Bạn có hướng đến các phóng viên và các chuyên gia kinh tế để tin vào lập luận, hy vọng và kinh nghiệm của những người đó? Nói cách khác, bạn có để nỗi sợ hãi và sự thiếu kiến thức đẩy bạn ra ngoài cuộc tìm kiếm sang giàu? Hay bạn sẽ chọn cách kiểm soát cuộc đời mình và tích cực định hướng mình vào con đường dẫn tới sự giàu có về tài chính và sự thịnh vượng của cá nhân mà bạn thực sự mong muốn?

Nếu bạn trả lời: “Vâng! Tôi muốn ghi tên vào thủy thủ đoàn. Tôi đã sẵn sàng ra khơi”, thế thì tốt cho bạn đấy! Ở các trang tiếp theo, bạn sẽ khám phá con đường dẫn đến sự giàu có và độc lập về tài chính. Hãy để

chúng tôi chỉ cho bạn biết cách suy nghĩ và hành động như một nhà đầu tư bất động sản - là một người mà khi nhìn thấy một khách sạn tiêu điều nằm ở một vùng hoang tàn lại có thể hình dung ra được nó sẽ là Khách sạn Grand Hyatt được vây quanh là các cửa hàng, nhà hàng và quán cafe cao cấp; là một người có thể thấy được những quy định về quy hoạch vùng cho các khu dự án giới hạn độ cao tòa nhà chỉ được phép ở mức 40 tầng mà lại vẫn xin được giấy phép hợp lệ để xây dựng tòa chung cư sở hữu tư nhân cao cấp đa chức năng 80 tầng, cao nhất thành phố New York (gấp đôi độ cao quy định).

Là một doanh nhân hiểu biết và có động lực, bạn sẽ thu xếp được những vụ khó như vậy. Những vụ làm ăn đó có thể không cạnh tranh được với những vụ của ông Trump về qui mô hoặc giá trị. Nhưng dù sao đi nữa thì chúng cũng sẽ tạo khả năng cho bạn hình dung, sáng tạo và xây dựng cuộc sống tốt hơn cho người khác - và cả cho bạn nữa.

3

LÀM THẾ NÀO ĐỂ TRỞ THÀNH NHÀ ĐẦU TƯ BẤT ĐỘNG SẢN

LỜI KHUYÊN CỦA TRUMP CHO CÁC DOANH NHÂN

Khi tôi bắt đầu làm việc với Donald Trump, tôi rất vui mừng biết rằng ông cũng có niềm say mê đọc sách như tôi. Điều ngạc nhiên hơn nữa (mặc dù khi nghĩ kỹ, thì cũng chẳng có gì là ngạc nhiên) là ông Trump và tôi có chung niềm tin về tác dụng tâm lý, và có chung niềm tin về những cuốn sách tự lực, (vì thiếu thuật ngữ hay hơn nên tôi gọi vậy).

Một trong những câu nói ưa thích của Trump là: "quan điểm của cá nhân xác định tầm cao của cá nhân đó." Không may, phần lớn những người được gọi là chuyên gia trong lĩnh vực tài chính và đầu tư trên lý thuyết bỏ ngoài tai những lời khuyên như vậy và coi đó chỉ là "tâm lý bình dân". Đối với các giáo sư, đầu tư thành công chỉ đòi hỏi kỹ năng làm việc với các con số và các phương pháp định lượng. Trên thực tế, tận đến gần đây, các khoa kinh doanh của trường đại học thậm chí vẫn chưa dạy khoá học nào về tâm lý tài chính - một lĩnh vực đã giành được giải thưởng Nobel.

Như ông Trump đã nói: "Khi còn học trong trường kinh doanh, lẽ ra tôi đã không tin rằng tâm lý có thể góp phần vào sự thành công trong lĩnh vực tài chính." Trên thực tế, về cơ bản thành công không phải bắt đầu bằng kiến thức mà bắt đầu bằng "trí óc xây dựng nên những toà lâu đài." Nếu không có những thói quen suy nghĩ đúng đắn và những thói quen hành động tương ứng với suy nghĩ đó thì không một doanh nhân tương lai nào có khả năng đạt được nhiều thành công. Đối với ông Trump, những đặc điểm dẫn đến thành công bao gồm:

Suy nghĩ tích cực: Bạn có quyền lựa chọn. Bạn có thể biện minh để tránh trách nhiệm hoặc bạn có thể thừa nhận trách nhiệm. Bạn có thể thấy ai đó phản đối chỉ trích bạn. Hoặc quanh bạn chỉ có những người tin vào những gì bạn (và họ) có thể làm được, chứ không phải tin vào những gì bạn không thể làm được. Thái độ chấp cánh cho những mong muốn và mục tiêu của bạn.

Đừng làm việc đó chỉ vì tiền: "Chọn cho bạn những mục tiêu để rồi bạn có thể theo đuổi chúng bằng niềm say mê và lòng nhiệt tình" - Trump nói, "Bạn sẽ gặp phải những lúc khó khăn. Niềm say mê và lòng nhiệt tình sẽ tiếp tục giữ động lực cho bạn. Cũng chính niềm say mê và lòng nhiệt tình cùng với ý thức hoàn thành công việc sẽ giúp bạn bằng mọi cách vượt qua những bức thành cao mà thế nào bạn cũng sẽ gặp trên con đường sự nghiệp. Với lòng nhiệt tình, khó khăn sẽ chỉ là thách thức chứ không phải là lý do để bạn từ bỏ."

Đặt ra các tiêu chuẩn: Ông Trump nói: "Hãy tự hỏi bản thân mình xem bạn muốn được nổi tiếng về những tiêu chuẩn gì? Những tiêu chuẩn nào vượt quá yêu cầu của khách hàng? Cha tôi đặt ra những tiêu chuẩn cao cho những ngôi nhà và căn hộ bình dân của ông. Khi tôi xây dựng toà Tháp Trump (Trump Tower), thì toà tháp này nhìn ra cảnh quan đẹp tuyệt vời, và nó trở thành một toà nhà mang dấu ấn của sự sáng tạo. Giống như cha tôi, tôi lập ra các tiêu chuẩn rồi vượt lên trên những tiêu chuẩn này về mọi phương diện."

Ngày nay, ông Trump vẫn đặt ra các tiêu chuẩn cao mới, không chỉ cho những toà nhà lộng lẫy mà còn cho cả các sân golf của ông. Một tạp chí golf hàng đầu đã viết rằng ông Trump "chỉ hài lòng với những gì tuyệt hảo. Nếu ông đặt tên mình lên nơi nào thì nơi đó sẽ trở nên nổi tiếng. Hai 'kiệt tác' sân golf đầu tiên của Trump - Trump International ở Mar-a-Lago, Nam Florida và Trump National ở hạt Westchester, New York - cực kỳ tuyệt vời. Những sân golf này đã giành nhiều giải thưởng và thay đổi quan điểm của những người không ủng hộ chúng. Và ông đã công khai hy vọng của mình là một ngày nào đó ông sẽ mang giải (Mỹ mở rộng) U.S. Open về

thi đấu tại sân golf mới của mình ở Bedminster, New Jersey, sân golf này được xây dựng trên vùng đất trước đây của vua tư bản ô tô John DeLorean."

Được trình bày đơn giản, ba nguyên tắc này của Trump sẽ hướng bạn tới thành công trong kinh doanh: (1) phát triển và nuôi dưỡng những thói quen tích cực của trí óc, (2) hưởng thụ tiền bạc, nhưng tự thúc đẩy bản thân bằng niềm say mê và lòng nhiệt tình, (3) đặt ra những chuẩn mực để làm hài lòng chính bạn và các khách hàng và buộc những người khác phải theo.

Tôi không còn đủ trẻ nữa để tự tin cái gì mình cũng biết. Tôi luôn đặt câu hỏi.

Lịch sử đã minh chứng rằng những nhà đầu tư bất động sản thừa kế của cha mẹ ở mức độ trung bình đã kiếm được nhiều lợi nhuận đến mức làm cho nhà quản lý của các quỹ đầu tư uy thác nổi tiếng phải thềm thường ghen tỵ. Hơn 30% lợi nhuận mà tôi kiếm được từ toà nhà chung cư đầu tiên của tôi không thể hiện bất kỳ điều gì khác thường. Hẳn bạn còn nhớ tôi đã kể ở phần trên, món lợi nhuận đó tôi đạt được không do bất động sản tăng giá hoặc được tạo thêm giá trị. Trên thực tế, trong suốt những năm khởi nghiệp đầu tư, tôi hầu như vét sạch lợi nhuận từ bất động sản của mình để hỗ trợ bản thân trong suốt những năm học đại học và cao học.

NHẬN THỨC KINH DOANH CỦA TÔI May mắn là sau khi hoàn thành chương trình tiến sĩ thì tầm nhìn kinh doanh của tôi đã được mở rộng. Thông qua sự giới thiệu của ông hiệu trưởng trường kinh doanh nơi tôi đang dạy môn tài chính và bất động sản, tôi bắt đầu tham gia vào việc đầu tư phát triển bất động sản. Ngoài ra, tôi vớ được một món hời khi tư vấn vụ chuyển nhượng bất động sản cho Roger Miliken (một trong 400 tỷ phú do tạp chí Forbes bình chọn).

Những kinh nghiệm này đã mở rộng tầm mắt cho tôi. Mặc dù các vụ đầu tư bất động sản của tôi đã mang lại lợi nhuận cao, nhưng tôi sớm nhận ra rằng kinh doanh bất động sản một cách có phương pháp có thể mang lại lãi cổ phần cao hơn bất kỳ loại hình đầu tư nào trước đây tôi đã từng nghĩ đến.

Một lần Charlie Frazier (người sáng lập Sea Pines Plantation ở Hiltonhead) bảo tôi: “Bạn có thể kiếm tiền bằng con đường đầu tư bất động sản, nhưng bạn có thể kiếm nhiều tiền hơn thế nữa bằng ý tưởng của bạn. Bảng cân đối tài khoản của tôi cho thấy bất động sản là tài sản lớn nhất của tôi. Nhưng điều đó không đúng đối với tôi cũng chẳng đúng cả với bạn. Trí óc chứa nhiều hứa hẹn và tiềm năng hơn so với toàn bộ hòn đảo (Hilton Head) mà chúng ta đang ở trên đó.”

Vì những ngày ở Nam Carolina, tôi đã gặp và kết bạn với nhiều doanh nhân hàng đầu - có thể bạn đã nghe nói đến một vài người trong số đó, chẳng hạn như Mary Kay Ash, Ebby Halliday, Mark Victor Hansen, Frank McKinney, Trammel Crow, và, đương nhiên là cả Donald Trump nữa. Những người khác ít nổi tiếng hơn, họ rất giống với những người được miêu tả trong cuốn sách Triệu phú sống kề bên (tác giả Thomas Stanley).

TRÍ TUỆ GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ Mặc dù các doanh nhân khác nhau về phong cách và tính cách, nhưng mỗi doanh nhân đều nhấn mạnh cho tôi thấy tầm quan trọng chủ chốt: Trí tuệ giải quyết vấn đề.

Mỹ phẩm không làm cho Mary Kay Ash giàu có. Mary Kay tình cờ làm giàu bằng mỹ phẩm (trên thực tế, bằng cách lập ra tổ chức bán hàng tầm cỡ thế giới). Vải vóc không làm cho Roger Miliken giàu có. Roger Miliken tình cờ làm giàu bằng vải vóc. Bất động sản không làm cho Donald Trump giàu có. Donald Trump tình cờ làm giàu bằng bất động sản. Bạn có hiểu ý tôi không? Các doanh nhân thành công bởi vì họ dựa vào các nguyên tắc và triết lý hướng dẫn cuộc sống của họ - chứ không phải một sản phẩm hoặc một ngành cụ thể nào làm cho họ giàu có cả.

Cạnh tranh với chính mình để trở thành người giỏi nhất trong khả năng của bạn. Các doanh nhân biết rằng cạnh tranh với người khác là hạ thấp chuẩn mực của họ.

Donald Trump và tôi có thiên hướng về bất động sản. Nhưng chúng tôi không muốn bạn tin rằng bất động sản có thể làm cho bạn giàu có (mặc dù nó có thể làm được như vậy). Chúng tôi thuyết phục bạn nghĩ, “Tôi có

thể làm giàu bằng con đường bất động sản.” Các doanh nhân nhấn mạnh vào việc tích cực kiểm soát bản thân và trách nhiệm của mình.

Làm tăng lợi thế của bạn Một phương pháp kinh doanh có đảm bảo thành công trên bất kì lĩnh vực ngành nghề nào không? Đương nhiên là không. Đó chính là lý do tại sao các doanh nhân không giống với phần đông những người khác. Chỉ có rất ít người trong số chúng ta trải qua cuộc sống mà không gặp những thất bại lớn. Nhưng phương pháp kinh doanh lại đưa ra những nguyên tắc và triết lý rất cần thiết để hồi phục sau các thất bại.

Đụng độ với khó khăn không nhất thiết là phải trải qua khó khăn đó; bạn có thể cố gắng tránh nó bằng mọi cách. Tôi bao giờ cũng né tránh trước khi sử dụng hết mọi khả năng của mình.

Mặc dù quan điểm kinh doanh không phải là điều đảm bảo thành công chung nhưng điều đó sẽ làm tăng lợi thế của bạn lên gấp bội. Với 25 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực bất động sản và những công việc kinh doanh khác, tôi đã có thể nhìn lại để mổ xẻ và phân tích những thất bại của mình. Mỗi lần tôi để “vận xui” thắng thế là thêm một lần tôi đã vi phạm một nguyên tắc kinh doanh chủ đạo. Tệ hại hơn nữa, bây giờ tôi mới nhận thấy mỗi thất bại đều tiềm ẩn sâu bên trong nó một cơ hội thành công mà tôi vượt mất chỉ bởi vì rồi trí chỉ biết đứng kêu “Khốn khổ thân tôi!” Chứng bệnh này về phần nó đã cản trở khả năng hình dung và thực hiện nhiều mục tiêu đầy hi vọng của tôi.

Dẫn dắt cuộc sống của bạn bằng các nguyên tắc kinh doanh Để nghe có vẻ lạc quan hơn, tôi vui mừng thông báo rằng, cũng giống như Donald Trump, suốt cuộc đời từ trước đến nay tôi đã được may mắn vì gặp nhiều vận đỏ. Cả hai chúng tôi đều đã trải nghiệm thành công nhiều hơn là thất bại. Và chúng tôi tin rằng nếu bạn kế tục và sử dụng thành thực, nguyên tắc và triết lý kinh doanh của chúng tôi thì bạn cũng có thể đạt được một cuộc sống cá nhân thoải mái hơn nhiều và khả năng tài chính cao hơn nhiều (đồng thời bạn có thể tránh được một số sai lầm mà tôi hoặc Donald Trump đã mắc phải.)

Vậy dưới đây là suy nghĩ của chúng tôi về việc làm thế nào để bạn có thể trở thành nhà đầu tư bất động sản hạng nhất:

1. Nâng cao tư duy.
2. Lập trình tự vấn bản thân tích cực.
3. Đào giếng trước khi khát nước.
4. Cắt giảm lãng phí, cắt giảm vay mượn.
5. Lập thời gian biểu, định hướng cuộc sống.
6. Luôn đúng hẹn, giữ lời hứa, và thực hiện đúng thỏa thuận.
7. Học không ngừng, tiến bộ liên tục.
8. Đưa ra những quyết định quan trọng.

Bạn muốn có bằng chứng rằng những nguyên tắc này thực sự hiệu quả? Hãy nhìn quanh bạn. Ai là người đang sống một cuộc sống giàu có, thoải mái về mặt tinh thần và độc lập về mặt tài chính? Tôi cuộc rằng họ là những người tìm cách tiến lên phía trước chứ không dậm chân tại chỗ mà phàn nàn ca thán. Họ là những người làm theo những gì họ dự định, và trù tính trước những gì họ định làm. Họ nhìn thấy những khả năng ở nơi mà những người khác chỉ thấy những trở ngại. Những khả năng này bắt đầu bằng quan điểm.

NÂNG CAO TƯ DUY CỦA BẠN “Tư duy của bạn xác định tầm cao của bạn.” Để đạt được những mục tiêu lớn, hãy suy nghĩ tích cực, hãy suy nghĩ cao xa. Đó là quan điểm mà các diễn giả như Donald Trump, Zig Ziglar, Tony Robbins và Les Brown đề cập đến cho những thính giả của mình. Đừng có bỏ qua sức mạnh của tư duy tích cực vì coi nó chỉ là tâm lý bình dân. Ngày nay, không còn ai nghi ngờ về việc sức mạnh của tư duy tích cực đem lại những thay đổi mong muốn và lâu dài cho cuộc sống của bạn.

Đã có rất nhiều cuốn sách và ví dụ về sức mạnh của tư duy tích cực, thiết tưởng không cần phải nêu thêm nữa. Tuy nhiên, hàng ngày tôi vẫn thấy những trường hợp người ta bị ảnh hưởng bởi suy nghĩ tiêu cực ra sao. Như vậy, hoặc là họ không hiểu ý, hoặc đơn giản là họ không thêm quan

tâm. Tôi hy vọng rằng các bạn không nằm trong số đó bởi vì tôi không mấy kiên nhẫn với quan điểm tiêu cực đó.

Trong lĩnh vực y tế chẳng hạn, bác sĩ David Burns là nhà khoa học tiên phong thực hiện liệu pháp nhận thức giúp bệnh nhân phát triển quan điểm và niềm tin tích cực, giúp họ chế ngự được chứng trầm cảm suy nhược. (Hãy đọc cuốn sách bán chạy nhất của ông: Cảm thấy khoẻ.) “Tôi tư duy vậy thì tôi tồn tại” thậm chí tạo ra một chủ đề cho những cuốn sách tự lực được xuất bản ở thế kỷ 19. Cả khoa học và kiểm nghiệm của thời gian đã chứng minh rằng tư duy tích cực nâng cao hiệu quả hoạt động của con người. Chúng ta đã sống như những loài vật có tập quán, nhưng chúng ta hình thành những tập quán đó từ các quan điểm và niềm tin phổ biến và nhất quán.

Bạn đã nghe người ta nói, “Tôi chỉ tin nếu tôi nhìn thấy.” Nhà tâm lý học, tiến sĩ Wayne Dyer đảo cụm từ này thành, “Bạn sẽ nhìn thấy nếu bạn tin.” Trên thực tế, như tiến sĩ Dyer đã chỉ ra, niềm tin rằng bạn có thể đạt được mục tiêu bạn muốn sẽ thúc đẩy bạn tìm cách biến chúng thành hiện thực. Điều này củng cố lập luận là nếu bạn không tin mình có thể thực hiện được mục tiêu đã chọn thì bạn sẽ không bao giờ thử cố gắng hết sức.

Giữa những năm 1990, tôi đã thực hiện chương trình hội thảo quốc gia có tên “Hãy ngừng ngay việc thuê nhà!”. Chuyện trò với các đại biểu, tôi biết được rằng quan điểm và niềm tin tiêu cực của họ đã làm tiêu tan ước mơ sở hữu một ngôi nhà nhiều hơn là việc thiếu tín dụng, thu nhập, hoặc tiền mặt. Phần lớn những người này lẽ ra đã phải sở hữu một ngôi nhà riêng trước khi tôi gặp họ nhiều năm. (Đáng ngạc nhiên là những người này không phải ở lứa tuổi 20 như tôi tưởng, trái lại, hầu hết họ đã ngoài 35 tuổi.) Bởi vì họ đã tin tưởng sai lầm rằng họ không thể sở hữu một ngôi nhà nên họ không bao giờ tìm cho ra những kiến thức lẽ ra đã mở rộng tầm mắt của họ. Bị mù quáng bởi những niềm tin vớ vẩn nên họ không thể nhìn thấy những khả năng thực tế của mình. Để chống lại những ưu phiền gây nản chí này, tôi đặt tên cho chương đầu tiên của cuốn sách của tôi là “Đúng! Bạn có thể sở hữu ngôi nhà bạn muốn, ‘Tư duy + Giáo dục = Chủ sở hữu’.”

Tư duy và niềm tin của bạn thực sự xác định tầm cao của bạn. Tiến sĩ David Burns và tiến sĩ Wayne Dyer nói đúng đó, bạn sẽ nhìn thấy nếu bạn tin tưởng. Hãy đặt mục tiêu cao, rồi bằng kiến thức và giáo dục bạn hãy tìm ra cách chiến thắng những khó khăn và thách thức. Các doanh nhân suy nghĩ tích cực và suy nghĩ khoáng đạt. Còn bạn thì muốn thế nào?

LẬP TRÌNH TỰ VẤN TÍCH CỰC CHO MÌNH Bạn sẽ nói gì khi bạn nói chuyện với chính mình? Bạn có thường trừng phạt bản thân nhưng đồng thời lại chối bỏ trách nhiệm với hành vi của chính bạn? Bạn có thấy bản thân mình nói bất kỳ điều gì tương tự như những điều sau đây không:

- Tôi không thể nhớ nổi những cái tên.
- Lại một ngày đen đui!
- Điều đó vô ích!
- Tôi biết ngay điều này sẽ không có tác dụng!
- Tôi chỉ gặp may thôi.
- Tôi bất tài.
- Tôi không phải là người sáng tạo.
- Dường như tôi không có đầu óc tổ chức.
- Hôm nay không phải là ngày may mắn của tôi!
- Tôi không bao giờ mua nổi những thứ tôi muốn.
- Bất kể tôi làm gì đi nữa, tôi cũng chẳng thể giảm cân được.
- Tôi không bao giờ có đủ thời gian.
- Tôi không có đủ kiên nhẫn làm việc đó.
- Tôi chẳng bao giờ biết phải nói gì.
- Đen đui như tôi thì lấy đâu ra cơ hội!
- Tôi muốn bỏ hút thuốc, nhưng tôi không thể bỏ được.
- Mọi thứ chẳng đâu vào đâu cả.
- Tôi không có đủ năng lực như tôi đã từng có.
- Thực tế tôi đã kiệt sức rồi.
- Cứ đến cuối tháng thì tôi chẳng còn một xu dính túi.

• Tại sao tôi cứ phải cố gắng? dù thế nào đi nữa thì cũng chẳng ăn thua gì!

- Tôi chẳng bao giờ khá ở mặt đó.
 - Không ai muốn trả công tôi cho xứng đáng.
 - Tôi không khá môn toán lắm.
 - Tôi vừa mới giảm cân nhưng tôi lại tăng cân ngay lập tức.
 - Tôi không thể nhờ được ai làm bất cứ cái gì bao giờ!
 - Tôi không phải là người bán hàng.
 - Tôi luôn sợ đến cứng người khi phát biểu trước một đám đông •
- Hàng năm, cứ vào thời gian này tôi đều bị cảm lạnh.
- Tôi không được chuẩn bị trước.
 - Hình như tôi chẳng bao giờ đến nơi đúng giờ.
 - Ước gì tôi có thêm thời gian.
 - Ước gì tôi có thêm tiền Bạn sẽ trở thành cái mà bạn nghĩ đến nhiều nhất. Thành công hoặc thất bại của bạn trong bất kỳ việc gì, dù lớn hay nhỏ, sẽ phụ thuộc vào cách lập trình của bạn - những gì bạn tiếp thu từ những người khác và những gì bạn nói ra khi bạn nói với chính mình... Bạn càng nghĩ nhiều về bất kỳ điều gì theo một cách cụ thể, thì bạn sẽ càng cảm thấy rằng niềm tin đó phản ánh thực tế chính xác hơn.

Bạn có bao giờ để những câu tự thoại sau đây (hoặc những câu tương tự) kìm hãm những tư duy về khả năng làm giàu của bạn không?

- Đáng lẽ tôi phải đầu tư sớm hơn; lãi suất đang tăng trở lại.
- Tôi không bao giờ kiếm được khoản tiền cần thiết để đầu tư.
- Chúng tôi không có cách nào có thể cắt giảm chi phí nữa. Chúng tôi sắp cạn tiền rồi.
- Bất động sản không còn là cách đầu tư tốt nữa.
- Thế giới đầy người giàu và người nghèo. Tôi là một người nghèo.
- Với mức giá như vậy, thì thuê nhà rẻ hơn mua nhà.
- Tôi chẳng thể mua nổi một thứ gì tôi thích bày bán ngoài kia.

- Mức tín dụng của tôi quá thấp.
- Hoá đơn của tôi quá cao.
- Thời của chúng tôi khó khăn hơn thời của những thế hệ trước.
- Bạn bè tôi không ai có tiền đầu tư.
- Quá muộn rồi. Người mua trước đã gặp may.
- Tôi ngại đầu tư. Tôi chẳng biết phải khởi đầu ra sao.
- Tôi không biết bất kỳ môi giới bất động sản, đại diện ngân hàng cho vay, hay nhà đầu tư nào cả.
- Chắc chắn là tôi muốn mua bất động sản lắm chứ, nhưng tôi không có tiền.
- Chắc chắn rồi, một ngày nào đó tôi sẽ đầu tư.

Tự vấn tiêu cực cản trở tìm hiểu thực tế tích cực Người nào rơi vào vòng luẩn quẩn tự đánh bại mình như vậy không thể thấy được những khả năng của mình bởi vì chính họ loại bỏ những sự việc không phù hợp với niềm tin vô vọng của họ. Tệ hơn thế, họ từ chối tiếp thu khả năng. Để phá vỡ vòng luẩn quẩn này, hãy buộc bản thân mình ghi nhớ từng suy nghĩ hoặc ý niệm tiêu cực có thể làm bạn tách rời khỏi tương lai mà bạn muốn. Nối một điện cực tưởng tượng vào trí óc, rồi tự giật nảy mình lên mỗi lần bạn để cho suy nghĩ tiêu cực làm chập mạch những khả năng giải quyết vấn đề của bạn nhé. Bất kỳ khi nào những suy nghĩ đó nảy sinh, vớ lấy cái điều khiển (tinh thần) từ xa của bạn, chuyển sang chương trình khác. Mỗi câu nói trong danh sách những ví dụ tự vấn tiêu cực có thể chứa một tý thực tế, một tẹo sự thật. Không câu nào trong số đó phản ánh tất cả thực tế hoặc toàn bộ sự thật.

Mỗi lần suy nghĩ tiêu cực đến với bạn, hãy gạt nó đi. Thay thế nó bằng một suy nghĩ tích cực. Điều này rất mất công, nhưng kết quả đạt được là nghị lực - nghị lực tích cực - một yếu tố cần thiết để đạt được thành công.

Khi bạn bật sang kênh nét hơn, thì bạn đã đem lại một hình ảnh mới - một hình ảnh đem đến cho bạn một sự kiện và kiến thức khác đáng quan tâm hơn với bạn. Quan trọng hơn, khi nào bạn bật sang các kênh khác và

tìm kiếm những hình ảnh tích cực hơn, thì bạn nhận ra rằng bạn thực sự kiểm soát số phận của mình. Bạn không thể kiểm soát được các sự kiện và các tình huống trên thế giới này, nhưng bạn kiểm soát được cách bạn phản ứng với chúng.

Lập trình lại các đoạn băng tự vấn của bạn. Bạn làm thế nào để kiểm soát và phản ứng một cách hiệu quả? Bằng cách lập trình lại! Đầu tiên, hãy xoá tất cả các đoạn băng tự vấn tiêu cực mà bạn thường xuyên mở lại. Rồi ghi đè lên đó đoạn tự vấn tích cực. Khi bạn xoá những giới hạn bạn tự dựng lên, thì bạn hãy thay thế những giới hạn đó bằng các cơ hội. Để lấy ví dụ minh họa: hãy nghĩ kỹ những câu hỏi sau. Những cơ hội của bạn là gì? Đừng lo lắng nếu bạn không thể trả lời tất cả các câu hỏi này ngay bây giờ. Bạn sẽ trả lời được khi đọc xong cuốn sách này. Nhưng tôi muốn bạn thoát khỏi thói quen tra kiểm soát tốc độ (của ý nghĩ tiêu cực) và bắt đầu chuyển hướng để tăng tốc.

- Sáu cách có thể tiết kiệm nhiều hơn là gì?
- Sáu cách có thể cắt giảm chi tiêu là gì?
- Sáu cách có thể tăng thu nhập là gì?
- Những kế hoạch tài chính nào cho phép tôi đầu tư mà ít hoặc không bị thua lỗ?
- Bốn cách có thể vượt qua những khó khăn tài chính?
- Ai có thể làm gương hoặc làm thầy dạy của chúng tôi?
- Ai trong số những người tôi biết có thể giới thiệu cho tôi một nhà môi giới bất động sản đang làm việc với các chủ đầu tư?
- Các chỉ số kinh tế quan trọng nào là tích cực?
- Các kế hoạch cung cấp tài chính nào cho phép trả góp hàng tháng thấp hơn?
- Những thành phố và khu vực dân cư nào đang được định giá rẻ hơn và nhiều triển vọng phát triển?
- Chúng tôi có thể tìm được những bất động sản giá hời ở đâu và bằng cách nào?

- Có phương pháp nào để đầu tư dễ hơn?
- Làm thế nào để có thể thuyết phục người bán đề xuất cung cấp tài chính?
- Có thể tìm được tỷ lệ lãi suất thấp hơn thị trường ở đâu?
- Ai có thể giúp chúng tôi đầu tư: cha mẹ, gia đình, bạn bè, nhà đầu tư, chủ công ty nơi chúng tôi làm việc, những người đồng sở hữu, Donald Trump?
- 10 cách có thể tạo ra giá trị cho bất động sản này hoặc khu vực dân cư ở đó là gì?

Như tôi đã nói trước đây, nhiều khách thuê nhà bị kẹt tiền thuê tin rằng họ không có khả năng sở hữu một ngôi nhà. Họ tin rằng bản thân không thể tiết kiệm nổi, rằng họ không có đủ khoản tiền mặt thanh toán ngay theo hợp đồng, rằng họ không đủ điều kiện để vay thế chấp, rằng giá nhà hoặc tiền trả góp hàng tháng đã vượt quá tầm với của họ. Họ tin rằng gần như tất cả khó khăn của họ đều liên quan tới chữ T-I-Ề-N. Những khách thuê nhà vô vọng đánh giá quá thấp tiềm năng của chính mình. Là một nhà đầu tư tương lai, bạn có định giới hạn sự tiến bộ của bản thân bằng những ý niệm sai lầm tương tự hay không?

Khi bạn đọc các chương sau, đừng đánh giá mình quá thấp. Hãy đặt câu hỏi, vận dụng đầu óc, ghi chép lại, tô đậm ý tưởng mà bạn thấy có thể hiệu quả với bạn, suy ngẫm những khả năng kinh doanh của mình. Xem xét các khả năng lựa chọn sẵn có, tạo ra những lựa chọn thay thế. Nếu bạn muốn làm giàu bằng con đường bất động sản thì nhiều năm kinh nghiệm trong ngành bất động sản của tôi khẳng định rằng bạn có thể làm được. Con đường làm giàu của bạn sẽ bắt đầu ngay khi bạn từ bỏ những ý niệm tiêu cực tự hạn chế bản thân. Qua quan điểm và giáo dục tích cực, bạn có thể vươn tới đỉnh cao kinh doanh bằng danh sách những khả năng “có thể làm được - sẽ làm được”.

HÃY ĐÀO GIẾNG TRƯỚC KHI KHÁT NƯỚC!

Không ai kinh doanh bất động sản một mình được. Bạn cần có một mạng lưới quan hệ với những đại diện của các ngân hàng cho vay, các nhà môi giới bất động sản, các công ty chuyên về dịch vụ quyền sở hữu bất động sản, các thanh tra bất động sản, các luật sư, những người giám sát qui hoạch vùng/xây dựng, những người làm việc lật vạt, các nhà thầu, và đương nhiên, cả những người bán, những khách thuê nhà, và đôi khi là cả khách mua nữa.

Khi nào bạn nên bắt đầu gặp những người này, tìm hiểu về họ, và để họ biết về bạn? Câu trả lời là: Ngay bây giờ! Như Harvey McKay đã đặt vấn đề một cách thông thái: “Hãy đào giếng trước khi khát nước!”

Ngay bây giờ: Hãy tham gia câu lạc bộ đầu tư bất động sản tại địa phương. Hãy ra ngoài và gọi tới những đại diện của ngân hàng cho vay và người môi giới cho vay khác nhau. Hãy tìm hiểu những loại thương vụ mà họ đang làm. Hãy tìm hiểu những loại thương vụ họ muốn làm. Hãy hỏi xin tên những nhà cung cấp dịch vụ có thể tin cậy được, có đủ năng lực, và giá cả hợp lý. Chẳng bao giờ là quá sớm để xây dựng lên Rolodex của mình (hoặc Palm Pilot chẳng hạn).

Nhưng xin nhớ rằng, đừng bao giờ trở thành kẻ ăn bám - những kẻ chỉ biết nhận mà không bao giờ biết cho. Quan hệ tương hỗ là mục đích trọng yếu. Hãy hỏi xem có thể giúp đối tác bằng cách nào. Người kinh doanh trong ngành bất động sản (và các ngành dịch vụ liên quan) đánh giá cao những người giới thiệu. Khi bạn biết ai đó sắp sửa mua, bán, vay tiền hay cải tạo nâng cấp bất động sản, hãy nói cho họ danh sách những người cung cấp dịch vụ mà bạn muốn phát triển quan hệ với họ. Và ngược lại, hãy nói với người cung cấp dịch vụ đó rằng bạn sẽ giới thiệu một người cho họ và họ có thể liên hệ với người mà bạn biết (tất nhiên là khi người đó đã cho phép).

Một lần tôi giới thiệu một người bạn cũng là nhà đầu tư với một nhà môi giới bất động sản trước đây đã cùng làm vài thương vụ với tôi ở Dallas. Tôi chẳng nghĩ nhiều về việc này rồi sáu tháng sau, khi tôi mở hòm thư của mình và thấy một bức thư cảm ơn của nhà môi giới và một tấm séc

10 ngàn đô la. Hình như lần đó bạn tôi (người mà gần đây tôi không còn liên lạc nữa) đã chốt một hợp đồng mua một trung tâm mua sắm trị giá 2.7 triệu đô la ở vùng đó. Đó là quan hệ qua lại. Để xây dựng và nuôi dưỡng các mối quan hệ, bạn hãy thực hiện ba từ đầy ý nghĩa này: Cho để nhận.

HÃY CẮT GIẢM NHỮNG CHI TIÊU VÀ VAY MƯỢN LÃNG PHÍ
Những mục quảng cáo bất động sản trên các chương trình truyền hình buổi tối lôi kéo mọi người vào việc hưởng thụ xa hoa. Họ biết các khách hàng của họ (chủ yếu) không phải là doanh nhân. Các khách hàng của chương trình quảng cáo thương mại bao gồm đại bộ phận dân chúng đã tiêu dùng và vay mượn quá khả năng thanh toán của mình. Nếu không thì tại sao họ lại cứ cố nhấn mạnh lời rao hàng “không cần tiền mặt, không cần tín dụng”?

Nếu bạn tin vào lời rao hàng này, bạn có thể kết luận rằng bất động sản có thể nhanh chóng biến bạn từ người tiêu tiền như rác và nợ nần như chúa Chõm, trở thành triệu phú ketch xù mà không bao giờ bị thua lỗ và không bị ảnh hưởng gì tới tài chính. Mọi người đều được, không ai mất cả.

Các doanh nhân biết những điều khác hẳn. Để có được tài sản, hãy hợp lý hoá chi tiêu và bỏ bớt đi những khoản nợ vô ích. Nếu bạn kiếm được 60 ngàn đô la mỗi năm thì bạn hãy tiêu dùng 40 ngàn đô la (hoặc ít hơn). Nếu bạn kiếm được 100 ngàn đô la, thì hãy tiêu 60 ngàn đô la (hoặc ít hơn). Không bao giờ vay để chi tiêu vào việc mua ô tô mới, quần áo mới, đồ nữ trang, du lịch, giải trí, hoặc những cung cách mà theo kiểu “đời sống cao” khác. Chỉ sử dụng thẻ tín dụng cho những mục đích có lợi thôi, đừng bao giờ dùng thẻ để vay tiền chi tiêu vào những thứ vượt quá khả năng của bạn.

Thu nhập của bạn càng nhiều và khoản nợ vô bổ của bạn càng ít (là những khoản nợ chi tiêu vào tài sản mất giá hoặc chi tiêu vào việc hưởng thụ cuộc sống) thì bạn càng có thể tích lũy tài sản và đạt được tự do tài chính nhanh hơn. Hãy đọc cuốn Triệu phú sống kề bên của Thomas Stanley. Bạn sẽ thấy đại đa số triệu phú tự lập cắt giảm mạnh những chi tiêu và vay mượn cá nhân. Và quan trọng hơn là không chỉ có một “Giáo sư

Stanley” mà chúng ta biết đến mà có nhiều người vay mượn và chi tiêu phung phí trong những năm đầu khởi nghiệp làm giàu một cách nghiêm túc của họ.

Bạn muốn gây ấn tượng với các chủ ngân hàng hay những người bán bất động sản? Hãy gây ấn tượng bằng mức tín nhiệm tín dụng cao và bản cân đối tài chính có số dư lớn, chứ không phải bằng xe Mercedes mới, địa chỉ ở nơi danh tiếng, bằng đồng hồ Rolex hay comple hàng hiệu Armani. Đối với những doanh nhân đang học làm giàu thì cách tiêu tiền để tạo ấn tượng hại nhiều hơn lợi. Cách tiêu tiền ấy làm yếu dần sức mạnh đầu tư và vay mượn có ích của bạn. Nó chỉ làm cho bạn thêm mang tiếng là phường “rẻ cùi tốt mã” mà thôi.

HÃY LẬP THỜI GIAN BIỂU VÀ ĐỊNH HƯỚNG CUỘC SỐNG CỦA BẠN Nếu bạn có thời gian để quan tâm đến những chuyện nhỏ nhặt, tức là bạn chưa bận rộn với công việc của mình đủ mức.

Ngay bây giờ, hãy lập danh sách và diễn giải những mục tiêu quan trọng nhất trong đời bạn: sức khỏe, hình thể đẹp, giàu có, tự do, tình yêu, từ thiện? Và còn gì khác nữa? Thời gian và nỗ lực thực tế bạn đã đầu tư (sử dụng? lãng phí?) cho phù hợp với từng mục tiêu của bạn hợp lý đến mức nào?

Nếu bạn giống phần đông thiên hạ, sự uể oải sẽ tách bạn ra khỏi cuộc sống mà bạn mong muốn. Tại sao? Bởi vì bạn không đem lại tương lai bạn muốn vào hiện tại của mình. Bạn dành quá nhiều thời gian vào những mục tiêu và thú vui nho nhỏ. Bạn đầu tư quá ít thời gian vạch ra con đường đến với hy vọng của mình. Kết quả là hàng tuần, hàng tháng hàng năm trôi qua, và một số mục tiêu cũng như điều ưu tiên quan trọng nhất của bạn vẫn xa vời y như cũ.

Ba “Ngân quỹ” của bạn Mọi người đều phải đối diện với ba ngân quỹ đó là ngân quỹ trí tuệ, ngân quỹ tiền bạc, và ngân quỹ thời gian/hoạt động. Ngân quỹ trí tuệ của bạn cho biết cách bạn thể hiện suy nghĩ, thái độ và niềm tin của mình hợp lý đến mức nào. Bạn có sống bằng những lời tự thoại tiêu cực, bằng những giới hạn tự áp đặt và ham muốn yếu ớt không?

Hoặc bạn có khẳng định và khai phá những ý tưởng không hạn chế và những khả năng sáng tạo không? Về mặt tiền bạc, bạn có thích tiêu xài hơn là đầu tư không? Hoặc bạn có nguyên tắc về các khoản chi phí hiện tại và vay mượn vô bổ để đảm bảo tương lai giàu có không?

Lý tưởng nhất là đến lúc này bạn đã đánh giá và sửa đổi được quan điểm và ý niệm chủ đạo của bạn. Bạn đã tìm ra cách phân bổ tài chính của mình cho có lợi hơn. Ngay bây giờ, hãy đánh giá thời gian của bạn. Chắc chắn, bạn đã hỏi câu này: “Sao thời gian trôi đi nhanh thế?” Bây giờ hãy trả lời câu hỏi này đi.

Đánh giá việc sử dụng thời gian của bạn (nghĩa là Cuộc sống)

Là độc giả của cuốn sách này, bạn sắp xếp vào những mục tiêu của cuộc đời bạn. Cách bạn phân bổ thời gian có thể hiện được mục tiêu này không? Bạn sẽ sống 168 giờ tuần này, tuần sau và mỗi tuần sau đó. Bạn sẽ dành bao nhiêu thời gian để tìm kiếm bất động sản, xây dựng các mối quan hệ kinh doanh, đọc những cuốn sách và bài báo liên quan, và làm những việc khác để đưa bạn gần đến mục tiêu hơn?

Tôi thích những người nói thẳng vào vấn đề khi họ gọi điện hoặc đến gặp tôi. Nếu họ không làm lãng phí thời gian của tôi thì tôi sẽ sẵn sàng bớt thời gian để nói chuyện với họ.

Để trở thành một doanh nhân thành công, hãy quên đi việc “ôm cây đợi thỏ,” đừng có nghĩ “một ngày nào đó” hoặc “ước gì tôi có thời gian.” Hãy lập thời gian biểu. Hãy bỏ qua những hoạt động có tính ưu tiên thấp và ít ý nghĩa. Hãy đưa tương lai bạn muốn vào trong tầm ngắm của mình. Bạn sẽ thực hiện những hành động gì trong ngày hôm nay, tuần này và những tuần sau đó để giúp bạn gạt bỏ những từ “không làm, không thể, không nên” ra khỏi lời tự thoại của mình? Bạn có muốn thay đổi cuộc sống của bạn cho tốt hơn không? Hãy thay đổi cách sống của bạn ngay từ hôm nay.

ĐẾN ĐÚNG HẸN, THỰC HIỆN ĐÚNG LỜI HỨA VÀ THOẢ THUẬN Chúng tôi khuyến khích bạn xây dựng các mối quan hệ hữu ích ‘cho và nhận’. Muốn có được những thông tin, những người giới thiệu và những lời giới thiệu giá trị, thì hãy cung cấp cho những người khác những

thông tin, những người giới thiệu và những lời giới thiệu giá trị. Tuy nhiên sự nghiệp thành công của bạn đòi hỏi bạn nhiều hơn thế nữa: tính đáng tin cậy. Khi bạn đã thoả thuận thì phải thực hiện đúng với thoả thuận.

Bất động sản thu hút nhiều kẻ giả dối, những kẻ hay yêu sách, những kẻ nghiệp dư đầy tham vọng hão , những kẻ lừa đảo, những kẻ trốn việc và những kẻ hay lẩn tránh trách nhiệm. Bằng cách này hay cách khác, tất cả những kẻ tai tiếng này không thấy cần phải đến đúng hẹn, không cần thực hiện những lời hứa hoặc thoả thuận của họ. Họ đến muộn hoặc chẳng thèm đến nữa. Họ hứa vống lên rồi làm quá ít. Họ cứ kéo nêo đòi thêm ưu đãi nhân nhượng dù vụ thương lượng mua bán kết thúc đã từ lâu. Họ từ chối chốt hợp đồng chỉ vì những lý do rất nhỏ hoặc hoàn toàn không chính đáng.

Mặc dù thật kì quặc là một số trong số họ đã quanh quẩn trong ngành kinh doanh này nhiều năm nhưng họ lại không thấy rằng tiêu xảo chơi lẩn áp thiển cận của họ làm họ tổn kém nhiều hơn so với những gì họ có thể kiếm được nếu như cư xử đáng trọng hơn.

Khi tôi bắt đầu sự nghiệp của mình, tôi mong đợi những người bán sẽ cung cấp tài chính cho những vụ đầu tư bất động sản của tôi. Tuy nhiên, là sinh viên đại học thuộc tầng lớp trung lưu, tôi không có chứng nhận mức tín nhiệm tín dụng của ngân hàng và chỉ có một ít tiền mặt. Ấy vậy mà, chủ các bất động sản cho thuê đã gọi ngay cho tôi và ngỏ ý tự nguyện giúp đỡ. Tôi được hưởng lợi từ những người giới thiệu bởi vì tôi sớm tự khẳng định mình là một doanh nhân trẻ đầy hoài bão, một người luôn thực hiện theo đúng những lời hứa, các cam kết và hợp đồng.

Bài học ở đây là: Hãy tạo sự khác biệt giữa bản thân mình với những kẻ hay lẩn tránh trách nhiệm, những kẻ lừa đảo và những người hay yêu sách. Hãy khẳng định rằng bạn là người đáng tin cậy. Nếu buổi hẹn của bạn vào lúc 9 giờ 00, hãy đến vào lúc 8:55. Nếu bạn đã bắt tay thoả thuận thì sau đó đừng cố nài thêm ưu đãi nhân nhượng mà không theo nguyên tắc “cho để nhận - nhận để cho”. Nếu có gì thay đổi và bạn phải sửa đổi thoả thuận hoặc bạn phải bỏ cuộc vì những lý do hợp lý hoặc bất khả kháng thì bạn phải thảo ra một kế hoạch sửa đổi bản thoả thuận mà bạn có thể thực

hiện được theo đúng kế hoạch đó. Khi bạn chứng minh được rằng những người khác có thể tin vào bạn mà không phải lo lắng hay nghi ngại gì, tôi đảm bảo những vụ thương lượng mua bán rất hay sẽ tự tìm đến với bạn.

HỌC KHÔNG NGỪNG, TIẾN BỘ LIÊN TỤC Mỗi ngày đều có những thay đổi. Tỷ lệ còn trống chưa bán/chưa cho thuê được tăng lên. Lãi suất giảm xuống. Việc chuyển đổi bất động sản thành các căn hộ chung cư sở hữu tư nhân đã hết màu mỡ. Các tầng áp mái được ưa chuộng hơn. Các loại hình cung cấp tài chính mới xuất hiện. Các sửa đổi bổ sung của những điều luật qui hoạch vùng, luật thuế, hoặc luật thuê - cho thuê bất động sản được ban hành. Nhân khẩu học, cách sống và những sở thích mang tính chất văn hoá không bao giờ dừng ở một chỗ.

Đối với một số người mong muốn trở thành các nhà đầu tư, thay đổi tạo ra nhiều khó khăn. Đối với các doanh nhân, thay đổi báo trước cho họ những cơ hội kiếm lời.

Cơ hội hay Tuyệt vọng?

Giả dụ đó là năm 2002. Bạn sống ở San Diego. Giá bất động sản tăng nhanh đến mức bạn không thể tìm ra được một bất động sản nào có giá hợp lý trong bất kỳ khu vực dân cư nào mà bạn muốn đầu tư. Bạn phải làm gì đây? Phàn nàn chẳng? Tự nhủ rằng bạn đã bỏ lỡ cơ hội kiếm lợi lớn chẳng? Buộc tội bản thân bằng những “giá mà, đã có thể, lẽ ra phải” thế này thế nọ chẳng? Không, bạn không nên chọn bất kỳ cách phản ứng nào nêu trên.

Là một doanh nhân hướng tới các cơ hội, bạn nên đặt câu hỏi. Thăm dò các khu vực khác (như National City?) và các thành phố khác (như Las Vegas? Phoenix? Peoria?) Bạn nên điều tra xem liệu tất cả các loại bất động sản ở San Diego có cùng tăng giá nhanh như vậy không. Bạn nên đánh giá tiềm năng chuyển các căn hộ thành chung cư sở hữu tư nhân. Bạn nên nói chuyện với các thành viên của các câu lạc bộ đầu tư bất động sản nam California để học hỏi xem đồng tiền thông minh của những người kinh doanh thành công lưu thông như thế nào. Bạn nên mua và đọc những cuốn sách về việc tịch thu tài sản thế chấp để thế nợ, việc cải tạo nâng cấp hoặc xây dựng lại các bất động sản để làm tăng thêm giá trị và lợi nhuận, các

chung cư sở hữu tư nhân, các bất động sản có doanh thu thấp, quyền xiết nợ bằng thuế và cung cấp tài chính sáng tạo.

Phần lớn mọi người khi nhìn thấy cánh cửa cơ hội đóng lại, họ sẽ từ bỏ ngay ý định. Họ viện đến những lời tự thoại để biện bạch cho sự thất bại của họ. Các doanh nhân biết rằng với mỗi cánh cửa đóng lại thì lại có một cánh cửa khác mở ra.

Tìm kiếm các khả năng Xin lấy một ví dụ điển hình! Trong suốt năm 2004 và 2005, tôi diễn thuyết trong các chương trình Người cha giàu có của Robert Kyosaki ở Los Angeles, San Jose và San Francisco. Ở đó tôi nói chuyện với cả tá người California luôn tích cực tìm ra những ý tưởng đầu tư mới. Họ không thất vọng vì giá bất động sản cao mà cũng chẳng bị ảnh hưởng về việc các phương tiện truyền thông đại chúng suốt ngày ra rả về thị trường. Những người có tài xoay sở này biết họ có thể kiếm tiền bằng con đường bất động sản bằng cách nào đó và ở nơi nào đó.

Công việc của họ là học tất cả những gì họ có thể và hành động dựa trên kiến thức mà họ học được.

Không ai có thể thành công với toà nhà ở số 40 Phố Wall (nơi bây giờ là Trường đại học Trump). Nói vậy tức là họ đã tự giới hạn khả năng của họ.

Tương tự như vậy, tháng trước tôi phát biểu ở một triển lãm bất động sản ở London về các biệt thự và chung cư sở hữu tư nhân ở Dubai, thủ đô của Các tiểu Vương quốc Ả rập thống nhất. Chương trình này thu hút 2.300 vị khách. Đối mặt với giá cả cao ngất trời ở London (và cả thời tiết ẩm đạm nữa chứ), những người tham gia ham học hỏi này không nhụt chí đầu tư vào bất động sản. Họ đến với triển lãm bất động sản Dubai ở London với đầu óc cởi mở và tư duy tìm kiếm cơ hội. Họ muốn tìm hiểu xem họ có thể kiếm lời như thế nào từ thành phố đầy ánh mặt trời phát triển nhanh nhất trên thế giới này (25 tỷ đô la giá trị các công trình đang xây dựng, 25 tỷ đô la nữa trong giai đoạn qui hoạch và thiết kế).

Bạn đang đi trên con đường của mình Bạn đang đọc cuốn sách này. Rõ ràng là bạn khát khao học hỏi. Nhưng đừng dừng lại ở đây. Hãy làm cho

việc học trở thành cuộc tìm kiếm tri thức và nâng cao cuộc sống suốt đời mình. Hãy đọc, tham dự các cuộc hội thảo và hội nghị, tham gia các khoá học ngắn hạn (chẳng hạn như các khoá học của Trường đại học Trump), hãy xem xét các bất động sản và nói chuyện với mọi người. Đừng nghĩ rằng học hành là một việc rời rạc ngắt quãng. Hãy tìm cách học liên tục dù bạn đang ở đâu và dù bạn đang làm gì.

Tất cả những người bạn biết hoặc gặp vào lúc này hay lúc khác đều đã mua, bán, thuê, cung cấp tài chính, đầu tư hoặc nâng cấp cải tạo bất động sản. Học từ kinh nghiệm của họ. Sử dụng kiến thức đó để tạo ra ý tưởng và nâng cao thành tích của mình.

Bây giờ chúng ta hãy chuyển sang đặc điểm kinh doanh thứ tám và có lẽ là quan trọng nhất, làm thế nào để đưa ra những quyết định quan trọng.

4

ĐƯA RA NHỮNG QUYẾT ĐỊNH QUAN TRỌNG

TƯ VẤN VỚI CÁC CHUYÊN GIA, TIN TƯỞNG VÀO CHÍNH MÌNH

Ông Trump nói: "Quá nhiều người thuê các nhà tư vấn tài chính và các chuyên gia mà không nhận ra rằng các nhà tư vấn này có thể khiến họ thất bại." Mặc dù Trump thường xuyên hỏi ý kiến và dựa vào các chuyên gia tầm cỡ thế giới, chẳng hạn như nhà thiết kế sân golf Tom Fazio và các kiến trúc sư Helmut Jahn và I. M. Pei nhưng ông không bao giờ từ chối trách nhiệm của mình là ra quyết định cuối cùng sau hàng loạt những câu hỏi và nghiên cứu không ngừng.

Chẳng hạn, trong một dự án, ông Trump đã thay thế Helmut Jahn bởi vì ông đã khẳng định rằng Jahn làm việc không ăn ý với các nhân viên qui hoạch của thành phố New York. Đến giai đoạn nghiên cứu thị trường, ông Trump tự ra quyết định. Ông đã không thuê đội ngũ tư vấn huênh hoang tự phụ để họ bảo ông phải xây dựng ở đâu hoặc phải chú ý đưa thêm những đặc điểm gì vào bất động sản. Trước tiên, ông tìm cách hiểu các khách hàng mục tiêu của mình.

Tôi hỏi Jill Cremer, Phó chủ tịch về Phát triển và Tiếp thị của tổ chức Trump về các bí quyết mà tổ chức này sử dụng để tìm vị trí cho các dự án xây dựng. Cô cười và nói: "Chúng tôi hỏi ông Trump, đó là tất cả sự tìm kiếm của chúng tôi." Cô còn nói ông ấy cũng lựa chọn thăm trải, các chi tiết hoàn thiện và các chi tiết kiến trúc nội ngoại thất của toà nhà.

Trong một trường hợp khác, ông Trump đã hoàn toàn giao phó những nhiệm vụ chính yếu trong việc quản lý bất động sản cho người khác để rồi

sau đó khi những trục trặc xảy ra, ông ân hận vì đã không quan tâm tới việc này. Ông kêu lên: "Tôi đã phạm sai lầm nghiêm trọng. Lẽ ra tôi đã phải tham gia vào việc này ngay từ ban đầu."

Đương nhiên là, một người điều hành công ty có qui mô cỡ tổ chức Trump không thể tự làm mọi thứ được. Mặc dù vậy, ông Trump không phải là Kenneth Lay. Nếu có điều gì xảy ra, ông Trump sẽ có mặt ở đó để chịu trách nhiệm. "Tôi muốn hỏi ý kiến của những người khác trước khi tôi quyết định", ông Trump nói vậy, "nhưng tôi có được nhiều kiến thức bằng cách đặt câu hỏi hơn so với bằng cách dựa vào báo cáo tư vấn."

Hỏi ý kiến các chuyên gia, nhưng không bao giờ nhường quyền quyết định của mình cho họ. Hãy đặt câu hỏi cho tất cả mọi người và bất kỳ ai. Frank McKinney, một nhà đầu tư phát triển bất động sản tiêu biểu, chủ dự án nhà ở đặc biệt trị giá 50 triệu đô la ở Florida, kể một giai thoại về ông Trump. "Lần đầu tiên tôi gặp ông Trump," Frank nói, "ngay lập tức ông lướt qua những chuyện xã giao phù phiếm. Trong 30 phút sau đó, ông ấy tung ra cho tôi một loạt câu hỏi để biết làm sao mà tôi thăng lớn được trong thị trường cao cấp này. Tôi chưa bao giờ gặp bất kỳ ai hỏi nhiều đến vậy."

Phần lớn mọi người sợ thành công: họ sợ phải cam kết, họ cũng sợ phải quyết định. Họ nhường lại một lợi thế rất lớn cho những người như tôi, những người biết đưa ra những quyết định quan trọng.

Bạn có luôn nghiền ngẫm những câu hỏi kiểu như: "Tôi nên làm gì"? Bạn có bao giờ không vừa ý hay muốn thay đổi lại những việc đã quyết không? Bạn có tiếc những quyết định đã qua? Những quyết định trước đây của bạn có khi nào không tạo ra những kết quả mà bạn muốn? Bạn muốn ra được những quyết định tốt hơn trong tương lai không? Nếu bạn trả lời "có" bất kỳ câu hỏi nào nêu trên (Ai trả lời "không" nhỉ?) thì đây là cách đưa cuộc sống của bạn đến tương lai tươi sáng hơn: Sửa đổi lại phương pháp đưa ra quyết định của mình mỗi khi nó được áp dụng vào việc đầu tư và cuộc sống của bạn.

CUỘC SỐNG CỦA BẠN PHỤ THUỘC VÀO PHƯƠNG PHÁP BẠN DÙNG ĐỂ ĐƯA RA QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ CỦA BẠN Bạn có

thể suy nghĩ tích cực, dập tắt những lời tự thoại tiêu cực, lập kế hoạch cho mình, lập mạng lưới kết nối và học tất cả mọi thứ. Tuy nhiên, để trở thành nhà đầu tư bất động sản cỡ “thiện xạ”, bạn còn phải tìm ra cách điều chỉnh tiêu cực, tiêu điểm, và thời điểm bóp cò súng.

Đôi khi chúng ta phải bàn bạc trong phòng họp của lãnh đạo hàng giờ để có được tất cả thông tin chúng ta cần cho việc ra những quyết định thông minh.

Nói về bất động sản cũng như về các vấn đề của cuộc sống, không gì có thể thay thế khả năng thực hiện những quyết định quan trọng - những quyết định càng nhanh chóng đưa bạn về nơi bạn cần đến càng tốt. Không may là chỉ có rất ít (nếu có) khoá học và trường đại học giúp được bạn tìm hiểu vấn đề này. Thông thường chúng rất dài dòng về cách giải quyết vấn đề nhưng quá ngắn về cách làm thế nào để chuyển những “giải pháp” đó thành những hành động sinh lợi.

Sự thực ngược lại với giáo điều: “Tri thức không phải là sức mạnh”. Để truyền sức mạnh cho cuộc sống của bạn, bạn phải đưa kiến thức vào công việc. Nếu cứ ngồi đó mà nói: “Tôi biết tôi lẽ ra đã phải...” thì không thể làm cho công việc hoàn thành được. Có cách nào làm tăng lợi thế của bạn để quyết định của bạn phải đền đáp cho bạn theo cách mà bạn muốn không? Dễ thôi. Đừng tập trung vào quyết định bạn phải đưa ra.

Đầu tiên, thiết lập một hệ thống ra quyết định đảm bảo thành công. Tôi đã nghe người ta phàn nàn thế này hàng trăm lần: “Này anh, tôi đã xử lý kém quá. Tôi đã có một quyết định tồi tệ khi tôi... “. Nhưng hiếm khi thấy ai kêu lên thế này: “Thế đấy, quyết định của tôi hoá ra dở ẹc bởi vì phương pháp ra quyết định của tôi tệ quá.” Thông thường lỗi nằm ở phương pháp quyết định.

Vì vậy, chúng ta hãy nói về hệ thống. Chúng ta hãy cùng nỗ lực nâng cao chất lượng phương pháp ra quyết định đầu tư của mình. Đây là năm lời gợi ý có ích:

1. Sắp xếp thứ tự các việc ưu tiên, khám phá những khả năng.
2. Tìm cách tiếp cận thực tế ngay.

3. Sử dụng thận trọng các kinh nghiệm.

4. Cân nhắc lời khuyên và lời giới thiệu (của chuyên gia hoặc của người khác).

5. Sắp xếp suy nghĩ của mình.

SẮP XẾP THỨ TỰ CÁC VIỆC ƯU TIÊN, KHÁM PHÁ NHỮNG KHẢ NĂNG “Chả hiểu lúc đó mình nghĩ thế quái nào ấy nhỉ?” Chắc chắn bạn đã hỏi bản thân câu đó. Thông thường, câu hỏi này ra trong óc bạn khi bạn nhận ra rằng quyết định của mình dường như đã chệch hướng. Quyết định đó chẳng liên quan mấy đến những việc ưu tiên và các cơ hội có lợi. Muốn tránh lạc lối, bạn cần hiểu rõ cảm giác, giá trị và những việc ưu tiên của bạn. Hãy nghĩ đến nhiều cách khác nhau để đạt tới mục đích đầu tư của mình.

Sắp đặt những việc ưu tiên Hãy tự hiểu mình. Phải biết bạn muốn điều gì, biết bạn muốn theo đuổi những mục tiêu và hoạt động nào. Sắp xếp những việc ưu tiên của mình theo thứ tự quan trọng. Nếu không sắp xếp những việc ưu tiên theo thứ tự để hướng dẫn quyết định của mình, thì hoặc là bạn cứ trôi theo dòng đời không định hướng hoặc cuộc sống của bạn sẽ đầy lộn xộn rối ren như trong vở hài kịch Marx Brother. Bạn mãi mãi chạy đôn chạy đáo theo hướng này hướng kia nhưng chả hướng nào đến được nơi bạn muốn.

Phát triển các khả năng của bạn Bạn có thể biết bạn muốn đi đâu nhưng bạn không biết phải làm thế nào để đến được nơi đó. Thông thường người ta không ra được quyết định phù hợp với những mục đích và ưu tiên của họ vì họ đã giới hạn rất hẹp danh sách lựa chọn của họ. Như tôi đã đề cập ở phần trước, tôi gặp rất nhiều người thuê nhà trong các chương trình Hãy ngừng thuê nhà ngay!. Những người này thực sự rất coi trọng việc sở hữu một ngôi nhà nhưng lại cản trở bản thân mình đạt được mục tiêu đó. Họ không đặt nỗ lực để tìm hiểu những khả năng của họ.

Lý do mà tôi có thể hành động nhanh là vì tôi đã chuẩn bị những công việc cơ bản trước, điều này không phải ai cũng thực sự để ý.

Tương tự như vậy, tôi thấy những người bán nôn nóng bán phá giá những bất động sản có vấn đề của mình. Tuy nhiên, các nhà đầu tư khác mua những thứ “phế phẩm” đó và biến chúng thành những thứ hái ra tiền. Đó là lý do tại sao các doanh nhân hiểu biết cần kiên trì xây dựng nên nhiều ý tưởng và kiến thức dự trữ cho mình. Khi nào bạn có được vốn dự trữ khả năng đa dạng và rộng lớn, bạn sẽ phát hiện ra cơ hội ở những nơi mà người khác đang thất bại. Trong các chương sau, bạn sẽ thấy rất nhiều vấn đề mà từ đó bạn có thể rút ra những ý tưởng để đánh giá và tạo giá trị, và quan trọng không kém là bạn sẽ phát hiện ra cả những rủi ro (và nguy hiểm nữa). Đương nhiên là không phải mỗi lần bạn sẽ sử dụng từng ý tưởng một, mà toàn bộ vốn ý tưởng dự trữ này sẽ thúc đẩy khả năng tư duy của bạn về khả năng: Cái gì sẽ thành công? Cái gì sẽ thất bại? Những quyết định thấu đáo dự kiến trước được cả hai loại kết quả.

CẦN HIỂU CHÍNH XÁC CÁC THÔNG TIN Những quyết định có chất lượng đòi hỏi các thông tin và dữ liệu chính xác. May thay, những thông tin này không đến dễ dàng. Tại sao lại là may? Bởi vì trong khi những người khác bị chơi xỏ bằng những dữ liệu vớ vẩn từ những gã ba hoa thì phương pháp thận trọng của bạn sẽ cho bạn lợi thế cạnh tranh để xử lý công việc thực tế, chứ không phải một việc mơ hồ. Trước khi bạn chấp nhận những cái gọi là thông tin đó, bạn cần ngẫm nghĩ, phân tích và kiểm tra lại chúng đã.

Khi tôi bắt đầu thực hiện một thương vụ, tôi dành nhiều thời gian nghiên cứu từng chi tiết liên quan đến thương vụ đó. Đến tận bây giờ tôi vẫn làm như vậy đấy.

Ai đó sẽ bảo bạn: “Tỷ lệ bất động sản còn trống chưa cho thuê được trong khu vực này đã tăng vọt lên 9%. Giờ không phải là lúc thích hợp để đầu tư vào bất động sản cho thuê”. Bạn hiểu thông tin này như thế nào?

Thông tin tương phản với ý kiến Để hiểu đúng các thông tin, phải phân biệt thông tin với các ý kiến. Ý kiến hay giả mạo sự thật. Hãy nhận ra sự khác biệt. Dù rằng con số 9% tỷ lệ còn trống là đúng theo một vài ý nghĩa nào đó thì ý kiến có tính chất can ngăn tiếp theo đó chỉ là một quan

điểm có thể đúng hoặc không. Hãy tỉnh táo! Nhiều thông tin mà bạn tìm kiếm khi đến được với bạn thì chỉ có một phần là sự thật (hay “thông tin”) thôi, phần còn lại là ý kiến. Hãy phân biệt rõ hai điều này.

Đôi khi ý kiến thậm chí ở dưới dạng kiến thức phổ thông, như cái được gọi là ảo tưởng về bất động sản chẳng hạn. Ý kiến “ảo tưởng” về bất động sản chỉ có giá trị duy nhất là ý kiến, thế thôi! Tuy nhiên những người bình luận trên phương tiện truyền thông lại làm cứ như thể ý kiến đó là sự thật vậy. (Như bạn sẽ thấy ở các chương sau, các học giả, mà nhiều người trong số họ có liên quan đến Phố Wall, đã xây dựng nên một lâu đài lý thuyết trên cát mà không cần gia cố cọc móng bằng những sự thật và lập luận thích đáng).

Tỷ lệ bất động sản còn trống chưa cho thuê được là 9%: Thực tế, “thông tin” hay là tưởng tượng Tôi gọi một mẫu dữ liệu là thực tế khi bạn có thể kết hợp nó vào bản phân tích hay quyết định của mình một cách hợp lý. Chẳng hạn, bạn có thể tìm được thông tin về lãi suất, mức giá thuê căn hộ, danh sách bất động sản cho thuê, giá bán bất động sản, thời điểm trên thị trường, tăng trưởng dân số và số lượng bất động sản rao nhưng chưa bán được (tồn kho).

Vậy còn các tỷ lệ còn trống chưa cho thuê/bán được thì sao? Những con số này thường phản ánh “thông tin” hoặc sự tưởng tượng nhiều hơn. Nói đến “thông tin” là ở đây tôi muốn nói đến con số thể hiện một chút sự thật, nhưng sự thật này chỉ có giá trị hạn chế trong dạng thức nguyên sơ của nó mà thôi. Khi được các bản nghiên cứu thị trường và các hãng môi giới đầu tư/thương mại báo cáo thì các tỷ lệ còn trống này thường rơi vào phạm trù “không chắc chắn” - tức là có tính chất thông tin nhưng cần kiểm tra kỹ hơn.

Trước khi tin vào những con số này, hãy sáng suốt đặt những câu hỏi sau đây:

- Ranh giới địa lý cụ thể nào khoanh vùng khu vực được nghiên cứu đó?

- Các nhà nghiên cứu thu thập dữ liệu như thế nào? Những sai sót nào trong quá trình thu thập dữ liệu có thể bóp méo dữ liệu?

- Tỷ lệ còn trống chưa cho thuê được 9% trên thị trường này khác nhau như thế nào đối với các tòa nhà khác nhau, tính theo kích cỡ tòa nhà, chức năng kết hợp, mức giá thuê, các tiện nghi, các đặc điểm, điều kiện, vị trí v.v...? (Có thể là, trong toàn bộ khu vực nghiên cứu, một tòa nhà lớn với 400 căn hộ do Ban Vấn đề Nhà ở Công cộng và Thổ dân của Bộ Phát triển Nhà ở và Đô thị của Mỹ quản lý thì tỷ lệ còn trống là 40% nhưng có thể các căn hộ studio một phòng thì khách thuê còn đang phải xếp hàng trên danh sách chờ thuê, còn các căn hộ nhỏ có ba phòng ngủ, một phòng tắm có thì lại khó mà tìm được khách thuê). Khi nói về tỷ lệ bất động sản còn trống chưa cho thuê/bán được (chẳng hạn), thì phân khúc thị trường và các thị trường ngách là những yếu tố rất quan trọng.

- Các tỷ lệ này sẽ dẫn đến đâu? Một bức ảnh nhỏ hiếm khi thể hiện một quang cảnh đầy đủ và sống động được. Vì vậy bạn cần những đặc điểm xu hướng và các dự đoán có cơ sở về tương lai.

Suy nghĩ, Phân tích, Xác minh Các doanh nhân hiểu biết tìm kiếm kiến thức trên tầm những kiến thức, “thông tin” và ý kiến thông thường, hoặc những kiểu nói vòng vo lắt léo hay những điều khẳng định tương tượng. Họ biết thông tin có giá trị góp phần tạo ra những quyết định có giá trị. Khi bạn tiến xa hơn trong lĩnh vực bất động sản (và cả trong cuộc sống nữa), hãy sử dụng thật nhiều chi tiết dữ liệu và nguồn thông tin khác nhau. Trước khi bạn diễn giải, hãy suy nghĩ, phân tích và xác minh. Tránh việc đánh giá vội vàng. Thế giới này đã có đầy quyết định vô nghĩa, nhưng với những thông tin có thật bạn có thể làm tốt hơn mọi người.

Napoleon đã nói: "Người chỉ huy có quyền bị đánh bại nhưng không bao giờ được phép ngạc nhiên." Bạn phải hiểu các khách hàng của mình!

THẬN TRỌNG SỬ DỤNG KINH NGHIỆM Gần đây, tôi đã mua một bất động sản của một chủ sở hữu ở ngoại ô. Ông chủ này trên thực tế không muốn bán, thậm chí ông còn chưa từng đưa bất động sản của mình ra thị trường.

Ấy vậy mà, tôi đã thuyết phục ông xem xét đề xuất giá hào phóng của tôi là 90 đô la cho mỗi foot vuông.

Giả sử là chủ sở hữu đã mua bất động sản đó cách đây nhiều năm, thì đề xuất của tôi với ông là vận may bất ngờ. Ông tỏ ra rất hứng thú. Tuy nhiên, vì ông sống ở xa và thiếu thông tin cập nhật về giá bất động sản trong vùng nên ông bảo tôi rằng trước khi ký hợp đồng, ông muốn kiểm tra lời đề nghị của tôi dựa vào lời khuyên của môi giới bán hàng.

Môi giới của người bán nói: “90 đô la/1 foot vuông là quá thấp. Giá hiện tại là khoảng 100 đô la/1 foot vuông”.

Người bán gọi lại cho tôi và bảo rằng ông sẽ bán ở mức giá 100 đô la/1 foot vuông Tôi kêu lên: “Giá đó quá cao. Chỗ đó cần phải sửa sang rất nhiều. Ông đang ép giá tôi vì ông biết tôi muốn mua nó”.

Trời ơi! Lời kêu than và mặc cả của tôi đã rơi vào đôi tai điếc. Rồi tôi đành nhượng bộ. “Thôi được,” tôi trả lời, “giá đó cao hơn tôi nghĩ nhiều, nhưng tôi có thể cố theo đến giá 100 đô la/1 foot vuông được. Ông đòi tôi cái giá cắt cổ!”.

Định giá “Ôi trời!” người định giá cho vay thế chấp đã kêu lên khi tôi đưa anh đi xem bất động sản đó. “Cứ tính theo cái giá mà ông trả, tôi nghĩ rằng nơi này chắc hẳn tiêu điều hoang phế lắm. Tôi sẽ báo cáo giá thẩm định thấp nhất của tôi đối với chỗ này, nhưng nó vẫn phải cao hơn giá ông mua 20%. Làm thế nào mà ông lại vớ được vụ mua hời đến thế?”

Sai lầm của chủ sở hữu/môi giới Khi mà môi giới của người bán cho người bán cái giá tính theo - kinh - nghiệm của cô ta là 100 đô la/1 foot vuông, thì cô ta đã học thuộc bài “thông tin” chứ không phải thực tế. Thực tế là, tính trung bình thì bất động sản ở vùng đó đã bán được cái giá mà cô ta nêu ra. Tuy nhiên, chủ sở hữu không nên dựa vào kinh nghiệm đó vì hai lý do:

1. Lạc hậu: Vào thời điểm đó, bất động sản trên thị trường tăng giá rất nhanh. Con số theo kinh nghiệm là 100 đô la/1 foot vuông phản ánh cái giá của những vụ mua bán đã được chốt trong quá khứ rồi chứ không phải

là giá của những hợp đồng mua bán đang được giao dịch. Gần đây nhất, nhiều khách mua đã trả giá cao hơn giá đó từ 10 % - 15%.

2. Các đặc điểm riêng biệt: Đây là yếu tố thứ hai: bất động sản hướng đến đối tượng khác nhiều với bất động sản thông thường. Các căn hộ trong đó có thiết kế mặt bằng sàn rộng thoáng, nhìn ra vườn và thiết kế nội thất sáng sủa (do có cửa sổ trên mái nhà và nhiều cửa sổ lớn). Các căn hộ đó cũng nhỏ hơn những căn hộ bình thường. (Những điều kiện khác đều như nhau thì những căn hộ nhỏ hơn có xu hướng bán được giá cao hơn - tính theo đơn vị foot vuông - so với những căn hộ lớn hơn.)

Đừng bao giờ quyết định dựa vào kinh nghiệm Trong ngành bất động sản, bạn sẽ tình cờ gặp rất nhiều kinh nghiệm (sẽ được thảo luận ở các chương sau). Các chỉ số chung áp dụng cho cách tính toán, chẳng hạn như thu nhập cho thuê trừ đi lãi suất vay vốn, giá tính theo đơn vị foot vuông, giá thành xây dựng, chi phí năng lượng, chi phí cải tạo nâng cấp, các tỷ lệ chi phí bảo trì, giá cho thuê nhà, tỷ lệ còn trống chưa bán/cho thuê được, v.v... Đừng bao giờ coi những kinh nghiệm về các vấn đề này như là thực tế.

Hãy điều tra sâu hơn. Mỗi thị trường, mỗi bất động sản đều có các đặc điểm và điều kiện riêng. Trước khi bạn áp dụng bất kỳ thông tin hoặc kinh nghiệm nào, hãy xác minh lại sự liên quan cụ thể của chúng với bất động sản hoặc vấn đề của mình. (Tất nhiên là, khi nào bạn đàm phán việc mua hoặc bán, hãy sử dụng kinh nghiệm theo hướng có lợi cho mình để thuyết phục đối tác rằng đề xuất của bạn là hợp lý và chính đáng.)

HÃY CHẤT VẤN NHỮNG LỜI KHUYÊN VÀ GỢI Ý(CỦA CHUYÊN GIA VÀ NHỮNG NGƯỜI KHÁC)

Các bậc thầy trong ngành bất động sản bảo bạn cách xác lập một nhóm người mà bạn có thể xin họ tư vấn và giới thiệu. Trong thế giới phức tạp của chúng ta, không một người nào có thể biết hết mọi thứ. Đó chính là lời khuyên hay.

Tôi và các chuyên gia của mình rà soát đến từng chi tiết. Những chuyên gia này cùng nhóm với tôi, nhưng tôi mới là nhà chiến lược xuất

sắc.

Hãy chú ý đến lời cảnh báo này: Đừng bao giờ nhường quyền ra những quyết định quan trọng cho các cố vấn của mình - dù họ là những người bạn rất đáng tin cậy, là những người trong gia đình hay các chuyên gia tầm cỡ thế giới. Hãy nhớ lại ông chủ sở hữu ở vùng mà tôi đã mua bất động sản. Ông ấy đã bất cẩn dựa vào môi giới bất động sản của mình. Làm như vậy là ông đã từ bỏ món lợi nhuận lẽ ra phải được tới 130 ngàn đô la.

Những người mà bạn xin tư vấn có thể làm bạn thất bại, thua lỗ vì nhiều lý do, một số vì lòng tốt, một số thì không. Dù theo cách nào đi nữa, thì quyết định của bạn (và tài khoản ngân hàng của bạn) sẽ phải gánh chịu hậu quả. Khi làm việc với các nhà tư vấn đầu tư, hãy đề phòng năm cạm bẫy sau đây:

- Lời khuyên hay sự đồng ý?
- Kiến thức hay sự ngu dốt?
- Ý thích của mình hay của họ?
- Mâu thuẫn lợi ích?
- Họ là thầy bói nói mò hay những người được lăng-xê bởi giới truyền thông?

Lời khuyên hay sự đồng ý?

Tự hỏi bản thân, “Mình có thực sự cần một nhóm tư vấn phê bình không?” Chúng ta đều biết rằng người ta thường xin lời khuyên mà sự thực thì muốn có được sự tán thành với ý kiến của mình. Để đáp lại, chúng ta cũng tán thành. Tại sao lại phải tranh cãi? Người được khuyên sau đó viện vào sự tán thành này để tiếp tục biện minh cho những gì mà mình muốn làm.

Để tận dụng nhiều nhất từ một lời khuyên, hãy chắc chắn rằng bạn đang tìm kiếm một lời khuyên chân tình nhất. Sau đó, hãy lắng nghe, cân nhắc, hiểu nó và sử dụng nếu bạn thấy đó là lời khuyên sáng suốt. Nếu bạn thực sự không muốn có thêm triển vọng, sự sáng suốt hay sự phê bình nữa thì bạn đừng làm khổ các cố vấn bằng sự vờ vĩnh của mình. Đừng tìm

những lời khuyên vì lý do giống như kẻ say đi tìm cột đèn đường - tức là tìm chỗ dựa, chứ không phải sự khai sáng.

Nếu điều bạn muốn là sự ủng hộ hoàn toàn những ý tưởng đã hình thành từ trước của bạn, thì bạn bè, gia đình, hoặc các nhà tư vấn có lẽ đã buộc lòng phải làm như vậy đối với bạn. Tuy nhiên, nếu vậy, bạn hãy nhận ra thực chất của lời khuyên đó - nó mang tính chất thoả hiệp kiểu “gió chiều nào xoay chiều ấy” chứ không phải là một lời khuyên vô tư.

Kiến thức hay sự ngu dốt?

Những người mà bạn xin lời khuyên có đủ thông tin, đủ kinh nghiệm và đủ thành thạo để tư vấn cho bạn một cách khôn ngoan không? Trừ phi bạn bè hay họ hàng của bạn gần đây đang tìm mua bất động sản ở cùng thành phố và khu vực dân cư nơi bạn đang tìm kiếm, nếu không, họ không thể bảo bạn liệu giá bạn định mua có hời hay không. Nếu chị gái là luật sư của bạn chưa nhìn thấy một hợp đồng bất động sản nào kể từ hồi học khoá Bất động sản 101 trong trường luật, thì chắc chắn chị gái bạn không thể là người xem xét tư vấn hợp đồng mua bán của bạn.

Bạn có thể làm việc với một trong những nhân viên môi giới bất động sản giỏi nhất và thông minh nhất trong vùng, nhưng nếu việc tìm kiếm bất động sản của bạn ở trong địa phương hay khu vực dân cư mà người môi giới của bạn không thể tìm được đường đến nếu không có bản đồ, thì đó là lúc phải dùng đến một nhân viên môi giới quen thuộc với vùng đó hơn. Dù là bạn bè, họ hàng, luật sư, hay người môi giới bất động sản gì đi chăng nữa, thì việc một ai đó trong số họ cho bạn một ý kiến không có nghĩa là họ thực sự am hiểu về vấn đề và mục đích của bạn ở mức đủ để có thể cho bạn lời khuyên bạn cần.

Thông lệ hay ngoại lệ Cách đây vài năm, tôi đã nhờ một kiểm toán viên hoàn tất hồ sơ khai thuế thu nhập liên bang. Trong những năm đó, tôi làm việc với tư cách là giáo sư không thường trú tại Trường đại học Illinois, cách nhà tôi ở Florida một ngàn dặm. Tôi bảo chuyên gia thuế này là tôi muốn khấu trừ những chi phí sinh hoạt phát sinh khi tôi đang làm việc ở Champaign-Urbana.

“Không, ông không thể làm thế được,” ông ta tuyên bố dứt khoát. “Bất kể nhà riêng của ông ở đâu thì sinh hoạt phí chịu thuế phải ở chính nơi mà ông làm việc.”

May thay, tôi hiểu rõ luật hơn chuyên gia thuế nọ. Theo những qui định thông thường của luật thuế thì kiểm toán viên đó đúng. Tuy nhiên, lời khuyên của ông sai lầm ở chỗ luật thuế có qui định cụ thể là người làm công ăn lương có thể khấu trừ những chi phí sinh hoạt liên quan đến công việc khi đang làm việc tạm thời xa nhà. (Ở đây chúng ta không cần thảo luận chi tiết về qui định này.)

Quan điểm của tôi là các chuyên gia có thể rất rành về qui định và thông lệ chung nhưng mọi lĩnh vực, từ kế toán đến qui hoạch vùng đều bao gồm nhiều tình tiết cụ thể. Chẳng hạn, bạn có thể cho rằng cuộc chuyện trò của bạn với các luật sư của mình là riêng tư và bí mật về mặt pháp lý. Theo qui định thông thường dĩ nhiên là bạn đúng nhưng khi bạn kiện các luật sư của mình vì tội lạm dụng địa vị tiết lộ thông tin cá nhân, bạn mới té ngửa ra rằng vụ kiện đó không có hiệu lực đối với lời tuyên thệ giữ bí mật của các luật sư.

Khi nào bạn tìm kiếm lời khuyên và những gợi ý, hãy xác minh xem nhà tư vấn của mình có thực sự biết những tình tiết ngoại lệ cũng như những qui định pháp lý chung không. Nếu tôi làm theo lời khuyên của nhân viên kiểm toán nọ thay vì làm theo tình tiết ngoại lệ trong qui định về công tác tạm thời, thì tôi đã phải đóng thuế thêm 8 ngàn đô la. Hãy cảnh giác với những kẻ hiểu biết chung chung khi bạn cần tìm một chuyên gia.

Cập nhật?

Có lần tôi yêu cầu tư vấn pháp lý cho một vụ giao dịch bất động sản, vị luật sư thông báo cho tôi về những điều luật có liên quan. Dựa trên cơ sở phân tích của ông ta, tôi xúc tiến giao dịch của mình. Khi tôi biết rằng luật sư này tư vấn sai thì đã quá muộn. Những điều luật đó trên thực tế đã thay đổi từ sáu tháng trước ngày tôi yêu cầu tư vấn. Luật sư này không cập nhật thông tin. Sai lầm của anh ta làm tôi mất hơn 100 ngàn đô la.

Khi làm việc với các chuyên gia, đừng cho rằng lời khuyên của họ phản ánh những diễn biến mới nhất. Hãy hỏi ngày tháng của dữ liệu, thông tin, và kiến thức mà họ cung cấp. Cũng như sữa và trứng, lời khuyên cũng có thể đã quá hạn sử dụng.

Thời kỳ gián đoạn (không liên tục)

Trước khi mua, sửa chữa hoặc bán bất động sản, các nhà đầu tư thường xem xét những xu hướng thị trường trong quá khứ. Họ muốn biết thị trường đang tiến đến đâu. Mặc dù đã nghiên cứu như vậy nhưng câu hỏi này ngày càng khó trả lời hơn: Xu hướng hiện nay sẽ tiếp tục hay sẽ gián đoạn? Dưới đây là một ví dụ.

Trong suốt thập kỷ 90, những ngôi nhà biệt lập tăng giá nhanh hơn nhà chung cư sở hữu tư nhân. Ở nhiều thành phố, nhà chung cư hầu như không lên giá. Do hiệu quả đầu tư kém này nên đến năm 2001 hầu như tất cả những người được coi là chuyên gia bất động sản đều khuyên rằng: “Nếu bạn muốn đầu tư có lãi thì đừng mua chung cư. Chỉ nên mua chung cư nếu đó là sở thích và vừa với túi tiền của bạn. Đầu tư vào chung cư là đầu tư lỗ vốn.”

Tôi không tán thành với những dự đoán tiêu cực đang lan tràn lúc bấy giờ. Tôi tin rằng xu hướng giá chung cư tăng chậm trong thập kỷ trước sẽ không lặp lại nữa. Để diễn giải lập luận của mình, năm 2002, tôi đã viết cuốn sách, Kiểm tiền bằng các căn hộ chung cư.

Trong cuốn sách đó, tôi đã khuyên các nhà đầu tư bất động sản (và người mua nhà để ở) hãy bỏ qua quá khứ và nhìn vào tương lai. Các điều kiện về thị trường đã thay đổi trên tám phương diện sau đây:

1. Nhân khẩu học I: số lượng người dân sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ nhất sau Thế chiến thứ 2 bắt đầu sống tách khỏi con cái họ. Họ không còn cần nhà to, cũng không muốn mất thời gian và chi phí vào việc bảo quản chăm sóc nhà cửa

2. Nhân khẩu học II: Đầu những năm 2000, những người sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ hai cũng bắt đầu đến tuổi tách ra ở riêng. Các toà chung cư sở hữu tư nhân không chỉ thu hút cha mẹ đang bắt đầu

sống tách khỏi con cái mà còn thu hút cả những thanh niên bắt đầu mua ngôi nhà đầu tiên của mình.

3. Sinh hoạt đô thị: Trong những năm 1990, nhiều thành phố đã giảm tội phạm và tạo nên sức sống mới cho những khu trung tâm làm cho sinh hoạt trong thành phố hấp dẫn hơn. Ngoài ra, ách tắc giao thông làm cho những người sống ở ngoại ô nhưng vào thành phố đi làm bằng xe công cộng luôn bức xúc vì chậm trễ. Sống trong các toà chung cư trong trung tâm thành phố sẽ giúp bạn tránh được tình trạng giao thông lộn xộn đó.

4. Chênh lệch giá: Khi một loại (hoặc vị trí) bất động sản nào tăng giá nhanh hơn loại (vị trí) khác, chẳng sớm thì muộn, nhiều khách mua tương lai sẽ thích những lựa chọn có giá thấp hơn.

5. Khóa cửa để đầy: Ngày nay người ta đi lại nhiều hơn vì cả hai nhu cầu công tác và giải trí. Họ ngày càng thích cách sống 'khóa cửa để đầy' không cần trông nom mà các toà chung cư mang lại.

6. Ngôi nhà thứ hai (và thứ ba): Bắt đầu từ cuối những năm 1990, nhu cầu muốn có ngôi nhà thứ hai tăng mạnh. (Hãy xem cuốn sách của tôi, *Mua ngôi nhà thứ hai để nghỉ ngơi, về hưu và đầu tư như thế nào*). Người mua ngôi nhà thứ hai thường hay chọn căn hộ chung cư sở hữu tư nhân và nhà liên kế.

7. Thuê nhà đối lập với sở hữu nhà: Lãi suất thấp đầu những năm 2000 làm thay đổi tỷ lệ thuê nhà - mua nhà. Với lãi suất vay thế chấp là 6% hoặc thấp hơn, người thuê nhà thích sống ở căn hộ bắt đầu nhận ra rằng họ có thể trả tiền để mua một căn hộ còn rẻ hơn là trả tiền thuê nó.

8. Nhu cầu của nhà đầu tư: Sau khi thị trường chứng khoán sụp đổ năm 2000, hàng triệu nhà đầu tư bắt đầu tìm kiếm các hình thức đầu tư có lời để thay thế. Thậm chí khi giá nhà không tăng thì việc đầu tư vào các toà chung cư sở hữu tư nhân ở nhiều khu vực cũng mang lại cho họ bội tiền chỉ tính từ dòng tiền mặt cho thuê và trả góp tiền vay thế chấp (trả dần khoản nợ).

Ngoài tám nguyên nhân này thì một nghiên cứu sâu hơn của tôi về thị trường lúc đó (2000-2002) cho thấy doanh số bán căn hộ chung cư sở hữu

tư nhân đã tăng, giá bán cũng bắt đầu tăng, thời gian niêm yết trên thị trường giảm, và danh sách tồn kho căn hộ chung cư/nhà liên kế “để bán” đang giảm. Trong khi phần lớn nhận xét của các chuyên gia chỉ bám chặt vào quá khứ, thì tôi nhấn mạnh vào thực tế và các điều kiện thị trường mới nhất (cung và cầu) và điều này đã cho tôi thấy rằng những suy xét thông thường này đã sai lầm. Căn hộ chung cư và nhà liên kế chẳng bao lâu đã đền đáp một cách hậu hĩnh cho các nhà đầu tư.

Tôi có đúng không? Vâng, tôi đã đúng. “Một lần nữa giá căn hộ chung cư tăng nhanh hơn giá nhà riêng,” là tiêu đề của một bài báo gần đây của tờ Thời báo New York. Ở Florida thành phố quê hương tôi, căn hộ chung cư và nhà liên kế được bán với giá 125 ngàn đô la năm 2000 thì bây giờ được bán rất chạy với giá 250 ngàn đô la.

Vậy thì chủ sở hữu căn hộ chung cư còn có được mức lãi như vậy trong năm hoặc sáu năm nữa không? Nhìn chung thì tôi nghĩ là không. Lại một lần nữa, các điều kiện của thị trường đã thay đổi. Đầu tiên, tỷ lệ thuê - mua bây giờ không có triển vọng như trước nữa. Thứ hai, dòng tiền mặt của các nhà đầu tư đã giảm bởi vì giá bán căn hộ chung cư đã tăng nhanh hơn giá thuê. Thứ ba, các nhà đầu tư xây dựng và những người chuyển đổi các loại bất động sản khác thành căn hộ chung cư đang đưa thêm hàng trăm nghìn nhà chung cư vào thị trường (trên cả nước).

Khi chỉ ra những thay đổi về các điều kiện của thị trường, tôi không muốn nói với bạn rằng bạn không còn hy vọng kiếm tiền bằng căn hộ chung cư và nhà liên kế nữa. Thực ra, tôi vẫn đang xem xét việc mua vào. Tôi tin rằng đầu tư vào căn hộ chung cư và nhà liên kế được lựa chọn kỹ càng sẽ cho kết quả tốt hơn nhiều đầu tư vào chứng khoán, trái phiếu hay những ngôi nhà biệt lập.

Tuy nhiên, tôi muốn nói rằng ví dụ nói trên về căn hộ chung cư minh họa cho tầm quan trọng của sự gián đoạn - xét theo thời gian từ đầu những năm 2000 đến nay và từ nay trở về sau. Trước khi bạn chấp nhận dự đoán xu hướng của các chuyên gia cho những năm tiếp theo, hãy đảm bảo rằng

không có sự thay đổi nào phá vỡ quả cầu pha lê này. Khi sự việc thay đổi thì xu hướng sẽ đảo ngược.

Sở thích của bạn hay của họ?

Các cố vấn của bạn có thực sự hiểu nhu cầu và mục đích của bạn không? Hay thực tế là họ đang tư vấn cho bạn cách đánh giá thế giới theo cách của họ? Khi chúng ta hỏi xin lời khuyên, chúng ta thường không giải thích đầy đủ nhu cầu, mục đích của chúng ta hay những thứ quan trọng nhất chúng ta đang cố gắng đạt được. Đôi khi chúng ta thậm chí không tự hiểu mình. Tương tự như vậy, khi chúng ta cho lời khuyên, chúng ta có xu hướng thay đổi sắc thái của những lời khuyên theo thành kiến của chính mình mà không để ý đến hoàn cảnh của người khác.

Nếu bạn hỏi anh mình mình xem anh ấy nghĩ gì về những căn nhà trệt ba phòng ngủ đã được cải tạo nâng cấp ở Windsor Heights , anh ta có thể trả lời, “Thôi đi! Anh thậm chí còn chẳng nghĩ đến việc mua cái của mặt hạng ấy chứ.” Anh trai bạn có trả lời câu hỏi theo mong muốn của bạn không? Hay là anh ấy có sẵn thành kiến đối với những căn nhà được cải tạo nâng cấp ở Windsor Heights? Điều gì xảy ra nếu môi giới bất động sản bảo bạn rằng Troy Woods không phải là khu vực có tiềm năng? Bạn có nên chấp nhận lời khuyên mà không cần hỏi han gì hết không? Hay bạn nên hỏi tại sao người môi giới đó lại có quan điểm như vậy? Có thể người môi giới đó không thích Troy Woods bởi vì ông ấy chẳng mấy quan tâm tới các trường công ở khu dân cư này.

Thị trường mục tiêu của bạn muốn gì?

Tuy nhiên, nếu thị trường mục tiêu của bạn là những người thuê nhà hoặc người mua nhà không cùng sống với gia đình và con cái, thì có lẽ trường học không có ý nghĩa mấy với họ. Hoặc một tình huống khác, khu dân cư ở đó có thể có những trường tư giá cả hợp lý. Hay vấn đề trường học tồi có thể làm giá bất động sản giảm đi nhiều trong khu vực đó lại phù hợp với chiến lược đầu tư hiện tại của bạn: Tìm được những nơi giá tương đối thấp mà tương lai hứa hẹn sẽ đội giá lên nhiều. Là một doanh nhân kinh

doanh khu dân cư đầy hoài bão, bạn có thể dẫn đầu chiến dịch đem lại sức sống mới cho cộng đồng và nâng cấp trường học.

Đôi khi các cố vấn nhái lại lời bạn để đồng ý với ý tưởng của bạn theo thủ đoạn thoả hiệp “gió chiều nào xoay chiều ấy”. Phổ biến hơn là họ tô vẽ cho những lời khuyên của mình các sắc thái phù hợp với thế giới quan của riêng họ. Trước khi bạn xin lời khuyên hoặc những gợi ý, hãy giải thích rõ ràng những mục tiêu mà bạn muốn thực hiện.

Thể hiện cá nhân Và đây là một sự thể hiện cá nhân khác: mỗi năm tôi gặp hàng tá những người chỉ mô tả một bất động sản cho tôi trong một vài phút rồi hỏi: “Ông nghĩ thế nào? Đó có thể là vụ đầu tư có lời không?”

Tôi muốn giúp các nhà đầu tư có tham vọng bất kỳ khi nào có thể, nhưng với mớ dữ liệu kiểu đạn - bắn - liên - thanh như vậy, tôi không thể phân tích giá trị hữu ích của bất động sản đó.

Chỉ một đoạn kể vắn tắt về thực tế (hay có thể là “thông tin”) thì khó có thể tạo ra cơ sở chắc chắn để tôi đưa ra gợi ý được. Hai là, không có bất động sản nào chỉ thể hiện là một vụ đầu tư “có lãi” mà không gắn với rủi ro, phần thưởng, và những mục tiêu cá nhân của nhà đầu tư. Thay vì trả lời theo kiểu “Ừ, một vụ mua bán hời đấy, tôi khuyên anh làm tới đi!” (là những câu mà tôi cho rằng phần lớn mọi người đều muốn tôi nói), tôi thường hỏi lại: “Thế mục tiêu, khả năng, thiên hướng và kế hoạch của anh là gì đã? Anh đã tự mình điều nghiên tỉ mỉ chưa? Những câu trả lời của anh có phù hợp với những câu hỏi này không?”

Đừng nhường quyền quyết định của mình cho các chuyên gia - dù đó là tôi hoặc bất kỳ ai khác. Thậm chí nếu tôi tin rằng vụ mua bán của bạn về mặt lý thuyết thật tuyệt vời, nó cũng vẫn có thể không phải là một vụ mua bán thích hợp với bạn.

Đó cũng chính là lý do vì sao tôi hạn chế lời khuyên chung chung rằng các nhà đầu tư “chỉ nên mua bán với những người bán hàng có động lực.” Phương pháp này không phù hợp với những chiến lược và mục tiêu mà hầu hết mọi người đều mong muốn bất kể tiềm năng mang lại lợi nhuận có cao

đến đâu. Như vậy, đa phần những người đã từng thử phương pháp này chẳng mấy chốc sẽ từ bỏ nó vì thất vọng.

Xung đột lợi ích?

Lợi ích của các cố vấn có mâu thuẫn với lợi ích của bạn không? Khi bạn nghe theo lời khuyên của người khác, hãy xem xét từng chi tiết xem lợi ích của họ có điểm nào xung đột với lợi ích của bạn không. Một số môi giới bất động sản vô lương tâm cứ cố chèo kéo bạn vào một bất động sản hoặc một kế hoạch cung cấp tài chính vay thế chấp không đáp ứng nhu cầu của bạn chỉ để họ có thể kiếm được ít hoa hồng hoặc tiền lại quả. Bạn bè hoặc cha mẹ bạn có thể phản đối khu vực xa trung tâm mà bạn muốn mua chỉ bởi vì họ muốn bạn sống gần họ hơn. Bạn bè có thể khuyên bạn không nên đầu tư vào bất động sản bởi vì họ ghen tỵ với bạn hay cũng có thể họ nghĩ rằng bạn sẽ rời xa bạn bè khi theo đuổi những hoạt động và thực hiện những nghĩa vụ mới.

Người ta có lý do riêng của mình khi cho lời khuyên. Họ có thể muốn giúp bạn ra quyết định tốt hơn. Họ cũng có thể theo đuổi mục đích riêng của họ. Khi ai đó nói, “Đó là điều anh phải làm,” hãy ngừng một lát để suy nghĩ. Hãy tìm hiểu bằng kiến thức của mình xem những triển vọng và động cơ nào làm họ đưa ra những lời khuyên như vậy.

Đừng tin tất cả những gì bạn đọc. Bạn đã bao giờ bán khoản tại sao các tạp chí tài chính cá nhân ủng hộ mạnh mẽ ý tưởng: “Với một khoảng thời gian đủ dài thì đầu tư vào chứng khoán vượt xa hiệu quả của tất cả các loại hình đầu tư khác?” Phải chăng vì điều đó đúng sự thật? Chắc là không. Hãy xem những người quảng cáo trên tạp chí: đó là các quỹ đầu tư, người môi giới chứng khoán và nhà bảo hiểm nhân thọ đang bán những chương trình đầu tư và hưu trí dựa trên cổ phiếu.

Vì vậy, một số tờ báo địa phương có những bài báo chỉ trích những người môi giới bất động sản (hoặc những người bán ô tô). Hai ngành nghề kinh doanh này thường chiếm hơn 30% doanh thu quảng cáo trên báo chí.

Thầy bói nói mò hay những kẻ được giới truyền thông lăng-xê?

Quá nhiều tay chuyên môn về lý thuyết tin rằng bản thân họ là chuyên gia, mặc dù họ chẳng bao giờ chứng minh được năng lực của mình trong những lĩnh vực họ thường đưa ra lời khuyên cho công chúng. Trên thực tế, các phương tiện truyền thông đại chúng lại còn góp phần thúc đẩy tính tự phụ không đúng chỗ này.

Tôi không bao giờ chấp nhận bất kỳ điều gì tôi đọc hoặc nghe được từ những người môi giới, người bán, khách mua, khách thuê, chuyên gia và truyền hình. Tôi muốn nghiên cứu sâu và xác minh sự việc.

Những dự đoán kinh tế hiếm khi dự đoán đúng Báo, tạp chí, và chương trình tin tức trên truyền hình chẳng hạn, thường nói về các nhà dự báo kinh tế như những chuyên gia. Tuy nhiên, đa phần sự thành thạo về chuyên môn (nếu có) của những nhà bình luận này nằm trong mô kiến thức rối rắm phức tạp về các mô hình kinh tế lý thuyết. Rất ít trong số họ, nếu có, thường xuyên đưa ra được những dự đoán chính xác. Tay cừ nhất về dự đoán trong lĩnh vực bất động sản có lẽ là nhà kinh tế học Gregory Mankiw của Đại học Harvard (sau này trở thành chủ tịch Hội đồng Cố vấn Kinh tế của tổng thống George W. Bush), trong một bài báo nghiên cứu năm 1989 đã dự đoán giá nhà sẽ giảm mạnh. Ông dự đoán rằng từ năm 1989 đến năm 2005, giá nhà sẽ giảm đều đều khoảng 40%. Trên thực tế, phần lớn giá nhà đất trong suốt thời gian này đã tăng gấp đôi hoặc gấp ba, chứ chẳng hề giảm.

Khi Alan Greenspan xuất hiện trước Quốc hội để tuyên thệ đủ năng lực đảm nhận chức vụ Chủ tịch Cục Dự trữ Liên bang, một thượng nghị sĩ hỏi, “Ông Greenspan, chúng tôi đã xem xét những dự đoán của ông về nền kinh tế nước Mỹ trong cả thập kỷ trước. Dường như các dự đoán của ông đã sai nhiều hơn đúng.”

Greenspan đáp lời: “Thưa ông, đúng vậy. Những dự đoán của tôi thường không trúng đích. Mặc dù vậy, tôi có thể nói rằng, may mắn thay, những khía cạnh khác trong sự nghiệp của tôi đã đạt được tỷ lệ thành công cao hơn.”

Các nhà hoạch định tài chính: Thành thạo kỹ trị hay hiểu biết đầu tư?

Mặc dù chỉ có vài nhà hoạch định tài chính thể hiện sự hiểu biết đầu tư khác thường, báo chí vội vã lăng xê họ lên thành các chuyên gia tài chính và thường xuyên trích dẫn những tư vấn đầu tư và phân bổ tài sản của họ. Khả năng này của họ vẫn còn đáng ngờ. Vào cuối những năm 1990, tôi chẳng bao giờ thấy một bài báo của nhà hoạch định tài chính nào khuyên các nhà đầu tư bán chứng khoán để mua bất động sản cả .

Trái lại, từ đó đến giờ, phần lớn các bài báo đều trích dẫn lời khẳng định của các nhà lập kế hoạch tài chính rằng “Nếu bạn sở hữu một ngôi nhà riêng của mình, thì bạn đã có bất động sản mà bạn cần rồi. Về lâu về dài, hãy tính đến việc đầu tư vào chứng khoán để gặt hái nhiều lợi nhuận hơn tất cả các loại hình đầu tư khác.”

Các nhà hoạch định tài chính nên biết những quy định pháp lý về lập kế hoạch nghỉ hưu được hoãn thuế, các kiểu đầu tư của các quỹ tương hỗ và nguồn niên kim bảo hiểm chi phí thấp. Chắc chắn họ biết kiến thức thông thường về đầu tư và phân bổ tài sản như các giáo sư tài chính lý thuyết đã tuyên truyền. Ngay cả như vậy thì cũng rất ít nhà hoạch định tài chính thực hành (trái lại với những người được lăng xê bởi giới truyền thông) dám khẳng định rằng mình biết cách thắng lợi trên thị trường.

Ngoài ra, khoá đào tạo nhà hoạch định tài chính có chứng chỉ chỉ dành ba tiếng thảo luận chủ đề đầu tư bất động sản - lĩnh vực tài sản lớn nhất thế giới. Trái với quảng cáo rùm beng của các phương tiện truyền thông đại chúng, các nhà hoạch định tài chính về thực chất không xuất sắc hơn các nhà đầu tư cũng như các nhà kinh tế học không khá hơn các nhà dự báo.

Phân tích phê bình khắt khe Khi nói về các phân tích phê bình kém độ lượng của các nhà kinh tế, các nhà hoạch định tài chính và các chuyên gia khác - những người được giới truyền thông lăng-xê - tôi không định lên án toàn bộ. Phần lớn những tay nhà nghề này coi mình là chuyên gia khoa học chứ không phải là thầy bói. Họ có đủ năng lực giải quyết các vấn đề cả về mặt lý thuyết lẫn thực hành trong lĩnh vực kinh tế, lựa chọn đầu tư và đa dạng hoá đầu tư. Tôi chỉ đưa ra phán xét các nhà bình luận đầu tư (thường là các nhà kinh tế học và các nhà hoạch định tài chính, nhưng đó chưa phải

tất cả bọn họ) đã công khai đưa ra lời khuyên cho các nhà đầu tư về sự thay đổi tỷ lệ lãi suất, chiều hướng giá nhà, lựa chọn loại chứng khoán, tỷ giá qui đổi tiền tệ, và cả các chủ đề tương tự khác mà các vị chuyên gia này đã thể hiện những kỹ năng dự đoán chả có gì là hơn người cả.

Những gì xảy ra đã chứng minh rằng các chuyên gia của truyền thông đại chúng có những dự đoán và ý kiến đầu tư sai nhiều hơn đúng. Đừng bao giờ dựa vào những lời khuyên như vậy để quyết định đầu tư - thậm chí kể cả khi quyết định đầu tư này được sự nhất trí của những người - gọi - là - chuyên - gia. Chẳng hạn, vào tháng 1 năm 2005, dựa vào tỷ giá hối đoái tiền tệ, các chuyên gia đã thống nhất dự báo đồng đô la sẽ giảm mạnh so với đồng euro trong vòng 12 tháng thì đến tháng 12 năm 2005, đồng đô la đã tăng 10 đến 15% so với đồng euro (Tháng 1 năm 2005: €1 = 1,35 đô la; Tháng 12 năm 2005: €1 = 1,18 đô la).

Kiểm điểm lại lời khuyên và tư vấn Khi bắt đầu lập nghiệp, tôi đã sai lầm khi cứ tưởng rằng luật sư của tôi rất thành thạo trong những lĩnh vực này (đàm phán và kiện tụng) trong khi rõ ràng anh ta chẳng giỏi giang gì cho lắm. Kinh nghiệm đó và những kinh nghiệm khác liên tục dạy tôi bài học không trao quyền quyết định đầu tư của mình cho các chuyên gia và các cố vấn.

Hãy học kinh nghiệm của tôi. Đừng bao giờ cho rằng các luật sư, kiểm toán viên, người môi giới bất động sản, người môi giới vay thế chấp, nhà hoạch định tài chính, bác sĩ, nha sĩ, hoặc chuyên gia nổi tiếng khác biết đủ nhiều để có thể khuyên bạn trong tất cả các lĩnh vực mà bạn tìm lời khuyên. Hãy cảnh giác với các nhà bình luận trên phương tiện truyền thông đại chúng - những người cho thấy họ rất ít thành công hoặc không thành công một chút nào trong các lĩnh vực mà họ tư vấn. Hãy đặt câu hỏi, thăm dò và điều tra những vấn đề mới. Sau đó, chỉ khi bạn đã thỏa mãn với những lời khuyên đã được xác minh của chuyên gia thì bạn mới có thể kết hợp lời khuyên đó vào việc ra quyết định của mình.

Đừng mù quáng trong việc kinh doanh

Phát triển khả năng đặt câu hỏi Tôi đã nghe thấy bạn chống chế “Nhưng tôi không biết tí gì về... Làm thế nào tôi có thể đặt những câu hỏi thông minh sắc sảo cho các chuyên gia của mình? Làm thế nào tôi có thể tìm hiểu các vấn đề khi mà tôi thậm chí còn không biết gì đến các sự việc liên quan?”.

Bạn có thể phát triển kỹ năng đặt câu hỏi và thăm dò qua con đường học tập và thực hành. Có bao nhiêu người không chuyên biết gì về ung thư, các bệnh tim mạch, hoặc các bệnh khác? Tuy nhiên, họ đang học. Trên khắp nước Mỹ, ngày càng có nhiều bệnh nhân chấp nhận cách đoán và kê đơn của bác sĩ mà lại không đặt câu hỏi.

Các bác sĩ báo chủ bút James K Cousins của tờ báo Saturday Evening Post rằng ông phải thu xếp việc riêng và công việc kinh doanh ngay đi vì ông chỉ còn sống được sáu tháng nữa. Y học hiện đại không cho ông hy vọng nào. Anh em họ hàng không chấp nhận án tử hình này. Ông đã nghiên cứu căn bệnh của mình, ông đã tìm hiểu những lựa chọn thay thế bên ngoài các mô hình y tế đoán và kê đơn thông thường. Cuối cùng, ông đã tìm ra kế hoạch điều trị riêng của mình và ông sống được thêm 10 năm nữa. (Anh em họ hàng của ông kể câu chuyện này trong cuốn sách Phân tích một căn bệnh).

Cũng có khi các chuyên gia biết các câu trả lời mà chúng ta đang tìm kiếm. Đôi khi họ không biết. Do thực tế này nên các doanh nhân hiểu biết (cũng như các bệnh nhân hiểu biết) học cách khám phá, đặt câu hỏi, và thử thách các chuyên gia trước khi họ quyết định dựa trên cơ sở những lời khuyên hoặc những lời giới thiệu này.

Hãy ghi ra giấy Khi bạn lựa chọn một cách thức nào đấy dựa vào lời khuyên chuyên môn của một cá nhân, thì hãy ghi nó ra. Trong suốt những buổi chuyện trò này, bạn hãy ghi chú ra giấy một cách chi tiết. Sau đó, viết một bức thư cảm ơn cho các cố vấn (các luật sư, kế toán, nhân viên định giá, nhà tư vấn, người môi giới bất động sản, đại diện ngân hàng cho vay, nhà thầu v.v...). Trong bức thư đó, thể hiện sự cảm ơn đúng mức đối với lời khuyên hữu ích của ông/bà ấy. Nhấn mạnh vào ý kiến chuyên môn của

người tư vấn, trình bày lại cách bạn hiểu vấn đề và thảo luận những quyết định mà bạn định đưa ra dựa trên thông tin mà nhà tư vấn này cung cấp cho bạn.

Bức thư này đạt được ba mục đích: (1) giúp bạn xây dựng nên các mối quan hệ (mọi người thích thư cảm ơn), (2) tạo cho nhà cố vấn một cơ hội sửa chữa sai lầm của họ hoặc thay đổi cách hiểu sai của bạn, và (3) nếu lời khuyên đó rốt cục là sai thì những ghi chép lại của bạn xác nhận lời khuyên đó là có thật. Bằng chứng này khích lệ giải pháp khắc phục một cách hòa bình hoặc trong trường hợp cần thiết nó hỗ trợ cho khiếu nại của bạn trong quá trình tranh tụng pháp lý.

Khi nào bạn viết lời khuyên này ra, bạn không chỉ làm giảm nguy cơ sai lầm mà còn làm tăng cơ may giải quyết thân tình với nhau hoặc yêu cầu bồi thường theo pháp lý một cách thỏa mãn. Với chứng cứ đã ghi ra này, bạn tránh được tình trạng cãi lộn “Tôi đã nói, anh đã nói” mà hiếm khi tạo ra những kết quả bạn mong muốn.

SẮP XẾP CÁCH TƯ DUY CỦA BẠN Để đưa ra một quyết định về bất động sản, bạn phải phân loại những thông tin chẳng hạn như đặc điểm bất động sản, luật qui hoạch vùng, các qui định về xây dựng, thị trường mục tiêu, tỷ lệ chưa cho thuê hoặc bán được, công trình xây dựng mới, các hợp đồng, quảng cáo, cung cấp tài chính, các điều kiện kinh tế và hàng nghìn chi tiết khác. Nhiệm vụ này đặt ra hai câu hỏi: Làm thế nào bạn có thể chắt lọc được những điều có ý nghĩa đối với bạn từ những thông tin này? Làm sao để biết được cần phải thu thập loại thông tin gì?

Nếu bạn không thể nhanh chóng sắp xếp suy nghĩ của mình để đi tới quyết định sớm thì vụ mua bán hời mà bạn đang nhắm tới sẽ bị người khác chộp mất Trong những trang sau của cuốn sách này, chúng ta sẽ trả lời hai câu hỏi nêu trên. Giống như các phi công dựa vào danh mục những việc cần kiểm tra trước khi bay để chuẩn bị cất cánh, bạn cũng cần có một kế hoạch cất cánh để hướng dẫn việc kinh doanh bất động sản của mình. Tuy nhiên, thay vì gọi nó là danh mục kiểm tra này, chúng ta sẽ gọi quyển hướng dẫn cất cánh đó là đề cương công tác DUST. Kế hoạch cất cánh

trong kinh doanh giải thích rõ ràng chi tiết để cân nhắc xem khi nào thì bạn quyết định mua hay không, và nếu mua thì trả giá cho bất động sản đó là bao nhiêu (hoặc triển vọng khác, chẳng hạn như các lựa chọn thuê rồi mua, cho thuê, các quyền sở hữu không gian, hoặc thế chấp). Một điều không kém phần quan trọng nữa là, DUST cho bạn thấy cách tạo ra chiến lược và chiến thuật tiếp thị đúng đắn để tăng thêm giá trị cho khách thuê, khách mua bất động sản và chính bạn.

Cho đến đây, từ chương 3 và chương 4 bạn đã học hỏi được rất nhiều vấn đề và hướng dẫn tốt để tinh lọc và thúc đẩy quá trình ra quyết định đầu tư. Trong các trang tiếp theo, bạn chuẩn bị khám phá cách đặt câu hỏi, cách thu thập thông tin, cách nhận biết các cơ hội, và cách suy luận thông qua các quyết định của bạn để đánh giá, dự đoán, và tạo ra các giá trị cho bất động sản. Để đạt được mục tiêu của mình, bạn cần có cả quá trình tư duy hệ thống và thấu đáo lẫn sự hướng dẫn kinh doanh để nhận biết và thực hiện những cơ hội tạo ra giá trị cho người khác và cho chính mình.

Những người chiến thắng coi những vấn đề khó khăn là phương cách tốt nhất để tự khẳng định mình.

MÀi SẮC TƯ DUY KINH DOANH CỦA BẠN

Sắp xếp thông tin để truy cập nhanh chóng và hiểu thấu đáo

Bắt đầu từ khi William Nickerson viết cuốn sách mà bây giờ đã trở thành kinh điển Cách biến Một ngàn đô la thành Một triệu trong thời gian rảnh rỗi của tôi năm 1959, các tác giả những cuốn sách bán chạy nhất về bất động sản vẫn đang tiết lộ “những bí mật thành công của tôi”. “Hãy làm theo 6 bước này”, họ bảo, “Tôi sẽ trao cho bạn mọi thứ bạn cần phải biết”. Nghe dễ dàng quá!

Tuy nhiên, đây mới là điểm mấu chốt: Nếu bạn dùng phương pháp đầu tư đã được ai đó xây dựng nên vào một thời gian hay địa điểm khác, rất cuộc có thể bạn sẽ đánh mất tất cả tiền trong tài khoản ngân hàng của mình. Và điều chắc chắn nhất là bạn sẽ bỏ lỡ những cơ hội tốt nhất đã tự đến với bạn (mặc dù chúng thường không được báo trước). Tại sao vậy? Vì kinh nghiệm thị trường bất động sản luôn biến động không ngừng.

KHÓ KHĂN HAY CƠ HỘI?

Không có gì là không thay đổi cả, từ lãi suất, tỷ lệ còn trống chưa bán/chưa cho thuê được; giá bất động sản, mức giá thuê; việc làm; nhân khẩu học; thị hiếu tiêu dùng; sở thích; quan điểm và cách sống; chi phí và nguồn cung từ các công trình xây dựng mới; các qui định và hạn chế về qui hoạch vùng của chính phủ. Mọi thay đổi tạo ra những khó khăn và cơ hội mới.

Hãy kết hợp sự hiểu biết và trí tưởng tượng. Ngay tức khắc bạn sẽ tạo ra điều gì đó tuyệt hay để đưa vào nơi chứa đựng những ‘tư tưởng lớn’ của mình.

Đó là lí do vì sao cùng một kế hoạch kinh doanh nhưng năm ngoái, bạn thu được lợi nhuận như bão lũ mà năm nay thì bạn gặp phải hạn hán. Những công ty lớn như IBM, Polaroid, Kodak, AT&T, Delta Airlines, General Motors, Conesco, Kmart đã từng thành công xuất sắc với những mô hình kinh doanh được xây dựng nên một cách chuyên nghiệp nay lại hứng chịu những thua lỗ gần như khuynh gia bại sản chỉ vì họ đã không thay đổi những chiến lược kinh doanh của mình để đáp ứng lại những thay đổi về công nghệ, cạnh tranh, sở thích của khách hàng và phong cách sống mới nổi lên.

“Cũng còn tùy!”

Không ai có thể nói cho bạn biết cách dễ dàng để làm giàu trên thị trường bất động sản. Điều tự nhiên là, người ta tin rằng một ai đó sẽ nói ra chính xác những cái họ cần làm để phát đạt trên thị trường bất động sản. Hầu hết chúng ta đều tránh xa sự mù mờ. Tuy nhiên, thị trường bất động sản không đơn giản như vậy. Đúng là nên học hỏi kinh nghiệm từ người khác. Chắc chắn bạn có thể tìm được những ý hay và bắt tay vào thử làm. Các nhà đầu tư bất động sản nghiêm túc luôn nghiên cứu tất cả mọi thứ mà họ thấy có nhiều khả năng dẫn họ đến chỗ thành công.

Thử thách là một phần của cuộc sống. Đừng để thử thách hạ gục bạn.

Tuy nhiên, trước khi bạn lao theo một phương pháp đầu tư đã được phổ biến rộng rãi hay trước khi nghe theo những bậc thầy trong ngành bất động sản, hãy nhớ rằng câu trả lời tốt nhất cho câu hỏi “Liệu có thành công không?” luôn vẫn là “Cũng còn tùy!”.

Chiến lược của chính bạn Trong cuốn sách này, tôi sẽ không làm bạn lầm đường bằng “năm phương pháp kì diệu” hay “bảy bước dễ như mơ” để làm giàu bằng bất động sản. Tôi cũng sẽ không vờ rằng bạn có thể mua, cải tạo và quản lý bất động sản của mình mà không cần đầu tư chút công sức, thời gian, trí tuệ nào, hay chí ít cũng là một khoản vốn gieo giống dùng cho các nghiên cứu khả thi .

Tuy nhiên, tôi xin hứa sẽ cung cấp những kiến thức và phương pháp cần thiết để bạn tự phát triển chiến lược làm giàu của mình. Trong thế giới

thực này, bạn sẽ vượt qua được các thử thách “ba chìm bảy nổi” và sự thăng trầm của thị trường bất động sản chỉ khi bạn biết cách phát hiện và thích ứng với các vấn đề nảy sinh cũng như khi các cơ hội mở ra trước mặt. Nói cách khác, từ cuốn sách này - chứ không phải cuốn khác - bạn sẽ học cách suy nghĩ như một doanh nhân.

BẤT ĐỘNG SẢN CÓ GIÁ NHẤT (MVP): NGUYÊN TẮC KHÔNG ĐỐI ĐỂ tư duy như một doanh nhân, bạn phải kể tục được nguyên tắc trọng tâm này. Tôi gọi nó là nguyên tắc hợp nhất (hay nguyên lý) MVP (Bất động sản có giá nhất). Khi chủ sở hữu hay khách mua tìm kiếm một địa điểm để sinh sống hoặc hoạt động kinh doanh, họ luôn so sánh các đặc điểm, tiện nghi, vị trí, mức giá thuê, các thời hạn thuê và hàng tá những chi tiết khác. Họ so sánh, đối chiếu, cân nhắc và xem xét chán chê. Và cuối cùng, họ chọn bất động sản nào? Cái rẻ nhất? Không nhất thiết. Cái tốt nhất? Không hẳn. Cái rộng nhất? Có thể, nhưng hãy khoan nói đến chuyện tiền.

Lập kế hoạch kinh doanh trước khi bạn mua. Bạn muốn có kế hoạch A, B, C để tăng thêm giá trị cho bất động sản.

Thật sự, chủ sở hữu (hay khách mua) sẽ chọn một bất động sản đem lại những giá trị cao nhất so với các bất động sản khác mà họ đã xem xét. Do đó, tư duy kinh doanh của bạn sẽ hướng dẫn bạn cách tạo ra MVP cho các khách hàng mục tiêu của bạn. Theo quan điểm của bạn, MVP còn có nghĩa là thiết kế của bất động sản, các đặc điểm và chức năng có thể cộng thêm giá trị cao nhất vào giá trị tài sản rỗng của bạn (tức là bất động sản có giá trị nhất của bạn). Nói cách khác, nguyên tắc MVP thúc đẩy bạn cho các khách hàng những giá trị cao nhất của họ trong khi vẫn làm tăng giá trị bất động sản của bạn đến mức cao nhất.

RẤT ÍT CHỦ SỞ HỮU ĐẠT ĐƯỢC MVP Trong vòng 20 năm trở lại đây, có lẽ tôi đã xem xét đến 5.000 bất động sản (cho thuê hoặc để bán) trên khắp thế giới (Mỹ, Canada, Mê-hi-cô, châu Âu, châu Á, khu vực Trung Đông và Úc). Ít nhất 90% trong số này ở vào tình trạng không đủ vị thế MVP cho khách hàng và nhà đầu tư.

Chủ sở hữu bất động sản, nhà quản lý hay môi giới những bất động sản này chẳng bao giờ suy nghĩ một cách có hệ thống về câu hỏi của MVP: “Làm thế nào để nâng cao tổng giá trị của đề xuất (chào bán/cho thuê) theo những cách vừa thỏa mãn hơn nhu cầu khách hàng (khách thuê, khách mua), vừa (quan trọng nhất) tăng lợi nhuận của chúng ta?”

Mọi toà nhà mang tên tôi sẽ đảm bảo chất lượng cao nhất hiện có.

Đưa MVP trở thành mục tiêu của bạn Để cải thiện trong bất cứ lĩnh vực nào trong cuộc sống, trước hết bạn phải mong muốn làm điều đó. Bạn phải thực sự dốc sức. Bạn phải tin rằng công sức đó sẽ được trả giá xứng đáng. Bạn tái lập trình đoạn băng ghi âm trong đầu với những câu tự thoại tích cực và tư duy cơ hội. Tóm lại, bạn phát triển một quan điểm kinh doanh (cái sẽ nâng tầm cao của bạn). Vì vậy bây giờ ta hãy xem xét chỉ dẫn DUST đối với kế hoạch kinh doanh bay cao bay xa của bạn.

ĐỀ CƯƠNG KINH DOANH DUST Tổng quan Tôi không phải là người cứng nhắc. Tuy nhiên, đôi khi cần đến học thức và trí óc thì sự ngốc nghếch có thể trở nên giá trị Hãy nghiên cứu hình 5.1 từ đầu đến cuối. Tập trung vào cách đề cương này hướng dẫn qui trình hình thành chiến lược của bạn. Bạn sẽ tạo được một MVP khi bạn định hướng bất động sản về phía cầu chứ không phải cung. Sau đó, hãy tiến hành quá trình chuyển giao cần thiết (quảng cáo và hợp đồng) để bán hoặc cho thuê bất động sản của bạn với lợi nhuận cao nhất. DUST chỉ ra cho bạn 6 điểm quyết định sau:

I. Mục tiêu doanh nhân: Tự biết mình.

II. Lên kế hoạch bất động sản, nghiên cứu thị trường, và phân tích đầu tư.

III. Thu thập dữ liệu về bất động sản và thị trường.

IV. Đánh giá các triển vọng của bất động sản theo quan điểm của các khách hàng và mục tiêu tài chính của bạn.

V. Tổng hợp, phân tích và quyết định.

VI. Thực hiện, giám sát thay đổi chiến lược tạo ra và duy trì vị thế MVP đối với bất động sản.

MỤC TIÊU KINH DOANH: HÃY TỰ BIẾT MÌNH Bạn là ai? Bạn muốn đạt được điều gì? Hãy chú trọng đến các nguồn lực cá nhân và tài chính, năng lực, khả năng chịu đựng rủi ro của bạn. Sau đó, chọn một chương trình đầu tư và chiến lược thị trường phù hợp với mục đích và cách sống bạn mong muốn. Hãy để các ưu thế và các giá trị của bạn hướng dẫn bạn trong quá trình quyết định. “Tôi muốn kiếm thật nhiều tiền” có thể phản ánh mong muốn cơ bản nhất của bạn. Tuy nhiên, để biến mục tiêu đó thành hiện thực, hãy cân chỉnh những nỗ lực, cảm giác và các nguồn lực của bạn. Nếu không, bạn có thể sẽ không đi đúng con đường dẫn đến đích mong muốn của mình.

Năng lực, thiên hướng, nguồn lực, ưu thế Khi tôi bắt đầu mua và sửa chữa, nâng cấp các bất động sản, tôi không chỉ thiếu một kế hoạch kinh doanh rõ ràng mà còn không biết rõ được năng lực và thiên hướng của bản thân. Chỉ sau những thử nghiệm và sai lầm tôi mới gắng tạo ra được một chương trình đầu tư hiệu quả cả về mặt cá nhân lẫn tài chính. Rất nhiều nhà kinh doanh bất động sản tương lai chọn một chương trình đầu tư sai hoặc chọn cách không đúng để thực hiện để rồi phải từ bỏ trước khi họ đạt tới khả năng cao nhất của mình.

Đánh giá lợi ích của bạn. Bạn thích điều gì? Lập một kế hoạch cho cuộc đời bạn thật tỉ mỉ. Không mục đích thì không có động lực. Không có động lực thì bạn chỉ là kẻ mơ mộng hão huyền mà thôi.

Hãy thực sự năng động. Hãy phác thảo kế hoạch đầu tư của bạn phù hợp với các giá trị, khả năng, nguồn lực, những cái bạn thích hoặc ghét và ưu thế cá nhân của bạn.

Quy luật “thất bại là mẹ thành công” vẫn luôn đúng. Đừng mù quáng tin vào sự phù hợp hoàn hảo. Khi bạn tính toán lựa chọn, hãy hình dung cuộc sống tự do và sự đảm bảo tài chính mà bạn mong muốn. Để biến nó thành sự thật, phải hy sinh và cân bằng các yếu tố khác nhau mới đạt được kết quả tốt nhất.

1. Thời gian và tiền bạc: bạn sẵn sàng đầu tư bao nhiêu giờ mỗi tuần hay mỗi tháng? Tình hình tài chính của bạn như thế nào (tín dụng, tiền

mặt, thu nhập, khả năng vay)?

2. *Kỹ năng kinh doanh: Bạn có những tài lẻ gì? Bạn có yêu thích loại công việc đó không?*

3. *Sự sáng tạo và thiết kế: Bạn có thích khám phá những ý tưởng mới không? Bạn có sẵn sàng học hỏi và tiếp thu các ý kiến của người khác không? Bạn có muốn xem xét các bất động sản, dự các triển lãm kinh doanh và lướt qua các báo, tạp chí về quản lý bất động sản, về sự phát triển sáng tạo và các vấn đề có liên quan không?*

4. *Các cộng sự: Bạn thích làm việc một mình? Hay bạn muốn chia sẻ việc đầu tư, công việc, trách nhiệm và ra quyết định cùng với người khác?*

5. *Khách thuê: Bạn muốn thu hút loại khách thuê nào?*

6. *Môi giới bất động sản: Bạn có muốn tự tìm kiếm và buôn bán một mình? Hay bạn sẽ lên danh sách các môi giới có thể giúp bạn trong việc đó?*

7. *Những con số: Bạn có thể học cách làm việc với các bản báo cáo thu nhập, dòng tiền mặt, tính toán suất thu lợi, giá thành dự toán, ngân sách, các ngân sách hạn hẹp và tiến độ rất căng đối với việc cải tạo nâng cấp không?*

8. *Thành quả cá nhân: Loại bất động sản nào sẽ mang đến cho bạn cảm giác chiến thắng và tự hào lớn nhất?*

Để trở thành nhà kinh doanh bất động sản thành công, bạn hãy dự đoán và chuẩn bị kỹ càng. Hãy làm cho mong muốn của bạn phù hợp với thực tiễn. Một số chủ sở hữu bất động sản luôn cố “ăn cả làm hết”. Họ kiệt lực. Những người khác mua theo quảng cáo “hầu như không cần thanh toán ngay” và sau đó họ phát hiện mình thiếu tiền mặt và tín dụng cần thiết để sửa chữa cải tạo, hoặc để cân bằng khoản lỗ khi không cho thuê được và trang trải những món nợ tới hạn (Dù sao, những nhà đầu tư và các chủ sở hữu bất động sản như vậy thường trở thành những người bán gấp cảnh bán cùng phải bán đi với cái giá rẻ như bèo - “chỉ là để thoát khỏi rắc rối đau đầu”. Khó khăn của họ sẽ trở thành cơ hội cho bạn).

Sự đam mê chiến thắng nỗi sợ. Hãy tiếp thu lời khuyên của Nike "Cứ làm đi đã".

Xem xét cách bạn chi tiêu và vay mượn Những người quảng cáo việc mua bán bất động sản “không cần thanh toán ngay” đã đẩy quá nhiều nhà đầu tư bị huyễn hoặc vào chỗ bị mất tiền vì câu thần chú: “Không tiền mặt, không tín dụng, không vấn đề”. Cho dù thực sự là bạn có thể mua bất động sản mà không cần tiền mặt hay tín dụng, thì thực tế này vẫn buộc ta phải hoài nghi. Nếu đó là trường hợp của bạn, thì tại sao bạn lại không có tiền mặt hay tín dụng?

Hãy thực hiện kỷ luật tài chính và trách nhiệm tài chính. “Không tiền mặt, không tín dụng” đương nhiên sẽ là cả một vấn đề lớn đối với những người rỗng túi vì vay mượn hay vung tay quá trán. Nhiều tác giả (kể cả tôi) đã viết về vấn đề này rất nhiều ở các sách báo khác. Chúng ta không cần đề cập lại việc đó nữa. Tuy nhiên, hãy hiểu rằng đầu tư vào bất động sản sẽ là cơ hội tốt nhất đưa bạn đến con đường tự do tài chính nếu như bạn vay mượn để làm ra lợi nhuận và chi tiêu tiết kiệm.

Hãy xem lại khả năng tín dụng, tiền mặt có sẵn, thu nhập hàng tháng của bạn. Bạn có thể chi bao nhiêu tiền để mua bất động sản và cải tạo nó trong khi vẫn phải giữ một khoản dự trữ cho những việc bất ngờ và khẩn cấp. Vì bạn có khả năng mắc sai lầm nên cần phải biết chi tiêu trong giới hạn. Sử dụng những bất động sản đầu tiên để có được kinh nghiệm và điều chỉnh khả năng cũng như chiến lược của bạn.

Mức tín nhiệm tín dụng của bạn thế nào? Để xác định liệu bạn có thể hoàn lại số tiền bạn đã mượn, những người cho vay thế chấp (và nhiều chủ sở hữu bán bất động sản theo kiểu thu xếp cung cấp tài chính trả góp) sẽ kiểm tra mức tín nhiệm tín dụng của bạn. Tuy có nhiều cách để đánh giá mức rủi ro tín dụng, nhưng phương pháp của tập đoàn Fair Isaac Corporation (FICO) là phổ biến nhất. Nếu bạn muốn biết chỉ số FICO của bạn, hãy vào trang www.myfico.com. Với một khoản phí khoảng 35 đô la, FI sẽ cho bạn 3 kết quả (được tính toán dựa trên những dữ liệu tín dụng của bạn nhập vào tệp tin theo lập trình của Experian, TransUnion và Equifax),

gợi ý cho bạn những cách để nâng cao những chỉ số này và cho bạn biết các chỉ số của bạn so với chỉ số của người dân bình thường. Dựa trên hiện trạng tín dụng của bạn, FICO sẽ ước tính lãi suất mà bên cho vay áp dụng cho khoản vay của bạn. (Mức tín nhiệm tín dụng của bạn càng cao thì lãi suất càng thấp và ngược lại)

Giá trị tài sản ròng là gì? Giá trị tài sản ròng của bạn bao gồm tổng giá trị mà bạn có trừ đi tổng số tiền bạn nợ người khác. (Nếu trước đây bạn đã từng nộp đơn xin vay thế chấp thì có lẽ bạn quen với mẫu đơn này, mẫu này được gọi là bản kết toán tài sản cá nhân).

Bạn có khả năng thanh toán? Những người cho vay tiền thế chấp sẽ kiểm tra kỹ lưỡng bất động sản và giá trị tài sản ròng của bạn nhưng đồng thời họ cũng đánh giá vị thế tiền mặt của bạn. Bạn càng có nhiều tiền trong tài khoản thì sẽ dễ dàng bù đắp cho những khiếm khuyết khác. Bạn (hoặc đối tác của bạn) sẽ cần tiền mặt để chốt hợp đồng (khoản thanh toán ngay theo hợp đồng, chi phí chốt hợp đồng, phí sửa chữa, và có lẽ cả chi phí nâng cấp bất động sản nữa). Nếu bảng kết toán tài sản của bạn cho thấy chỉ có ít tiền mặt, tính cả những thứ có giá trị như tiền, ví dụ cổ phiếu, trái phiếu, sổ tiết kiệm) thì hãy bán một số tài sản hiện có (xe ô tô, du thuyền, nhà nghỉ, trang sức, v.v..) để tăng số tiền mặt trong tài khoản. Khả năng thanh toán bằng tiền mặt không những sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho bạn mượn tiền mà còn giúp bạn có tiền để ngay lập tức tham gia vào vụ mua bán hời mà bạn mới phát hiện.

Mỗi tháng bạn kiếm được bao nhiêu tiền? Có nhiều người chi tiêu hoang phí, vay mượn quá đà và cuối tháng thì rỗng túi. Sống hôm nay mà không biết đến ngày mai sẽ làm mất khả năng làm giàu của bạn.

Hãy tăng dòng tiền mặt tự do của bạn. Bạn có thể cắt bớt những khoản chi tiêu nào? Bạn có thể giảm bớt những khoản nợ nào? Bạn có thể bỏ thói quen xài sang (phù phiếm) nào? Các chuyên gia tài chính thường nhấn mạnh: để làm giàu và hưởng thụ hợp lý khi bạn còn trẻ, hãy cắt bỏ những chi tiêu hoang phí và vay mượn quá đà. Hãy sống dưới mức khả năng cho

phép. Những đồng tiền mà bạn đầu tư hôm nay có thể dễ dàng đem lại cho bạn số tiền gấp 10 lần trong vòng 10 năm hoặc ít hơn.

Mục tiêu tài chính Vậy là bạn đã kiểm tra tình hình tài chính và sở thích cá nhân của mình. Giờ đã đến lúc đặt ra những mục tiêu. Bạn muốn làm ra bao nhiêu tiền trong 5 năm, 10 năm hay 20 năm nữa? Bạn muốn mua bao nhiêu bất động sản? Ở mức giá nào? Bạn có định sửa rồi bán, sửa rồi giữ hay mua và giữ một cách thụ động? Hãy ghi những con số ấy ra. Hãy khám phá những khả năng. Hãy suy nghĩ rộng ra. Sau khi đã xác định mục tiêu, hãy vạch ra kế hoạch kinh doanh, kèm với một thời gian biểu và đặt ra các thời hạn. Nếu như bạn không viết ra những kế hoạch kinh doanh, thời gian biểu và các mục tiêu, bạn sẽ dễ chần chừ. Bạn sẽ dao động. Rồi bạn sẽ hối tiếc “lẽ ra, giá như, đáng lẽ”. Hãy tránh những cái bẫy luẩn quẩn này. Hãy buộc mình vào kế hoạch kinh doanh và các bước hành động cụ thể ấy.

Mặc dù chúng ta chưa nói đến mức độ lợi nhuận mà những nhà đầu tư bất động sản nhạy bén có thể kiếm được, sau khi bạn đã đọc và nắm vững các qui tắc phân tích tài chính, bạn vẫn có thể quay lại vấn đề này vào lúc khác. Hiện giờ, bạn nên suy nghĩ về những mục tiêu đã đề ra, sau đó, khi đọc những chương tiếp theo, bạn có thể viết ra các ý tưởng có hiệu quả nhất với mình. Bạn sẽ dễ dàng ghi nhớ và áp dụng những ý tưởng đó khi bạn liên kết chúng với khả năng của mình.

LẬP KẾ HOẠCH NGHIÊN CỨU CỦA BẠN Bây giờ bạn đã “tự biết mình”, đã đến lúc lập kế hoạch nghiên cứu thị trường và bất động sản. Trước khi bắt đầu xem xét các hướng đầu tư tiềm năng, hãy xác định xem bạn đang tìm kiếm gì và đang xem xét những gì:

- Khảo sát tỉ mỉ những câu hỏi bạn muốn trả lời.
- Nhận dạng bất động sản về mặt vật chất.
- Nhận biết các quyền sở hữu có liên quan tới bất động sản.
- Xác định cụ thể những khu vực bạn muốn thu hút khách hàng (các chủ sở hữu, những khách mua) và xác định cụ thể địa điểm và các nguồn cung cấp của những đối thủ tiềm năng.

- Khoảng thời gian nào sẽ phù hợp với việc đầu tư của bạn (khoảng thời gian bạn nắm giữ bất động sản)?

Là một nhà kinh doanh bất động sản, bạn phải đối mặt với rất nhiều câu hỏi cần được trả lời. Giá trị thị trường của một bất động sản cụ thể là bao nhiêu? Thị trường sẽ hướng về đâu? Thành phố hay khu vực dân cư nào sẽ đem lại cơ hội phát triển tốt? Thành phố hay khu vực dân cư nào sẽ đem lại các dòng tiền mặt cao? Phân khúc thị trường nào sẽ cho những tiềm năng dồi dào nhất? Những đặc điểm nào sẽ hỗ trợ chiến lược MVP của bạn? Thời hạn thuê bao lâu sẽ giúp bạn tăng cường chiến lược MVP của mình? Giá trị bất động sản sẽ tăng như thế nào nếu qui hoạch vùng thay đổi?

Qua quá trình hoạt động của mình, bạn sẽ trả lời được các câu hỏi như vậy cũng như rất nhiều câu hỏi tương tự. Mặc dù vậy,

bạn không thể giải quyết những câu hỏi này cùng một lúc được. Thay vào đó, hãy tập trung vào từng vấn đề một. Mỗi câu hỏi yêu cầu những dữ liệu riêng và phương pháp riêng. Chẳng hạn, các câu hỏi về giá trị thị trường sẽ khác với các câu hỏi về dự đoán thị trường. Các câu hỏi về dòng tiền mặt sẽ khác với các câu hỏi về khả năng lên giá.

Bạn sẽ phát hiện rất nhiều câu hỏi khi đọc tới các chương sau. Bây giờ, hãy hiểu rõ ba điểm sau đây:

1. Bắt đầu tất cả các quyết định đầu tư bằng những câu hỏi.

2. Đừng bao giờ quyết định mua, cải tạo nâng cấp hoặc bán một bất động sản mà không xem xét nó theo nhiều khía cạnh, nhiều khả năng. (Ví dụ: cái giá hời có vẻ hấp dẫn đấy, nhưng có thể không bù lại được dòng tiền mặt kém hoặc tiềm năng tăng giá thấp - trừ phi bạn đã có kế hoạch mua rồi bán nhanh để kiếm lời ngay).

3. Khả năng nhận ra các câu hỏi của bạn càng lớn thì tiềm năng lợi nhuận của bạn càng cao. Như chúng tôi đã nhấn mạnh, các câu hỏi sẽ cảnh báo cho bạn những cơ hội mà các nhà đầu tư bình thường, các chủ sở hữu đất và các nhà quản lý nhà đất không nhận thấy hay bỏ sót. (“Tôi có thể tác động làm qui hoạch vùng thay đổi không?”, “Tôi có thể chia nhỏ bất động

sản này được không?”, “Tôi có thể gia nhập thị trường cho thuê hợp tác không?”, “Tôi có thể chia nhỏ tòa nhà này thành nhiều phần được không?”, “Tôi có thể tạo cảnh quan đẹp được không?”. Các câu hỏi sẽ nhắc nhở bạn để ý đến các khả năng.

Nhận dạng và mô tả bất động sản về mặt vật chất Bạn có thể rất ngạc nhiên khi biết rằng khi một số nhà đầu tư mua một bất động sản, họ không biết được họ sẽ có được gì. Tại sao? Vì họ không điều tra kỹ càng bất động sản đó.

Để tránh sai lầm này, bạn cần tìm hiểu kỹ những vấn đề sau:

- Số lượng và chủng loại các căn hộ/nhà cho thuê.
- Diện tích tính của cả toà nhà và từng căn cho thuê.
- Diện tích toàn bộ lô đất thuộc về bất động sản đó, chất lượng, đường biên, các tiện nghi (đường rào, phong cảnh, lối đi bộ, v.v.)
- Kiểu xây dựng, phong cách kiến trúc và hiện trạng chung.
- Tài sản cá nhân.

Số lượng và chủng loại các căn hộ/nhà cho thuê Khi tính diện tích (xem phần tiếp theo), người bán và người môi giới đôi khi thổi phồng số lượng và chủng loại các căn hộ cho thuê trong một tòa nhà. Tôi đã thấy những cái gọi là căn hộ hai phòng ngủ nhưng lại thiếu tủ, hoặc các loại phòng tiết kiệm chỉ có một phòng ngủ có bếp điện, tủ lạnh con, có tầng hầm ẩm ướt, mốc thối thiếu ánh sáng tự nhiên.

Trước khi bạn mua, hãy kiểm tra từng căn phòng một của bất động sản đó. Đôi khi, người môi giới hoặc người bán sẽ nói: “Tất cả các căn này về cơ bản đều giống nhau cả, ông có nhất thiết phải xem kỹ tất cả không?”

Bạn phải trả lời rằng: “Có chứ, tất nhiên tôi muốn xem hết. Anh không phiền chứ?”

Diện tích tính theo foot vuông Các môi giới và chủ sở hữu có thể đưa ra 2 phép tính diện tích. Một là tổng diện tích toàn bộ tòa nhà. Một nữa là diện tích của từng căn. Nhà đầu tư thiếu kinh nghiệm dễ dàng chấp nhận

những con số foot vuông này theo giá trị danh nghĩa. Những nhà đầu tư khôn ngoan sẽ đặt câu hỏi kỹ càng những con số đó.

Những con số về diện tích đó bao gồm những diện tích nào? Các toà nhà chung cư sẽ mất nhiều diện tích cho các hành lang, hầm, ban công, nơi giặt đồ, phòng kỹ thuật đặt các thiết bị sưởi ấm-thông gió-điều hòa, nơi sinh hoạt chung. Hãy chia nhỏ tổng diện tích ra và phân bổ chúng theo chức năng sử dụng của toà nhà. Việc nghiên cứu kỹ lưỡng đòi hỏi phải qua bước này vì hai lí do:

Một là, không có một tiêu chuẩn nhất quán nào để tính diện tích foot vuông. Một số chủ sở hữu hoặc môi giới có thể tính cả diện tích hầm và ban công. Một số người khác thì không. Việc phân bổ chính xác sẽ giúp bạn dễ so sánh các toà nhà.

Hai là, chú ý đến những diện tích có thể cho thuê được. Một số căn nhà tốn rất nhiều diện tích vì thiết kế mặt bằng không hiệu quả. Một toà nhà 13.500 foot vuông đôi khi lại có nhiều diện tích có thể cho thuê được hơn là một toà nhà khác rộng 15.000 foot vuông. (Nguyên tắc này có thể áp dụng cho những căn nhà biệt lập, văn phòng, trung tâm mua sắm và các bất động sản sử dụng cho công nghiệp...).

Chủ sở hữu và môi giới đôi khi thích quảng cáo bất động sản của họ là “vừa rẻ vừa đẹp” vì họ so sánh một cách có lợi cho họ với giá đòi/bán của các bất động sản khác (trên cơ sở giá tính theo foot vuông diện tích). Tuy nhiên, nếu thực chất diện tích sử dụng được của bất động sản đó ít hơn là của các bất động sản so sánh, nó đáng phải giảm giá tính theo mỗi foot vuông diện tích. Giá đòi bán thấp không có nghĩa là “vừa rẻ vừa tốt” như người bán cam đoan. Đừng đánh đồng diện tích foot vuông vào cùng một loại.

Phép tính foot vuông có chính xác không? Dù người bán và môi giới của họ gần như bao giờ cũng vòng vo với ước tính diện tích theo foot vuông, nhưng những nhà đầu tư mới vào nghề lại hay dựa vào những con số đó để đến khi phát hiện ra đó là những con số không đúng thì đã quá muộn. Trong những trường hợp mà giá cả tính theo đơn vị foot vuông đóng

vai trò quan trọng để so sánh và đánh giá bất động sản của bạn thì cần lôi thước dây ra. Bạn hãy tự đo các chiều và tính lấy diện tích. Hãy tránh đừng để sau này bị choáng bởi con số foot vuông thấp hơn con số bạn đã dự tính - và như vậy, giá thực tế tính theo mỗi đơn vị foot vuông sẽ cao hơn giá mà bạn dự tính ban đầu.

Diện tích toàn bộ lô đất và các đặc điểm Ở nhiều thành phố giá trị của lô đất nơi toà nhà tọa lạc dễ chiếm tới 30% đến 70% tổng giá trị bất động sản. Thậm chí một khác biệt nhỏ về diện tích lô đất hoặc đặc điểm của nó có thể làm tăng hoặc giảm hàng chục nghìn đô la so với những bất động sản na ná như nó.

Thử xem xét trường hợp hai toà nhà có ba căn. Cả hai đều mang lại khoản thu nhập thuê ròng như nhau. Thế mà, một căn được đăng bán với giá 289 ngàn đô la. Căn kia được niêm yết giá bán 309 ngàn đô la. Nếu chỉ tính phần toà nhà được xây, thì bất động sản thứ nhất với giá 289 ngàn đô la có vẻ hấp dẫn hơn. Nhưng trên thực tế, bất động sản thứ hai có giá 309 ngàn đô la lại chứa đựng “giá trị ẩn” về đất. Thật ra, diện tích đất của bất động sản thứ hai này cho phép chủ sở hữu xây thêm một căn thứ tư để cho thuê.

Khi bạn có thêm diện tích đất, bạn dễ dàng xây dựng thêm, bạn có thể mở rộng chỗ đỗ xe, nhà kho, tạo cảnh quan, tạo ra khu vực riêng tư lớn hơn. Khi đánh giá một vị trí đất của bất động sản, hãy để ý đến đặc điểm cảnh quan, lối ra vào rộng, thoáng (ô tô ra vào dễ dàng) và những tiện nghi như bể bơi, sân tennis, xưởng, kho chứa. Khi so sánh diện tích với đặc điểm, hãy liệt kê những sự khác biệt có thể tạo ra sự khác nhau.

Tài sản cá nhân Khi bạn mua một bất động sản, bạn phải trả cho đất và nhà - được gọi là bất động sản. Cái giá mà người bán đòi có thể bao gồm cả tài sản cá nhân, nghĩa là máy giặt, máy sấy, tủ lạnh, lò, giường tủ, rèm, điều hòa không khí lắp vào cửa sổ, gương treo tường và các thứ khác không gắn cố định vào đất và nhà.

Thêm vào đó, giá niêm yết một bất động sản bao gồm những hạng mục được làm thích hợp để sử dụng cho căn nhà mà luật pháp xếp loại là

đồ đạc cố định. Đồ đạc cố định bao gồm quạt trần, đèn, đèn chùm, thiết bị tự động mở gara, máy xử lý rác, các loại tủ tường và giá sách gắn liền tường, máy rửa bát gắn liền tường. So với những căn nhà tương tự khác thì một căn nhà nếu đã có đủ máy giặt và sấy, quạt trần, lò bếp, máy rửa bát và tủ lạnh sẽ có giá trị hơn một căn nhà thiếu những thứ đó. Trước khi bạn đánh giá một căn nhà, hãy liệt kê chính xác các tài sản cá nhân và đồ đạc cố định có liên quan trong hợp đồng. (Đôi khi, sau khi giao dịch xong, những người bán lại tháo dỡ mang những đồ đạc cố định đi mặc dù về mặt pháp lý chúng phải được để lại cùng với bất động sản. Vì lý do này hoặc các lý do khác nữa, bạn nên đi xem xét thực địa lại một lần trước khi chốt hợp đồng hoặc trước khi nhận bàn giao.)

Hãy tránh sự hiểu lầm và thất vọng. Hãy đàm phán cụ thể “tài sản nào để lại, tài sản nào người bán mang đi”. Xác nhận và liệt kê những đồ đạc cố định này trong hợp đồng mua bán hoặc đính kèm vào phần phụ lục.

Hiểu rõ quyền hạn và hạn chế “Đây là tài sản của tôi. Tôi làm gì là tùy tôi”. Trước khi có những luật hạn chế về qui hoạch vùng, qui chế xây dựng, quyền lợi của người thuê, vay thế chấp, cho thuê và hàng chục thứ luật, qui định và hợp đồng khác thì tuyên bố không nhân nhượng của bạn về quyền tự do như trên có thể có trọng lượng. Ngày nay thì không.

Ngày nay, những hạn chế này nọ sẽ chi phối quyền hạn được thiết kế, xây dựng, chiếm hữu, sử dụng, cho thuê, cầm cố thế chấp, cải tạo, xây thêm, hoặc sở hữu một bất động sản. Hãy xác minh xem các phương án đối với các bất động sản bạn định mua, quản lý, cải tạo, cho thuê hay bán có tuân thủ các quyền hạn luật định mà bạn thực có (hoặc có thể xin được).

Mặt khác, các luật qui hoạch vùng, hợp đồng, sắc lệnh, qui tắc, điều khoản và qui định không hạn chế bạn theo nghĩa tiêu cực. Những nhà đầu tư sẽ phụ thuộc vào các qui định và hạn chế để giúp họ hình thành chiến lược thị trường mục tiêu. Căn cứ vào tính quan trọng của vấn đề này, chúng tôi sẽ bàn cụ thể hơn trong chương 8. Còn bây giờ, hãy hiểu rằng trước khi bạn đánh giá một căn nhà và phác thảo ra một chiến lược MVP, việc nghiên

cứu thực tế đòi hỏi bạn đánh giá và xem xét các hạn chế đang tồn tại và tiềm ẩn.

Vị trí địa lí nào?

Thông thường, phần lớn các nhà đầu tư thường giới hạn việc tìm kiếm bất động sản vào một bán kính 30-60 phút lái xe từ nhà. Những nhà đầu tư này thích ở gần những bất động sản của mình để dễ dàng kiểm soát những vấn đề thường nhật (dẫn khách mua đi xem, sửa chữa, thăm những người thuê, vân vân). Sở thích về sự gần gũi này của họ mặc dù có lý ở vài điểm nào đó nhưng lại vô lý ở những điểm khác.

Bạn sẽ làm gì nếu giá những bất động sản đó ngoài tầm với của bạn? Bạn sẽ làm gì nếu không tìm được các bất động sản sinh lợi trên dòng tiền mặt hoặc có tiềm năng tăng giá? Bạn sẽ làm gì nếu tình hình kinh tế địa phương không ổn định? Hay nói cách khác, bạn sẽ làm gì nếu khu vực của bạn thiếu những lựa chọn đầu tư tốt khác mà bạn mong muốn và có thể mua được? Hiện tại, có thể bạn cảm thấy như vậy vì bạn chưa thăm dò hết những khả năng của địa phương mình. Có thể bạn đã quá quen với những hiểu biết thông thường và những hội thoại tiêu cực mà chưa xem xét kỹ thực tế.

Tuy nhiên, dù bạn chưa khám phá hết khả năng của địa phương mình, bạn nên để ý đến những địa điểm khác. Trong một hoặc hai thập kỉ tới, những nhà đầu tư bất động sản ở một số địa phương trong nước Mỹ sẽ có gấp đôi hoặc gấp ba lần giá trị bất động sản và giá cho thuê bất động sản. Trong lúc đó, các nhà đầu tư bất động sản ở những địa phương khác chỉ kiếm được vừa đủ để đuổi kịp lạm phát. Hoặc có thể bạn lại muốn đầu tư để tạo thu nhập bằng dòng tiền mặt đều đều hơn là mong đợi bất động sản lên giá. Một lần nữa, những địa phương khác nhau sẽ cho bạn những tiềm năng khác nhau. Về những mục tiêu đầu tư của chính mình, tôi quan tâm đến ít nhất 4 nguồn lợi nhuận: (1) dòng tiền mặt, (2) tăng giá bất động sản, (3) giá trị cộng thêm, và (4) trả góp. Theo tôi, nhiều bất động sản ở Texas và ở Florida (không thuộc vùng duyên hải), cả khu dân cư và khu thương mại, đều có nhiều hứa hẹn.

Tất nhiên, ý của tôi không phải là giới thiệu một địa phương cụ thể nào. Bạn phải tự quyết định cho bản thân (với sự hướng dẫn hỗ trợ ở chương 5). Tuy nhiên, tôi khuyến khích bạn hãy tìm hiểu và so sánh một số nơi khác nhau. Nếu bạn quyết đầu tư theo tính chất địa phương, hãy làm việc đó theo dự định của mình chứ không phải theo mặc định chung.

Thời gian Thời gian cũng là một phần của quá trình đưa ra quyết định đầu tư. Hãy nghĩ đến khoảng thời gian bạn định nắm giữ bất động sản của mình. Nếu bạn định cải tạo sửa chữa rồi bán ngay, nghiên cứu thị trường và kinh tế của bạn không cần phải dự báo cho thời gian dài hơn 6 tháng hoặc 1 năm. Nếu là một nhà đầu tư mua, sửa chữa cải tạo, rồi giữ lại, bạn có thể xem xét một viễn cảnh trung hạn hoặc dài hạn khoảng từ 5 đến 20 năm.

Những viễn cảnh thời gian khác nhau dẫn đến các lựa chọn đầu tư khác nhau. Ví dụ: nhiều khu dân cư và địa phương có giá rẻ trên khắp đất Mỹ đang có vị thế thay đổi hoàn toàn theo hướng tốt lên làm cho giá bất động sản tăng vọt. Tuy nhiên, những vùng này lại đòi hỏi nhà đầu tư kiên nhẫn. Để kiếm tiền nhanh, hãy tìm các bất động sản giá rẻ mà bạn có thể sửa chữa cải tạo và nhanh chóng bán lại (hoặc đổi). Trong bất cứ trường hợp nào, đừng chọn địa điểm hoặc bất động sản cho tới khi bạn suy tính thời điểm cho chiến lược gia nhập và rút lui khỏi thị trường của mình.

Giá bất động sản và mức thuê hiểm khi đi theo một hướng tăng ổn định. Hãy coi thời điểm là một yếu tố rất quan trọng trong chiến lược kinh doanh của mình. Chiến lược MVP trong 2 năm của bạn sẽ rất khác với một chiến lược trải dài trong khoảng 5 đến 10 năm. Hãy lập kế hoạch để gia nhập và rút lui khỏi thị trường đúng lúc.

Bây giờ, hãy xem xét kỹ hơn những dữ liệu bạn có thể dùng để dự đoán xu hướng cầu và cung trong một vùng.

6

VÙNG NÀY PHÁT TRIỂN TỚI ĐÂU? VÀ KHI NÀO NÓ SẼ PHÁT TRIỂN

HÃY NHÌN XA TRÔNG RỘNG HƠN

Khi Donald Trump khởi đầu sự nghiệp của mình, ông đã để mắt đến Manhattan chứ không phải thành phố quê hương New York của ông. Ông muốn xây dựng ở Manhattan vì đó là nơi ông nhận thấy cơ hội lâu dài tuyệt hảo để thực hiện các mục tiêu cá nhân cũng như các mục tiêu tài chính của mình.

Ngày nay, Trump Organization là đối tác của các dự án cơ bản trên đất Mỹ ở Miami, Tampa, Chicago, Phoenix, Las Vegas, Los Angeles, Palm Springs và Atlantic City. Trên thế giới, Trump thậm chí còn có cả một dự án ở Dubai, Vương quốc các nước Ả rập thống nhất (nơi tôi đã từng làm việc trong hai năm trước đây). Dubai là một trong những thành phố phát triển nhanh và giàu có nhất trên thế giới, hứa hẹn những cơ hội đầu tư lâu dài rất lớn. Tuy vậy, trước khi biến động lớn về chính trị bùng nổ, rất ít người Mỹ được nghe nói về thành phố này. Một khẩu hiệu quảng cáo cho tháp và khách sạn quốc tế Palm Trump ở Dubai viết: "Thành phố nơi bất động sản là vua, nay xin giới thiệu một ông vua về bất động sản".

Bài học ở đây là gì? Xin hãy tránh xa câu khuôn sáo này: "Đừng bao giờ đầu tư vào nơi nào cách xa nhà mình hơn một giờ đồng hồ lái xe". Trên khắp đất Mỹ, trên khắp thế giới, những cơ hội luôn chờ đợi những ai biết tìm tòi, khám phá và tất nhiên là dám mạo hiểm nữa. Như Trump đã nói: "Hãy ra khỏi chăn ấm và trèo lên những bờ đá cheo leo".

Ở một số nơi, bất động sản luôn đem lại những khả năng lợi nhuận hấp dẫn. Bạn hoàn toàn có thể tìm thấy hàng đồng kim cương ngay tại sân sau nhà mình. Tuy nhiên, không phải chỉ cần đào riêng một chỗ đó. Trump vẫn luôn khuyên rằng: "Hãy biết nhìn xa trông rộng".

Có lẽ, giống như ông Trump, bạn cũng có thể phát triển một hệ thống hoạt động tuyệt vời đối với những khách thuê hoặc khách mua có vị thế thích hợp đặc biệt. Có lẽ, bạn cũng có thể tìm kiếm cộng sự ở đâu đó để cùng làm việc. Hãy thử thách bản thân để khám phá những miền đất xa xôi.

Địa điểm, địa điểm, địa điểm. Câu nói khuôn sáo ấy được rao giảng bởi những kẻ chẳng biết gì và cũng không suy nghĩ được gì nổi. Bạn đang tìm kiếm thương vụ có lời nhất và nó có thể nằm ở bất cứ địa điểm nào. Thêm vào đó, hãy làm theo cách của tôi: Dùng bất động sản của mình để làm tăng giá trị của địa điểm đó lên.

“Tác giả cuốn sách này đã làm như vậy và bạn cũng có thể làm được như vậy”. Lời giới thiệu cuốn sách kinh điển về bất động sản Tôi đã làm thế nào để biến Một ngàn đô la thành Một triệu đô la trong thời gian rỗi? của William Nickerson đã mở đầu như vậy đấy. Với những lời động viên ấy, tôi đã ngẫu nhiên nội dung cuốn sách này. Và khi 21 tuổi, ngay lập tức tôi áp dụng những lời khuyên của Nickerson vào thực tế. Tôi nhanh chóng tìm ra (tôi đã tin như vậy) những vụ mua bán rất hời. Theo công thức của Nickerson, giá bất động sản cho thuê nên tương đương với 10 lần doanh thu hoạt động ròng của bất động sản (NOI). Sử dụng công thức này, tôi đã không thể tin được những vụ mua bán tuyệt vời đang đến với mình. Tôi đã mua đều đều những tòa nhà, những căn hộ nhỏ với giá gấp năm đến bảy lần NOI. Nói cách khác, tôi đã mua các bất động sản có thu nhập mà theo lời khuyên của Nickerson lẽ ra là bán với giá 100 ngàn đô la, nhưng tôi đã chỉ trả 50 ngàn đô la đến 70 ngàn đô la. Nhớ lại lúc đó tôi đã nghĩ “Những người bán này điên thật. Họ chẳng biết chính mình đang làm gì nữa.”

ALAMO, BANG CALIFORNIA (VÙNG VỊNH SAN FRANCISCO)
TƯƠNG PHẢN VỚI TERRE HAUTE, BANG INDIANA.

Té ra là chính tôi đã nhầm - chứ không phải những người bán cho tôi. Tôi đã không phát hiện ra rằng công thức định giá của Nickerson không thể áp dụng cho thị trấn của tôi được. Không giống vùng vịnh San Francisco (nơi Nickerson đã sống), thị trấn Terre Haute của tôi có nền kinh tế địa phương yếu kém và dân số giảm sút. Trong khi các bất động sản của Nickerson đều có giá trị gấp đôi sau khoảng 10 năm, thì các bất động sản của tôi phải chiến đấu vất vả để theo kịp tỷ lệ lạm phát.

May mắn thay, các bất động sản của tôi thực sự đã gạt hái được những khoản lớn từ dòng tiền mặt dương (lãi hoạt động), và vì những trải nghiệm đầu tư ban đầu này xảy ra trước khi xuất hiện Luật Thuế Sửa đổi 1986 (TRA), nên các bất động sản của tôi đã mang lại cho tôi khoản bút toán xoá sổ thuế lớn do khấu hao. Sử dụng cách tránh thuế này, tôi đã được hưởng thu nhập miễn thuế từ tiền cho thuê các bất động sản cũng như từ hầu hết lợi nhuận hoạt động của tôi.

Sự so sánh về các địa điểm trên cho thấy rằng bạn cần phải cân đi nhắc lại những thuận lợi và khó khăn về sự phát triển lẫn tiềm năng tăng giá đối lập với giá bất động sản của vùng đó và dòng tiền mặt mà nó mang lại.

HAI LỖI THƯỜNG GẶP Một số nhà đầu tư (mới vào nghề hoặc đầu tư theo mùa vụ) đều tìm mua các bất động sản ở một vùng (hoặc khu vực, thành phố, khu dân cư) mà không cân nhắc về việc vùng đó sẽ như thế nào so với bất động sản ở các vùng khác sau 3, 5, 10, hay thậm chí 15 năm sau. Thông thường, các nhà đầu tư này tập trung mua các bất động sản trông có vẻ hấp dẫn vào lúc đó mà thôi. Tôi gọi hành động này là lỗi kiểu “ông Magoo” . Đó là lỗi thiếu cận. (Tôi cũng từng mắc lỗi này).

Đối lập với ông Magoo, những nhà đầu tư khác (chẳng hạn như các nhà đầu tư ở San Francisco ngày nay) mua bất động sản nằm ở các vùng phát triển cao - đặc biệt các vùng mà bất động sản cho thấy tỷ lệ tăng trưởng kinh tế cao và giá bất động sản tăng mạnh trong những năm đã qua. Những nhà đầu tư này có vẻ như ít quan tâm đến dòng tiền mặt âm (lỗ hoạt động) hiện nay vì họ cho rằng trong tương lai giá bất động sản sẽ tăng

mạnh giống như trước đây. Tôi gọi việc này là sai lầm này của kẻ mơ mộng hão. Nó quá huyền hoặc xa vời.

Nói một cách tương đối chứ không phải tuyệt đối Trong hầu hết các trường hợp, các nhà đầu tư bất động sản thuộc loại ông Magoo và thuộc loại ngóng sao trời đều đã kiếm ra tiền. Khi tôi nói “sai lầm”, là nói một cách tương đối chứ không phải là tuyệt đối. (Tôi ngờ rằng hầu hết các nhà đầu tư chứng khoán và trái phiếu rất thích tỷ lệ lợi nhuận 30% hoặc cao hơn mà tôi kiếm được.) Tôi đang nói rằng những nhà đầu tư bất động sản đã mắc “sai lầm” này (kể cả tôi) thường chấp nhận nhiều rủi ro hơn và thu được ít thành quả hơn là đáng lẽ họ thu được, nếu chúng ta lựa chọn về địa điểm và bất động sản hợp lí hơn.

Bây giờ, tôi muốn bàn về đầu tư đúng chỗ, đúng lúc, đúng giá.

ĐẦU TƯ GIÁ TRỊ: ĐÚNG CHỖ, ĐÚNG LÚC, ĐÚNG GIÁ Nếu bạn đã quen với nhiều kiểu đầu tư mà các chuyên gia của thị trường chứng khoán thông thạo, có lẽ bạn nhận thấy rằng đầu tư đúng chỗ, đúng lúc, đúng giá cũng giống như là đầu tư có giá trị (xin xem cuốn Đầu tư giá trị trong bất động sản của tôi).

Một nhà đầu tư giá trị trong lĩnh vực chứng khoán không bao giờ mua cổ phiếu của một công ty chỉ bởi vì đó là một công ty lớn. Ông ta cũng không mua vào cổ phiếu của bất kì công ty nào chỉ vì giá chứng khoán thấp so với lợi nhuận và cổ tức (dòng tiền mặt hàng năm). Để nhà đầu tư đó bỏ tiền ra mua cổ phiếu, đó phải là một công ty thích hợp, một thời điểm mua thích hợp, và giá cũng phải thích hợp.

Đầu tư giá trị trong bất động sản Tương tự như vậy, là một nhà đầu tư giá trị trong lĩnh vực bất động sản, bạn phải tìm kiếm các địa điểm (đúng chỗ) đang có vị thế để tăng trưởng, thay đổi hoàn toàn theo hướng tốt lên, đổi mới phong cách, hoặc có sức sống mới. Bạn sẽ hỏi “Bây giờ có đúng lúc hay không?”. Harlem đã có vị thế thay đổi hoàn toàn theo hướng tốt lên vào khoảng đầu những năm 1980. Tuy nhiên, thời kỳ phục hưng của nó không đến ngay lập tức mà còn phải đợi thêm 10 hay 12 năm nữa. Suốt những năm 1980, Harlem phải chật vật với những tệ nạn ma túy, tội ác, và

những xuống cấp khác - mặc dù từ vị trí của nó chỉ mất vài phút để đi đến những quận có những việc làm thu nhập cao, có những trung tâm mua sắm và khu căn hộ.

Năm 1990, San Diego là nơi thích hợp để đầu tư, nhưng giống như Harlem của những năm 1980, thời điểm đầu tư đó không phải là một thời điểm thích hợp. Tuy nhiên, nó là một trong những nơi đáng mơ ước nhất để sống trên thế giới, không ai có thể phủ nhận viễn cảnh chắc chắn và lâu dài cho “thành phố hàng đầu của Mỹ” này.

Mặc dù về lâu dài thì như vậy, nhưng với một thời hạn ngắn trước mắt thì lại có nhiều vấn đề phiền toái. Là một trung tâm chính của những công việc liên quan đến quốc phòng, tỷ lệ thất nghiệp đang gia tăng mạnh ở San Diego do sự sụp đổ của Xô Viết báo trước sự cắt giảm chi phí quân sự bất thường trong ngân quỹ của Mỹ. Thị trường bất động sản San Diego sẽ sụt giảm trước khi nó lấy lại được tương lai tươi sáng lâu dài đã được dự đoán đó.

Để kiếm lời tối đa trong ngành bất động sản, hãy tìm kiếm các vùng (các nước, các khu vực, các thành phố, các khu dân cư) mà vừa đang có vị thế lại vừa cân bằng về mức độ tăng trưởng, thay đổi hoàn toàn theo hướng tốt lên, có phong cách hoặc có sức sống mới. Tìm kiếm khả năng và hãy sẵn sàng, đó chính là vấn đề thời điểm thích hợp.

Về giá cả thì sao?

Trong ba yếu tố: đúng chỗ, đúng lúc, đúng giá, bạn có thể xem xét yếu tố ‘đúng giá’ theo bốn cách sau đây:

1. Giá trị thị trường: Đừng bao giờ trả giá cao hơn giá trị thị trường trừ phi bạn biết chính xác tại sao bạn điều chỉnh giá lên cao hơn như vậy.

2. Giá cao hơn giá thông thường: Đôi khi bạn có thể trả giá cao hơn giá trị thị trường một cách có lý (nếu bạn buộc phải trả giá như vậy) để mua được bất động sản mà bạn muốn. Một số lý do trả giá như vậy bao gồm các thời hạn hay chi phí cung cấp tài chính ưu đãi, những khả năng chuyển đổi, tiềm năng sử dụng đặc biệt, và tiềm năng giá trị gia tăng.

3. Các xu hướng giá: Một vùng có vị thế vừa cân bằng về mức độ tăng trưởng, nhưng giá thị trường hiện nay có thể sụt nhanh trong thời gian ngắn. Lãi suất cao ngất, xây dựng mới thừa thãi, số lượng chuyển đổi quá mức, hay những thay đổi về pháp lý hoặc qui định, chẳng hạn như Luật Thuế sửa đổi năm 1986 có thể làm giá bất động sản chững lại hoặc sụt giảm tạm thời.

4. Tỷ lệ giá cả - lợi nhuận: Từ đầu những năm 2000, nhiều bất động sản (đặc biệt là ở những vùng được-tìm-kiếm-nhiều) đã không thể kiếm được dòng tiền mặt dương (lãi hoạt động) mặc dù chúng được cung cấp tài chính bằng một khoản vay trả góp trong 30 năm theo mức lãi suất cố định, với khoản thanh toán ngay là 20% giá trị hợp đồng. Vì lý do này, nhiều nhà đầu tư thường tránh những vùng “giá không thích hợp” này - mặc dù vùng đó có hấp dẫn đến thế nào đi nữa.

Tìm kiếm những bất động sản nằm trong biên độ gần những vùng hấp dẫn hơn. Những bất động sản này có cơ hội tăng giá nhanh.

TÓM LẠI: ĐÚNG CHỖ, ĐÚNG LÚC, ĐÚNG GIÁ Ông Magoo tập trung vào thương vụ bất động sản cụ thể. Đối với nhà đầu tư thuộc loại này thì “mua hời” gần như là mua bất kỳ tài sản nào có giá thấp hơn giá thị trường hiện thời. Do sự thiếu cận của mình, ông Magoo thường xuyên bỏ lỡ cơ hội mua những bất động sản vừa có vị thế vừa cân bằng về mức độ tăng trưởng. Hơn nữa, vì ông Magoo chỉ quan tâm hời hợt đến triển vọng kinh tế và thị trường nên ông ta có thể không nhận thấy dữ liệu thị trường báo hiệu giá sắp giảm.

Tôi sẽ hỏi những người sống ở lân cận vùng tôi quan tâm - về trường học, tình hình tội phạm, nơi mua sắm, bất cứ thứ gì. Tôi sẽ hỏi tài xế taxi, người đưa thư, những nhân viên chuyển phát nhanh. Tôi cứ hỏi, hỏi nữa, hỏi mãi cho đến khi tôi thấm nhuần mọi thông tin. Lúc đó tôi mới quyết định.

Những người mơ mộng hão cứ tưởng là họ thấy được triển vọng về giá bất động sản ở những vùng họ đầu tư. Tuy nhiên (cũng giống như các ông Magoo), họ có thể chết đuối trong dòng xoáy giá giảm. Mà nếu ‘chờ

được vạ thì má đã sưng'. Dòng tiền mặt âm (lỗ hoạt động) có nghĩa là họ đã làm mất phần lớn (hoặc toàn bộ) lợi nhuận mà họ đã hy vọng là sẽ thu được sự nhờ tăng giá của bất động sản.

Mặc dù không ai có thể dự đoán một cách chính xác tương lai, nhưng các nhà đầu tư (doanh nhân) thường đưa ra những dự đoán đúng nhất và những quyết định có lợi nhất. Không giả định tương lai ngắn hạn hay dài hạn của một vùng, không chọn một vùng hay bất động sản một cách mặc định (gần nhà, tỷ lệ tăng giá cao trước đây, thấp hơn giá thị trường) mà các nhà đầu tư vào giá trị trả lời một cách thận trọng ba câu hỏi sau:

1. Đầu tư ở đâu là đúng chỗ (đất nước, vùng, thành phố, khu vực dân cư)?
2. Đầu tư khi nào là đúng lúc?
3. Trả bao nhiêu là đúng giá?

Cung - cầu Khác với những kẻ được giới truyền thông lăng-xê chỉ đưa ra được những lời khuyên tầm thường, sơ sài và thiếu căn cứ, bạn có thể dự đoán một cách hợp lý cho một vùng. Trước khi ra quyết định đầu tư, hãy xem lại các chỉ số tổng quan (vĩ mô) về nhu cầu (Demand - chữ D trong DUST).

I. Cầu.

- a. Tăng trưởng dân số.
- b. Việc làm và thu nhập.
- c. Các chi phí hoạt động kinh doanh.
- d. Chất lượng cuộc sống.
- e. Sự giàu có.
- f. Quan điểm cộng đồng.
- g. Tinh thần kinh doanh.

Chỉ riêng một mình nhu cầu tăng trưởng mạnh mẽ trong một vùng không thể đảm bảo lợi nhuận. Chúng ta còn phải xem các chỉ số về cung cấp (Supply - chữ S trong DUST) chẳng hạn như sau:

II. Cung: xem xét các đối thủ tiềm năng.

- a. Xây dựng mới.
- b. Nhà đang có để bán.
- c. Nhà đang có để cho thuê.
- d. Chung cư sở hữu tư nhân để bán.
- e. Chung cư sở hữu tư nhân cho thuê.
- f. Tỷ lệ căn hộ còn trống chưa bán/cho thuê được.
- g. Mức giá thuê căn hộ.
- h. Đất dành cho xây dựng.
- i. Các hạn chế về quy hoạch vùng và sử dụng đất.
- j. Vỡ nợ và tịch thu tài sản thế chấp.

Bạn sẽ tìm ra cách xem xét nghiên cứu các chỉ số cung (của các đối thủ) ở chương sau. Bây giờ, hãy nhìn tổng thể hơn vào nhu cầu.

Là một nhà đầu tư mới bước vào nghề, có thể bạn muốn bỏ qua những thảo luận chuyên môn về cơ sở kinh tế, các tín hiệu thị trường, cung và cầu. “Chỉ cần nói xem tôi cần phải biết những gì để kiếm được nhiều tiền.” Nhưng tận đến khi bạn kiểm tra những thông tin về khu vực địa phương của mình (hoặc khu vực mà bạn có kế hoạch đầu tư), thì bạn vẫn cứ nhắm vào một mục tiêu mà không ngắm để bắn. Bạn có thể có và cũng có thể không bắn trúng mục tiêu. Thậm chí cả khi bạn ghi điểm bằng cả loạt đạn trúng mục tiêu, thì cũng đừng quá tự phụ về thành công của mình (vì tất cả chúng ta đều có xu hướng trở nên tự phụ). Trong khi bạn đang hưởng thành quả của mình thì ai đó có thể dịch chuyển mục tiêu đi rồi.

Donald Trump thừa nhận đã mắc sai lầm y như vậy vào cuối những năm 80. Ông đã mất tiêu điểm, nhưng không phải vì ông ôm đồm quá nhiều thương vụ mà vì ông đã không chớp lấy thời cơ. Sau đó vấn đề mới nảy sinh. Theo lời ông kể lại câu chuyện thì ông đã “đánh, đánh nữa, đánh mãi tới khi nhà cái ăn hết tiền”. Hãy luôn ngắm vào tiêu điểm. Luôn luôn kiểm tra giám sát nhu cầu và cạnh tranh (nguồn cung). Vì thời gian thay đổi, nên luôn phải điều chỉnh chiến lược và khoản nợ của mình.

DÂN SỐ SẼ TĂNG TRƯỞNG?

Tỷ lệ tăng (hoặc giảm) dân số là kết quả của ba nguyên nhân: (1) tỷ lệ sinh, (2) tỷ lệ tử, và (3) số người đến hoặc đi khỏi vùng. Cần phải có một bức tranh rõ ràng về khu vực này. Có thêm nhiều người đến hay đi khỏi vùng? Phân loại tuổi tác của dân chúng đang thay đổi như thế nào? Rất nhiều người coi Florida như phòng chờ để vào cửa Thiên đường. Mặc dù vậy, nhưng thực tế số lượng trẻ em ở bang này đang tăng nhanh. Nếu số lượng người có tuổi đang đổ xô về cư ngụ ở bang này chững lại (mà điều này sẽ không xảy ra), thì sân chơi đầy trẻ em ngày nay sẽ là những khu đất cần cho xây dựng căn hộ, nhà cửa, chuỗi cửa hàng bán lẻ và tòa nhà văn phòng sau này.

Những vùng tăng trưởng hiện tại và tương lai Sự tăng dân số hiếm khi trải đều trong các bang, thành phố, hoặc khu vực dân cư. Vị trí địa lý mở mang những vùng mới hoặc hướng đi cho sự tăng trưởng. Xác định những nơi tỷ lệ tăng trưởng đã đạt đến mức cao nhất. Khu vực này đang đạt đến giới hạn của nó? Những con đường và xa lộ này đang ách tắc giao thông? Giá thuê và giá bán nhà đang tăng lên? Sự bùng nổ dân số tiếp theo sẽ xảy ra ở đâu? Hãy tìm kiếm những vùng đang nổi trội.

Tìm ra những con số thực Đôi khi các phương tiện truyền thông đại chúng thông báo rằng tỷ lệ tăng dân số của khu vực đang chậm lại. Phần lớn mọi người lại hiểu tin này có nghĩa là chính sự tăng trưởng đang chậm dần. Thường thì không phải như vậy. Đúng hơn là, trong khi dân số của một vùng đang tăng lên, thì tỷ lệ tăng (tự nhiên) vẫn có thể giảm đi, chủ yếu là tăng dân số cơ học (số người chuyển đến vùng đó vẫn tiếp tục tăng).

Ví dụ là trong cả thập kỷ trước, dân số của một hạt đã tăng vọt từ 300.000 lên đến 400.000 người - một sự tăng trưởng tổng thể là 33 phần trăm. Trong thập kỷ tới, tỷ lệ tăng trưởng tổng thể dự kiến giảm xuống còn 25 phần trăm. Tuy nhiên, thậm chí với tỷ lệ tăng trưởng thấp hơn này, thì dân số của hạt này sẽ tăng thêm 100.000 người, đúng bằng con số tăng nhân khẩu trong thập kỷ trước. Chính con số nhân khẩu (tỷ lệ tăng cơ học)

mới tạo ra nhu cầu, chứ không phải do tỷ lệ tăng trưởng tự nhiên. Hãy xem xét các con số đó.

Cảnh giác với những Tiêu cực Sai lầm Nếu bạn nhìn vào số liệu tăng dân số chỉ trong phạm vi những thành phố Highland Park, Texas; San Francisco;

Washington D.C.; hay New York City thì bạn sẽ nhận thấy những con số này tăng lên một chút trong vòng 30 năm nay. Tuy nhiên, mức giá bán và giá thuê nhà ở mỗi thành phố này đã tăng đến những mức cao nhất ở Mỹ. Tại sao vậy? Vì những thành phố này với những đô thị trù phú nhất đang thu hút nhu cầu của dân cả nước và cả thế giới đến sống tại đó. Muốn đánh giá tổng nhu cầu nhà ở một cộng đồng hay khu dân cư cụ thể, bạn phải nghiên cứu các số liệu tăng dân số dự kiến cho toàn bộ khu vực đó và những vùng lân cận. Đánh giá ảnh hưởng của bức tranh tổng thể (vĩ mô) lên những khu vực nhỏ hơn.

SỐ LƯỢNG VIỆC LÀM CƠ BẢN ĐANG TĂNG LÊN HAY GIẢM ĐI?

Để tăng trưởng và phát đạt, phần lớn (nhưng không phải tất cả) các vùng cần có một cốt lõi công ăn việc làm cơ bản. (Giá nhà đất ở Aspen, bang Colorado, đã tăng gấp 10 lần mà những việc làm thu nhập cao lại tăng không đáng kể. Những khách mua giàu có ở ngoài vùng lại rất coi trọng nhu cầu này.) Xác định những chủ doanh nghiệp chính của khu vực, các loại hình kinh doanh chủ đạo, và tiềm năng tăng trưởng của chúng. Mặt khác, điều tra xem liệu có bất kỳ sự cắt giảm nhân công, giãn thợ, đóng cửa nhà máy hay di chuyển doanh nghiệp ra khỏi vùng xảy ra tại đó hay không.

Đặc biệt chú ý những chủ doanh nghiệp có hoạt động mang lại tiền bạc cho vùng đó. Khi những doanh nghiệp này suy yếu thì tất cả các ngành nghề kinh doanh không cơ bản ăn theo lợi nhuận do các doanh nghiệp chủ đạo đó làm ra (hoặc các cơ quan và tổ chức chính phủ) cũng suy yếu theo. Các ngành nghề cơ bản thường phát triển:

1. Sản xuất: để thấy được vai trò quan trọng của các ngành sản xuất, hãy xem bộ phim *Roger và Tôi* của Michael Moore. Bộ phim tài liệu này

ghi lại sự sụp đổ kinh tế ở Flint, bang Michigan, sau khi General Motors đóng cửa nhà máy Buick ở khu vực.

2. Các công ty Dịch vụ Chuyên nghiệp: Phần lớn kiến trúc sư, luật sư, kế toán viên, nhà tư vấn, và các công ty quảng cáo hạng thấp hoặc trung bình được coi là người phát triển thành phố chứ không phải những nhà đầu tư xây dựng thành phố. Các môi giới bất động sản, người môi giới chứng khoán, và các hãng bảo hiểm cũng được phân loại tương tự. Tuy nhiên, một số công ty dịch vụ (hoặc tài chính) chuyên nghiệp phục vụ cho một nhóm khách quen trong khu vực, trên toàn bang, trên cả nước, hoặc thậm chí toàn cầu. Hoá đơn tính tiền của các công ty này có thể đem lại hàng triệu (hoặc thậm chí hàng tỷ) đô la cho nền kinh tế địa phương. Tỷ dụ như công ty Skidmore Owens của Chicago, công ty kiến trúc có uy tín quốc tế này thiết kế tòa nhà cao nhất thế giới đang được xây dựng ở Dubai.

3. Dịch vụ y tế: Chăm sóc sức khoẻ đã trở thành ngành kinh doanh lớn thứ hai (sau bất động sản) ở Mỹ và sẽ trở nên lớn mạnh hơn khi những người sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số sau Thế chiến thứ 2 bước vào tuổi lục tuần. Nhiều khu vực bây giờ đang xây dựng các bệnh viện, phòng khám chữa bệnh, và các phòng thí nghiệm mà bệnh nhân cách đó hàng trăm (thậm chí hàng nghìn) dặm vẫn đến đó để khám chữa bệnh. Tỷ dụ như Mayo Clinic.

4. Đi lại và Du lịch: Đường như mọi nơi từ thành thị đến nông thôn trên cả nước bây giờ đều muốn giành được một phần trong số 300 tỷ đô la/năm mà người Mỹ tiêu dùng cho việc đi lại, du lịch, hội họp, và các hoạt động giải trí khác. Hãy nghĩ đến những Trung tâm hội nghị McCormick Place ở Chicago hoặc Moscone Center ở San Francisco.

5. Các trường cao đẳng và Trường đại học: Nhiều thành phố và thị trấn có trường cao đẳng hoặc trường đại học, những trường này đã đem lại hàng triệu (hoặc hàng tỷ) đô la cho khu vực. (Boston, chẳng hạn, là cái nôi của 62 trường đại học.) Các loại chi phí liên quan đến đại học ở thành phố nhỏ Bloomington, bang Indiana, lên đến 2 tỷ đô la mỗi năm.

6. *Bán lẻ và Phân phối: Trung tâm mua sắm Omni ở Miami thu hút nhiều khách hàng sống ở Mexico, Brazil, và Argentina.*

Trung tâm thương mại Honey Creek ở Terre Haute, Indiana, thu hút những khách hàng từ những khu vực nông thôn và các thị trấn nhỏ cách đó 60 dặm. Cửa hàng tạp hóa ở góc đường không hỗ trợ cho nền kinh tế của khu vực. Tuy vậy, các chuỗi cửa hàng lớn, các trung tâm buôn bán, và các hoạt động kho vận (chẳng hạn, Amazon.com, L.L. Bean) có thể sử dụng hàng trăm (hay thậm chí hàng nghìn) nhân công dựa vào doanh thu trên khắp vùng, toàn quốc, hay trên toàn thế giới. Trung tâm thương mại Sawgrass gần Miami, bang Florida, thu hút hàng triệu khách hàng mỗi năm.

7. *Các trung tâm Quản lý Nhà nước: Các thành phố thủ đô tạo ra doanh thu từ những hoạt động pháp lý của mình. Washington, D.C., và Ottawa thu được rất nhiều tiền thuế trên khắp nước Mỹ và Canada. Các thành phố khác đem lại doanh thu từ các cơ quan của bang và liên bang, các căn cứ quân sự, các nhà thầu trong lĩnh vực quốc phòng, và bệnh viện dành cho các cựu chiến binh nằm trong khu vực. Hãy nghĩ đến NASA và Titusville, Florida.*

Không có mấy nhà đầu tư nhỏ chú ý nhiều đến việc làm cơ bản của khu vực - trừ phi kinh tế ở đó chuyển sang giai đoạn suy thoái. Khi nền kinh tế California bùng nổ cuối những năm 80, thì những nhà đầu tư mơ mộng hão và những khách mua nhà tưởng rằng tỷ lệ tăng giá bất động sản 10 đến 20% mỗi năm sẽ kéo dài mãi mãi. Khi bức tường thành Berlin sụp đổ năm 1989, thì rất ít khách mua tiềm năng lường trước được những ảnh hưởng của sự kiện này đến giá bán và giá thuê căn hộ ở San Diego.

Sự liên quan là gì?

Như tôi đã nêu, ngân sách của Mỹ chi tiêu vào các hoạt động quốc phòng đã từng hỗ trợ cho hàng nghìn công việc cơ bản ở miền nam California. Sau khi bức tường thành Berlin sụp đổ, Quốc hội đã cắt giảm mạnh (có thể dự đoán trước được) chi phí cho quốc phòng. Đến lượt mình, các nhà thầu về hoạt động quốc phòng cũng cắt giảm hàng nghìn công việc.

Quốc hội cũng cắt giảm số lượng nhân sự đóng tại Căn cứ hải quân San Diego.

Khi công ăn việc làm giảm, nhu cầu về nhà và căn hộ cũng giảm theo. Hầu như tất cả mọi người có liên quan đến việc xây dựng nhà và bán nhà đều bắt đầu cảm thấy tác động của nó. Những nhà đầu tư xây dựng nhà ở đóng cửa các công trường xây dựng của mình. Phần lớn các nhà môi giới bất động sản, người đại diện cho vay thế chấp, những thanh tra và các luật sư nhà đất, những nhà bảo hiểm các quyền trên bất động sản, và những người quản lý căn hộ trải qua thời kỳ bị cắt giảm thu nhập. Những tác động đáng buồn này vẫn còn tiếp tục lan khắp nền kinh tế địa phương.

Dự đoán Hồi phục Thời gian đó, tôi sống ở Berkeley, California, và thường bay xuống La Jolla (gần San Diego) để du ngoạn cuối tuần. Tôi vẫn trực tiếp theo dõi các tín hiệu thị trường. Đến giữa những năm 1990, mọi thứ vẫn ở đúng vị trí của nó. Thị trường trước đó đã xuống đến kịch sàn. Cả sự tăng trưởng dân số và nghề nghiệp đã bắt đầu chuyển từ trạng thái tiêu cực sang tích cực. Những người cho vay thế chấp đã bắt đầu cho vay mượn dễ dàng hơn.

Đó là khi tôi đã viết rằng: “Vào khoảng năm 2001, nhiều người thuê nhà trên khắp miền nam California sẽ rất tiếc những vụ mua bán nhà ở giá rất hời mà họ bỏ lỡ vào những năm giữa thập kỉ 90” (Hãy ngừng thuê nhà ngay!, trang 161). Tuy nhiên, trong năm 1996, một người được gọi là chuyên gia bất động sản đã viết trong tờ chuyên san Nhà Khảo sát San Francisco rằng: “Đầu tư vào nhà cửa là đầu tư tồi” (số ra ngày 17 tháng 11 năm 1996). Và một chuyên gia California khác viết, “đã hết thời kiếm lời nhanh (trong bất động sản) rồi... Việc mua bất động sản trong điều kiện tuyệt vời để hy vọng bằng cách này hay cách khác kiếm được lời thì nay đã bại hẳn (trang 92)” (Diễn đàn Thống nhất San Diego, số ra ngày 8 tháng 9 năm 1996).

Làm sao tôi nhìn thấy được những gì người khác đã bỏ lỡ? Bởi vì tôi biết cách đọc và cân nhắc các tín hiệu thị trường. Và đó là kỹ năng bạn có thể học được. Những tay Magoo và những kẻ mơ mộng hão đều có xu

hướng áp dụng tình hình hiện tại hoặc quá khứ gần để dự đoán vào tương lai. Tương tự như vậy, cách đây vài năm, tất cả những người say mê thị trường chứng khoán đều dự đoán lợi nhuận từ chứng khoán sẽ tăng từ 10 đến 15% mỗi năm. (Bạn có nhớ cuốn sách bán chạy nhất thời đó Chỉ số Dow Jones 36.000 và Chứng khoán nhìn về lâu dài. Chỉ dựa vào tình hình trong quá khứ nên các nhà đầu cơ chứng khoán không thể hiểu những thực tế đang đánh tín hiệu cho sự phá sản trong chứng khoán của các hãng công nghệ cao và các hãng kinh doanh trên mạng Internet.

Tôi hay bất kỳ ai khác cũng không thể dự đoán chính xác giá bán hoặc giá thuê nhà khi nào tăng khi nào giảm và tăng giảm bao nhiêu. Tuy nhiên, bạn không cần sự chính xác. Bạn cần phải bám sát những quy tắc cơ bản của cung và cầu. Rồi sau đó điều chỉnh chiến lược của mình.

Vào tháng 11 năm 1996, Robert Shiller (tác giả của cuốn Irrational Exuberance - Sự Hào hứng vô lý) bắt đầu có bài phê bình dài kỳ về sự điên cuồng trong thị trường chứng khoán. Thậm chí vào năm 1996, giá cổ phiếu vượt quá xa lợi nhuận và cổ tức của doanh nghiệp. Tuy nhiên, các chỉ số của thị trường chứng khoán lớn vẫn tăng vọt đến tận đầu năm 2000. Thậm chí như vậy nhưng đến năm 2003, những nhà đầu tư quan tâm đến những cảnh báo của Schiller vào năm 1997 hoặc 1998 (và chuyển tiền đầu tư từ cổ phiếu sang trái phiếu hoặc bất động sản) đã bỏ xa các nhà đầu tư không thay đổi chiến lược đầu tư của mình.

CHI PHÍ VẬN HÀNH MỘT DOANH NGHIỆP Tại sao các nhà sản xuất dệt may New England thời trước lại chuyển nhà máy của họ xuống miền Nam? Tại sao nhiều công ty công nghệ ở Silicon Valley lại chuyển cả hoặc một phần công ty của họ đến thành phố Austin, thủ phủ của bang Texas? Tại sao nhà xuất bản John Wiley & Sons, Inc., gần đây chuyển trụ sở chính có từ lâu đời ở 605 Third Avenue, Thành phố New York đến khu tổ hợp văn phòng mới nằm bên kia sông Hudson, thành phố Hoboken, bang New Jersey? Tại sao các nhà kinh doanh bất động sản hiểu biết lại dự đoán được mức tăng vọt nhân công trong ngành kho vận và phân phối dọc theo con đường hành lang I-4 nối Daytona Beach, bang Orlando với Tampa-St.

Petersburg, bang Florida? Tất cả là do chi phí. Những nơi mới cho phép giảm chi phí điều hành → doanh nghiệp.

Doanh nghiệp và việc làm chuyển đến các thành phố, các bang và các nước có chi phí thấp hơn Trên thương trường cạnh tranh cao ở cấp quốc gia và quốc tế thì các công ty lớn luôn tìm kiếm các vị trí kinh doanh giảm được chi phí cho nhân công, vận tải, bất động sản, năng lượng và thuế má. Ngoài ra, họ còn xét xem những ưu đãi nào mà chính phủ có thể dành cho họ, chẳng hạn như đào tạo lao động, cung cấp tài chính với lãi suất thấp và miễn giảm thuế.

Đôi khi việc tìm kiếm như vậy chỉ đơn giản là để khuyến khích di chuyển doanh nghiệp từ trung tâm thành phố ra ngoại ô hoặc có thể qua bang khác để đến nơi đánh thuế nhẹ hơn. Trong các trường hợp khác, việc di chuyển này có thể mang việc làm của công ty đến bang khác hoặc nước khác. Nói chung, bạn cần đánh giá tính cạnh tranh về chi phí tương quan ở những vùng bạn đặt kế hoạch đầu tư. Bạn có nghĩ rằng cơ cấu chi phí của nơi đó (khi cân đối) sẽ khuyến khích chủ lao động chuyển đến hoặc rời khỏi một vùng hay không?

Chi phí sinh hoạt của người lao động Người sử dụng lao động cũng phải tính đến chi phí sinh hoạt cho người lao động của mình ở vùng đó. Một kiểu châm biếm ở Thung lũng Silicon trong những năm qua là: “Anh gọi một kỹ sư kiếm được 150 ngàn đô la mỗi năm là gì?” Câu trả lời: khách thuê nhà. Cứ tính theo chi phí sinh hoạt cao ngất ngưỡng như vậy (đặc biệt là giá nhà, thuế thu nhập cao ở California, ách tắc giao thông, bảo hiểm ô tô và bảo hiểm chủ sở hữu nhà) thì nhiều công ty ở Thung lũng Silicon sẽ cần phải tìm những địa điểm thay thế có chi phí sinh hoạt hợp lý cho nhân công của họ.

Trước đây, Seattle và Austin thu hút các công ty về công nghệ muốn đưa nhân viên của mình đến khu vực có chi phí thấp hơn. Dù chi phí sinh hoạt ở đó rẻ hơn ở Thung lũng Silicon, nhưng những thành phố này không còn tạo ra những lợi thế rõ ràng như thời đầu những năm 90 nữa. Như vậy, câu hỏi bây giờ là: Điểm nóng tiếp theo để ngành công nghệ (hoặc các loại

ngành nghề khác) phát triển mạnh trong tương lai nằm ở đâu? Salt Lake City? Pittsburgh? Chapel Hill? Atlanta? Champaign - Urbana? Kiến thức và nghiên cứu của bạn sẽ dẫn dắt bạn tìm kiếm ở đâu?

CHẤT LƯỢNG CUỘC SỐNG Ngày nay, người ta lựa chọn nơi sinh sống và nơi làm việc để hưởng thụ chất lượng cuộc sống. Các nhà lãnh đạo doanh nghiệp đánh giá các vị trí mới dựa vào các tiêu chí khí hậu, các hoạt động giải trí, các hệ thống trường học, các cơ sở văn hoá, dịch vụ của thành phố, tỷ lệ tội phạm, giá nhà ở và ách tắc giao thông.

Trước khi bạn mua, hãy hỏi: "Vùng này rồi sẽ cải thiện hơn chứ? Vùng này sẽ hấp dẫn hơn hay kém?"

Nhiều cộng đồng đang tìm kiếm cơ hội phát triển cố gắng xây dựng những hình ảnh về chất lượng cuộc sống của họ. Có một đoạn trong cuốn thông tin quảng cáo kinh tế của thành phố Edmonton, tỉnh Alberta (Canada) viết như sau:

Người dân Edmonton tận hưởng nhiều hoạt động vui chơi giải trí khác nhau theo mùa. Mùa hè trời ấm, nhiệt độ trung bình ban ngày là 22°C và buổi tối khí trời mát mẻ với nhiệt độ là 15°C. Mùa hè hoà hợp với mùa xuân và mùa thu dịu nhẹ là thời tiết rất lý tưởng cho những hoạt động thể thao như đi bộ đường dài, đạp xe, cưỡi ngựa, đánh gôn, ten-nít và cắm trại. Các đường mòn đi xe đạp và đi bộ ở Capital City Park được nối với nhau nhờ bốn cây cầu dành cho khách bộ hành ngang qua sông Bắc Saskatchewan. Dọc theo thung lũng bên những con sông này có một số sân gôn cạnh nhau, có bến tàu, các địa điểm cắm trại và hệ thống đường mòn rất đẹp.

Ngoài những mùa hè dễ chịu và những mùa đông đầy sức sống, Edmonton còn có một bầu không khí hầu như không ô nhiễm và không có phấn hoa. Edmonton là thành phố tất cả mọi người đều có thể hưởng thụ được vào tất cả các mùa.

Những người ủng hộ thành phố có khuấy động lòng khát khao tìm việc hay khởi nghiệp kinh doanh của bạn ở Edmonton không? Trong năm tới đây, nhiều thành phố đã phát triển kinh tế cũng sẽ là những thành phố

biết bán những lợi thế của mình như một nơi lý tưởng để xây dựng gia đình và hưởng thụ cuộc sống. Những loại vùng nào thu hút được sự quan tâm của bạn? Những nỗ lực nào (nếu có) đang được thực hiện để cải thiện những nơi đó?

CHẤT LƯỢNG CUỘC SỐNG CŨNG THU HÚT SỰ GIÀU CÓ Ai là người đã mua bất động sản ở Aspen, Colorado, Jackson Hole, Wyoming, Longboat Key, Florida, Banner Elk, North Carolina; Ashland, Oregon, hoặc Sedona, Arizona? Họ không phải là người hiện đang làm việc tại những khu vực này. Họ là những người có thu nhập cao hoặc là những người giàu có chọn nơi mà họ muốn sống (hoặc sở hữu ngôi nhà thứ hai). Tương tự như vậy, ngày càng có nhiều người làm các công việc tự do (nhà văn, nghệ sĩ, các nhà tư vấn, các nhà sáng chế, các nhà lập trình, các doanh nhân) có tiền cũng như tự do nghề nghiệp để tạo dựng phong cách sống của riêng mình ở bất kỳ nơi nào phù hợp với họ.

Các thành phố, thị trấn, và thậm chí cả các cộng đồng nông thôn - nơi thu hút được những người thích tự do hoạt động và dễ dàng di chuyển vì điều kiện tài chính cho phép - vẫn tiếp tục có nhu cầu rất cao về bất động sản để ở. Xu hướng này vẫn tồn tại lâu dài. Khi những người sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số sau Thế chiến thứ 2 đến tuổi nghỉ hưu và cuộc cách mạng Internet (và Intranet) cho phép người ta làm việc ở nhà ngày càng nhiều - bất kể nhà họ ở đâu - người ta sẽ từ bỏ những nơi sống có chi phí cao hoặc có chất lượng cuộc sống thấp để đến những nơi mà họ muốn sống. Bạn biết những khu vực nào sẽ hấp dẫn phân khúc thị trường ngày càng tăng này không?

Quan điểm và Hành động của Cộng đồng Một yếu tố khác đẩy mạnh nhu cầu và giải thích tại sao một số khu vực lại phát triển nhanh hơn những khu vực khác là quan điểm của cộng đồng. Các lãnh đạo của thành phố có thúc đẩy sự phát triển kinh tế không?

Không phải tất cả mọi khu vực đều tìm cách phát triển Ở một số bang và thành phố, câu trả lời cho câu hỏi trên là “không”. Đôi khi công ty địa phương hoặc các quan chức lãnh đạo ngăn cản không cho các công ty mới

đến hoạt động ở khu vực đó như một cách bảo vệ quyền lợi được đảm bảo bất di bất dịch. Đôi khi các chính trị gia địa phương tạo ra hàng rào quyền lực không cho phép người ngoài xâm nhập vào trong vùng. Một cộng đồng dân bản xứ có thể muốn duy trì cách sống của riêng họ. Thông qua các quan chức được bầu và được bổ nhiệm, họ gây khó dễ cho các công ty mới trong quá trình xin cấp phép hoạt động, các loại giấy phép khác và phê duyệt qui hoạch vùng . Trước đây - đặc biệt ở những thị trấn có một hoặc một vài chủ doanh nghiệp lớn thống trị - thì các ông chủ đầy quyền lực của các doanh nghiệp đã có ở địa phương rất thành công trong việc ngăn chặn không cho ngành nghề mới lọt vào khu vực này. Lý do thực tế là để tránh có thêm những kẻ cạnh tranh thu hút lao động sẵn có trong khu vực và như họ có thể duy trì mức lương thấp trả cho nhân công.

Tìm cách tăng trưởng Ở những thành phố muốn tăng trưởng kinh tế, các công ty, các nhà máy, các tổ chức tư nhân, và rất nhiều quan chức chính phủ tích cực thu hút đầu tư và tuyển những người quản lý mới. Chẳng hạn, Phòng Thương mại Jacksonville thuê một công ty tư vấn quốc gia phân tích kinh tế toàn diện cho thành phố này. Nghiên cứu này nhằm mục đích xác định các loại chủ doanh nghiệp có nhu cầu phù hợp nhất với thế mạnh của Jacksonville. Ngoài ra, hãng tư vấn này còn đề xuất những cách mà các lãnh đạo cộng đồng Jacksonville có thể thực hiện để nâng cao việc quảng cáo tiếp thị thành phố nhằm vào các chủ doanh nghiệp mục tiêu. Hai khu vực phát triển nhanh ở Bắc Mỹ là Calgary và Edmonton, tỉnh Alberta, Canada cũng vậy. Mặc dù các nền kinh tế của họ được hưởng lợi từ nguồn tài nguyên dồi dào trời phú cho Alberta (đặc biệt là dầu lửa và đất canh tác), một yếu tố quan trọng không kém là quan điểm ủng hộ kinh doanh, ủng hộ phát triển của chính quyền cấp tỉnh và thành phố. Ở Canada, một đất nước mà quan điểm chính trị cánh tả có xu hướng thống trị thì Alberta lại nổi tiếng vì có những doanh nghiệp hoạt động tự do.

Tinh thần kinh doanh Giáo sư Jeanne Biggar nghiên cứu sự thay đổi dân số ở Mỹ từ những năm 1970. Bà đã thấy rằng 15 bang ở Sunbelt chiếm gần hai phần ba tỷ lệ phát triển dân số Mỹ. Tuy nhiên, Biggar chỉ ra rằng ý

nghĩ thực tế của sự thay đổi này không phải là số người di chuyển xuống phía Nam và phía Đông; mà đó là chất lượng của những người di cư báo hiệu sự suy vi của những thành phố già hơn. Giáo sư Biggar nhận thấy rằng “Vùng công nghiệp phía Bắc đang mất dần những người trẻ tuổi có năng lực, có thể cung cấp những ý tưởng sáng tạo và có tinh thần lãnh đạo nhiệt tình vô cùng cần thiết để xử lý những vấn đề của các thành phố đang xuống cấp” - nói cách khác, là những người định hướng cuộc sống của mình bằng quan điểm kinh doanh.

Nhiều thành phố cũ bị suy thoái không phải do nguyên nhân chúng đang mất dần cơ sở kinh tế của mình; đúng hơn là chúng đang mất dần cơ sở kinh tế bởi vì chúng đang mất dần những con người có thể truyền hơi thở vào đời sống kinh tế của những thành phố này. Không có thành phố nào, không có bang nào, và không có đất nước nào có thể tạo ra hoặc duy trì được sự thịnh vượng nếu nó không nuôi dưỡng những doanh nhân, những người rất nhanh nhạy với thị trường thay đổi, những người có thể khám phá ra cơ hội, và những người có thể kết hợp nhiều nguồn lực theo cách mới và tốt hơn để tạo ra giá trị cho người khác.

Bất kể một vùng có lợi thế nhiều đến mấy, thì con người mới là yếu tố quyết định sự giàu có của vùng này. Những người sống (hay đang di chuyển đến vùng này) có thể hiện tinh thần kinh doanh không? Hãy tìm kiếm những lĩnh vực thu hút các tài năng kinh doanh.

Tổng kết Khi tôi bắt đầu mua bất động sản ở thành phố nơi tôi sinh sống, tôi chẳng biết gì về cơ sở kinh tế của thành phố cả. Như vậy, lẽ ra tôi đã không nên bảo bạn thuật ngữ cơ sở kinh tế có nghĩa là gì. Mặc dù vậy, nhưng từ khi đó, tôi đã chứng kiến sự bùng nổ, sự phá sản và sự hồi phục kinh tế ở Dallas, Texas; San Diego, California và Vancouver, British Columbia. Tôi biết rằng một nền kinh tế địa phương mạnh có thể biến nhiều nhà đầu tư bất động sản thành triệu phú và một nền kinh tế xuống dốc (đôi khi chỉ là tạm thời) có thể làm nhiều nhà đầu tư không được chuẩn bị trước bị té nhào và rỗng túi.

Thậm chí nếu bạn là người mua bất động sản để cải tạo nâng cấp rồi bán ngay thì bạn vẫn nên thường xuyên theo dõi sát những nguồn lực cơ bản của khu vực như công việc, thu nhập, sự giàu có, và chất lượng cuộc sống. Nếu đèn tín hiệu kinh tế bắt đầu nháy sang màu vàng, thì hãy chú ý. Đừng có nghĩ rằng bạn có thể liều lĩnh phóng vượt qua mà không gặp khó khăn nào.

Hãy sử dụng kiến thức của mình về cơ sở kinh tế để giúp bạn lựa chọn vùng hoặc khu vực địa lý hứa hẹn về lâu dài. Hãy khám phá những thành phố đó, vùng ngoại ô của chúng, hoặc thậm chí cả những khu vực dân cư mà sẽ có tỷ lệ nhu cầu ngày càng cao trong 5, 10, hay 15 năm nữa. Nếu như khi bắt đầu sự nghiệp của mình mà tôi hiểu những điều cơ bản đã nêu ra cho bạn trong chương này, thì tôi đã chọn phương án đầu tư vào nơi khác chứ không phải Terre Haute. Hay có lẽ tôi đã hướng đến những nơi hứa hẹn hơn ở vùng đô thị của Terre Haute chứ không phải những khu dân cư mà trên thực tế tôi đã mua. Ít nhất là tôi đã nhận ra bất động sản của mình không thể nào đạt được tỷ lệ tăng giá trị bằng bất động sản ở California. Bất động sản trên khắp nước Mỹ - hoặc thậm chí ở cùng một vùng đô thị trung tâm trù phú - hiếm khi tăng giá đồng đều như nhau. Những bất động sản đó tăng giá nhanh nhất ở nơi nhu cầu tương lai đánh bật được nguồn cung bị hạn chế của các đối thủ.

Hãy đưa kiến thức này vào công việc. Hãy nhớ lấy lời của Donald Trump, “Trước khi bạn đầu tư, bạn phải biết lãnh thổ của mình.”

TẠO RA CÁC PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG

Cha tôi chào bán các sản phẩm hạng nhất của người cho giới công nhân, những người đã từng phải sống trong các căn hộ cho thuê tù túng chật chội: đó là những ngôi nhà gạch theo phong cách ngoại ô có giá phải chăng. Khách của ông mua nhanh hơn cả tốc độ ông xây dựng. Ông biết rõ về khách hàng của ông hết như tôi biết rõ những khách hàng của mình vậy.

Tăng trưởng dân số, công việc, thu nhập, của cải, chất lượng cuộc sống - những điều này và các nhân tố cầu vĩ mô khác (Chương 6) là phần khởi đầu trong nghiên cứu của bạn về một vùng. Tuy nhiên trong thế giới kinh doanh bất động sản ngày nay thì những qui luật đó rất đa dạng. Để tăng hết mức lợi nhuận kinh doanh của bạn, hãy khám phá và tạo ra các phân khúc thị trường. Những đặc điểm lợi ích nào và những dịch vụ gì mà bạn cung cấp để đạt được lợi thế cạnh tranh đối với khách thuê và khách mua - những người cần, mong muốn và ưa thích những thứ tương tự (nhưng khó kiếm) như những cái mà bạn cung cấp đó.

NHỮNG QUI LUẬT ĐA DẠNG Tính đa dạng thực thụ bao gồm cái nhìn tổng thể về nhân khẩu học và tâm lý học (tình cảm, phong cách sống và thái độ). Những đặc điểm của bất động sản mà tôi thích có thể chẳng là gì đối với bạn. Những đặc điểm của bất động sản mà bạn thích có thể chẳng hấp dẫn tí teo nào đối với một ai đó. Khi bạn nhận ra rằng con người khác nhau đến thế nào về cái họ ưa và cái họ ghét, và họ muốn trả tiền để mua cái gì, bạn có thể tập trung chú ý vào việc lựa chọn các khách thuê hoặc khách mua mục tiêu của bạn.

Thậm chí nếu khách hàng của bạn không kiếm được nhiều tiền như những khách hàng của tôi, vẫn hãy cứ làm cho bất động sản của bạn thật

đặc biệt trong mắt họ. Đó là việc mà cha tôi và tôi đã làm với Làng Swifton

TÍNH KHÁC BIỆT VỀ NHÂN KHẨU HỌC

Hãy suy nghĩ về danh sách các đặc điểm nhân khẩu học được liệt kê dưới đây. Hãy nghĩ cách vận dụng một hoặc một số đặc điểm đó để tạo phân khúc thị trường. Với những thuộc tính đó trong đầu, bạn hãy xây dựng một chiến lược để đáp ứng những nhu cầu, mong muốn hoặc những vấn đề có tính chất thúc đẩy những con người như thế. Những bất động sản nào mà bạn biết có thể phù hợp với những loại khách thuê hoặc khách mua cụ thể đó? Bạn có thể nảy sinh ra những ý tưởng gì?

- Những chuyên gia trẻ.
- Sinh viên đại học.
- Đàn bà, đàn ông.
- Làm thuê/làm chủ.
- Hưu trí.
- Không hút thuốc.
- Tàn tật.
- Hàng xóm.
- Số lượng nhân khẩu trong hộ gia đình.
- Thành phần hộ gia đình (đặc tính của các thành viên trong hộ gia đình).
- Mức thu nhập/tín dụng.
- Tài sản/tiền mặt tiết kiệm.
- Giai đoạn sống.
- Tôn giáo/dân tộc.
- Mức tín nhiệm tín dụng.
- Chủ nhà/ khách thuê nhà.
- Tình trạng hôn nhân.

Sau đây là một số ví dụ được rút ra từ kinh nghiệm của tôi (lưu ý: trước khi bạn phát triển chiến lược phân khúc thị trường của bạn, hãy đảm

bảo rằng bạn không vi phạm luật nhà ở công bằng nhé).

“TỔ-ẤM-CÙNG-CHIA-SẺ”

(TUỔI TÁC VÀ TÌNH TRẠNG SỨC KHOẺ)

Trong số các bất động sản mà tôi sở hữu, tôi đã có một ngôi nhà biệt lập diện tích 3.200 foot vuông với năm phòng ngủ và bốn phòng tắm bồn, tôi cho một đôi vợ chồng có con thuê ngôi nhà này với giá 850 đô la một tháng. Khi nói chuyện với một chủ sở hữu bất động sản khác trong vùng (chả là tôi luôn tìm kiếm các ý tưởng mà), tôi phát hiện ra một chức năng sinh lời cao hơn cho ngôi nhà đó, có nghĩa là một chiến lược tạo giá trị cao hơn cho bất động sản (MPV).

Té ra là nhà đầu tư này có tới bốn bất động sản như vậy và cho từng khách thuê cao tuổi thuê riêng từng phòng trong những ngôi nhà lớn đó. Đặc biệt, những khách thuê này ở độ tuổi 70 trở lên. Họ còn đủ khoẻ mạnh để tự chăm lo những nhu cầu cá nhân trong đời sống hàng ngày, nhưng không còn dư sức để chăm nom bảo quản ngôi nhà riêng của họ nữa. Nhà đầu tư này về cơ bản đã kinh doanh những tài sản đó như những nhà dưỡng lão cao cấp. Ông ta gọi những ngôi nhà đó là “tổ - ấm - cùng - chia - sẻ”. Trước đó, tôi chưa từng nghe nói tới chiến lược phân khúc loại khách thuê như thế này bao giờ.

Trong khi thực hiện theo ý tưởng này, tôi nghiệm ra rằng vận may khó tin đã ưu đãi tôi. Không chỉ vì bất động sản của tôi cũng nằm trong vùng của những “tổ ấm cùng chia sẻ” như vậy, mà còn vì ngôi nhà phù hợp với mọi yêu cầu khắt khe của luật nhà ở áp dụng đối với chức năng này (nghĩa là các qui định về diện tích phòng ngủ, số lượng phòng tắm, số lượng và vị trí các cửa thoát hiểm, khoá cửa sổ, các thiết bị đồ dùng nhà bếp) mà không cần phải sửa chữa thêm gì cả. Vì rằng tôi không có ý định tự mình quản lý một “tổ ấm cùng chia sẻ” như thế, tôi cho một nhà quản lý hoạt động ở trên phố thuê nó. Giá cho thuê mới của tôi là 1.350 đô la mỗi tháng, và người này đã cho thuê lại với giá 600 đô la mỗi phòng và tổng số tiền thuê hàng tháng thu về là 2.400 đô la.

Hiện đại hoá những “tổ ấm cùng chia sẻ”: Công ty Tropical Village, Inc.

Theo dòng các sự kiện đó, một dự án phát triển bất động sản có tên là (Tropical Village) Làng Nhiệt đới đã nâng cao và hiện đại hoá chiến lược phân khúc thị trường của những “tổ ấm cùng chia sẻ”. Dưới đây là trích đoạn từ một trong những thư quảng cáo của họ:

Không có một sản phẩm nào khác trên thị trường được cho thuê với cùng mức giá thuê như của chúng tôi lại có thể cung cấp cho khách hàng những tiện ích (phòng tập thể dục, bể bơi nước nóng, bàn chơi bài, phòng chăm sóc sắc đẹp, phòng chơi bowling, sân golf, dịch vụ thuê người làm) như chúng tôi đang chào cho khách hàng. Thị trường mục tiêu của chúng tôi nhằm vào những người cao tuổi đã không còn đủ sức để chăm sóc nhà hoặc căn hộ của riêng họ hàng ngày, nhưng họ vẫn khoẻ mạnh và chưa cần tới sự giúp đỡ chăm sóc bản thân họ. Những người cao tuổi có thể tiếp tục cuộc sống độc lập lâu hơn nữa.

Tropical Village đã đưa ra một đề xuất bán mà nhiều người cao tuổi rất thích. Dựa vào thành tích phát triển những “tổ ấm cùng chia sẻ” đã qua, rõ ràng họ đã đạt được một lợi thế cạnh tranh hơn hẳn các bất động sản cho thuê theo cách thông thường.

CÁC CƠ HỘI PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG KHÁC Bạn có thể sắp xếp những đặc điểm nhân khẩu học theo hàng ngàn cách kết hợp khác nhau. Bởi vì bạn đang cho thuê hoặc đang bán từng bất động sản một, bạn có thể xác định chính xác những mẫu người, gia đình, hoặc hộ gia đình trong phạm vi hẹp. Hiển nhiên là các chiến lược của Donald Trump hấp dẫn đối với những người giàu có coi trọng địa vị cao. Một người cải tạo bất động sản mà tôi biết đã đặc biệt làm cho những bất động sản cho thuê của ông ta đáp ứng nhu cầu tốt hơn cho những người thuê chung phòng để ở, những gia đình có con nhỏ, hoặc những gia đình có con đang ở tuổi vị thành niên. Những căn hộ thuận tiện đối với người tàn tật cũng có vẻ đang thiếu nguồn cung so với nhu cầu. Một số chủ sở hữu bất động sản nhằm vào mục tiêu là những khách thuê có trách nhiệm nợ tài chính nhưng chưa

đến nỗi thiếu tiền mặt hoặc nguồn tín dụng. Một trong những bất động sản trước kia tôi từng sở hữu nằm cách một bệnh viện hai dãy nhà. Tôi đã sửa sang sắp đặt lại bất động sản đó và thảo một bản hợp đồng cho thuê hợp lý đến mức mà, khi kết hợp với sự sửa sang kia, chúng làm cho các căn hộ ở đó trở nên đặc biệt hấp dẫn với những nàng y tá độc thân.

Sự khác biệt về tâm lý Đa phần các nhà phát triển bất động sản lớn và nhà đầu tư xây dựng nhà ở và các khu chung cư hỗn hợp thường kết hợp yếu tố nhân khẩu học với yếu tố tâm lý học để tạo ra thị trường mục tiêu của họ. Về mặt ngữ nghĩa này, tôi dùng thuật ngữ tâm lý học để đề cập tới tất cả các dạng tố chất bẩm sinh về tinh thần như ưa, ghét, thị hiếu, sở thích, thái độ, giá trị và phong cách sống. Một lần nữa xin được trích dẫn một đoạn trong thư quảng cáo của Tropical Village:

Mục đích của chúng tôi là chào bán một loại nhà ở an toàn với giá mà những người cao tuổi còn đang khoẻ mạnh và nhanh nhẹn có thể mua được. Nhiều người cao tuổi đang phải đối mặt với một khó khăn lớn là phải sống cô đơn và thiếu cơ hội giao thiệp với những người khác... (Vì vậy) những người cao tuổi đó đã chia sẻ ý nghĩa cuộc sống với nhau... và nói chung họ đã tạo nên những nhóm theo kiểu gia đình nhỏ... Chúng tôi có thể tài trợ cho một chương trình hoạt động đối với những khách thuê của chúng tôi.

Từ đoạn văn trên, bạn có thể thấy cách Tropical Village kết hợp các đặc điểm nhân khẩu học - như lứa tuổi, tình trạng sức khoẻ - với các đặc điểm tâm lý học - như phong cách sống tích cực, sự giao tiếp xã hội và tính an toàn. Hãy lưu ý rằng hãng này cố công tìm hiểu đến mức nào về những nhu cầu và mong muốn của những khách hàng mục tiêu mà họ hướng tới để tạo ra các căn hộ, những tiện ích, những dịch vụ đáp ứng được các nhu cầu đó.

Tôi biết rõ các khách hàng của tôi. Tôi không tìm kiếm những người giàu có ngược về thời Rockefeller thay duPonts. Mục tiêu của tôi là những tay người Ý giàu sụ với những cô vợ xinh đẹp và chiếc xe Ferrari màu đỏ. Đó chính là khách hàng mục tiêu mà toà Tháp Trump đã được thiết kế để phục vụ nhu cầu của họ.

NHỮNG CĂN HỘ CHUNG CƯ SỞ HỮU TƯ NHÂN Ở MYRTLE BEACH Vài năm trước đây, tôi được một nhà phát triển bất động sản ở thành phố Myrtle Beach, Nam California mời cộng tác với tư cách là một nhà tư vấn nghiên cứu tiếp thị, người này đã cố gắng kiếm khoản cung cấp tài chính để xây dựng một dự án căn hộ chung cư sở hữu tư nhân. Thật không may cho ông ta, những ngân hàng cho vay thế chấp cho rằng ông hơi khùng. Vào thời điểm đó, nền kinh tế quốc gia đang bị suy thoái nghiêm trọng. Giá xăng dầu tăng vọt, và vì chả ai buồn quan tâm tới, thị trường nhà ở tại Myrtle Beach đầy cả đống những dự án nhà chung cư sở hữu tư nhân với số tầng cao trung bình nằm ngay sát bờ biển chưa bán được mà bạn có thể nhìn xuyên suốt qua chúng .

Tuy nhiên, ông ta không điên. Ông đã nghiên cứu phân đoạn thị trường của ông và biết rằng, là một trong những trung tâm chơi golf hạng nhất của Mỹ, Myrtle Beach thu hút hàng trăm ngàn du khách tới thăm, những người đó chẳng mấy may quan tâm tới những bãi biển như Atlantic Ocean hoặc Grand Strand. Những du khách này tới chơi golf suốt cả ngày và thưởng thức hải sản vào bữa tối, nhâm nhi ly rượu với bạn hữu thân thiết đến tận khuya. Những tay bạn gắn kết với nhau bằng môn thể thao này không cần cũng chẳng muốn một căn hộ sở hữu tư nhân (hoặc khách sạn) đắt giá ở sát bờ biển. Họ muốn những nơi ở rộng rãi đầy đủ tiện nghi và có tính chất riêng tư với mức giá phải chăng mà họ có thể mua được.

Nhà phát triển bất động sản đó đề xuất mức giá thế này: một căn hộ chung cư sở hữu tư nhân diện tích 1.350 foot vuông gồm hai phòng ngủ và hai phòng tắm, nằm trong ngôi nhà liên kế cách bờ biển về phía tây mười bốn dãy nhà, và tới tất cả các sân golf nổi tiếng nhất chỉ mất 15 phút. Vì vị trí khuất như vậy, nhà phát triển này có thể đặt giá những căn hộ của mình rẻ hơn tới 60% so với những căn hộ xây dở và bị bỏ hoang khác nằm ngay sát bờ biển. Tuy nhiên, câu chuyện vẫn chưa kết thúc ở đó.

Nhà phát triển bất động sản này biết rằng nhiều người trong nhóm cùng sở thích chơi golf đó chỉ nhập vào một nhóm cố định từ 6 đến 10 người bạn (hoặc đông hơn). Để làm cho các căn hộ đó có tính kinh tế hơn,

ông ta quảng cáo quyền đồng sở hữu của từ 4 đến 6, thậm chí lên tới 10 người hùn vốn. Với kế hoạch mua theo kiểu này, ông làm tăng đáng kể số lượng khách hàng tiềm năng mua những căn hộ ông xây. Những tay chơi golf kia đã có thể có được chỗ ở có chất lượng cao hơn hẳn so với bất cứ bất động sản nào trên cùng thị trường đó, mà khi tính toán phần phải trả của từng người trên cơ sở số ngày sử dụng, nó còn rẻ hơn cả chi phí cho một phòng trọ rẻ tiền ở khách sạn nhỏ Holiday Inn.

Trong vòng 18 tháng, nhà đầu tư phát triển bất động sản này đã bán hết được những căn hộ xây trong hai giai đoạn đầu tiên của dự án, và đang chuẩn bị lập kế hoạch cho giai đoạn 3. Trong trường hợp này, bí quyết tiếp thị có mục tiêu và sự phát triển sản phẩm đã tạo ra lợi nhuận khổng lồ cho nhà kinh doanh khôn ngoan này trong khi hầu hết những nhà đầu tư xây dựng khác đang trên đà phá sản. Thậm chí cả khi “cung vượt quá cầu” thì cơ hội vẫn còn đó.

NÊN TRÁNH NHỮNG CÁCH ĐỊNH DANH CHUNG CHUNG, HÃY HÌNH DUNG RA CÁC KHÁCH THUÊ CỤ THỂ CỦA BẠN Bạn có thể đã nghe thấy người ta nói tới những phân khúc nhà ở cho các loại khách hàng kiểu như tổ-ấm-trống-rỗng (khi con cái đã lớn và tách ra khỏi bố mẹ), bọn trẻ tham vọng, khách mua nhà lần đầu, khách mua nhà nâng cao (cao cấp hơn cái họ đang sở hữu), thị trường cho lứa tuổi trên 55+, và gần đây nhất là những phân khúc thị trường như ‘thuộc địa Tây Ban Nha’ (dành cho những khách mua là những người từ những nước thuộc địa của Tây Ban Nha trên châu Mỹ), thị trường châu Á, thậm chí cả thị trường Hồi giáo nữa. SRI (tên viết tắt của hãng Menlo Park mà trước đây là Viện nghiên cứu Stanford, tôi có cộng tác với hãng này trong một số công việc về tư vấn) đã phát triển một hệ thống phân loại các phân khúc thị trường được biết đến dưới cái tên VALS (chữ cái viết tắt của từ giá trị và phong cách sống), hệ thống này dựa một cách thiếu thận trọng vào các nhà đầu tư xây dựng nhà và các chung cư hỗn hợp. Nhân viên của SRI xếp hạng hầu hết dân chúng Mỹ vào các phân đoạn thị trường như sau:

- Người còn sống.

- Người nuôi dưỡng.
- Người thành đạt.
- Người phụ thuộc.
- Người cạnh tranh.
- Người có ý thức xã hội.
- Tuổi (từ 25 đến 55)
- Thu nhập (từ 20 ngàn đô la đến 120 ngàn đô la/năm)
- Tiền mặt sẵn có (từ 0 đến 100 ngàn đô la)
- Mức tín nhiệm tín dụng: từ tuyệt vời đến tồi tệ • Tình trạng gia đình (độc thân, ly dị, ly thân, có gia đình, có gia đình và con cái, chung sống không hôn thú)
- Chủng tộc (mọi chủng tộc)
- Phong cách sống (mọi địa vị, quan điểm và tình trạng sinh sống mà bất kì ai có thể tưởng tượng ra).

SINH VIÊN ĐẠI HỌC Tôi đã từng nghe các chủ sở hữu nhà và căn hộ cho thuê tuyên bố rằng họ tránh không cho những “sinh viên đại học” thuê nhà. Nhưng cũng như những người mua nhà lần đầu nói trên, sinh viên đại học là một trong số các phạm trù để phân khúc thị trường. Một lần tôi đã sửa chữa nâng cấp lại một toà nhà có 16 căn hộ dành riêng cho thị trường mục tiêu là sinh viên đại học thuê. Toà nhà đó đã chứng minh lợi nhuận của nó, và các sinh viên thì đánh giá cao cách người quản lý điều hành hoạt động của toà nhà đó để phục vụ cho những sở thích của họ.

Tuy nhiên, không phải bạ sinh viên đại học nào chúng tôi cũng cho thuê. Chúng tôi nhắm vào những sinh viên ở tầng lớp khá nhất, họ không hút thuốc, lại có nguồn tài chính trên mức trung bình, có hành vi mực thước, sống ngăn nắp và yên tĩnh. Đối lại, chúng tôi cho họ thuê một chỗ dễ chịu nhất để sống với mức giá thuê hợp lý so với thị trường. Chúng tôi đã kiếm được nhiều lời do các chi phí cho sửa chữa, tiếp thị và quản lý đều ở mức thấp, cũng như không bao giờ có phòng bỏ trống không cho thuê được

và không bị nợ đọng tiền thuê. Chúng tôi đã đạt được vị thế MVP như thế đó.

BẮN TRÚNG MỤC TIÊU Điều đầu tiên bạn cần nghĩ tới là tiếp thị đúng mục tiêu với những danh hiệu hàm ý rộng như người nuôi dưỡng, người thành đạt, sinh viên đại học, người mua nhà lần đầu, người cao tuổi còn nhanh nhẹn khoẻ mạnh, cha mẹ sống tách khỏi con cái, những cặp vợ chồng trẻ, những người thuê chung phòng, người độc thân, thu nhập khiêm tốn, thậm chí cả phân đoạn thường gặp nhất là bọn trẻ tham vọng (những người mà tới giờ đã ở vào lứa tuổi của những người được sinh ra trong thời kì bùng nổ dân số sau Thế chiến thứ 2).

Bất cứ một danh hiệu nào như vậy cũng có thể chỉ hướng cho bạn tới những phân khúc thị trường cùng chia sẻ một số đặc tính giống nhau. Dù vậy, tâm trí của mỗi loại người này cũng có những khác biệt để có thể tác động được tới họ. Muốn bắn trúng mục tiêu lời lãi nhất đó trong phân khúc thị trường của bạn, hãy tìm hiểu các nhu cầu đặc biệt và mãnh liệt mà có thể là nhân tố thôi thúc nhiều nhất đối với những loại người được phân nhóm như vậy. Vậy thì những đặc điểm và lợi ích nào sẽ thực sự thôi thúc những khách hàng tiềm năng của bạn?

TÌM RA NHỮNG NHU CẦU ĐẶC BIỆT VÀ CẤP BÁCH Để tạo giá trị MVP của bạn, phải tìm ra được những nhu cầu và mong muốn mãnh liệt (có tính chất thúc bách) mà phần lớn những chủ sở hữu bất động sản cạnh tranh bỏ qua không tận dụng. Hãy nhận biết điểm nóng của các khách thuê (khách mua). Tôi đã thấy rằng những cô y tá mà tôi cho thuê phòng đã rất lo lắng về an ninh và an toàn, vì vậy tôi tăng số đèn chiếu sáng bên ngoài cửa toà nhà, lắp những ổ khoá có chốt hãm kép và đặt hệ thống lưới mắt cáo bằng thép sợi to ở những khuôn cửa sổ tại tầng một của toà nhà.

Những cô y tá đó cũng muốn có tủ quần áo lớn hơn so với những cái mà các căn hộ cho thuê khác cũ hơn trong cùng khu vực đó thường cung cấp cho khách thuê. Thật may là các phòng ngủ trong toà nhà của tôi có diện tích nhỏ nhất là 14 x 16 foot, đặc điểm này cho phép tôi cắt 2 foot từ mặt bằng sàn và lắp đặt tủ cao lên tận trần trong mỗi phòng ngủ. Và tôi lắp

thêm một tấm gương có chiều cao đúng bằng chiếc tủ vào các cánh cửa tủ mới đó như một ưu đãi đặc biệt cho các cô. Nó không chỉ có tác dụng trong việc trang điểm mà còn làm cho phòng ngủ trông rộng rãi hơn.

HỢP ĐỒNG THUÊ CÁ NHÂN Theo gợi ý từ cuốn sách của Doreen Brierbrier (Quản lý bất động sản cho thuê của bạn để có thu nhập cao hơn), tôi cho các cô y tá thuê riêng từng người một chứ không cho thuê thành một nhóm chung. Tôi cũng cho phép các cô chuyển đi bất cứ lúc nào nếu các cô tìm được người thế chỗ thuê phòng của mình mà tôi và những người đang thuê nhà ở đó thấy có thể chấp nhận được. Những cô nàng này (nhất là những cô trẻ hơn) cảm kích vì quyền lựa chọn linh hoạt đó - mặc dầu trên thực tế nó hiếm khi xảy ra. Thực sự là tôi rất ngạc nhiên vì khách thuê tại toà nhà đó hiếm khi thay đổi chỗ ở.

HÃY QUẢNG ĐI CÁC QUI TRÌNH HOẠT ĐỘNG THÔNG THƯỜNG Đa phần các chủ sở hữu các bất động sản nhỏ cho thuê thường quản lý hoạt động các toà nhà của họ theo một số các qui trình hoạt động thông dụng phối hợp với nhau, theo các hướng dẫn chi tiết mà các tác giả đưa ra trong những cuốn sách về bất động sản yêu thích của họ, hoặc theo những trực giác cá nhân và các định kiến riêng không hướng tới các đặc điểm của khách thuê. Tôi khuyên bạn hãy tiến hành một phương pháp có lợi hơn. Hãy tìm hiểu cho rõ khách hàng dự kiến của bạn. Kinh nghiệm của tôi và kinh nghiệm của các nhà kinh doanh khác đã chứng minh rằng bạn càng biết rõ các đặc điểm và chú ý vào việc thôi thúc các nhu cầu của khách thuê tiềm năng bao nhiêu thì họ càng đền đáp bạn nhiều hơn bấy nhiêu bằng những dòng thu nhập thuê ngày càng cao và càng chắc chắn hơn MVP (người chơi sáng giá nhất) áp dụng cho chính bạn đấy.

Ngược lại với những nguyên tắc của việc tiếp thị mục tiêu, các chủ sở hữu bất động sản nào chỉ đơn thuần chào những bất động sản cho thuê chung chung cho các khách thuê cũng chung chung như thế thì chỉ kiếm được nhiều nhất là một khoản thu nhập tầm tầm vậy thôi. Nếu bạn theo gương họ, thì chính là bạn đang tự qui cho mình các mức độ giá thuê được gọi là thị trường đầy - mà từ “thị trường” ở đây có những nghĩa như thế

này: (i) theo tiêu chuẩn thì là mức giá thuê trung bình, (ii) và trên một thương trường cạnh tranh mở rộng thì là những sản phẩm trông không khác gì nhau.

LÀM SAO BẠN NHẬN RA ĐƯỢC NHỮNG ĐẶC ĐIỂM MÀ KHÁCH THUÊ CỦA BẠN KHÔNG THỂ CHÊ VÀO ĐÂU ĐƯỢC (MVP)

Do bạn không thể đọc được suy nghĩ của người khác, bạn cần một số phương pháp để phát hiện những yếu tố đó trong đề xuất giá trị của bạn nhằm thúc đẩy khách hàng của bạn phải hành động ngay. Sau đây là một số phương pháp đã có tác dụng đối với tôi và những nhà đầu tư kinh doanh bất động sản khác:

- Chuyện gẫu với nhiều người, khám phá những vấn đề của họ.
- Chú ý, nghe lỏm, đọc và theo dõi quan sát.
- Hãy nói chuyện với những người trong cuộc và các chuyên gia.
- Thiết lập (một cách không chính thức) những nhóm trọng điểm.

Tôi giống như một điều tra viên. Dù ở bất kì nơi đâu, tôi thích bắt chuyện với mọi người để tìm hiểu ý nghĩ, vui buồn, những điều họ thích và họ ghét. Tôi phát hiện ra cơ hội cho những cô nàng y tá thuê nhà trong chuyến tới thăm một trong hai bậc sinh thành ra tôi ở bệnh viện. Trong một cuộc chuyện trò thân tình, tôi đã hỏi một y tá rằng cô sống ở đâu. Câu hỏi đó đã mở đường cho một trong những nhận xét kiểu than phiền “Ôi trời, đừng để tôi phải bắt đầu nói về chỗ đó”.

Sự mỉa mai trong câu nói đó làm tôi càng tò mò hơn và dẫn câu chuyện đi xa hơn với cô y tá ấy. Cô ta tiếp tục câu chuyện bằng cách miêu tả cho tôi thấy cô và các bạn đồng nghiệp đã gặp khó khăn như thế nào trong lúc đi tìm một chỗ ở khiêm tốn vừa túi tiền và gần với bệnh viện - là nơi các cô thích ở trong những giờ rỗi rãi không phải làm việc. Người ta bao giờ cũng biết họ muốn gì, vậy hãy hỏi họ xem sao.

Cũng như vậy, vì thỉnh thoảng tôi giảng dạy trong một số trường đại học khác nhau, tôi đã thường dựa vào những cuộc chuyện trò thân mật với

sinh viên để tìm hiểu những vấn đề về chỗ ở và sở thích của họ. Những cuộc chuyện trò đó đã giúp tôi phát triển chiến lược đối với bất động sản có doanh thu 16 căn hộ mà tôi đề cập đến ở trên.

Có bao nhiêu người mà bạn biết (hoặc có thông tin về họ) đã đi tìm mua hoặc thuê nhà ở trong năm ngoái hoặc trong vòng 2 năm gần đây? Hãy nói chuyện với họ, hãy tìm hiểu những phản ứng của họ khi họ đi xem các bất động sản khác. Tại sao rốt cuộc họ chọn ngôi nhà mà họ đang ở? Sự khác biệt nào thực sự có ý nghĩa quan trọng đối với những người đó. Những đặc điểm nào họ ưa thích nhưng hiện tại rất hiếm hoặc chưa có trên thị trường? Hãy chuyện trò với dân chúng, hỏi han họ, bạn sẽ ngạc nhiên khi thấy mình có thể kiếm được những thông tin giá trị đến thế nào từ những cuộc chuyện trò đó.

HÃY CHÚ Ý Hãy đọc những bài viết về khu dân cư và cộng đồng trên báo chí địa phương. Theo dõi những câu chuyện về sự quan tâm của con người và những mục hỏi đáp trên báo chí, nơi dân tình thường nói về những khó khăn trong khi săn tìm nhà để mua hoặc thuê. Hãy tới thư viện tìm đọc những bài trên tờ Bất động sản Chủ nhật hoặc mục Nhà trên các tờ Thời báo Los Angeles, Diễn đàn Liên minh San Diago, hoặc tờ Người canh gác Orlando, hoặc số ra ngày thứ Bảy của tờ Bưu điện Washington. Những tờ báo này không chỉ đưa những bài tường thuật về xu hướng mới nhất của thị trường bất động sản mà còn đăng tin bài của những nhà báo chuyên mục bất động sản trên toàn quốc như Robert Bruss, Kenneth Harney và Lew Siechelman.

Bạn còn có thể tìm thấy những ý tưởng khác - những bài báo có tính khiêu khích trên các tạp chí như Nhân khẩu học Mỹ, Chuyên san Quản lý bất động sản và Nhà môi giới bất động sản ngày nay. Hãy đóng tai nghe lỏm khi mọi người nói chuyện về bất động sản. Hãy ghé thăm những chat room trên Internet. Khi bạn phát hiện điều gì mới hoặc thú vị, bạn hãy nghiên ngẫm nó. Hãy nghĩ xem sự kiện đó, xu hướng đó, hoặc vấn đề đó có thể giúp bạn làm cho bất động sản của mình thích ứng với phân đoạn thị trường khách thuê hoặc khách mua không. Có những đặc điểm hoặc lợi ích

nào bạn có thể đề xuất để tạo ra lợi thế cạnh tranh cho (các) bất động sản của bạn không?

HÃY CHUYỆN TRÒ VỚI NHỮNG NGƯỜI TRONG CUỘC VÀ CÁC CHUYÊN GIA Có hàng tá nghề nghiệp và việc làm tồn tại ở nơi mà những người được tuyển dụng vào làm việc kiếm được thông tin cá nhân từ trong nội bộ bằng cách trực tiếp nói chuyện với những khách thuê và khách mua nhà. Hãy chuyện trò với những người làm những loại công việc như sau:

- Nhà môi giới bất động sản.
- Nhà quản lý bất động sản.
- Đại diện ngân hàng cho vay thế chấp.
- Nhà tư vấn tín dụng.
- Nhà thầu cải tạo nâng cấp.
- Nhà đầu tư bất động sản.
- Phóng viên báo chí của chuyên mục nhà ở và bất động sản.
- Những khách thuê hiện tại.
- Cơ quan dịch vụ xã hội về tuyển dụng nhân sự.
- Viên chức Viện qui hoạch thành phố, thanh tra cấp phép xây dựng, viên chức lập qui hoạch vùng, các giáo sư (kiến trúc, khoa học tiêu dùng, kế hoạch, bất động sản, nhà ở).
- Nhân viên làm việc tại các cơ quan thành phố và các cơ quan nhà nước về tài chính nhà ở.
- Dịch vụ tìm kiếm căn hộ.
- Dịch vụ tìm kiếm người thuê chung.
- Người thừa hành luật pháp.
- Nhà đầu tư xây dựng nhà ở.
- Những cơ quan nhà nước cho thuê nhà hoặc đi thuê.
- Lãnh đạo Ban vấn đề nhà ở công cộng và thổ dân của Bộ Phát triển Nhà ở và Đô thị.

CÁC NHÓM TRỌNG TÂM Trong vòng 20 năm vừa qua, các nhóm trọng tâm đã nổi bật lên như một trong những cách thông dụng nhất để dễ dàng lọt vào tâm trí khách thuê và khách mua nhà tiềm năng. Các nhóm trọng tâm như vậy gom từ 6 đến 15 thị trường mục tiêu của bạn vào với nhau. Sau đó thông qua các cuộc chuyện trò trao đi đổi lại bạn điều tra được tình cảm và niềm tin của họ.

Hầu hết các nhà đầu tư xây dựng nhà ở lớn trên toàn quốc đều lập các nhóm trọng tâm để tìm hiểu sở thích của các khách hàng dự kiến. Ở một mức độ nhất định, tôi đã tổ chức các cuộc hội thảo Hãy ngừng thuê nhà ngay! với tính chất y như các nhóm trọng tâm. Thường thì những hãng bất động sản và những ngân hàng cho vay thế chấp trả phí thuyết trình cho tôi. Đổi lại, tôi cung cấp cho các khách hàng trả phí đó danh sách tên những khách mua tiềm năng cùng với những nhận xét và lưu ý mà tôi đã suy luận ra từ những buổi hỏi-và-đáp trong các cuộc hội thảo.

Trong khi xây dựng bất động sản “tổ ấm cùng chia sẻ” của mình, Tropical Village đã thuê Hội đồng quản hạt về vấn đề Người cao tuổi Osceola để thiết lập 15 nhóm trọng tâm (tất cả có tới 200 người tham gia). Những ý kiến có được từ các nhóm đó đã giúp Tropical Village hình thành nên mục tiêu quảng cáo tiếp thị cũng như những đặc điểm, các tiện ích và dịch vụ cụ thể mà hãng này kết hợp thành ba trong một và đề xuất giá trị tổng quát của nó.

Để tận dụng lợi thế của phương pháp nghiên cứu này, bạn không cần phải lập một nhóm trọng tâm chính thức; việc đó có thể vượt quá thời gian, công sức và tiền bạc mà bạn muốn đổ vào việc nghiên cứu đầu tư của bạn - chỉ ít thì cũng vào giai đoạn bạn khởi đầu đầu tư. Tuy nhiên, nếu bạn có thể được mời tham gia (hoặc tự đăng ký) vào một nhóm đang được thành lập, bạn hãy cố gắng hướng các thành viên của nó thảo luận về những chủ đề nhạy cảm đối với bạn như các cơ hội thị trường cho thuê (hoặc bán). Hãy sẵn lòng những ý tưởng có lợi ở bất cứ nơi đâu mà bạn có thể tìm thấy chúng.

TIỀN LƯỢNG VÀ THÍCH NGHI VỚI THAY ĐỔI Hãy tiên lượng sự thay đổi. Tìm hiểu xem các xu hướng sẽ ảnh hưởng thế nào tới nhu cầu tương lai đối với các loại nhà, căn hộ, khu dân cư và cộng đồng dân cư cụ thể. Nếu bạn nhìn thấy một điềm báo, nó báo trước: “Lợi nhuận”.

ĐỢT SỐNG TUỔI GIÀ Ai cũng biết rằng dân số hiện nay đang già đi. Trong vòng 20 năm tới, có 60 đến 70 triệu người sẽ ăn mừng sinh nhật thứ 60 của mình. Sắp có tới sáu mươi triệu người đến tuổi hưu trí. Những người này sẽ muốn sống ở đâu? Họ sẽ thích những loại nhà ở nào (“tổ ấm cùng chia sẻ” chẳng)? Những tiện nghi, dịch vụ và lợi ích đặc biệt nào sẽ làm họ quan tâm nhiều nhất?

Những nhà đầu tư bất động sản kíp nhảy lên toa đầu đoàn tàu chạy hướng về cơ hội thì chắc chắn đang đi tới đích vinh quang. Tuy nhiên, như tôi đã nhấn mạnh ở phía trên, “ngoài 60 tuổi” tự nó không xác định được thị trường mục tiêu thực sự. Nó đơn thuần chỉ bật đèn đỏ để người ta dừng lại, nhìn và lắng nghe. Phân khúc mục tiêu trong thị trường “U 70” này sẽ vẫn còn chưa được cung cấp đầy đủ cho tới khi một số nhà kinh doanh đánh hơi thấy nhu cầu của những người đang già đi này và tìm ra cách để đáp ứng những nhu cầu đó? Sau đây là một số xu hướng mà ngành nhân khẩu học bắt đầu nhận thấy:

1. Hợp lý hoá về nhà ở: xu hướng khách thuê rời bỏ những căn nhà kiểu McMansions đã từng rất phổ biến vào cuối những năm 1980 và 1990.

2. Thành phố sinh viên: Những người nghỉ hưu thích sống ở môi trường kết hợp giáo dục, thể thao, nghệ thuật, rạp hát, cơ sở y tế và tính đa dạng mà chi phí sinh hoạt không cao và môi trường không xô bồ như ở thành phố lớn.

3. Các thị trấn nông thôn/nhỏ: Đặc biệt là các thị trấn kết hợp được nhiều hoạt động giải trí ngoài trời phong phú với nét văn hóa phong phú và hấp dẫn (chẳng hạn như thị trấn Ashland, bang Oregon).

4. Nhà một tầng: Những người ngoài 60 tuổi thường thích các ngôi nhà một tầng để không phải leo cầu thang.

5. Lối vào nhà và cửa có tay nắm cửa ngang: Lối vào nhà rộng hơn để phù hợp với xe lăn và người đi bộ. Tay nắm cửa ngang dễ sử dụng hơn tay nắm cửa quả đấm.

6. Khí hậu bốn mùa ôn hòa: Trong khi Florida vẫn sẽ là bang ưa thích nhất đối với những người nghỉ hưu, thì các bang có khí hậu bốn mùa ôn hòa, chẳng hạn như Tennessee, Georgia, Carolinas, Virginia, New Mexico và Colorado sẽ ngày càng được ưa chuộng. Thực tế là toàn bộ miền Nam sẽ gia tăng số lượng người nghỉ hưu di cư đến.

7. Các khu vực có chi phí cao đến chi phí thấp: Tại sao phải sống trong những bungalow từ thời tiền chiến ở Brooklyn trong khi bạn có thể thuê hoặc sở hữu một ngôi nhà hoặc một căn hộ mới lớn hơn nằm ngay cạnh thành phố Orlando hoặc thành phố Tampa đầy nắng ở bang Florida chỉ với giá không bằng một nửa so với ở Brooklyn?

8. An ninh và Chi phí Bảo trì thấp: Khóa cửa để đẩy mà không phải lo lắng gì cả. Với chuyến du lịch dài ngày theo chương trình, những người nghỉ hưu chẳng muốn lo lắng về sự an toàn và an ninh cho ngôi nhà của mình khi họ xa nhà.

Những xu hướng này chỉ là mô hình những xu hướng của người cao tuổi có thể dự kiến được. Hãy nói chuyện với những người cao tuổi mà bạn biết. Họ đang có kế hoạch gì? Những đặc điểm và lợi ích nào sẽ thúc đẩy họ mua hay thuê ngôi nhà tiếp theo?

THẾ HỆ SINH RA TRONG THỜI KỲ BÙNG NỔ DÂN SỐ LẦN THỨ HAI Mỗi năm, có hàng nghìn bài báo thảo luận về những ảnh hưởng của thế hệ sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số sau Thế chiến thứ 2 đối với thị trường nhà ở. Mặc dù vậy, ngày nay các phương tiện thông tin đại chúng không dành nhiều thời gian đề cập đến xu hướng nhân khẩu học khác có thể đoán trước một cách chính xác.

Thế hệ sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ nhất sau Thế chiến thứ 2 là từ năm 1946 đến năm 1964. Từ năm 1965 đến năm 1977 là thế hệ của Những đứa trẻ Nổi loạn. Sau đó, bắt đầu từ năm 1978, tỷ lệ sinh hàng năm lại một lần nữa tăng lên mức 4 triệu ca sinh mỗi năm và tiếp tục tăng ở

mức này hoặc kém một chút trong hơn 15 năm tiếp theo (thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ hai).

Những lứa đầu tiên sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ hai đến tuổi 25 vào năm 2003. Theo xu hướng của những năm 1970, số thanh niên gần như ở mức kỷ lục một lần nữa sẽ tràn vào thị trường nhà ở dành cho những người mới bắt đầu làm việc. Những loại căn hộ, những đặc điểm và vị trí nào sẽ hấp dẫn những nhóm người sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ hai có sở thích khác nhau này? Hãy nhanh chóng bắt sóng dò tìm những thông tin này. Những người sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ hai đã phát ra những tín hiệu gì cho thấy sở thích của họ sẽ phát triển như thế nào?

XU HƯỚNG VÀ NHỮNG THAY ĐỔI TRONG KHU VỰC Đợt sóng tuổi già và thế hệ sinh ra trong thời kỳ bùng nổ dân số lần thứ hai tiêu biểu cho hai thay đổi rõ ràng và mạnh mẽ về nhân khẩu học, những thay đổi đó sẽ đạt đến ngưỡng cao nhất trong thập kỷ này. Những xu hướng này tác động như thế nào đến những khu vực bạn định đầu tư? Hoặc, ngược lại, bạn có thể tìm ra được những khu vực (những khu dân cư,

những cộng đồng) làm lợi cho bạn từ sự bùng nổ dân số của hai nhóm tuổi này không?

Những xu hướng nhân khẩu học và tâm lý học nào đang diễn ra trong khu vực đầu tư? Khi bạn nói chuyện với các chuyên gia và những người trong cuộc, hãy thăm dò quan điểm của họ về sự thay đổi dân số và cộng đồng. Hãy theo dõi sự thay đổi về thị hiếu, phân bố tuổi tác, thu nhập, tăng trưởng việc làm và tính được ư chuộng của khu dân cư. Hãy tìm ra xu hướng và biến nó thành lợi nhuận.

Khi xu hướng này phát triển thì kiến thức và khả năng của bạn cũng sẽ phát triển. Bạn sẽ tinh lọc và mở rộng những vụ mua bán bất động sản, cải tạo nâng cấp bất động sản và chiến lược cho thuê. Bất động sản có giá nhất (MVP) của bạn sẽ dẫn đầu đội hình đua.

8

KIỂM LỜI THEO LUẬT VÀ ĐÚNG LUẬT

GIẢI PHÓNG LỢI NHUẬN TIỀM NĂNG, VẬN DỤNG LUẬT SỬ DỤNG ĐẤT MỘT CÁCH CÓ LỢI CHO BẠN

Thị trưởng thành phố Jersey, ông Jeramiah T. Healy, phát biểu: "Việc xây dựng thêm công trình kiến trúc sang trọng này cho Bờ biển Vàng (Gold Coast) của thành phố Jersey chứng minh rằng: thành phố hấp dẫn của chúng ta là một nơi lý tưởng cho mọi người sống, làm việc và chăm sóc gia đình. Chúng tôi vui mừng chào đón ông Trump và ông Geibel là những người đồng phát triển dự án này ý tưởng chung của các ông đang góp phần vào sự phát triển và thành công liên tục trong việc mang lại sức sống mới cho thành phố của chúng ta."

Ông Geibel (người sở hữu công ty Metro Homes LLC có trụ sở ở thành phố Hoboken là đồng phát triển dự án này) đáp từ: "Chúng tôi vinh dự được làm việc cùng với Donald Trump để xây dựng nên một kiến trúc sinh động, có tầm cỡ quốc tế ở thành phố Jersey, với những cảnh quan không đâu sánh được, nổi tiếng nhất thế giới, những tiện nghi tuyệt diệu và những con đường giao thông thuận tiện. Tôi cũng xin được cảm ơn ngài Thị trưởng Healy vì những nỗ lực của ông trong việc tạo môi trường thuận lợi để dự án Trung tâm thương mại Trump trở thành hiện thực."

Ở Tampa, bang Florida, một dự án Trump mới công bố đã nhận được sự hoan nghênh tương tự. "Đây là một sự phát triển rất có ý nghĩa đối với Tampa, xét trên nhiều phương diện". Ông Mark Huey, Trưởng ban phát triển kinh tế thành phố thay mặt Thị trưởng Pam Lorio phát biểu. "Năm ngoái, khi dự án này được công bố, sự tập trung chú ý vào danh tiếng và khả năng phát triển của thành phố Tampa đã được đưa lên một mức độ mới:

Thành phố trở thành một nơi tuyệt vời để sinh sống, làm việc và vui chơi. Chúng tôi hài lòng vì Tháp Trump ở Tampa hài hoà với Tampa Riverwalk không chỉ tôn thêm vẻ đẹp của nơi này mà còn góp phần thu hút đầu tư, làm rạng danh thành phố của chúng tôi".

Jill Cremer, Phó chủ tịch về phát triển và tiếp thị của Tổ chức Trump phát biểu: "Toàn bộ đội ngũ phát triển rất quan tâm đến tầm quan trọng và ảnh hưởng của dự án này đối với thành phố Tampa và vùng trung tâm thành phố. Để đạt được mục đích đó, chúng tôi đã dành hết thời gian thực hiện những bước cần thiết để đảm bảo rằng mọi chi tiết của dự án phát triển này đều thực hiện theo các tiêu chuẩn cao nhất mà ông Trump và các cộng sự của ông tại Sim Dag đặt ra".

Cả hai dự án này có đặc điểm nào chung? Tất cả các dự án của Tổ chức Trump có đặc điểm nào chung? Đó chính là khả năng vận động quan chức chính phủ để xin được các phê chuẩn qui hoạch vùng và xây dựng của đội ngũ Trump.

Tất nhiên, khi làm việc với chính quyền thì chẳng có gì đảm bảo cả. Các cuộc chiến nổi tiếng của ông Trump với ông Ed Kock, nguyên Thị trưởng thành phố New York đã chứng minh cho thực tế đó. Tuy nhiên, phần nhiều thành công của ông Trump phụ thuộc vào khả năng vận dụng Luật sử dụng đất và qui hoạch vùng để làm lợi cho mình của ông. Khi chuẩn bị mua một địa điểm hay khi xây dựng, ông xem xét kỹ tất cả các qui định xây dựng hiện hành cũng như tình cảm của các quan chức thành phố và cộng đồng dân cư. Trong mọi trường hợp, ông đều cố gắng tìm ra những cơ hội sử dụng bất động sản để làm tăng giá trị một cách tối đa.

Nổi tiếng nhất, có lẽ là hành động phi thường của ông trong việc xây dựng một toà nhà 90 tầng trên một địa điểm dự án mà ban đầu qui hoạch chỉ cho phép xây dựng chưa đến một nửa số tầng đó. Bí quyết của ông là: mua quyền sử dụng khoảng không của các chủ sở hữu bất động sản xung quanh - vào thời điểm mà chưa mấy ai biết cách vận dụng những qui định mập mờ và những ngoại lệ để lách luật qui hoạch vùng. Ngày nay, Tháp

Trump World tại Trung tâm Liên hợp quốc (United Nations Plaza) là một trong những tòa nhà cao nhất thế giới.

Dùng lòng nhiệt tình thu hút và khích lệ những người mà bạn cần để các vụ làm ăn của bạn được cấp phép, được cung cấp tài chính, cho thuê và bán. Lòng nhiệt tình là thứ dễ lan truyền.

Vào những năm 1930, một lần một người bạn của nam diễn viên cụt cẳng W. C. Fields phát hiện Fields đang đọc Kinh thánh, anh ta nói: “Bill, vì sao anh đọc Kinh thánh? Chẳng giống anh tý nào cả.” Fields trả lời: “Đang tìm kẽ hở. Đang tìm kẽ hở”.

Bạn cần phải đọc các quy tắc, qui định, các luật về bất động sản và sử dụng đất vì cùng một lý do như W.C. Fields đọc Kinh thánh là để tìm kẽ hở. Trong lúc lập đề xuất giá trị bất động sản và chiến lược bất động sản có giá nhất của bạn (MVP), bạn sẽ phải đối mặt với một loạt những hạn chế về mặt pháp lý. Câu hỏi đặt ra là: Bạn sẽ bị mắc kẹt và lúng túng trong mạng lưới này chẳng? Hay là, giống như một con nhện nhanh nhẹn, bạn sẽ học cách sử dụng mạng những hạn chế này để làm lợi cho mình và cho phân khúc thị trường khách thuê nhà hoặc khách mua bất động sản của mình?

Nếu không nhanh nhẹn nắm bắt những qui định này, bạn có thể mắc các lỗi sau:

1. Mất lợi thế: bạn sẽ cải tạo, nâng cấp, quản lý, cho thuê và bán bất động sản của mình để tạo ra MVP. Nếu không biết việc mình làm có hợp pháp hay không thì bạn sẽ mất nhiều cơ hội kiếm lời. Hoặc bạn sẽ lầm tưởng rằng mình có thể thay đổi một số đặc điểm và chức năng của bất động sản mà thực tế luật pháp không cho phép.

2. Sai lầm khi mua: Trước khi mua, cần tìm hiểu xem liệu bất động sản đó có phù hợp với tất cả các luật, các qui định hiện hành hay không. Nếu không, nhà chức trách có thể yêu cầu bạn phải cải tạo, sửa chữa rất tốn kém để bất động sản đó tuân thủ đúng qui định pháp lý. Nếu phần hành lang được che kín hoặc tăng áp mái chuyên đổi sai qui định, bạn sẽ phải dỡ bỏ những phần cải tạo bất hợp pháp này và xây lại theo đúng qui định.

3. Các lỗi khi sử dụng: Các qui định sử dụng đất tạo nên các vùng qui hoạch khác nhau (khu thương mại, khu dân cư, khu công nghiệp); những quy định này cũng quản lý về cư trú, biển hiệu, nơi đỗ xe, kinh doanh tại nhà, tiếng ồn.

4. Quản lý việc cho thuê kém: Luật liên bang, luật của bang và luật địa phương chi phối mọi vấn đề, từ đặt cọc đảm bảo thực hiện hợp đồng đến phân biệt đối xử và cả việc cưỡng chế thu hồi bất động sản. Nếu không thực thi đúng qui định và thủ tục pháp lý, có thể bạn phải chịu phạt hoặc chịu trách nhiệm pháp lý, thực thi phán quyết của tòa án.

Để kiểm lời từ bất động sản, hãy tuân thủ luật, thay đổi luật hoặc tìm hiểu những trường hợp ngoại lệ hợp pháp. Tôi đã từng nghe một số nhà đầu tư kêu ca phản đối nhiều điều luật của chính phủ hoặc qui định của những hiệp hội chủ sở hữu. Tuy nhiên, những điều luật đó đã có hiệu lực vào thời điểm họ mua bất động sản; những con người cáu kỉnh này đã không chịu tìm hiểu luật trước khi họ đầu tư.

Để kiểm lời từ bất động sản, hãy nghiên cứu những qui định của chính phủ, của tư nhân và những qui định của hợp đồng chi phối bất động sản của bạn (hoặc những bất động sản bạn đang xem xét để mua). Hiểu biết của bạn sẽ làm lợi cho bạn theo hai cách: (1) bạn sẽ tận dụng được hết những cơ hội đầu tư thu nhiều lợi nhuận mà người khác bỏ lỡ, và (2) bạn sẽ lách qua được những rắc rối mà những người khác sa vào. Dưới đây là những luật chủ yếu chi phối bất động sản của bạn:

- Hiệp hội Chủ sở hữu nhà.
- Các hợp đồng tư nhân, chẳng hạn như hợp đồng thế chấp, hợp đồng cho thuê, các chính sách bảo hiểm, quyền đi qua hoặc quyền xây dựng trên đất của người khác.
- Các chính quyền (liên bang, bang, hạt, thành phố).

CÁC HIỆP HỘI: CHUNG CƯ SỞ HỮU TƯ NHÂN, HỢP TÁC XÃ VÀ PHÂN KHU Ngoài chính quyền thành phố, chính quyền bang và chính quyền liên bang, các giới chức điều hành quản lý tư nhân cũng ban hành các điều lệ, qui định và luật pháp mà tòa án sẽ thi hành. Các giới chức điều

hành quản lý tư nhân này cũng đánh thuế, kiểm tra, xử phạt và thu lệ phí từ các công dân của họ. Với những qui định và điều luật này, tòa án sẽ buộc chủ sở hữu bất động sản phải nộp phạt đầy đủ. Nếu không nộp phạt, giới chức điều hành quản lý tư nhân có thể tịch biên tài sản của những chủ sở hữu bất động sản chây ì đó.

Vậy những cơ quan điều hành quản lý tư nhân nào có quyền lực này? Đó là những hiệp hội chung cư sở hữu tư nhân, hợp tác xã và phân khu. Ngày nay, hơn 35% nhà ở tại Mỹ và Canada chịu sự quản lý của các hiệp hội chủ sở hữu nhà (HOA). Mặc dù các HOA thường hoạt động hiệu quả, nhưng đừng bao giờ cho rằng sự ôn hòa, trách nhiệm và nguyên tắc tài chính luôn thẳng thắn trong cộng đồng chủ sở hữu và cư dân như vậy.

Kiểm một bản sao toàn bộ các qui định đã được ban hành Trước khi bạn đầu tư vào một bất động sản chịu sự quản lý của một HOA, hãy tìm và đọc thật kỹ bản sao toàn bộ các qui định đã được họ ban hành. Bộ tài liệu này qui định điều lệ HOA, luật lệ địa phương (công bố), các qui tắc và qui định, ngân sách, dự trữ dành cho sửa chữa và thay thế, cùng với các chính sách và qui trình hoạt động khác của HOA.

Khi bạn đọc những tài liệu này, hãy thẩm tra xem luật của HOA có cho phép bạn tiến hành chiến lược kinh doanh mà bạn muốn thực hiện đối với bất động sản đó không. Ngoài ra, nên tìm hiểu cả các loại phí, mức thuế và chi phí bảo dưỡng mà HOA sẽ yêu cầu bạn phải trả.

Các loại qui tắc và qui định Một số HOA làm việc thận trọng, dè dặt. Một số khác liệt kê chi tiết việc bảo quản, nâng cấp, sửa chữa bất động sản và sở hữu một cách cụ thể đến mức khó mà thực hiện được. HOA có thể chi phối việc đỗ xe, nghe nhạc, nấu ăn, nướng đồ ăn, chuyển đến, chuyển đi, các điều khoản cho thuê, vật nuôi, quản lý số lượng, loại và tuổi của khách thuê nhà - và hầu như bất kỳ thứ gì khác mà bạn có thể nghĩ ra.

Tôi nhấn mạnh “cần phải biết” về HOA bởi vì tôi thấy rất nhiều nhà đầu tư mua bất động sản rồi sau đó mới biết họ không thể cải tạo hoặc cho thuê những căn hộ của họ như dự định. Đó là chưa kể họ còn phải đối mặt với các khoản phí và số tiền ấn định phải trả lớn không ngờ. (Trong cuốn

sách này, chúng tôi không thể thảo luận chi tiết về HOA, nhưng một cuốn sách khác của tôi có tên là "Kiểm tiền bằng chung cư sở hữu tư nhân và nhà liên kế" đề cập rất kỹ tới các chủ đề này.)

CÁC HỢP ĐỒNG GIỚI HẠN CHỨC NĂNG SỬ DỤNG VÀ CẢI TẠO BẤT ĐỘNG SẢN Bạn nhận thấy rằng các HOA, cũng như các chính quyền địa phương, bang và liên bang có thể hạn chế quyền bạn thích làm gì thì làm đối với bất động sản của mình. Nhưng bạn có biết rằng các hợp đồng thế chấp và bảo hiểm cũng lập ra nhiều qui tắc và giới hạn?

Chẳng hạn, các hợp đồng thế chấp thường bao gồm các điều khoản yêu cầu bạn phải làm những việc sau đây:

1. Duy trì bất động sản ở tình trạng tốt.

2. Phải có sự chấp thuận bằng văn bản của người cho vay trước khi sửa chữa, cải tạo hoặc thực hiện những thay đổi lớn khác đối với bất động sản.

3. Phải có sự chấp thuận bằng văn bản của người cho vay trước khi bạn thay đổi chức năng của bất động sản (ví dụ như chuyển đổi từ khu dân cư thành khu văn phòng hoặc cửa hàng bán lẻ). Thông thường, bạn sẽ cần phải thu xếp khoản cung cấp tài chính mới.

Phải sống tại ngôi nhà đó ít nhất 12 tháng - trừ phi bạn đã thu xếp tài chính mua bất động sản này bằng nguồn tài chính đầu tư có chi phí cao hơn (tức là nguồn cung cấp tài chính vay với chi phí dự phòng rủi ro trả nợ cao).

Tương tự như vậy, chính sách bảo hiểm bất động sản sẽ bao gồm các điều khoản áp dụng đối với chức năng sử dụng, chỗ đã có người thuê, chỗ còn trống, nguyên vật liệu và sửa chữa, và những cải tạo lớn. Nếu bạn vi phạm hợp đồng vay thế chấp thì người cho vay sẽ (sau khi đã thông báo xử lý) yêu cầu bạn phải trả khoản vay ngay lập tức. Nếu bạn vi phạm những hợp đồng bảo hiểm, hãng bảo hiểm có thể từ chối trả bất cứ khoản tiền bảo hiểm nào mà bạn yêu cầu bảo hiểm thanh toán. Hãy chơi cho an toàn. Trước khi bạn mạo hiểm vi phạm các thỏa thuận, hãy đọc kỹ các hợp đồng vay thế chấp và bảo hiểm.

CÁC QUI ĐỊNH QUI HOẠCH VÙNG VÀ CÁC QUI ĐỊNH LIÊN QUAN Từ những năm 1920, các qui định qui hoạch vùng và các qui định về bất động sản khác đã không ngừng mở rộng tầm kiểm soát của chúng. Để biết việc qui hoạch vùng có tác động như thế nào đến một bất động sản, bạn hãy xem bản đồ qui hoạch vùng liên quan đến khu vực đó. Tìm ra loại phân khu qui hoạch và những qui định, điều luật liên quan, chi phối phân khu đó. Hoặc tìm vị trí những khu dân cư được khoanh vùng tương ứng. Sau đó, tìm kiếm những bất động sản mà về mặt pháp lý, chúng phù hợp với các kế hoạch kinh doanh của bạn.

Luật qui hoạch vùng ban hành những qui định cụ thể, thích ứng với từng phân khu cụ thể.

Khái niệm phân khu Để soạn thảo các qui định về qui hoạch, các nhà qui hoạch thiết kế những bản đồ qui hoạch bố trí nhiều phân khu có qui mô khác nhau, từ một lô đất nhỏ đến một lô nhiều dặm vuông hoặc lớn hơn thế. Đôi khi, các phân khu qui hoạch nhỏ nằm trong những phân khu lớn hơn - như trong trường hợp một khu tổ hợp văn phòng nhỏ hay một trung tâm bán lẻ thuận tiện nằm trong một khu dân cư. Thậm chí, những thành phố cao cấp còn có thể qui hoạch toàn bộ cộng đồng vào một phân khu (điển hình là khu nhà biệt lập).

Như bạn có thể thấy trong hình 8.1, các nhà qui hoạch đã sáng tạo ra tất cả các loại phân khu theo qui hoạch. Thế nhưng trong bảng 8.1 chỉ đưa ra ví dụ về một vài loại hình phân khu. Danh sách đầy đủ có thể lên đến hàng trăm loại hình phân khu.

Giả sử một bất động sản nằm trong phân khu RMU của một thành phố (khu nhà ở có chức năng hỗn hợp), bạn có thể xem mục 30 - 54 trong sách hướng dẫn qui hoạch vùng của thành phố. Nếu nhìn trên bản đồ qui hoạch vùng, bạn thấy bất động sản nằm trong phân khu RSF-4 (khu nhà ở biệt lập) thì bạn có thể xem mục 30 - 51. Từ quyển hướng dẫn qui hoạch vùng, bạn sẽ biết được những qui chế cụ thể chi phối những bất động sản nằm trong phạm vi phân khu đó.

Khoảng cách lưu không, sân bên sườn nhà và độ cao Các qui định về qui hoạch vùng có nói rằng chủ sở hữu bất động sản không được phép xây nhà quá gần đường, quá gần nhà hàng xóm hoặc quá gần lô đất xây dựng phía sau. Quá gần là như thế nào? Những ngôi nhà nào? Điều này còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố.

1. Kích thước: Nhìn vào Bảng 8.2. bạn có thể thấy yêu cầu đối với bốn loại nhà ở biệt lập (RSF) khác nhau trong một thị trấn nhỏ. Ngoài yêu cầu về độ cao tối đa là 35 foot thì các tiêu

chuẩn về kích thước khác không mang tính “đặc trưng”. Trên thực tế, không có đặc trưng nào cả. Đến khi luật qui hoạch vùng vừa được thay đổi mới rồi thì thành phố Vancouver thuộc tỉnh British Columbia (Canada) vẫn cho phép một số ngôi nhà biệt lập (RSF) được có chiều rộng 16 foot, sân xung quanh 2 foot và khoảng cách lưu không phía trước là 10 foot. Tại Barrington Hills, ngoại ô dành riêng cho người giàu của thành phố Chicago, một lô đất xây nhà phải rộng ít nhất 5 mẫu Anh . Một số khu vực qui hoạch phát triển được phép không để khoảng cách lưu không, cũng như những căn nhà liên kế trong các thành phố lớn và các căn hộ trong một toà chung cư. (Chú ý: từ viết tắt căn/mẫu trong Bảng 8.2 là đơn vị căn nhà trên một mẫu Anh)

2. Các toà nhà hoặc các công trình xây dựng: Khi bạn kiểm tra những yêu cầu đối với khoảng cách lưu không và sân bên sườn nhà, hãy chú ý xem những loại nhà hay công trình xây dựng nào phải tuân thủ yêu cầu đó. Các điều luật qui hoạch có thể cho phép hành lang có mái che, nhà kho rời, bể bơi, gara và đường lái xe vào nhà gần sát với ranh giới của bất động sản. Khi nắm rõ được những ngoại lệ thường được chấp nhận này, bạn sẽ có cơ hội cải tạo nhiều khoảng không hơn là nếu bạn chỉ xem qua những yêu cầu đó. Yêu cầu về khoảng cách lưu không không nhất thiết áp dụng cho tất cả các loại công trình xây dựng và các việc cải tạo.

Hình 8.1. Biểu mẫu các mục trong qui định qui hoạch và các qui định liên quan Bảng 8.2. Các yêu cầu về kích thước đối với các phân khu dân cư biệt lập (RSF)

Tỷ lệ diện tích sàn và tỷ lệ xây dựng trên lô đất Nếu bạn có kế hoạch bổ sung thêm diện tích sinh hoạt hoặc nhà kho cho ngôi nhà chính, hãy kiểm tra xem liệu luật qui hoạch có qui định tỷ lệ diện tích sàn (FAR) hoặc tỷ lệ xây dựng trên lô đất (LCR) đối với bất động sản đó hay không. Chỉ số FAR biểu thị diện tích tính bằng foot vuông và tỷ lệ phần trăm diện tích xây dựng trên diện tích lô đất (tính theo đơn vị foot vuông):

Nếu qui định giới hạn FAR ở mức 35%, bạn có thể tăng diện tích ngôi nhà thêm 575 foot vuông:

$FAR \text{ tối đa} = 35 \times 8.500 = 2.975$ foot vuông Tuy nhiên, các kế hoạch của bạn cũng phải phù hợp với tỷ lệ LCR. Để có đủ diện tích cho khu đỗ xe và sân, các nhà thiết kế khu vực có thể hạn chế diện tích ngôi nhà theo một tỷ lệ phần trăm cụ thể nào đó so với diện tích của khu đất. Chẳng hạn, trong ví dụ trước, việc qui hoạch vùng này được qui định với tỷ lệ LCR tối đa là 30%. Bạn sẽ phải thêm vào một tầng nữa cho ngôi nhà để tăng FAR chứ không thể xây thêm lên diện tích đất ở tầng một được:

$$\begin{aligned} & 30\% \text{ (LCR tối đa)} \times 8,500 \text{ foot vuông (diện tích lô đất)} \\ & = 2.550 \text{ foot vuông (diện tích tối đa của ngôi nhà)} \end{aligned}$$

Vậy là một vấn đề phức tạp lại nảy sinh. Phần nào của công trình xây dựng được tính vào tỷ lệ này? Tầng hầm, hành lang, gara, đường đi xe vào? Chỉ có cách duy nhất để trả lời câu hỏi đó. Hãy đọc các qui định về qui hoạch. Nếu các qui định đó không đề cập đến việc này hoặc có vẻ không rõ ràng, hãy nói chuyện với một luật sư chuyên về sử dụng đất để xem liệu bạn có tìm được kẽ hở nào có lợi cho mình trong các qui định đó hay không.

Những hạn chế về cư trú Gần đây, tôi vừa tìm hiểu một bất động sản đầu tư là một ngôi nhà biệt lập đang được rao bán. Người bán cho tôi biết ngôi nhà đó đã cho năm sinh viên thuê với mức giá 1.500 đô la một tháng. “Nghe có vẻ được đấy”, tôi nói vậy. Sau đó, để đàm phán có lợi hơn cho mình, tôi nói rằng qui định cư trú của thành phố hạn chế một ngôi nhà biệt lập chỉ cho 3 người lớn, không có quan hệ gia đình với nhau cùng thuê. Vì vậy, tôi không thể trả mức giá mà người bán đòi vì tôi có thể sẽ bị phạt do

vi phạm qui định, và điều đó sẽ ảnh hưởng đến khoản tiền thu được nhờ cho thuê nhà.

“Không sao đâu”, người bán phản bác lại. “Ngôi nhà này nằm trong khu vực thương mại. Cho năm sinh viên thuê nhà không vi phạm qui định của khu vực thương mại đâu.”

Vậy là ông ta đã thắng tôi. Hóa ra là, ông ta biết nhiều điều luật trong lĩnh vực này hơn tôi - ít nhất là biết về điều luật chi phối bất động sản của ông. Đây quả là một người bán thông minh. Ông ta đã dự tính được những câu hỏi liên quan đến luật và đã chuẩn bị trước những câu trả lời chính xác và có căn cứ. Những người bán hoặc môi giới bất động sản tầm thường thường không quan tâm đến những qui định về sử dụng đất, cho đến khi lỗi lầm nghiêm trọng của họ dạy họ bài học đắt giá.

Đừng bao giờ nghĩ rằng bạn đã biết hết về luật qui hoạch vùng. Những kẽ hở và lỗ hổng có mặt khắp mọi nơi.

Khu đỗ xe “Không được đỗ xe ngoài đường từ 2 giờ sáng đến 6 giờ sáng”. Bạn có thể nghĩ rằng những qui định về đỗ xe tại khu dân cư có liên quan đến những vấn đề về giao thông. Đôi khi thì đúng vậy. Nhưng đôi khi, giờ đỗ xe bị hạn chế có thể ảnh hưởng, gián tiếp đến mật độ dân số của một khu dân cư. Làm thế nào để 8, 10 hoặc 15 nhân khẩu trong một ngôi nhà biệt lập có thể tìm đủ chỗ đỗ xe ngay tại nhà? Đỗ xe ở sân trước sao? Những qui định về qui hoạch (hoặc qui định khác) có thể bỏ qua câu hỏi đó vì những qui định đó chi phối tất cả việc đỗ xe ngoài đường lớn và trong ngõ ngách sân vườn.

Kinh doanh tại nhà/Văn phòng tại nhà Hiện nay, hàng triệu người làm việc tại nhà. Xu hướng này sẽ tiếp tục tăng. Nâng cấp và tổ chức lại ngôi nhà để đáp ứng nhu cầu lập văn phòng tại nhà có thể là một cơ hội kinh doanh tốt. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng: Các điều lệ qui hoạch vùng có qui định rất chặt chẽ đối với những người muốn hoạt động văn phòng hay điều hành doanh nghiệp ngay tại nơi họ ở. (Các HOA thậm chí còn siết chặt qui định kinh doanh tại nhà hơn so với các điều luật qui hoạch vùng.)

Các câu hỏi cần trả lời. Phân khu theo qui hoạch vùng của bất động sản có thừa nhận làm việc tại nhà là một quyền hạn không? Nếu không, bạn có thể đặt bất động sản đó vào những trường hợp ngoại lệ đặc biệt mà luật cho phép (làm việc tại nhà) không (hãy xem thảo luận dưới đây)? Những điều luật nào áp dụng đối với việc đỗ xe, số lượt khách hàng được phép tới nhà, thời gian làm việc của văn phòng, biển hiệu hoạt động, các loại giấy phép kinh doanh và diện tích chuyên dụng cho văn phòng/doanh nghiệp? Theo đúng luật thì bạn có thể sửa chữa cấu trúc của ngôi nhà đến mức độ nào cho phù hợp với một văn phòng tại nhà hoặc doanh nghiệp tại nhà? Bạn có thể cho một người không sống ở đây thuê một phần ngôi nhà của mình làm văn phòng hoặc doanh nghiệp không? Chính xác thì luật qui hoạch vùng cho phép những loại công việc hoặc doanh nghiệp tại nhà nào?

Bỏ lỡ cơ hội. Đại đa số các nhà đầu tư bỏ lỡ thị trường này. Tùy thuộc vào cách diễn đạt của qui định, bạn có thể nhắm tới bất kỳ mục tiêu nghề nghiệp nào sau đây:

- Nhà văn.
- Nghệ sĩ.
- Kế toán.
- Luật sư.
- Môi giới bảo hiểm.
- Dạy nhạc.
- Nhà hoạch định tài chính.
- Thợ may.
- Dịch vụ chăm sóc sắc đẹp.
- Nhân viên tiếp thị mạng.
- Chăm sóc trẻ em.
- Dịch vụ giải đáp qua điện thoại.

Chức năng sử dụng đặc biệt Thông thường, các phân khu qui hoạch vùng thừa nhận một số chức năng sử dụng nào đó là quyền hạn, còn những chức năng được qui định rõ khác là những ngoại lệ đặc biệt. Nếu được định

rõ là một quyền hạn thì bạn có thể tiến hành ngay kế hoạch của mình mà không còn phải chần chừ gì nữa. Một khi bạn đã đáp ứng các qui định về khoảng cách lưu không, độ cao và các chi tiết khác thì các nhà quản lý qui hoạch phải phê chuẩn kế hoạch của bạn (trừ phi họ tìm ra kẽ hở của những qui định do chính họ đưa ra để phản đối bạn - hoặc kế hoạch của bạn). Nếu chức năng sử dụng này được phân loại vào phạm trù các trường hợp ngoại lệ thì các quan chức qui hoạch có thể từ chối (hoặc sửa đổi) các kế hoạch của bạn (xem Bảng 8.3). Có thể họ sẽ phản đối kế hoạch của bạn bởi vì chức năng sử dụng của bạn có khả năng gây tổn hại lợi ích chung của cộng đồng hoặc gây ra những ảnh hưởng bất lợi cho chủ sở hữu bất động sản bên cạnh. May thay, bạn có quyền phản kháng lại sự từ chối của nhà qui hoạch đó. Và nếu rốt cục bạn phải đưa vụ việc ra tòa phân xử thì quan tòa sẽ đảo ngược những dự đoán pháp lý thông thường (tức là các nhà qui hoạch được xem là người nắm rõ qui định nhất). Thay vào đó, họ phải chứng minh một cách thuyết phục với những bằng chứng có giá trị rằng ý kiến của họ đúng.

Đừng nghĩ rằng một phân khu dân cư, thương mại hay công nghiệp không được có bất kỳ một chức năng sử dụng nào khác. Thậm chí, các phân khu qui hoạch cho những ngôi nhà biệt lập vẫn thường cho phép có các loại chức năng sử dụng bất động sản khác.

Các qui định về tiếng ồn Ở phần lớn các cộng đồng, qui định về tiếng ồn giới hạn độ ồn tối đa theo đơn vị decibelen trong các phân khu qui hoạch. Nếu một người hàng xóm ồn ào làm bạn khó bán hoặc cho thuê một trong số các bất động sản của mình thì đừng có gây chiến với họ. Thay vào đó, hãy đề nghị những người thực thi pháp luật dứt khoát yêu cầu người có lỗi kia chấm dứt ngay việc gây ồn. Cũng như vậy, nếu khách thuê nhà của bạn mở tiệc vào giờ nghỉ ngơi và làm cho hàng xóm nổi giận, hãy sử dụng luật pháp để kiềm chế hành vi gây huyên náo của họ.

Bảng 8.3. Chức năng sử dụng theo quyền hạn hoặc ngoại lệ đặc biệt theo qui định qui hoạch của thành phố đối với phân khu nhà biệt lập (R-1-AA)

Cách phản kháng các qui định qui hoạch vùng Nếu bạn thấy các qui định qui hoạch vùng ảnh hưởng quá lớn đến bất động sản của mình, hãy tìm cách thay đổi hoặc phản kháng lại qui định qui hoạch vùng đó. Bạn có thể tìm ra biện pháp bằng cách kết hợp những giải pháp sau:

- Tìm phương án thay thế
- Kiến nghị qui hoạch lại
- Kiện lên toà án

Thuyết phục mọi người về lợi ích mà họ có được nếu họ theo đến cùng vụ việc này.

Tìm một phương án thay thế Đúng ra là chủ bất động sản có thể yêu cầu có phương án khác khi luật qui hoạch vùng gây cho họ nhiều khó khăn quá. Ví dụ như: “Tôi muốn kiếm được nhiều tiền hơn” không bị coi là một điều bất lợi. Theo quan điểm của các nhà qui hoạch, “điều bất lợi” phải là một điều không may.

Khi các nhà qui hoạch nói về điều bất lợi thì họ muốn đề cập đến đặc điểm riêng nào đó của bất động sản của bạn, làm cho bất động sản của bạn khó sử dụng một cách hợp pháp được. Ví dụ, khoảng cách lưu không bên sườn nhà bạn phải rộng 10 foot nhưng lô đất của bạn lại bị vát một bên. Do đó, phần trước của khoảng cách lưu không phải rộng hơn một chút, tức là chiều rộng phần này là 12 foot, còn phần sau của khoảng cách lưu không chỉ rộng 8 foot. Nếu chủ bất động sản bên cạnh không phản đối gay gắt thì bạn có thể thực hiện được phương án thay thế.

Nếu bạn bị các nhà phê bình hoặc báo chí phê phán, hãy biến những phê bình tiêu cực của họ thành tích cực Ví dụ khi người ta phê phán: "Toà nhà này cao quá", bạn có thể nói rằng: "Chẳng lẽ New York không xứng đáng có được toà nhà cao nhất thế giới hay sao?"

Kiến nghị qui hoạch lại Nếu bất động sản của bạn nằm ở vị trí đặc biệt có nhiều khả năng sinh lợi, hãy kiến nghị các nhà qui hoạch qui hoạch lại lô đất của bạn. Giả dụ bạn có thể trình bày rằng do sự phát triển của văn phòng mới bên cạnh, do lưu lượng giao thông ngày một tăng, và do tính chất phát triển của khu dân cư đó nên bạn đề nghị rằng nhà của bạn đáng được phân loại qui hoạch theo cách khác. Vị trí này làm văn phòng chuyên nghiệp thì hợp hơn.

Khi làm việc với nhân viên qui hoạch hoặc địa chính, bạn hãy thận trọng và giải quyết mọi việc một cách khéo léo. Đừng cắt đứt quan hệ với họ trong quá trình xin cấp phép, trừ khi mọi phương án đàm phán đều không hiệu quả. Các cách giải quyết thấu tình cũng có tác dụng như những cách giải quyết đạt lý.

Không giống như cách tìm phương án thay thế - theo lý thuyết qui hoạch vùng hiện thời thì phương án thay thế đó chỉ cần điều chỉnh một vài chi tiết trong qui định - việc qui hoạch lại vùng có nguyên tắc riêng của nó. Theo cách tìm phương án khác thay thế, các nhà qui hoạch không qui hoạch lại khu đất của bạn (hoặc khu dân cư), trừ khi bạn chứng minh được rằng việc tái qui hoạch sẽ không gây thiệt hại cho bất động sản bên cạnh, cũng như không làm ảnh hưởng đến sự toàn vẹn của qui hoạch tổng thể.

Kiện lên toà án Hưu hết các điều luật qui hoạch vùng đều cho phép chủ sở hữu tài sản và người dân khiếu nại ở một số mức độ trong phạm vi hệ thống đó. Trình tự là bạn đề đạt vấn đề của bạn với cấp thẩm quyền trực tiếp, sau đó đến cấp trưởng ban, sau nữa là ủy ban điều chỉnh qui hoạch vùng và cuối cùng có thể là đến hội đồng cấp thành phố hoặc cấp hạt. Nếu bạn vẫn không giải quyết được vấn đề ở những cấp này thì bạn (hoặc cùng với các chủ bất động sản khác ủng hộ sự thay đổi đó) có thể nộp đơn kiện.

Thông thường, bạn có thể kiện để đòi chính quyền giải quyết cho trường hợp của bạn hoặc bất động sản của bạn theo cách có lợi nhất cho mình. Hoặc bạn cũng có thể kiện để ngăn chặn việc tái qui hoạch hoặc chức năng sử dụng dự định của mảnh đất bên cạnh nếu có ảnh hưởng bất lợi đến giá trị bất động sản cũng như sức khoẻ của bạn, sự an toàn, các giá trị đạo đức hoặc lợi ích chung của cộng đồng. (Hãy nhớ rằng, bất cứ khi nào có thể, hãy vận dụng quan điểm vì nhu cầu của cộng đồng dân cư vào lập luận của mình. Theo Ayn Rand, thông thường, không một nhà qui hoạch hay vị quan toà nào đánh giá cao tính ích kỉ thuần túy. Hãy đặt lợi ích của mình vào lợi ích của cộng đồng.)

LUẬT XÂY DỰNG Chúng ta vẫn chưa phân biệt rõ các qui định qui hoạch vùng và các điều luật sử dụng đất khác với luật xây dựng như thế

nào. Một phần nguyên nhân là do chưa có sự tách biệt rõ ràng. Một qui định có thể thuộc về luật qui hoạch vùng ở địa phương này thì lại được xem là thuộc về luật xây dựng ở địa phương khác. Đôi khi quyền quản lý chồng chéo lên nhau.

Để đạt được mục đích của mình, bạn sẽ phải đáp ứng yêu cầu cơ bản của những nhà thanh tra luật xây dựng khi bạn thực hiện (hoặc thuê nhà thầu) những hạng mục như lắp đặt đường ống nước chính, mắc điện, cải tạo nâng cấp nhà hoặc lợp mái nhà. Những qui định của Luật xây dựng có thể buộc bạn phải sử dụng đến các kỹ thuật thi công, thiết kế, vật liệu xây dựng, do đó có thể làm tăng chi phí của bạn (thường là vì lý do đảm bảo an toàn). Tuy nhiên, các điều luật này hiếm khi hạn chế nghiêm ngặt các kế hoạch cải tạo và chiến lược thị trường cơ bản (mà các qui định qui hoạch vùng và sử dụng đất khác có thể chặt chẽ hơn). Cũng nên nhớ rằng, nếu bạn làm việc riêng của mình thì công việc của bạn phải tuân thủ các qui định tại giấy phép và luật pháp.

LUẬT MÔI TRƯỜNG Các nhà đầu tư bất động sản có thể gặp phải 5 vấn đề về môi trường:

- sơn có chì • amiăng • các thùng dầu sưởi ấm nhà dưới đất (đặc biệt là nếu có thùng nào bị rò rỉ)

- các hệ thống xử lý chất thải và nước thải • qui định về cây xanh Để giải quyết các vấn đề tốn kém như sơn chứa chì, amiăng, thùng đựng dầu sưởi ấm và hệ thống xử lý nước thải (trong trường hợp đường cống nhà bạn không thông với đường cống của thành phố hoặc của hạt), hãy mua những cuốn sách hướng dẫn phù hợp do các cơ quan môi trường cấp địa phương, và liên bang phát hành. Nếu bạn thấy một khu bất động sản đòi hỏi phải xử lý bất kỳ vấn đề nào trong những vấn đề nêu trên (trừ trường hợp bạn có thật nhiều tiền, và bất động sản đó có tiềm năng lớn), hãy quay trở lại xe của mình để đi tìm vụ đầu tư khác.

Những nhà đầu tư mới khởi nghiệp không nên thực hiện việc làm sạch môi trường - rủi ro quá nhiều mà khả năng thu hồi lại quá ít. Thay vào đó,

hãy tập trung vào những cơ hội làm tăng giá trị để tạo ra MVP (bất động sản có giá nhất) của bạn. Đó là chủ đề chúng ta sẽ đề cập ngay sau đây.

9

CUNG CẤP CHO KHÁCH HÀNG NHỮNG GÌ HỌ MUỐN

CUNG CẤP CHO KHÁCH HÀNG NHỮNG GÌ HỌ MUỐN

Hiện nay, mọi người đều biết đến Donald Trump với tư cách là nhà đầu tư xây dựng chuyên cung cấp cho những khách hàng giàu có các dịch vụ khách sạn, chung cư sở hữu tư nhân, sân golf, cửa hàng bán lẻ sang trọng bậc nhất. Tuy nhiên, hầu hết mọi người đều không biết rằng, trong thời gian mới tham gia vào lĩnh vực bất động sản, Donald Trump tập trung chủ yếu vào đối tượng mua và thuê nhà đất có thu nhập và tài sản rất thấp trong xã hội. Tuy nhiên, đối với những phân khúc thị trường có địa vị thấp kém trong xã hội này, Trump vẫn tuyệt đối tuân thủ một nguyên tắc cơ bản: "cung cấp cho khách hàng những gì họ muốn". Và bạn cũng nên làm như vậy.

Chúng ta hãy cùng xem xét trường hợp của Làng Swifton. Trong thời gian học đại học, Trump đã dành nhiều thời gian nghiên cứu sách về bất động sản hơn là tham gia thể thao hoặc các hoạt động của hội nam sinh viên. Đây cũng chính là lúc ông phát hiện ra Làng Swifton. Vốn là một người luôn biết nắm bắt cơ hội nên khi đọc danh sách liệt kê khoảng 1200 căn hộ bị siết nợ (tịch thu để thế nợ) của Cục Nhà ở liên bang (FHA), Trump đã xem xét rất kỹ và quyết định điều tra về vấn đề này.

Ông biết được rằng FHA muốn nhanh chóng giải quyết cho xong khu vực này, khi đó, gần 70% nhà còn trống chưa có khách thuê/mua. Với thông tin có được, ông Trump đã cùng cha mình đàm phán vụ mua bán rất hời này và thu xếp một số khoản cung cấp tài chính ưu đãi.

Tuy nhiên, thì nếu không thu hút được đối tượng thuê nhà chấp nhận trả giá thuê cao cho dù vụ mua bán có béo bở đến đâu đi chăng nữa, việc cung cấp tài chính có ưu đãi đến mức nào đi nữa, bạn cũng không thể bắt động sản của mình. Mặt khác, để thu hút và giữ được lượng khách thuê nhà này, bạn phải cung cấp cho họ những dịch vụ tốt hơn so với đối thủ cạnh tranh của mình (hãy nhớ lại mục tiêu MVP). Để đạt được mục đích này, đội ngũ Trump đã tạo ra một loạt các đặc điểm và lợi ích mới như sau:

1. Không chấp nhận những khách thuê nhà tồi. Những người này sẽ làm mất khách thuê nhà tốt. Nếu bạn không nhanh chóng giải quyết những khách thuê nhà rắc rối (hoặc giải quyết những vấn đề mà khách thuê nhà đó gây ra) thì bạn sẽ sớm thấy rằng, toàn bộ bất động sản của bạn biến thành một hố đen khổng lồ do vẫn phải chi phí sửa chữa duy tu; trong khi đó bạn lại đang thất thu vì trống vắng khách thuê.

2. Tăng cường an toàn và an ninh: Không chỉ người giàu mới quan tâm đến vấn đề an toàn và an ninh mà tất cả mọi người đứng đắn cũng đều muốn được sống một cách yên ổn, không gặp phiền toái với bọn côn đồ và buôn bán ma túy. Nhóm Trump đã khởi xướng các giải pháp đảm bảo an toàn và an ninh, trong đó bao gồm cả việc tuần tra khu vực.

3. Cải thiện mỹ quan: những khách thuê tốt mong muốn được sống trong một ngôi nhà mà họ sẽ cảm thấy tự hào vì mình là chủ sở hữu. Nhiều chủ bất động sản lại quên mất điều này khi cung cấp dịch vụ cho những người có ít tiền hơn. Suy nghĩ của Trump khác so với họ. Do vậy, ông chủ trương không chỉ cung cấp các dịch vụ bảo dưỡng mà còn quan tâm tạo thêm các chi tiết hoàn thiện đặc biệt của các ngôi nhà như cửa chớp trắng hoặc cửa chính sơn màu trắng theo kiểu thuộc địa ngày xưa (nhằm thay thế cho các loại cửa bằng nhôm xấu và rẻ tiền) và đưa ra các giải pháp dọn vệ sinh hiệu quả.

Hãy hiểu khách hàng của mình. Bạn phải đọc được suy nghĩ của cử tọa đang lắng nghe bạn nói. Tôi không thích thuê những nhà nghiên cứu thị trường chỉ chăm chăm nhằm vào những con số đơn thuần. Tôi muốn tự mình khảo sát, nghiên cứu và tự rút ra kết luận.

Chính quyền, hiệp hội chủ sở hữu nhà đất và các hợp đồng đề ra qui định về sử dụng và cải tạo bất động sản. Theo qui định này, bạn tự do vạch ra chiến lược kinh doanh MVP (bất động sản có giá nhất) để mang lại cho các khách hàng mục tiêu của bạn những gì họ muốn - và những gì họ sẵn sàng chi tiền để mua. Theo quan điểm của khách hàng, MVP sẽ tạo sự khác biệt giữa bất động sản của bạn với bất động sản của các đối thủ cạnh tranh. Về phía bạn, MVP làm tăng dòng tiền mặt và tạo thêm vốn cổ phần cho bạn. Bạn đã có được kết quả mỹ mãn: thắng lợi tuyệt đẹp.

TÌM KIẾM LỢI THẾ CẠNH TRANH (ĐỂ TẠO RA MVP CỦA BẠN)

Nhiều chủ đầu tư bất động sản vẫn tự xem mình là “chủ đất” (nhấn mạnh từ “ông chủ”) và họ nghĩ khách thuê chỉ đơn thuần là “những người đi ở trọ” nên không đáng nhận được sự chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên, phải làm ngược lại mới đúng. Ngày nay (và cả trong tương lai nữa), các điều kiện của thị trường đòi hỏi các nhà đầu tư hiểu biết phải cư xử với khách thuê nhà như những khách hàng đáng quý - chứ không phải người bị coi thường.

Tôi không chỉ tham gia vào thị trường. Tôi tạo nên thị trường. Tôi mang đến cho khách hàng nhiều hơn những gì họ trông đợi.

Để xây dựng một bất động sản có giá nhất, bạn phải tiến hành điều tra khảo sát những bất động sản cạnh tranh một cách khôn ngoan. Kiến thức thị trường giúp bạn hiểu rõ hơn những gì cần thiết để biến bất động sản của bạn một cách có lợi, làm cho chúng nổi bật hơn hẳn so với bất động sản của đối thủ cạnh tranh. Khi áp dụng phương pháp MVP, bạn sẽ tăng thêm lợi nhuận (và tăng thêm giá trị cho các bất động sản của bạn) vì hai lí do sau:

1. Quan hệ tốt hơn với khách thuê nhà: Khách thuê nhà của bạn sẽ ít chuyển đi thuê chỗ khác hơn, sẽ gây ra ít vấn đề rắc rối hơn và tiền thuê cao hơn.

2. Luôn nắm bắt các cơ hội: với phương châm không ngừng cải tiến và luôn hướng đến khách hàng, bạn luôn phải tìm kiếm và nắm lấy những ý

tường có thể làm tăng thêm giá trị cho hoạt động kinh doanh bất động sản của bạn.

ĐÁNH GIÁ CÁC ĐỐI THỦ CẠNH TRANH Nếu các căn nhà và khu căn hộ giống như những hộp súp cà chua Campell hay những lon CocaCola thì tất cả các căn nhà có kích cỡ như nhau sẽ được cho thuê (hay bán) với một mức giá ngang nhau. Bạn có thể biết được mức giá bán hay mức thuê thực tế trên “thị trường”. Nhưng các ngôi nhà lại không phải là những hộp súp. Chúng khác nhau theo nhiều cách và những sự khác biệt đó có thể hấp dẫn hoặc không hấp dẫn khách thuê (khách mua) tiềm năng.

Bạn có thể nâng cao uy tín cho bất kì bất động sản nào của mình, chỉ cần làm cho nó trở nên hấp dẫn nhất trong phân khúc thị trường của bạn.

Bạn có thể sử dụng bất kì (một vài hay tất cả) những điểm khác biệt sau đây để làm cho bất động sản của mình nổi bật hẳn so với vô số các bất động sản khác. Khi tham quan các bất động sản đang cạnh tranh với bạn, bạn thấy gì? Các bất động sản được xếp hạng như thế nào theo những đặc điểm tương ứng dưới đây?

- cảnh quan xung quanh • mức sử dụng/ hiệu suất năng lượng • diện tích (cho thuê, sử dụng) (tính theo đơn vị foot vuông)

- ánh sáng tự nhiên • độ cao của trần nhà • sự yên tĩnh/ồn ào • nơi đỗ xe • số lượng phòng ở • trang thiết bị gia dụng (chất lượng và số lượng)

- phong cảnh • chất lượng hoàn thiện (nhà)

- điều hoà không khí/lò sưởi • sàn, hiên nhà và ban công • độ sạch sẽ • thảm/tấm trải sàn • các ổ điện • mức độ thu hút • tông màu/mỹ quan của ngôi nhà • thiết kế mặt bằng sàn cho không gian sinh hoạt • khu vực đặt tủ quần áo • khu vực chứa đồ • khu chuyên dụng trong bếp • tiện nghi ở lối vào • đặc điểm nhân khẩu học của khách thuê • thái độ và cách sống của khách thuê • hệ thống chiếu sáng • an ninh • hệ thống giặt là • lò sưởi • hiện trạng • rèm che cửa sổ • các loại/kiểu cửa sổ • hình ảnh/uy tín • đồ gỗ • sự hấp dẫn của nhà bếp

Khi có được thông tin chính xác, trực tiếp về đặc điểm và mức giá cho thuê của bất động sản cạnh tranh, bạn không chỉ nâng cao

khả năng đánh giá giá trị bất động sản của bạn mà còn bồi dưỡng cho mình ý thức nắm bắt cơ hội để tăng giá trị của nó.

HÃY CẢI TẠO, NÂNG CẤP BẤT ĐỘNG SẢN CỦA BẠN THEO CÁCH CỦA DONALD TRUMP Sau khi đã liệt kê và khảo sát các đối thủ cạnh tranh, hãy xem xét kỹ bất động sản (tương lai) của bạn. Kích thích tư duy của bạn hoạt động từ những thực tế và ý tưởng bạn thu thập được trong quá trình khảo sát đối thủ cạnh tranh. Sau đây là vài gợi ý để tạo dựng một MVP. Tuy nhiên, trong thực tế, để nâng cấp bất động sản của bạn thì bạn phải dựa trên cả hai yếu tố là sở thích của khách thuê (khách mua) mà bạn phát hiện ra và chất lượng của các bất động sản cạnh tranh.

Chúng tôi chi 250 ngàn đô la để sửa chữa, nâng cấp tòa nhà nhưng chi phí đó hoàn toàn xứng đáng. Mọi chi tiết từ kiểu đá cẩm thạch cho đến màu sắc của khung cửa sổ đều được kết hợp hài hòa với nhau để tạo ra hiệu quả mà chúng tôi mong muốn. Ấn tượng chung của bạn là gì?

Khi lần đầu tiên bước vào một căn hộ, bạn có cảm thấy nó quá tầm tầm không? Bạn có nhận thấy màu sơn đã bị phai, các vết xước hoặc kiểu phối màu đã lỗi thời, các cửa chính làm bằng gỗ rẻ tiền đã mọc mốc, những lỗ đinh trên tường, thảm đã sờn, vải sơn lót sàn nhà đã rách, các chum đèn lỗi mốt, bảng điện bị nứt, hay bồn rửa bị ố bẩn? Nếu bạn trả lời là “có” đối với một hoặc tất cả các câu hỏi trên, bạn đã tìm ra cách để tạo thêm giá trị rồi đấy.

Đặc biệt chú ý đến bếp và nhà tắm Để thực sự thu hút được khách thuê nhà tiềm năng, hãy thuê nhóm thiết kế của Trump đến cải tạo lại nhà bếp và phòng tắm của bạn. Hãy tham khảo những trang tạp chí nói về nhà bếp và phòng tắm. Hãy tìm ra sự kết hợp tối ưu nhất của vật liệu và màu sắc để tạo ra một vẻ tươi sáng, long lanh, vui mắt và hấp dẫn. Hãy vứt bỏ những đồ gia dụng không dùng được nữa, những bồn rửa bát đã nứt, ố màu, những tấm kính rạn trên cửa nhà tắm. Bạn không nhất thiết phải có bộ bếp bằng đá granite nhưng bạn cần phải tạo ra hiệu ứng: “Ồ, cái này đẹp đấy chứ!”, phản hồi từ phía khách hàng.

Khi bạn khảo sát những phòng then chốt đó, hãy dành ít nhất 30 giây để xem xét mỗi thứ sau:

- sàn nhà • trần nhà • bồn rửa • bồn cầu • cửa sổ và ngưỡng cửa sổ • ổ cắm điện • hệ thống chiếu sáng • vòi nước • tường • tủ có ngăn kéo • học tủ và tay kéo • đồ gia dụng • giá để đồ • gương soi

Sự sạch sẽ mang lại lợi nhuận. Bạn có muốn những khách thuê sẽ chăm sóc giữ gìn bất động sản cho bạn không? Hãy cọ sạch toàn bộ khu nhà nếu bạn là người quản lý bất động sản cho thuê và Donald Trump sẽ kiểm tra kỹ lưỡng độ sạch sẽ của căn nhà. Đừng có nghĩ rằng đó là “bất động sản cho thuê” mà hãy nghĩ đó là “nhà” của bạn. Căn hộ (ngôi nhà) sạch sẽ nhất định sẽ hấp dẫn những khách thuê ưa sạch sẽ.

Làm sạch tất cả mọi nơi. Tẩy bỏ bụi, bẩn, rác, mạng nhện và xác rệp ở tất cả các xó nhà, gầm bàn, chụp đèn và các giá, kệ. Lôi hết các ngăn kéo trong bếp ra và đổ hết những mẫu bánh mì vụn hay thu lượm các loại mảnh vụn khác. Lau chùi tất cả cửa sổ và gương cho đến khi chúng sáng bóng lên. Tìm kỹ những chỗ cáu bẩn và mốc ở vòi hoa sen cũng như ở các rãnh trên cửa nhà tắm. Quét sạch bụi ở các tủ thuốc và sơn lại những chỗ cần thiết. Khử sạch mùi hôi thối bởi vì khu nhà không chỉ cần vẻ ngoài sạch sẽ mà còn cần có mùi thơm mát, dễ chịu.

Ánh sáng và cảnh quan tự nhiên Nếu khu nhà của bạn có vẻ tối, hãy làm nó sáng sủa lên. Hãy trang trí thêm màu sắc tươi sáng, lắp thêm cửa sổ và cửa sổ ở mái nhà. Hãy dỡ bỏ các vật chắn sáng ở cửa sổ. Nếu bạn may mắn, bạn có thể mua được một tòa nhà cũ với trần nhà cao 10 foot (3,048 m) - bây giờ trông như chỉ còn 8 foot vì có thêm tấm lợp cách âm treo phía trên. Vì một lí do nào đó mà tôi cũng không rõ (có thể do tiết kiệm năng lượng chăng?) mà vào những năm 1960, 1970, loại trần treo này rất phổ biến. Nhưng ngày nay, chúng đã lỗi thời, vì thế, hãy dỡ chúng xuống và căn phòng của bạn sẽ rộng rãi, sáng sủa hơn. Trong những căn phòng có trần nhà cao, lắp đặt một hàng ô cửa sổ nhỏ sát trần sẽ đón được nhiều ánh sáng tự nhiên hơn.

Thêm một cảnh quan là thêm giá trị. Chúng tôi xây Tháp Trump với thiết kế độc đáo để có những tầm nhìn cao rộng, những tầm nhìn đó đã cho chúng tôi quyền lực chi phối để bán các căn hộ với mức giá vượt xa những đối thủ cạnh tranh.

Đối với những toà nhà chỉ có một tầng, hãy làm nổi bật quang cảnh với vườn hoa hoặc hàng rào. Để tạo ra cảnh quan bên ngoài cho những khu nhà hai tầng, hãy nghĩ đến lợi ích lâu dài một chút. Hãy trồng cây. Mặc dù chi phí lắp đặt cửa sổ đắt song bạn cần cân nhắc giữa chi phí và lợi ích mà chúng mang lại. Một cảnh quan xấu không thể giữ chân được khách thuê và mua nhà trong khi một khung cảnh đẹp mắt sẽ mang lại cho bạn một mức giá bán cao hơn hẳn. Hãy cho khách hàng của bạn thấy một quang cảnh đẹp mắt chứ không phải là những bãi rác, chỗ đỗ xe và mái nhà của những tòa nhà khác. Đáp lại, họ sẽ trả bạn với một giá thuê hay giá mua cao hơn.

Những điểm nhấn độc đáo Về mặt thẩm mỹ, hãy làm nổi bật ngôi nhà của bạn bằng những chi tiết đặc biệt như chân tường, đường bo giấy dán tường, tay nắm cửa đã được nâng cấp, cửa gỗ tẩm và nên dùng gỗ đánh màu (véc ni) (chứ không nên dùng sơn). Những chụp đèn được nâng cấp cũng có thể giúp bạn tăng thêm sự hào nhoáng cho ngôi nhà của mình. Hệ thống chiếu sáng hiện đại hơn sẽ thu hút được thêm một số phân khúc thị trường.

Tôi luôn quan tâm đến những điểm độc đáo, đặc biệt, có thể làm khách thuê và mua nhà sửng sốt, đánh thức được cảm xúc của họ.

Hãy phát triển ý tưởng về các chi tiết đặc biệt cho ngôi nhà từ các tạp chí cải tạo và trang trí nội thất. Đến thăm những ngôi nhà mẫu và căn hộ sang trọng, các dự án phát triển nhà liên kế và chung cư sở hữu tư nhân. Đừng quên để ý tới những điểm đặc biệt của các ngôi nhà này nếu bạn không muốn mất đi một phần lợi nhuận. Chỉ một chút riêng biệt, độc đáo sẽ khiến khách hàng tiềm năng phải trầm trồ: “Chà, nhìn cái này xem”; họ sẽ nhận ra sự khác biệt và nhớ đến ngôi nhà của bạn.

An toàn, an ninh và tiện lợi Hãy tìm cách kết hợp yếu tố an toàn và tiện lợi. Tăng số lượng và công suất hoạt động của các ổ điện. Đặc biệt là

những toà nhà cũ hơn thường thiếu ổ điện và ampe kế để đảm bảo vận hành an toàn các thiết bị điện, máy tính, máy in, máy fax và các thiết bị phục vụ cho nhu cầu giải trí trong gia đình. Nhiều khách thuê nhà không để ý đến chi tiết này mãi cho đến khi họ chuyển đến. Sau đó, họ “giải quyết” vấn đề bằng cách lắp thêm các phích cắm điện và một hệ thống dây điện nối thêm chằng chịt. Nếu mạng điện ở các khu nhà không đủ công suất hoạt động, hãy lên kế hoạch nâng cấp.

Những lỗ tròn nhỏ trên cửa ra vào dùng để quan sát bên ngoài cũng giải quyết được vấn đề an ninh một cách thuận tiện. Rất nhiều người thường muốn biết người gõ cửa là ai trước khi họ mở cửa.

NHỮNG VẤN ĐỀ VỀ AN TOÀN VÀ AN NINH KHÁC Những vấn đề về an toàn khác cần quan tâm là chuông báo cháy, máy dò khí độc oxit cacbon, lối thoát hiểm khi có hoả hoạn, khoá cửa, cửa sổ và cửa kính kéo ở tầng trệt. Vì mục đích an ninh là chống đột nhập nên phải kiểm tra để đảm bảo rằng toàn bộ cửa sổ và cửa ra vào phải khoá được chặt khít, không thể cạy được bằng thẻ tín dụng hoặc tuốc nơ vít. Loại khóa chốt đôi là tốt nhất.

Cả khách mua và khách thuê nhà đều muốn cảm thấy an toàn trong ngôi nhà mới của họ. Nếu cửa chính, khóa cửa chính và cửa sổ có vẻ lỏng lẻo, dễ bị đột nhập thì một số khách thuê sẽ không muốn thuê - bất kể căn nhà có bao nhiêu ưu điểm khác nữa.

Các chất có hại cho sức khoẻ từ môi trường có thể bắt nguồn từ sơn có chì, amian, formaldehyde. Những chất này có trong thành phần của vật liệu xây dựng dùng để xây dựng (hoặc nâng cấp sửa chữa) nhà cửa trước năm 1978. Trước khi bạn đầu tư, hãy thu thập và kiểm tra lại những thông tin do người bán cung cấp về các chất có hại này. Nếu nghi ngờ ngôi nhà có những chất độc hại trên mà nhà thầu cải tạo nâng cấp không cho bạn một con số chi phí cụ thể cho việc sửa chữa khắc phục cần thiết thì đừng mua nó.

Cầu thang, thảm và nhà tắm Hãy sửa chữa các bậc thang hay tay vịn cầu thang nếu chúng không chắc chắn và nguy hiểm. Những tấm thảm bị sờn,

những bồn tắm không chống trơn ở mặt đáy hay không có quai nắm rất dễ gây trượt ngã. Bạn hãy liệt kê từng nhóm nguy cơ có thể xảy ra trong khu nhà và đưa ra các giải pháp khắc phục an toàn. Thậm chí, khi chi phí sửa chữa không làm các khoản tiền thu được tăng thêm thì nó cũng giúp bảo vệ khách thuê. Điều này giảm cho bạn nguy cơ thua kiện khi bị kiện vì những thiệt hại mà khách hàng phải chịu do thuê nhà bạn. Những điều kiện và đặc điểm không an toàn của căn nhà cho thuê là bằng chứng của sự cấu thả - thông thường nó mang tính chất dân sự nhưng đôi khi có thể mang tính chất hình sự.

Kiểm tra kích thước căn phòng Bạn đã bao giờ bước vào một ngôi nhà hay một căn hộ mà một vài phòng quá lớn, còn một số khác lại quá bé chưa? Trong nhiều ngôi nhà, ban đầu nhà đầu tư xây dựng thiết kế một căn phòng cực lớn cùng với một phòng ngủ chính rộng, một buồng tắm có bồn rồi sau đó, họ thiết kế thêm ba hoặc bốn phòng ngủ be bé dành cho trẻ nhỏ, khách hoặc làm phòng đọc sách. Những căn nhà như vậy rất mất cân đối.

Tạo ấn tượng cân đối “Ấn tượng về sự cân đối” của một ngôi nhà hay một căn hộ là gì? Câu trả lời phụ thuộc vào phân khúc thị trường khách thuê, giá cả và thời điểm. Thị hiếu và sở thích luôn thay đổi qua từng thập kỷ. Bù lại, những thay đổi này tạo ra cơ hội kinh doanh để nâng cấp cải tạo. Ví dụ bạn có thể mua một tòa nhà lỗi mốt, sau đó thiết kế lại mặt bằng sàn các tầng bên trong để thu hút phân khúc thị trường khách thuê và khách mua hiện thời.

Những khu nhà sau chiến tranh được hiện đại hoá Tôi đã từng mua một toà chung cư gồm tám căn hộ. Nó được xây vào cuối những năm 1940 để đáp ứng nhu cầu cấp thiết về nhà ở cho những cựu chiến binh trở về sau Thế chiến thứ hai. Những căn hộ này vẫn còn nguyên kiểu thiết kế 3 phòng ngủ, một nhà tắm (kiểu thiết kế phổ biến trong thời kì đó) - một phòng ngủ cỡ trung bình cho bố mẹ và hai phòng ngủ nhỏ cho thế hệ mới sinh ra trong cuộc bùng nổ dân số sau Thế chiến thứ 2. Vào đầu những năm 1990, (khi tôi mua khu nhà này), hầu hết những khách thuê nhà mà tôi hướng đến đều

nhìn ngôi nhà và nói: “Ồ, không đời nào. Làm sao mà chúng tôi sống ở đây được.”

Vì người bán ngôi nhà khó mà cho thuê được các căn hộ nên tôi mua được căn nhà với giá rẻ. Để tăng giá trị cho khu nhà, tôi đập một trong số hai phòng ngủ nhỏ ra. Tôi thông nửa phòng này với phòng ngủ nhỏ kia để tăng thêm diện tích cho nó và dành nửa phòng còn lại để xây thêm một nhà tắm thứ hai. Sau đó, tôi quảng cáo tòa nhà với những khách thuê thích tìm người thuê chung, họ chia tiền thuê nhà với bạn cùng phòng của họ. Tiền thuê nhà lên đến 175 đô la một tháng cho mỗi căn, đó là một món hời so với chi phí đầu tư sửa chữa mà tôi bỏ ra. Như vậy là chiến lược MVP đã có hiệu quả.

Tạo thêm nhiều chỗ chứa đồ đạc Những chỗ chứa đồ tự tạo (những nhà kho mini) là một trong những chức năng có nhu cầu gia tăng nhanh nhất của bất động sản ở Mỹ và các nước châu Âu. Chúng ta đã trở thành những con chuột thích tích tích cốp. “Vứt đi á? Có lúc tôi cần đến nó thì sao” Hãy nói chuyện với những khách thuê nhà và cả chủ sở hữu, bạn sẽ nhận được cùng một câu trả lời rằng: “Tôi thích ngôi nhà của mình nhưng chúng tôi thiếu chỗ chứa đồ.” Để tạo sức hút cho những căn hộ hoặc nhà cho thuê, hãy tạo thêm chỗ chứa đồ. Bạn có thể tạo thêm chỗ chứa đồ theo hai cách:

- Tận dụng những không gian chết • Tăng hiệu dụng của những không gian sẵn có Tận dụng không gian chết Đây có vẻ là một giải pháp đơn giản nhưng lại khá gây ấn tượng đối với khách thuê tương lai. Hãy quan sát phía dưới bồn rửa bát trong bếp của bạn, bạn sẽ thấy một khoảng trống nhỏ giữa phía trước tủ và chậu rửa: đó là một khoảng trống bỏ không. Làm thế nào để có thể tận dụng được khoảng trống đó? Bạn có thể lắp một tủ ngăn nhỏ để đựng xà bông, giẻ rửa bát và bùi nhùi thép chà nồi. Nhờ vậy, bồn rửa của bạn sẽ không còn bừa bãi nữa. Hãy chỉ cho khách hàng sáng kiến nhỏ này và bạn sẽ nhận được một câu tán thành như: “Trông gọn đấy nhỉ?”

Giải pháp này có vẻ bình thường? Có thể. Tuy nhiên, nó giải quyết được vấn đề. Tất cả các ngôi nhà và căn hộ đều có rất nhiều không gian chết mà bạn có thể tận dụng:

- Phía dưới bậc thang hoặc gầm cầu thang.
- Cửa sổ xây chòi ra ngoài có một không gian trống ở phía dưới bộ cửa sổ lồi ra phía bên ngoài.
- Cửa sổ trông ra vườn.
- Phần phía trên của tủ bếp.
- Khoảng trống phía dưới các tủ bếp.
- Tủ lớn kê sát tường.
- Những mảng tường có chỗ treo giá để đồ • Khoảng không giữa tường và tay nắm cửa (ví dụ như treo một tủ đựng thuốc trên tường)

• Thanh treo xoong, chảo trong bếp Tận dụng những khoảng không hiện có Để “từ không làm ra có”, hãy làm theo ngài Giám đốc công ty chuyên thiết kế nhà kho California (CCC) vì những ý tưởng của công ty này cho thấy bạn có thể tăng gấp đôi (hoặc gấp ba) khả năng chứa đồ của nhà bạn mà không cần mở rộng thêm một centimet vuông nào cả. Hãy thiết kế lại không gian hiện có. Mặc dù được thành lập với tư cách là một công ty chuyên thiết kế nhà kho, hiện tại, CCC cũng đảm nhận công việc thiết kế lại các tầng hầm, gara, văn phòng, nhà xưởng và nhà bếp. Áp dụng những nguyên tắc này để làm việc, bạn sẽ có một triển vọng đầy hứa hẹn. Bạn sẽ chỉ cho khách hàng một lợi ích hiếm có mà họ đang rất chuộng.

Ngoài ra, hãy dùng không gian vào nhiều mục đích khác nhau. Chẳng hạn, hãy dùng loại giường Murphy có thể dựng lên tường. Một chiếc giường Murphy không chỉ tăng thêm diện tích sàn hữu dụng mà còn có thể tạo ra khả năng lắp giá treo dọc theo giường. Sử dụng hốc tường sẵn có giữa tường và giường lên hoặc tạo một hốc lớn hơn bằng cách xây chòi tường ra bằng với mặt ngoài của chiếc giường Murphy này. Hãy xem xét toàn bộ khu nhà và ghi chép lại những chỗ có khả năng sử dụng không gian hiệu quả hơn - cả không gian sống lẫn không gian để chứa đồ.

Giảm thiểu tiếng ồn Chẳng ai thích sự ồn ào. Trước khi quyết định đầu tư, bạn hãy kiểm tra độ cách âm của các khu nhà. Liệu tiếng tivi hoặc tiếng nhạc có thể truyền qua các phòng trong nhà hay không? Khi bạn kiểm tra

các khu nhà này, hãy xách theo một chiếc đài. Kiểm tra các phòng khác nhau. Tăng âm lượng và xem thử tường có cách âm tốt không? Các gia đình và những khách thuê chung một căn hộ cần sự riêng tư và yên tĩnh. Nếu bạn không bảo đảm được điều này, các căn hộ của bạn sẽ không còn hấp dẫn.

Kiểm tra tiếng ồn từ khu dân cư Một điều cũng rất quan trọng là liệu khách thuê nhà hay khách mua nhà khi ở trong căn hộ của họ có thể nghe thấy tiếng ồn từ nhà bên cạnh hay từ khu dân cư không? Người ta trả tiền cho sự yên tĩnh nên họ sẽ đòi giảm giá nhiều nếu họ phải chịu sự ồn ào.

Bạn có thể sẽ nghe thấy nhiều tiếng ồn hơn trong khu dân cư có nhiều toà nhà chung cư. Tuy nhiên, khu dân cư gồm các ngôi nhà biệt lập cũng phải chịu tiếng ồn lớn như tiếng nhạc lớn, tiếng chó sủa và tiếng động cơ xe khởi động. Liệu ban nhạc hành khúc của một trường cấp ba kể cận có tập từ ba đến bốn giờ một ngày hay không? Bạn nên đến xem nhà vào những giờ có nhiều xe cộ hoặc giờ cao điểm của tiếng ồn. Kiểm tra mức độ tiếng ồn tại nhiều thời điểm khác nhau. Thậm chí ở một vài khu dân cư có vẻ yên tĩnh cũng không thể cho bạn không gian yên bình, thanh tĩnh suốt cả ngày. Vậy tốt nhất là bạn hãy kiểm tra.

Hãy yêu cầu cho xem các tài liệu, giấy tờ Hãy hỏi người bán nhà về các tài liệu, giấy tờ liên quan đến khu nhà. Hãy nói chuyện với những khách thuê láng giềng. Tìm hiểu xem đã có ai khiếu nại với chính quyền thành phố hay Hiệp hội chủ sở hữu khu nhà hoặc bị kiện ra toà vì tội gây mất trật tự hay chưa. Nếu bạn đầu tư vào những khu bất động sản như vậy, liệu bạn có thể dùng qui định cấm gây tiếng ồn để phản đối lại những khách thuê nhà (hay chủ sở hữu) ồn ỹ một cách thiếu tôn trọng đối với những người khác không? Và bạn có thể trang bị thêm cho những khu nhà này những thứ đặc biệt như cửa sổ chống ồn, cửa chính chắc chắn, tầng lớp cách âm hay những hàng rào cao dày để giảm thiểu tiếng ồn ở trong lẫn ngoài toà nhà không? Triệt tiêu được tiếng ồn là bạn đã tăng cường được MVP của mình.

SỰ HẤP DẪN TOÀN DIỆN: TỔNG KẾT Để xây dựng thương hiệu mạnh, hãy chú trọng tới hình ảnh và chất lượng sản phẩm. Toà Tháp Trump không chỉ chú ý đến vị trí mà còn tập trung vào cả chất lượng của tòa nhà: cửa sổ, nền nhà, phòng, bếp và tổng thể.

Để tạo ra một bất động sản có giá nhất (MVP), hãy mang đến cho khách hàng một tổ ấm thực sự. Khi khảo sát về khu bất động sản, hãy hình dung những khu nhà này sẽ hấp dẫn như thế nào đối với thị trường mục tiêu của bạn:

- Các căn hộ/nhà có đủ diện tích hay không?
- Các căn hộ/nhà của bạn có sạch sẽ, sáng sủa, tươi mát không? Chúng có toả hương thơm mát, trong lành không?
- Tổng số phòng và kích cỡ phòng có thể hiện việc sử dụng không gian có lợi và hiệu quả nhất không?
- Mỹ quan của các căn hộ/nhà có cuốn hút khách hàng không?
- Mỗi căn hộ/nhà có đủ ánh sáng tự nhiên không?
- Khách thuê nhà có thể thấy những cảnh quan gì nhìn từ phía bên trong căn hộ/nhà ra?
- Các căn hộ/nhà có nhiều chỗ chứa đồ và tủ quần áo không?
- Khu nhà có yên tĩnh không?
- Khách thuê nhà có cảm thấy an toàn và an ninh khi ở trong ngôi nhà không?
- Nhà bếp và nhà tắm có bắt mắt không?

Kinh nghiệm cho thấy, tổ ấm được thuê nhiều hơn và hết nhanh hơn là những căn nhà hoặc căn hộ mang nghĩa nơi ở trọ thuần túy. Tổ ấm được bán chạy hơn và có giá cao hơn những ngôi nhà bình thường. Hãy mang đến cho khách hàng của bạn điều gì đó thật đặc biệt. Họ sẽ trả tiền thuê cao hơn, ở lâu hơn và chăm sóc căn hộ/nhà của bạn cẩn thận hơn, bởi vì họ coi chúng như mái ấm gia đình của chính họ.

10

THÊM NHIỀU Ý TƯỞNG HƠN ĐỂ TẠO RA BẤT ĐỘNG SẢN CÓ GIÁ NHẤT (MVP)

TẠO RA NHIỀU DÒNG THU NHẬP PHỨC HỢP

Ông Trump khuyên bạn nên đánh giá các bất động sản của mình để tìm ra nhiều chức năng khác nhau, nhiều dòng thu nhập khác nhau, hoặc thậm chí là nhiều thị trường mục tiêu khác nhau của cùng một bất động sản đó. Trong quá khứ, những nhà phát triển bất động sản có thể xây dựng một tòa văn phòng, một khách sạn, một dự án chung cư, hoặc cũng có thể là một sân mà chỉ cần một ý tưởng, chức năng, thị trường mục tiêu.

Đối với công trình Tháp Trump, ông Trump đã suy nghĩ sáng tạo hơn. Ông xem dự án này là một vị trí đẹp nhất đối với những thương nhân bán lẻ có thu nhập cao, những người sẵn sàng trả tới 500 đô la cho một foot vuông mỗi năm (hoặc còn cao hơn nữa). Ông biết rằng những tầng trên cao của toà nhà rất hấp dẫn đối với những người giàu có, những người chuộng những nơi như Đại lộ 5, sông Hudson và chính thành phố New York. Đối với những tầng ở giữa khó giải quyết hơn, ông Trump đã dự kiến làm văn phòng nhưng ông cũng nhận thấy rằng ông sẽ phải tiếp thị chúng một cách nghệ thuật hơn để có được mức giá cho thuê mà ông mong muốn.

Những ý tưởng của ông đã thành công trên mọi phương diện. Theo quan sát của George Ross, "Vào cuối thập kỷ 1970, ý tưởng của Trump về khu nhà chung cư sở hữu tư nhân ba lớp đa chức năng là kết quả của sự kết hợp các chức năng một cách đặc sắc". Cho tới nay, nhiều nhà đầu tư xây dựng khác đã cố gắng bắt chước mô hình này của ông.

Tương tự như vậy, khi họ phát triển kế hoạch cải tạo nâng cấp và cho thuê đối với tòa Cao ốc Trump ở số 40 phố Wall, George Ross và Trump quyết định tiếp tục theo phương pháp đa chức năng. Khi đó, George Ross đã nói với Trump rằng: "Các chuyên gia đã lựa chọn một phương pháp sai lầm và vì thế họ đã đưa ra kết luận không đúng. Ông không chỉ có một tòa cao ốc văn phòng, mà ông có những ba tòa nhà khác nhau. Chúng chỉ tình cờ nằm trên đầu nhau."

Thế đó, đó là cách họ đã cải tạo, nâng cấp và tiếp thị nó - trên ba phân khúc thị trường khác nhau. Họ biến tòa cao ốc xây dựng từ năm 1929 với hình dáng và thiết kế mặt bằng tầng lõi thời của nó thành một kiệt tác hiện đại, trái ngược với mỗi phần của tháp được thiết kế để hấp dẫn một loại khách thuê cụ thể. Ngược lại với tình trạng gần như trống vắng vào thời điểm mua nó, giờ đây, tòa cao ốc hầu như lúc nào cũng đầy kín khách thuê.

Hãy chú ý đến từng chi tiết. Giống hệt như cha mình, tôi đi thị sát kỹ càng từng dự án. Trách nhiệm của tôi là phải làm cho mọi cái trông thật hoàn mỹ.

Bạn đang trong quá trình tạo ra một MVP (bất động sản có giá nhất). Bạn đã thiết kế những ngôi nhà tuyệt vời có thể sống yên vui trong đó, những ngôi nhà long lanh với sắc màu và vẻ mời mọc đầm ấm. Những nét đặc biệt này sẽ giữ cho tòa nhà của bạn đầy ắp khách thuê, những khách thuê sẵn lòng chi trả giá thuê cao hơn bình thường. Nhưng trước khi trang bị và thiết kế nội thất bắt mắt, thuyết phục được các khách thuê và khách mua tiềm năng của bạn, bạn phải hẹn họ tới xem những căn hộ mà bạn đang chào bán. Để đạt được mục đích này, hãy làm nổi bật tính hấp dẫn của nó.

Để tăng thêm dòng tiền mặt và giá trị bất động sản của bạn, hãy cung cấp nhiều dịch vụ hơn cho các khách thuê, hãy tạo thêm những không gian có thể cho thuê và làm khu dân cư ở đó trở nên sinh động hơn. Bất kỳ một kỹ xảo nào đó hoặc tất cả chúng đều tạo nên giá trị cho khách thuê, khách mua và chính bạn - đó chính là định nghĩa của MVP.

HÃY TẠO RA VẼ ĐẸP GÂY ẤN TƯỢNG, THU HÚT VÀ GIỮ ĐƯỢC KHÁCH HÀNG Bạn có thể viết một quảng cáo hay đến mức đáng được trao giải thưởng và quảng cáo này có thể làm chuông điện thoại của bạn reo liên tục. Nhưng những trái bóng quảng cáo căng phồng trên Đại lộ Madison của bạn sẽ xẹp hơi ngay khi khách hàng lũ lượt kéo tới trước cửa toà nhà và tự hỏi nhau: “Chúng ta đang làm gì ở đây thế? Nơi này chẳng giống chút nào với tưởng tượng của tôi. Anh có nghĩ là chúng ta nên vào đó không?”

Khi các khách hàng tiềm năng kéo đến xem bất động sản của bạn, bạn phải đảm bảo rằng họ lập tức cảm nhận: "Chỗ này trông xinh xắn quá, sống ở đây chắc sẽ dễ chịu."

“Chà, tốn thời gian của chúng ta vô ích mà làm gì? Chỗ này trông tệ lắm. Chúng ta thậm chí không nên nghĩ tới việc sống ở đây.”

Toà nhà của bạn chính là quảng cáo tốt nhất cho bạn Mỗi tuần hàng trăm (có thể là hàng ngàn) người sẽ đi qua toà nhà của bạn. Họ sẽ nhận thấy điều gì? Toà nhà này có thể bị người ta biết đến như một toà nhà cho thuê lúi xùi ở trong khu dân cư đó không? Hay nó sẽ làm cho những người đi qua phải chú ý? “Toà nhà này bắt mắt đấy chứ? Những vườn hoa và lối đi bộ lát gạch trông như đang đón chào và mời mọc chúng ta vào trong xem xét.”

Tôi luôn cố gắng tìm hiểu điều này: "Tôi phải làm gì để bất động sản này có một phong cách thanh lịch và hấp dẫn - một cái gì đó mà những khách hàng của tôi không thể thấy ở bất kì nơi nào khác?"

Để sinh lời nhiều hơn từ thu nhập cho thuê bất động sản, bạn cần phải tạo được kiến trúc bên ngoài hấp dẫn. Hãy viết một quảng cáo hay đến mức đáng được trao giải thưởng với một kiến trúc bên ngoài hấp dẫn, phi thường; nhất định bạn sẽ giữ chân được khách hàng. Kiến trúc bên ngoài được thiết kế và trang trí đẹp không chỉ hấp dẫn khách thuê giàu có, mà còn làm cho khách thuê hài lòng hơn và giảm bớt việc phải thay đổi khách thuê. Để tạo được vẻ đẹp gây ấn tượng, thu hút và giữ chân được khách hàng, bạn hãy thử những cách cải tạo sau:

1. *Làm sạch sàn nhà: Khi bạn tiếp quản bất kỳ một bất động sản, hãy bắt đầu bằng việc lau chùi thật cẩn thận những chỗ như sàn nhà, chỗ đỗ xe và đường đi bộ vào nhà. Hãy dọn sạch rác, lá và cành cây rụng xung quanh căn nhà. Hãy dựng một hàng rào che chắn những nơi luộm thuộm, rác rưởi lại. Hãy yêu cầu khách thuê đưa những chiếc xe không hoạt động được của họ ra khỏi sân và bãi đỗ xe hoặc đường lái xe vào nhà. Nếu những chiếc xe vứt đi đậu ở ngoài phố, hãy yêu cầu chính quyền địa phương thông báo cho chủ của nó và kéo nó đi.*

2. *Chăm sóc sân vườn và cảnh quan xung quanh: Những khách thuê và khách mua nhà ưa thích những bãi cỏ được xén tỉa gọn gàng, những con đường đi bộ có trồng hoa hai bên, những bụi cây mới trồng che phủ và cả những vườn hoa. Với cảnh quan hài hoà ở xung quanh, bạn có thể biến một toà nhà kiểu “vịt con” xấu xí thành một toà nhà trưng bày đẹp đẽ. Với cảnh quan hài hoà ở xung quanh, bạn có thể tạo nên một chút riêng tư, một vẻ đáng yêu từ phía trong các căn hộ nhìn ra ngoài, hoặc loại bỏ được một góc nhìn tức mắt. Hãy trồng cây cao, cây bụi, vườn hoa và các hàng rào cây xanh. Khi bạn bán hoặc cho thuê, những cây đã lớn sẽ cho bạn thu nhập 10 đô la/1 đô la bạn chi phí để trồng chúng.*

3. *Đường đi bộ và những chỗ đỗ xe: Hãy thay thế hoặc sửa chữa lại những chỗ bị rạn nứt và sụt lún thành hố (nếu có) trên nền đường đi bộ và những chỗ đỗ xe. Nhổ sạch cỏ và cây dại mọc lên từ những nơi rạn nứt đó. Xây gờ ở những nơi sân vườn tiếp*

giáp với đường bê tông hoặc đường nhựa. Sự ngăn nắp sẽ được trả công xứng đáng. Những thảm cỏ trồng và cỏ dại mọc quá cao sẽ làm giảm đi rất nhiều vẻ hấp dẫn của một toà nhà - chính bởi vì những phong cách xấu xí đó thường cho thấy ngay rằng, đây là một toà nhà cho thuê.

4. *Hàng rào, cột đèn và các hộp thư: Để có vẻ ngoài ưa nhìn, riêng tư và an toàn, hãy lắp đặt một hệ thống hàng rào có chất lượng tốt. Trái lại, một hàng rào han rỉ, mục nát hoặc sập xệ sẽ làm hỏng đi vẻ đẹp của toà nhà. Những cột đèn han rỉ với những chụp đèn bằng kính bị vỡ cũng thế. Để trang hoàng hoàn thiện, hãy đặt thêm những hàng rào cột sơn trắng*

hoặc những bờ tường rào thấp xây bằng đá phía trước ngôi nhà. Nếu toà nhà có một hệ thống hộp thư chung, đừng để những bức thư gửi nhầm địa chỉ, thư quảng cáo hoặc các tờ rơi vương vãi ở khu vực này

5. Ngoại thất của toà nhà: Toà nhà phải khiến cho khách hàng tiềm năng thấy rằng mình chăm sóc bất động sản của bạn rất kỹ lưỡng. Hãy sơn tất cả những nơi bạn thấy cần hoặc thích sơn. Sửa chữa những hạng mục bằng gỗ bị mục nát. Làm sạch mái nhà và các ống máng, các rãnh thoát nước.

Thử hình dung những cách làm tăng vẻ đẹp bên ngoài của toà nhà với cửa chớp, hộp đựng hoa, cánh cửa ra vào và lối vào điệu nghệ, hãy lắp đặt (hoặc làm thêm) những cửa sổ mới. Với những chi tiết kiến trúc, hãy thêm những màu tương phản để tô điểm hoặc tạo điểm nhấn cho thiết kế của toà nhà. Vẻ bên ngoài của toà nhà đang (hoặc sẽ) cho thấy nó khác biệt đến mức nào so với những toà nhà khác đang cạnh tranh về giá thuê?

Đừng suy nghĩ theo cách cổ hủ. Hãy ra khỏi tình trạng an nhàn và gắng làm điều gì đó độc đáo.

Đây là cách làm loá mắt khách hàng với vẻ hấp dẫn giữ chân họ lại. Trừ phi bạn có tài năng sáng tạo bẩm sinh, nếu không bạn có thể khó tự nghĩ ra được những ý tưởng cải tạo, chỉnh trang lại toà nhà. Tôi hiểu điều này. Ngay cả tôi cũng không dễ dàng gì có được thiết kế sáng tạo. Tôi là loại được xếp thứ hạng cao nhất trong số những kẻ bị nghi ngờ về khiếu thẩm mỹ. Đây là cách bù đắp cho thị hiếu thẩm mỹ thảm hại:

Hãy mang theo một máy chụp ảnh trong ngăn đựng găng tay trên ô tô của bạn. Khi bạn thấy một toà nhà hay một sân vườn có vẻ đẹp bắt mắt, hãy chụp ảnh chúng. Sau một thời gian làm việc đó, hãy ghép thành bộ sưu tập ảnh của bạn. Khi bạn gắng tìm cách làm cho toà nhà của bạn có vẻ hấp dẫn, gây ấn tượng, thu hút và cầm chân được khách hàng, bạn hãy lấy một số tấm ảnh trong bộ sưu tập đó và chọn những toà nhà mẫu để so sánh từng nét một với toà nhà mà bạn đầu tư. Hãy so sánh và đối chiếu, làm nổi bật những điểm khác nhau của chúng để nảy sinh những ý tưởng chớp nhoáng về cách tạo giá trị, tức là ý tưởng MVP.

Nhưng cũng không nên chỉ dựa vào những tấm ảnh bạn chụp. Có rất nhiều cuốn sách kiểu như Nhà đẹp và vườn xinh và các tạp chí chất đầy trên giá sách ở các cửa hàng sách và các gian hàng tạp phẩm. Hãy thường xuyên mua những ấn phẩm đó. Những bài viết và các bức ảnh minh họa trên các ấn phẩm đó chắc chắn sẽ mở rộng ý tưởng sáng tạo và nhận thức thẩm mỹ của bạn.

Không chỉ thu về tiền thuê nhà Khi bạn xem xét báo cáo doanh thu của một nhà kinh doanh bất động sản, bạn sẽ thấy một mục gọi là “các thu nhập khác”. Những khoản này có thể là doanh thu từ các máy giặt là, phí đỗ xe, tủ gửi đồ, hoặc những dịch vụ và tiện nghi khác. Những nhà kinh doanh hiểu biết luôn nghĩ đến những cách sinh lời các bất động sản của họ.

1. Giặt là: Trong các căn hộ cho thuê thường trang bị sẵn dây chuyền giặt/sấy. Nhưng nếu chưa có, bạn hãy tìm một chỗ nào đó trong toà nhà để lắp đặt hệ thống giặt/sấy tự động hoạt động khi nạp tiền xu vào (thực tế bây giờ là máy điện tử hoạt động khi nạp thẻ). Nếu không có hệ thống giặt là tại chỗ như thế này, toà nhà của bạn sẽ mất đi nhiều lợi thế cạnh tranh.

Phần lớn khách thuê giàu có đều tự lắp đặt máy giặt và sấy riêng trong căn hộ của họ. Những khách hàng này không muốn đưa đồ của mình đi giặt ở chỗ khác.

2. Phí đỗ xe: Nếu những điểm đỗ xe trong khu dân cư nơi bạn sở hữu bất động sản không đủ sức chứa, hãy tính thêm phí đỗ xe cho những xe đỗ nhờ (có lẽ cũng nên tính phí từ chiếc xe thứ hai trở đi cho chính những khách thuê nhà của mình). Đừng tùy tiện cung cấp chỗ đỗ xe cho các căn hộ một chỗ đỗ xe. Một số khách thuê có thể không có chiếc xe nào. Những khách thuê khác có thể thích đỗ ngoài đường. Khi bạn tách phí đỗ xe ra khỏi tiền thuê nhà, những khách thuê muốn đỗ xe trong toà nhà của bạn sẽ trả thêm tiền đỗ xe.

3. Xây dựng kho chứa đồ: Quay lại với ý tưởng thêm chỗ chứa đồ đạc, bạn sẽ tạo thêm giá trị khi bạn tận dụng được một chức năng sinh lời từ mọi góc ngách trong toà nhà của bạn và từng foot vuông diện tích của chỗ đó. Một trong những chức năng sinh lời đó là kho chứa đồ. Toà nhà đó có

tầng áp mái, tầng hầm, hoặc những khoảng trống để bạn có thể tận dụng diện tích làm thêm chỗ chứa đồ đạc không? Bạn có thể cho thuê chỗ gửi đồ với giá từ 10 đến 20 đô la mỗi tháng (có khi còn hơn thế nữa, tùy thuộc vào diện tích của nó). Bạn sẽ hoàn vốn trong vòng 4 năm hoặc ít hơn. Nếu trong toà nhà của bạn không còn chỗ cho mục đích này, bạn hãy lắp đặt một số kho chứa bên ngoài bằng những cấu kiện được chế tạo sẵn.

4. Thêm những dịch vụ và tiện nghi khác: Khi tiếp quản một bất động sản nào đó, bạn hãy nghĩ ngay tới việc thống kê những dịch vụ và tiện nghi mà bạn có thể cung cấp thêm cho khách hàng (tốt nhất là kèm theo mức giá); những thứ này có thể làm tăng thu nhập của bạn và tăng cường thế cạnh tranh đối với thị trường mục tiêu của bạn. Hãy cân nhắc những dịch vụ như lau chùi, quét dọn, trông nom trong ngày, hoặc chuyên chở người và đồ vật. Về các tiện nghi, thị trường mục tiêu của bạn có thích (hoặc sẵn lòng chi phí cho) một bể bơi, sân chơi tennis, sân quần vợt có tường bao, hoặc một phòng tập thể thao hay một phòng làm việc không? Là một nhà đầu tư bất động sản, Craig Hall khuyên: “Hãy để cho đầu óc luôn cởi mở và tìm tòi. Hãy tìm ra những thứ mà bạn có thể làm để thu

hút và làm hài lòng những khách thuê tốt nhất cho từng vụ đầu tư cụ thể”.

CHUYỂN ĐỔI MỤC ĐÍCH SỬ DỤNG CỦA MỘT GARA, MỘT TẦNG ÁP MÁI HOẶC TẦNG HẦM THÀNH MỘT DIỆN TÍCH SINH HOẠT Hãy kiểm tra những bất động sản có tầng áp mái, gara hoặc tầng hầm mà bạn có thể chuyển đổi nó thành một diện tích sinh hoạt có chất lượng cao. Hãy nhớ từ nhấn ở đây là chất lượng cao. Những kẻ nghiệp dư thường chuyển đổi nó bằng cách rẻ tiền nhất. Sau khi hoàn thiện, những nơi đó không chỉ trông rẻ tiền mà còn thiếu ánh sáng tự nhiên, trần có thể quá thấp, những lối đi bên trong mới làm hoặc sơ đồ mặt bằng sàn trông có vẻ nhằng nhịt và lộn xộn. Cần nhớ rằng, bạn phải tạo thêm một nơi có chất lượng, chứ không phải một nơi trông kì dị gớm guốc.

Chính những nhà đầu tư hiểu biết, có dự định thiết kế và hoàn thiện hạng mục chuyển đổi để gây ấn tượng mạnh mẽ với các khách thuê và

khách mua tiềm năng đó, có thể kiếm tiền chính đáng bằng công sức họ bỏ ra. Muốn góp phần làm bất động sản trở nên có giá nhất, việc chuyển đổi của bạn phải đạt những mục đích như sau:

- Phải đáp ứng được nhu cầu của thị trường mục tiêu.
- Phải đẹp về mặt thẩm mỹ.
- Phải hài hoà với qui hoạch tổng thể và thiết kế của bất động sản.

Những nhu cầu của thị trường mục tiêu:

Khi bạn tu sửa lại chỉ để dùng riêng cho mình, nếu bạn biến đổi tầng hầm thành phòng tập thể dục - giải trí nghỉ ngơi nhái theo phong cách quán bar yêu thích của bạn thì cũng chẳng chết ai. Nhưng khi tu sửa nhằm làm bất động sản trở nên có giá nhất, bạn phải đề ra mục đích làm cho khách hàng mục tiêu của bạn hài lòng. Loại không gian có giá trị cao nào bạn có thể chào bán cho khách hàng mà những bất động sản đang cạnh tranh khác trên thị trường không có: một văn phòng tại gia năng động, một phòng làm việc, một phòng chơi cho trẻ em, một phòng tập, một thư viện, một trung tâm giải trí, hay là một phòng ngủ lớn xinh đẹp liền với phòng tắm bồn? Hãy thử tưởng tượng. Bạn có thể tưởng tượng ra cái gì? Hãy nghiên cứu xem “Khách thuê sẽ vui lòng rút hầu bao để có được những chức năng nào?”

Tính thẩm mỹ Chuyển đổi mục đích sử dụng tầng hầm thường thất bại vì tầng hầm thường không có cửa sổ và lưu giữ mùi ẩm mốc đặc trưng cho những nơi sống thấp hơn mặt đất. Để khắc phục những vấn đề này, nên làm những cửa sổ giếng trời và đục lỗ ra để đưa ánh sáng tự nhiên tới. Hãy dùng vật liệu bịt chống thấm và hệ thống thông khí để loại bỏ được mùi ẩm mốc và hơi ẩm. Đối với việc chuyển đổi mục đích sử dụng của gara và tầng áp mái cũng nên theo phương pháp này. Để có được giá trị cao hơn, mỗi hạng mục đã được hoàn thiện đó phải cho cảm nhận là nhìn thấy nó, sống trong nó, cảm thấy và ngửi thấy nó cũng tuyệt như những phần khác của căn nhà. Chúng phải có đủ ánh sáng, độ cao, sự ấm áp và màu sắc. Đừng sử dụng những tấm trần rẻ tiền khổ 4x8 foot không cách âm, cũng đừng trải

một tấm thảm suốt từ trong ra ngoài cửa. Hãy làm cho ngôi nhà trở nên lãng mạn. Hãy nghĩ tới sự hấp dẫn!

Kết hợp hài hoà hạng mục chuyển đổi trong các căn hộ Khi bạn đánh giá bất động sản, hãy nghĩ cách kết hợp hài hoà bất kì phần không gian động nào với sơ đồ mặt bằng của tầng nơi có nó. Việc chuyển đổi nhằm làm bất động sản trở nên có giá nhất được tiến hành một cách trôi chảy từ không gian động sẵn có ban đầu. Hãy suy nghĩ về lối tiếp cận và lưu thông. Kết hợp hạng mục chuyển đổi với một lối đi tự nhiên.

Những hạng mục chuyển đổi nhằm làm bất động sản trở nên có giá nhất thường không tự cáo bạch chúng là các hạng mục đã được chuyển đổi. Hãy tránh kiểu lưu ý khách hàng tiềm năng như: “Bây giờ chúng ta sẽ vào một gara (hoặc một tầng hầm, một tầng áp mái) đã được chuyển đổi mục đích sử dụng.” Hoặc “Cẩn thận trên đầu đấy nhé! Trần ở đây hơi thấp một chút.” Một hạng mục chuyển đổi được thiết kế và hoàn thiện tốt sẽ hoàn lại “một vốn bốn lời”.

TẠO THÊM MỘT CĂN HỘ PHỤ TRỢ Được gọi phổ biến là căn hộ “dành cho gia đình thông gia”, căn hộ tầng hầm, căn hộ gara, căn hộ hỗ trợ khi thế chấp nhà chính, hoặc căn hộ phụ trợ; những căn hộ tách biệt này hoàn lại cả vốn lẫn lãi gấp nhiều lần. Tùy thuộc vào thành phố và khu dân cư ở đó, một căn hộ phụ trợ có thể có giá thuê từ 250 đến 750 đô la mỗi tháng. Thế đó, trừ phi bạn “tay không bắt giặc”, bạn có thể tạo ra một căn hộ phụ trợ đẹp đẽ chỉ với 5 ngàn đô la, và chắc chắn là căn hộ tốn kém nhất cũng không tiêu tốn hơn 15 ngàn hoặc 20 ngàn đô la của bạn.

Về mặt thu nhập, với 10 ngàn đô la chi phí sửa chữa cải tạo, thu nhập từ tiền thuê nhà có thể là 4 ngàn đến 6 ngàn đô la mỗi năm. Bạn có tìm khắp thế giới cũng không đâu có một khoản lợi nhuận lớn mà lại có ít rủi ro đi kèm như vậy.

TẠO RA MỘT CHỨC NĂNG CÓ MỤC ĐÍCH ĐẶC BIỆT Bạn có thể thấy việc cải tạo, sửa chữa theo một số chức năng có mục đích đặc biệt sẽ đem lại cho bạn một giá bán hoặc giá thuê cao hơn bình thường. Hầu hết các nhà đầu tư đều suy nghĩ ở mức giản đơn. Kết quả là họ thu được một

khoản lợi nhuận cũng vừa phải như suy nghĩ của họ. Nhưng khi bạn cải tạo, sửa chữa bất động sản theo một số nhu cầu cụ thể như phục vụ những người có tuổi, người tàn tật, trẻ em, những người kinh doanh tại gia, những sinh viên đại học, cao đẳng, hoặc nhằm vào bất kì một loại khách thuê (hay khách mua) có mục đích chuyên dụng nào khác, hãy làm sao cho sản phẩm của bạn khác biệt với những sản phẩm khác theo hướng có lợi hơn cho mình.

Để khám phá ra một chức năng sinh lời, hãy nói chuyện với những người làm việc tại các dịch vụ xã hội, bệnh viện và các trường đại học, cao đẳng địa phương. Hãy tưởng tượng ra nhu cầu của những người cha hoặc người mẹ nuôi con một mình, những hộ gia đình đa thế hệ, những người chung sống với nhau vì cùng chung sở thích, những người thuê chung phòng, những nhóm người cần sự trợ giúp hoặc giám sát của xã hội, hay những người tạm trú... Phải luôn luôn chú ý để tận dụng cơ hội khi mà cầu đang lên cao và cung đang thiếu. Trong khi hầu hết những nhà đầu tư tầm thường chỉ tập trung vào sửa sang, cải tạo bất động sản, thì những nhà kinh doanh bất động sản thực thụ, tìm kiếm những khách hàng đặc biệt có lời. Sau đó, họ biến đổi những đặc điểm của bất động sản để đáp ứng đúng nhu cầu của thị trường mục tiêu, làm cho bất động sản của họ có giá nhất.

Thay đổi chức năng của một bất động sản Các căn hộ cho thuê hiện nay được bán như những căn nhà chung cư, những trạm xăng hiện nay hoạt động như các cửa hàng bán lẻ (các cửa hàng tiện lợi), những ngôi nhà cũ được chuyển đổi thành những văn phòng, nơi trước kia từng là nông trại bây giờ trở thành một trung tâm mua sắm đông đúc ở thành thị - những bất động sản này cho thấy ví dụ về, các chức năng sử dụng của cả đất đai, nhà cửa cho phù hợp với đà phát triển và thay đổi của địa phương.

Chức năng được thay đổi phù hợp sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho các nhà kinh doanh bất động sản. Đôi khi, cho thuê văn phòng sẽ được giá gấp đôi so với giá cho thuê nhà ở. Và cũng có thể xảy ra điều ngược lại. Ở London, giá nhà ở tăng cao đến mức những cửa hàng bán lẻ, những nhà kho và văn phòng được chuyển đổi mục đích sử dụng thành các căn hộ. Để tạo giá trị

cao nhất cho bất động sản, hãy chuyển đổi bất động sản đó cho phù hợp với nhu cầu của thị trường; bạn sẽ kiếm được lời nhiều hơn.

CHUYỂN ĐỔI CĂN HỘ THÀNH NHÀ CHUNG CƯ SỞ HỮU TƯ NHÂN (CONDOMINIUM)

Để lên kế hoạch chuyển đổi cho một khu nhà chung cư sở hữu tư nhân, hãy nghiên cứu một vùng để tìm hiểu những mức giá khác nhau của các loại nhà chung cư sở hữu tư nhân ở đó. Sau đó, bạn hãy so sánh giá tương ứng của các căn nhà chung cư sở hữu tư nhân này với giá một trong các toà cao ốc căn hộ vào cùng thời điểm. Nếu bạn nhận thấy giá giữa hai loại bất động sản này chênh lệch nhau khoảng 25 ngàn đô la (đôi khi ít hơn), thì có lẽ, bạn đã tìm ra một cơ hội kiếm lời trong việc chuyển đổi để làm cho bất động sản có giá trị cao nhất rồi đó.

Sau đây là phương pháp tính lãi tiềm năng từ việc chuyển đổi những căn hộ cho thuê thành nhà chung cư sở hữu tư nhân (đối với một toà cao ốc chung cư có 16 căn hộ):

Trong ví dụ trên, bạn mua bất động sản có 16 căn hộ này với giá 480 ngàn đô la (30 ngàn đô la cho mỗi căn). Sau tất cả các chi phí cho việc chuyển đổi, tổng giá trị đầu tư của bạn lên tới 770 ngàn đô la (tức là 48.125 đô la cho mỗi căn hộ) - con số này chưa kể tiền lãi). Nếu bạn muốn kiếm được 10 ngàn đô la lãi ròng trên mỗi căn hộ thì bạn phải bán mỗi căn với giá 60 ngàn đô la (tức là gấp đôi giá mua vào ban đầu của bạn).

Để biết dự án này có ý nghĩa gì hay không, bạn hãy nghiên cứu các bất động sản cho thuê, giá nhà chung cư sở hữu tư nhân và các điều luật áp dụng đối với việc chuyển đổi này. Hãy làm các phép tính để nghiên cứu tính khả thi của nó. Nếu dự toán ban đầu của bạn có vẻ hứa hẹn, hãy nói chuyện với một nhà đầu tư, một nhà thầu, luật sư, hoặc nhà tư vấn bất động sản đã có kinh nghiệm về việc chuyển đổi. Với những kiến thức bạn thu được từ các cuộc nói chuyện đó (và có lẽ từ những nghiên cứu theo lời khuyên của họ), bạn có thể quyết định xem cách đầu tư đó có mang lại cho bạn đủ lợi nhuận tiềm năng để bù đắp cho những rủi ro như chi phí thực tổn

kém hơn nhiều so với dự toán, bán chậm và sự đình trệ của chính quyền trong việc cấp giấy phép.

Việc kinh doanh các căn hộ chuyển đổi thành nhà chung cư sở hữu tư nhân vận hành theo các quỹ đạo tuần hoàn. Vào cuối thập niên 1990, rất ít doanh vụ chuyển đổi mang lại lợi nhuận. Khi giá nhà chung cư sở hữu tư nhân tăng vọt trong khoảng đầu và giữa thập niên 2000, việc chuyển đổi mọc lên như nấm sau cơn mưa đầu mùa hạ. Hiện tại, có vẻ như lượng cung đã vượt cầu do có quá nhiều nhà xây mới và chuyển đổi. Cơ hội cho các nhà chung cư sở hữu tư nhân được chuyển đổi từ căn hộ đã trở nên hiếm hoi trong những thành phố đông dân.

Nhưng quỹ đạo sẽ quay trở lại điểm đó lần nữa. Hãy luôn chú ý tới lợi nhuận khi những thị trường mới mở ra. Hoặc chú ý tới những thành phố chưa rơi vào tầm ngắm của các nhà đầu tư khác.

CHUYỂN ĐỔI CÁC KHU CĂN HỘ HOẶC NHÀ Ở THÀNH KHU VĂN PHÒNG Đôi khi việc chuyển đổi các căn hộ hoặc nhà ở thành khu văn phòng cũng rất có lãi. Để nghiên cứu cơ hội này, bạn hãy trả lời những câu hỏi sau:

1. Bất động sản đó có nằm trong khu vực thương mại không? Nếu không, bạn có thể làm cho nó được qui hoạch vùng lại không?

2. Tỷ lệ văn phòng còn trống chưa có khách thuê hiện thời tại khu vực có bất động sản này thế nào? Có phân đoạn thị trường nào hiện chưa được cung cấp đầy đủ không?

3. Bạn có đủ chỗ đỗ xe cho một khu văn phòng không? Thành phố có thể qui định bắt buộc phải có một chỗ đỗ xe cho những nơi có diện tích 250 hoặc 500 foot vuông văn phòng cho thuê.

4. Tổng chi phí chuyển đổi là bao nhiêu? Bạn có thể vay tiền để cung cấp tài chính cho việc chuyển đổi đó không? Và, kết lại, khoản lợi nhuận cuối cùng bạn kiếm được có xứng với tất cả những chi phí, thủ tục pháp lý, thời gian và công sức mà bạn bỏ ra không?

Bạn hãy nghiên cứu bất động sản đó, cân cân cung - cầu hiện tại và tương lai của thị trường. Hãy tính toán chi phí và doanh thu từ việc cho thuê những công trình chuyển đổi đang được hoạch định đó. Đối với những dự án phức tạp hơn, hãy liên kết với người có kinh nghiệm hơn bạn về lĩnh vực này. Hãy đặt bất động sản tiềm năng đó dưới dạng một quyền chọn mua hoặc hợp đồng mua có các điều khoản dự phòng. Sau đó, tìm kiếm đối tác và thực hiện dự án.

Giảm chi phí hoạt động Theo kinh nghiệm, mỗi đô la mà bạn chi phí cho bất động sản của mình có thể tăng thêm 10 đô la (hoặc hơn) vào giá trị của toà nhà đó. Với mức lợi nhuận như vậy, hãy theo dõi tất cả các chi phí một cách tỉ mỉ. Sau đó, hãy tiếp tục cố gắng giảm, thay đổi hoặc loại bỏ các chi phí đó. Chi phí hoạt động thấp hơn không chỉ giúp bạn tăng lượng tiền mặt lưu thông, mà còn cho phép bạn chào mức giá thuê hấp dẫn hơn cho các khách thuê. Sau đây là một số ý tưởng để giảm chi phí:

Kiểm tra việc tiêu thụ năng lượng Các công ty cung cấp năng lượng sẽ giúp bạn tìm ra cách giảm chi phí trên các hoá đơn tiền điện và tiền gas mà bạn trả. Một số công ty còn có thể kiểm tra và xem xét khắp toà nhà của bạn. Những công ty khác thì cung cấp những tờ rơi hoặc sách thông tin quảng cáo của họ, và có lẽ họ có cả một phòng dịch vụ khách hàng để trả lời những câu hỏi chuyên sâu. Bạn cũng có thể tìm thấy rất nhiều bài báo và cuốn sách tại thư viện địa phương nói về vấn đề bảo toàn năng lượng. Hãy thực hiện việc kiểm tra tiêu thụ năng lượng của một toà nhà trước khi bạn mua nó. Sau đó, bạn có thể đánh giá ngay khả năng giảm thiểu những chi phí này.

Chi phí bảo trì và sửa chữa Những nhà đầu tư hiểu biết sẽ giảm bớt hoặc bỏ những chi phí bảo trì, sửa chữa không có ích đối với bất động sản của họ. Hãy tập trung vào những cách sau:

1. Những toà nhà ở và căn hộ có chi phí bảo trì thấp: Khi xem xét để mua, hãy ưu tiên những bất động sản được xây lắp bằng những vật liệu, thiết bị sưởi ấm, thông gió, điều hoà nhiệt độ và những thiết bị khác nếu chúng đòi hỏi duy tu, bảo trì ít hơn. Không gì sánh được với một bất động

sản được xây dựng để tồn tại rất lâu mà chỉ đòi hỏi chăm sóc rất ít. Sân vườn, những bụi cây và cảnh quan xung quanh cũng vậy.

2. Lựa chọn khách thuê: Vì có cả hai loại bất động sản đòi hỏi bảo trì ở mức thấp và ở mức cao, cho nên cũng có hai loại khách thuê yêu cầu bảo trì tương ứng. Hãy tránh loại khách thuê thứ hai và lựa chọn loại thứ nhất. Hãy cảnh giác với những khách hàng có tính hay khiếu nại và những người không có “ý thức nhà cửa”.

3. Điều khoản qui định về phí sửa chữa: Để thúc đẩy tinh thần trách nhiệm của khách thuê, càng ngày càng có nhiều chủ sở hữu bất động sản chuyển từ 50 đến 100 đô la của mỗi khoản chi phí sửa chữa sang trách nhiệm của khách thuê. Ngoài ra, tôi muốn khoản tiền đặt cọc của khách thuê phải cao.

4. Những người làm việc vật luôn sẵn sàng: Không gì có thể làm giảm chi phí thời gian và tiền bạc của bạn như việc có một (hoặc một số) người làm việc vật đáng tin cậy, có năng lực toàn diện để chăm lo việc sửa chữa và bảo quản bất động sản của bạn.

5. Bảo trì phòng xa: Bạn thường kiểm tra định kì và bảo dưỡng chiếc xe hơi của bạn. Hãy làm như vậy với bất động sản đầu tư của bạn. Tính toán trước và bảo dưỡng duy tu ngay lúc chi phí còn chưa đáng kể. Luôn hỏi ý kiến các chuyên gia bảo trì xem có cách nào để thay thế những hạng mục hoặc nguyên vật liệu đòi hỏi bảo trì ở mức cao bằng những thứ đòi hỏi bảo trì ở mức thấp không.

Các loại thuế bất động sản “Nếu bạn cho rằng thuế đánh trên bất động sản của bạn quá cao”, nhà tư vấn thuế Harry Koenig viết, “thì có lẽ bạn nghĩ đúng đấy! Nghiên cứu cho thấy, gần nửa số bất động sản có thể bị định giá không đúng luật hoặc quá cao.” Dù Koenig có thể phóng đại quan điểm của mình, nhưng hàng triệu chủ sở hữu bất động sản vẫn đang nộp thuế bất động sản cao hơn mức đúng ra họ phải nộp. Bạn có thể tránh được cái bẫy này nếu bạn chú ý hơn một chút và lên kế hoạch như sau:

1. Kiểm tra độ chính xác của giá trị ấn định cho bất động sản của bạn: Thông thường, những người định mức thuế tính thuế trên cơ sở giá thị

trường của bất động sản đó. Kiểm tra kỹ lưỡng bản định giá của người định mức thuế trên thông báo thuế gửi cho bạn. Bạn có tìm ra được những bất động sản đang bán có tính chất so sánh để có thể chỉ ra rằng giá trị bất động sản của bạn thấp hơn không? Nếu có thể, bạn sẽ có cơ sở để yêu cầu giảm thuế.

2. So sánh giá mua của bạn với ước tính giá trị thị trường của người định mức thuế: Hãy cung cấp hợp đồng mua bán cho họ. Chỉ cho người định mức thuế thấy ngay rằng mới đây thôi, bạn vừa chi 190 ngàn đô la để mua bất động sản mà anh ta định giá là 240 ngàn đô la đó. Thế là bạn đã có lý do chính đáng để giảm mức thuế rồi.

3. Tìm ra sự không công bằng trong mức thuế: Theo luật định, một người định mức thuế phải đánh thuế các bất động sản trong cùng một khu vực dân cư theo cách công bằng và hệ số chuẩn. Bạn có thể tranh luận đòi mức thuế thấp hơn bằng cách chỉ ra rằng, người định mức thuế đã áp một mức thuế thấp hơn cho các bất động sản tương tự và gần kề với bất động sản của bạn.

4. Nghiên cứu những điều luật qui định về định mức thuế trước khi bạn tôn tạo hoặc khôi phục, sửa chữa các bất động sản: Các điều luật về thuế bất động sản của mỗi bang đều có danh mục tôn tạo bất động sản phải chịu thuế và thuế suất áp dụng đi kèm. Sau khi bạn tìm ra được những danh mục in chữ nhỏ trong các điều luật đó, hãy phát triển kế hoạch tôn tạo bất động sản của bạn theo hướng làm tăng giá trị của nó mà không tăng mức thuế đánh vào nó.

TÔN TẠO LÀM TĂNG GIÁ TRỊ BẤT ĐỘNG SẢN VÀ CÁCH VẬN DỤNG NHỮNG GIÁ TRỊ KHÁC Trong những thành phố lớn hoặc vừa trên khắp đất Mỹ và Canada, việc tôn tạo nhằm làm tăng giá trị cho bất động sản cũ đã thúc đẩy giá bất động sản tăng vọt trong những khu dân cư như Kerrisdale (Vancouver), Buckhead (Atlanta), Khu chợ Nam (San Francisco), Bắc Chicago, Tây Chicago, College Park (Orlando), “Khu phố M” (Dallas) và Coconut Grove (Miami). Hầu hết những khu dân cư này đã trở thành tên thương hiệu.

Vào những năm trước đó, đa phần các khu dân cư này còn rất khiêm tốn, thậm chí là có giá thấp. Một số vùng như Vùng Cận Bắc Chicago, Khu chợ Nam San Fransisco và quận Soho ở Mahattan có cả các bất động sản thương mại lẫn công nghiệp.

Nhưng trong trường hợp cụ thể thì vị trí dễ tiếp cận gần kề đường đi của những bất động sản đó đã lấn át nhược điểm của chúng. Thậm chí trước khi có được thương hiệu đó, những khu dân cư này đã cung cấp cho các cư dân ở đó những lối ra vào, đường lái xe thuận tiện, hoặc liên thông với những quận sầm uất. Và giá của chúng thật rẻ mạt khi so với những khu dân cư hạng nhất, toạ lạc ở những vị trí thuận lợi.

Nhiều khu dân cư được tôn tạo thành những khu có thương hiệu hiện nay không còn giá trị cao nữa. Điều đó không có nghĩa là những khu đó không được ưa chuộng trong tương lai. Nhưng trong phần lớn các trường hợp thì mức giá cho thuê của chúng tại thời điểm hiện tại có thể không cân đối được khoản tiền lãi vay thế chấp vừa phải và cộng thêm các chi phí cho bất động sản.

Tận dụng vị trí của bạn. Làm nổi bật mọi lợi thế. Biến tất cả những nhược điểm thành ưu điểm.

Tin vui Đây là một tin vui: những khu dân cư mới nổi khác trên toàn quốc đang sẵn sàng thay đổi hoàn toàn theo hướng tốt lên, hồi sinh và giá trị bất động sản ở đó đang tăng rất nhanh. Nếu trở thành một nhà kinh doanh khu dân cư, bạn có thể kiếm lời ở mức kỉ lục cũng như mấy nhà đầu tư trước đó đã kiếm được ở College Park, Vùng Cận Bắc (Chicago) và Thorton Park.

Khôi phục lại một khu dân cư Bạn đã nghe điều này hàng trăm lần: “Hãy mua bất động sản ở khu dân cư đẹp nhất mà bạn đủ tiền mua. Khu dân cư đẹp nhất bao giờ cũng lên giá nhanh nhất. Bạn có thể thay đổi bất cứ cái gì đối với bất động sản của bạn, ngoại trừ vị trí của nó.” Thoạt nghe thì thấy lời khuyên này rất hợp lý. Nhưng hãy nghĩ xem, thuật ngữ “khu dân cư” thực sự nói đến vấn đề gì:

- Tiện nghi.

- Tính mỹ học.
- Dân cư: thái độ, cách sống.
- Sự hạn chế pháp lý.
- Trường học • Thuế má/các dịch vụ.
- Đới khí hậu (thời tiết)
- An ninh và an toàn.
- Biểu trưng/uy tín.
- Khả năng mua (so với thu nhập).

Trong một chuyên mục về vấn đề mua nhà, tạp chí Money đã tư vấn cho các độc giả của nó rằng: “Đây là lúc thích hợp nhất để tìm mua ngôi nhà mơ ước của bạn... Bạn sẽ phải tìm những khu dân cư có giá trị bất động sản tăng nhanh hơn so với mức trung bình của địa phương.” Thật đáng ngạc nhiên đối với nhiều nhà đầu tư, vì những khu dân cư có giá tăng nhanh nhất lại không phải là những khu dân cư có thương hiệu hoặc những khu dân cư đã phát triển từ lâu. Thường thường, nơi tăng giá mạnh nhất là những vùng có vị thế và sẵn sàng thay đổi hoàn toàn theo hướng tốt lên hoặc sự hấp dẫn được phục hồi lại. Những khu vực dân cư “đẹp nhất” không phải bao giờ cũng tăng giá nhanh nhất.

Những nhà kinh doanh bất động sản cải tạo Thorton Park (và đã vớ bở)

“Những nhà kinh doanh bất động sản đô thị mới của Florida quả là có trí tưởng tượng phong phú nên đã thấy trước một quận rộn ràng náo nhiệt gồm những quán bar Nhật Bản, những căn hộ được tái thiết trên nền những khu công nghiệp và những cửa hàng bán trang phục trên những lô đất đầy mảnh chai mảnh sành hoặc những nhà kho chuột bọ nhưng nhúc,” Cynthia Barnett đã viết như vậy trong một số ra của tạp chí Xu hướng Florida.

Phil Rampy rất tự hào là một trong những nhà kinh doanh đầu tiên đó. Mười hai năm trước, ông mua một bất động sản ở khu dân cư Thorton Park mà lúc đó, chưa ai buồn ngó ngang tới. Nó nằm gần Hồ Eola ngập đầy rác rưởi (dân ở đó từng gọi nó là Hồ Erie-ola). Ngày nay, Thorton Park đã leo

lên bậc thang danh vọng và được xếp hạng là một trong những “nơi ở hợp thời trang nhất” ở Orlando. Cái bungalow trị giá 60 ngàn đô mà ông đã cải tạo, nâng cấp hiện nay lên tới trên 200 ngàn đô la. Mặc dù Thornton Park vẫn nằm trên trái đất này đúng vào vị trí mà mười năm trước nó từng tọa lạc nhưng hầu như mọi thứ trong khu dân cư này đều đã thay đổi hoàn toàn.

Rất nhiều khu dân cư có tiềm năng Khi bạn so sánh các khu dân cư, hãy nhìn vào hiện tại mà tưởng tượng ra tương lai của chúng. Tìm hiểu những gì người ta nói về sự khác biệt giữa các khu dân cư. Liệt kê tất cả những điểm mạnh của một khu dân cư ra giấy. Bạn và những chủ sở hữu bất động sản khác có thể cùng nhau làm nổi bật và hoàn thiện những đặc điểm đó ra sao? Đừng quên liệt kê những điểm yếu của nó nữa. Hãy tính xem bạn và những người khác phải làm gì để khắc phục những ảnh hưởng tiêu cực đó. Bạn có thể chọn ai cùng xúc tiến mục đích với bạn? Bạn có thể huy động những ngân hàng cho vay thế chấp, những nhà đầu tư khác, những chủ nhà đất, những đại lý bất động sản, những tổ chức phát triển nhà ở phi-lợi-nhuận, những người đứng đầu xứ đạo, những nhà xây dựng, những nhà thầu, nhà bảo vệ môi trường, cảnh sát, những người sử dụng lao động tại địa phương đó, những doanh nghiệp bán lẻ, những quan chức được bầu, những tổ chức dân sự, thậm chí cả những sinh viên, giáo sư và những nhà quản lý của các trường cao đẳng hoặc đại học gần đó tham gia vào kế hoạch của bạn không? Chính dân chúng là nhân tố có thể tạo ra sự khác biệt cho mảnh đất đó.

Làm cách nào để trở thành một nhà kinh doanh khu dân cư Bạn không nhất thiết phải sống ở một nơi đông đúc giữa trung tâm thành phố mới có thể trở thành một nhà kinh doanh bất động sản đô thị. Bạn có thể làm việc đó ở bất kì nơi nào bạn sống. Chẳng có khu dân cư nào hoàn hảo cả. Tôi ngờ rằng ngay chính cả khu Beverly Hills và Scarsdale cũng cần được tôn tạo, chỉnh trang.

Bạn có thể làm bất kì vị trí nào trở nên hoàn thiện. Hãy làm việc hết mình. Hãy hướng dẫn dân chúng suy nghĩ về nơi họ ở theo một cách mới.

Do chất lượng khu dân cư làm tăng giá trị và mức giá cho thuê bất động sản ở đó, cho nên hãy luôn nhạy bén với những ý tưởng mới để tự mình (hoặc cùng những người khác) bắt đầu biến khu dân cư đó thành một nơi hoàn hảo cho cuộc sống. Khi bạn nâng cấp cả bất động sản của bạn lẫn khu dân cư ở đó, bạn sẽ làm lợi nhuận tiềm năng của bạn tăng gấp đôi hoặc hơn nữa. Có ý kiến nào trong các gợi ý sau đây có tác dụng cho những vùng dân cư mà bạn đang tìm hiểu không?

Tạo thêm sự thuận tiện cho khu dân cư đó Một cột đèn tín hiệu giao thông, một con đường mở rộng hơn, hoặc một nút giao thông mới trên xa lộ liệu có làm cho việc ra vào khu dân cư đó dễ dàng hơn? Những chỗ tắc nghẽn giao thông thường dao động ở những điểm nào? Có thể giảm bớt chúng bằng cách nào? Hiện tại, khu dân cư đã có hệ thống xe buýt và tàu điện phục vụ cho nhu cầu đi lại hàng ngày của cư dân ở đó chưa? Tình trạng phục vụ giao thông công cộng ở đó ra sao? Bạn có các ô tô nhỏ chuyên để chở những người già và những người tàn tật trong khu dân cư đó khi họ cần đi lại không? Và tuyến xe buýt tới thư viện nữa, nó có bến dừng tại khu dân cư này không? Hãy cố gắng thu hút thêm các cửa hàng bán lẻ, những tiệm cà phê và những nhà hàng mới tới khu dân cư này.

Cải tạo, nâng cấp diện mạo bên ngoài và mỹ quan Chính trang, sang sửa là một căn bệnh hay lây. Hãy kết hợp với một tổ chức dân sự có tiếng nhất để tổ chức chiến dịch dọn dẹp vệ sinh và sửa sang nhà cửa, đường phố. Hãy trồng cây cao, cây bụi và hoa trong sân vườn cũng như những chỗ công cộng. Vận động chính quyền thành phố phá huỷ hoặc dỡ bỏ những công trình xây dựng và những hình vẽ chướng mắt trên tường, hay bất kì nơi nào nhiều rác rưởi khác. Giảm việc đỗ xe ngoài đường, kéo những chiếc xe hơi đồng nát ra bãi phế thải. Hãy thực thi các qui định chống lại những chủ sở hữu bất động sản và các doanh nghiệp làm ô nhiễm môi trường (gây tiếng ồn, khói và những mùi khó chịu).

Qui chế về qui hoạch và xây dựng Các chủ sở hữu bất động sản ở khu dân cư đó có chia những ngôi nhà biệt lập ra thành những căn hộ không? Những cư dân ở đó có hoạt động kinh doanh sản xuất ở bên ngoài nhà và

gara của họ không? Những toà nhà cao tầng và trung tầng có bị thiết kế qui hoạch tồi đến mức làm giảm tính hài hoà sinh động của khu dân cư đó không? Những bất động sản có tính thương mại có lấn át cảnh quan trong khu vực đó không? Sau đó, bạn hãy vận động để có những qui chế qui hoạch và xây dựng chặt chẽ hơn. Và nếu những vùng ở trong khu vực dân cư này và những vùng lân cận làm cho tính năng thương mại và mật độ cao trở nên hấp dẫn, hãy vận động chính quyền thành phố qui hoạch lại vùng đó thành khu căn hộ, văn phòng hoặc cửa hàng bán lẻ.

Loại trừ những mối phiền toái, khó chịu trong khu dân cư Một hoặc một số hộ gia đình của khu vực dân cư này có gây phiền toái, khó chịu cho cộng đồng ở đó không? Xe hơi đồng nát của họ vứt bỏ ngay trên lối ra vào, chó của họ sủa to, giàn âm thanh stereo của họ mở hết cỡ, họ thường xuyên kêu la, gào thét, sân vườn nhà họ đầy rác rưởi - nếu vậy, bạn và các chủ sở hữu bất động sản khác hãy buộc họ phải tuân thủ những chuẩn mực về hành vi cư xử và cách giữ gìn, bảo quản nhà cửa.

Hãy nghiên ngẫm các qui định pháp lý của địa phương, cũng như tất cả những qui định và giới hạn hiện hành của Hiệp hội các chủ sở hữu bất động sản ở đó. Chọn lọc ra những qui định về qui hoạch, tính thẩm mỹ, về hạn chế tiếng ồn, về cư trú, về sử dụng, về đỗ xe, về việc mất an ninh trật tự, về sức khoẻ, an toàn, về việc lang thang, vô công rồi nghề, về việc sở hữu hoặc chuyên chở ma tuý và cả vấn đề quấy rối nữa. Bạn sẽ thấy những điều luật mà bạn có thể trích dẫn để đệ đơn khiếu nại. Luật pháp hiếm khi để cho những mối phiền toái khó chịu tiếp tục diễn ra, một khi có đơn khiếu nại được đệ trình lên các cấp có thẩm quyền.

Nếu sau khi nhận được lệnh bắt phải ngừng gây phiền toái khó chịu mà các hàng xóm đó vẫn tiếp tục vi phạm các qui tắc chung đó, một thẩm phán sẽ có quyền ra lệnh buộc phải thi hành phán quyết của toà án. Những vi phạm tiếp theo sẽ bị trừng phạt theo tội coi thường lệnh của toà. Hiện nay, toà án đã bố trí thẩm phán cho những vụ việc như vậy. Mỗi ngày mà vi phạm còn tồn tại có thể làm tăng khoản tiền phạt gấp nhiều lần hoặc có thể bị vào tù. Trong một số trường hợp, chính quyền địa phương sẽ giải quyết

ngay vấn đề đó - ví dụ như bắt buộc người vi phạm phải cắt cỏ dại, kéo một chiếc xe hơi hư hỏng đi - và sau đó phạt tiền họ.

Nâng cấp các trường học Torr Tap chí Phố Wall đưa tin rằng, trên khắp nước Mỹ “các bậc phụ huynh và những chủ sở hữu bất động sản đang đẩy mạnh việc cải thiện các trường công lập.” Khi bạn biết rằng ở nhiều nơi, các bậc cha mẹ phải chi phí từ 5 ngàn đến 25 ngàn đô la để cho con vào học các trường tư thục thì rõ ràng là việc chuyển số tiền đó vào các trường của khu dân cư sẽ có ý nghĩa lớn về mặt kinh tế. Hãy cải thiện hoạt động của các trường học; cả tiền thuê bất động sản lẫn giá trị của nó sẽ tăng lên nhiều.

An ninh và an toàn Hãy tăng cường các biện pháp an toàn trong khu dân cư (đặc biệt là đối với người già và trẻ em) bằng cách giảm tốc độ xe qua lại hoặc hướng xe cộ đi theo đường khác. Hãy yêu cầu chính quyền thành phố đặt những gờ xóc trên đường để hạn chế tốc độ, và bạn sẽ đạt được cả hai mục đích một lúc. Những gờ xóc hạn chế tốc độ buộc những người đi xe máy phải giảm gas, và nó hướng những người lái xe muốn đi với tốc độ cao phải rẽ sang con đường khác.

Cũng cần vận động để được đặt những biển báo giảm tốc độ và yêu cầu thi hành triệt để. Tại thành phố Berkeley, bang California, các khu dân cư đã thuyết phục được chính quyền thành phố xây dựng những khối bê tông nhằm cản trở giao thông tại những nút giao dành riêng cho khu dân cư. Những rào cản trên đường này biến các con phố thành những ngõ cụt.

Vận động hành lang chính quyền thành phố Bạn sẽ phải nộp thuế bất động sản. Bạn phải đòi hỏi để có được những dịch vụ tiện ích công cộng của thành phố mà khoản thuế do người dân nộp được điều tiết vào đó. Kinh nghiệm của thành phố Berkeley cho thấy rằng, khi những chủ bất động sản và cư dân trong các khu dân cư hợp lực lại với nhau thì họ có thể thúc đẩy những chính khách của thành phố làm giảm các vấn đề khó khăn về giao thông, làm sạch phố xá, thi hành pháp lệnh, nâng cấp trường học, tăng cường cảnh sát tuần tra, tạo thêm những công viên mới và cung cấp những dịch vụ khác mà các khu dân cư đó có quyền đòi hỏi.

Đánh bóng thêm hình ảnh của khu dân cư Một số bạn tôi đã từng sống ở thành phố Miami, bang Florida, nhưng bây giờ họ đang sống tại ngôi làng “thời thượng” Pinecrest, bang Florida. Họ đã chuyển về đó chẳng? Không phải vậy đâu; họ và những láng giềng của mình đã thuyết phục được Dịch vụ bưu điện Mỹ cho họ một địa chỉ mới để có thể phân biệt họ với cái thành phố được mở rộng, có nhiều nhà cửa chen chúc, khác hẳn nơi họ ở và được biết đến với cái tên Miami. Một số cư dân ở Sepulveda đã hình thành một cộng đồng mới và đặt lại tên nó là North Hill, đây là một phần trong những nỗ lực nhằm tạo ra một khu dân cư mới đã được nâng cấp cải tạo. Tại bang Maryland, thành phố Gaithersburg đã đổi tên thành Bắc Potomac, nhằm lợi dụng ưu thế của thành phố láng giềng nổi tiếng. Cư dân ở Bắc Hollywood đã có được tên chính thức cho một phần của cộng đồng ở đó là Valley Village. “Với việc đổi tên,” ông đại lý bất động sản Jerry Burns phát biểu, “cư dân ở đó cảm thấy tự hào hơn về khu dân cư của mình.” Để tăng thêm nhận thức về niềm tự hào đó, hãy đặt cho khu dân cư hoặc cộng đồng của bạn một cái tên mới.

Hầu hết các bất động sản đều ẩn chứa nhiều tiềm năng. Nhiệm vụ của bạn là tìm ra tiềm năng đó.

Nói về khu dân cư Phần lớn dân chúng thường biết về các khu dân cư qua cách truyền miệng hoặc các bài báo mà họ đọc trên báo địa phương. Như tất cả các nhà báo đều biết, bạn có thể tác động tích cực lên những thế lực đó để “có được một lời” trên báo chí. Hãy nói về khu dân cư đó với những người viết xã luận hoặc những bài báo chính. Hãy bình luận với bạn bè, đồng nghiệp, họ hàng và cả những người quen về những tiến bộ của cộng đồng dân cư đó. Hãy thuyết phục một phóng viên để người đó tán dương tiềm năng thay đổi theo hướng tốt lên của khu vực dân cư đó, cả về chất lượng cuộc sống, tiện nghi hoặc giá cả hợp lý. Hãy để tất cả mọi người biết rằng khu vực đó xứng đáng với một hình ảnh đẹp hơn - và rằng hình ảnh cũ không còn đúng với nó nữa. Khi bạn đem lại sức sống mới cho một khu dân cư, bất động sản của bạn ở đó có thể tăng giá trị lên gấp đôi hoặc gấp ba lần chỉ trong vòng từ 5 đến 10 năm.

11

TIẾP THỊ BẤT ĐỘNG SẢN CỦA BẠN VỚI GIÁ CAO NHẤT

Tôi tạo ra những bất động sản đẹp nhất thế giới. Và tôi đảm bảo rằng các khách hàng của tôi phải biết đến điều đó. Vì bất động sản của tôi xứng đáng được quảng bá, báo chí coi tôi như một bậc thầy về quảng cáo và tiếp thị.

Bạn đã tạo cho bất động sản của mình một vẻ hấp dẫn. Bạn đã cải tạo nội thất để đáp ứng mọi nhu cầu, sở thích và sự mong đợi của các khách thuê (hoặc khách mua) tiềm năng. Bạn đã đem lại sức sống mới cho khu dân cư ở đó. Bạn biết rằng thị trường mục tiêu sẽ đền đáp cho bạn bằng phần thưởng MVP (bất động sản có giá nhất). Thế ta còn phải làm những gì nữa?

Có phải vì bạn đã đặt một cái nơm cỡ lớn nên việc đánh bắt được con cá to là chuyện hiển nhiên? Có thể, nhưng đừng có trông mong vào điều đó nhé. Rất ít khi động sản bất tự nó làm nên giá bán hoặc giá thuê cao nhất.

Để kiếm lời nhiều nhất, để thu hút khách hàng tiềm năng và thuyết phục được họ, hãy lập kế hoạch xúc tiến quảng cáo (Qui trình chuyển nhượng), cũng kỹ lưỡng như khi bạn lên kế hoạch cải tạo, nâng cấp bất động sản của bạn. (Transfer process - Qui trình chuyển nhượng là chữ cái T trong từ DUST đấy)

BẠN MUỐN CÓ ĐƯỢC LOẠI KHÁCH HÀNG NÀO?

Trong lúc thực hiện nâng cấp cải tạo, bạn hãy nghĩ tới việc tạo ra một danh sách lựa chọn khách thuê hoặc khách mua. Hãy tìm hiểu càng nhiều càng tốt về các khách hàng tương lai đó. Họ là những ai? Họ làm việc ở đâu? Họ thường mua sắm ở những cửa hàng nào? Họ đọc những sách báo

gì? Họ là thành viên của câu lạc bộ, tổ chức hoặc hiệp hội kinh doanh, hội nghề nghiệp nào? Họ thường đi lễ nhà thờ nào? Họ ghi danh tại trường đại học, cao đẳng nào? Có ai trong số bạn bè, đồng nghiệp hoặc họ hàng của họ đang sống tại vùng đó không? Những dịch vụ xã hội nào phục vụ các nhu cầu của họ? Nói chính xác là nhân thân và tâm lý của họ như thế nào?

Tại sao phải đặt ra nhiều câu hỏi thế?

Hãy trả lời những câu hỏi đó và cả những câu tương tự như vậy nữa. Nếu không, bạn sẽ lãng phí thời gian, công sức, tiền bạc để làm những quảng cáo và thông điệp quảng cáo bán bằng những lời lẽ không có lợi, được thiết kế tồi và không đúng hướng. Bạn muốn cho thuê hoặc bán những bất động sản đó càng nhanh càng tốt. Để đạt được kết quả đó trong thời gian ngắn nhất, tốn ít công sức và chi phí nhất, hãy làm việc một cách thông minh hơn. Bạn càng hiểu biết nhiều về khách hàng tiềm năng của mình, bạn càng thấy rõ cần phải nói những gì và nói với ai về các bất động sản của mình. Tại sao phải tốn nhiều tiền cho việc quảng cáo không hiệu quả trên một tờ báo lớn trong khi, một thông báo quảng cáo được viết hay dán trên một bảng tin cũng có thể làm điện thoại của bạn đổ chuông ngay? Muốn làm cho mọi người biết đến, hãy quảng cáo và quảng bá bất động sản của bạn ở những nơi mà bạn có thể nắm được thị trường mục tiêu; đó mới là cách hiệu quả nhất.

Hãy bán kèm các lợi ích, đừng bán bất động sản đơn thuần. Khi bạn nghĩ đến ai là đối tượng khách hàng cần tiếp cận, hãy nhớ câu châm ngôn tiếp thị: “Người ta không mua các mặt hàng mà họ mua ích lợi của chúng.” Nhiều chủ sở hữu bất động sản không thể tạo ra một thông điệp quảng cáo có sức thuyết phục. Họ dùng 5 phút để liệt kê những nét thông thường của bất động sản họ sở hữu. Rồi họ gọi cho phòng dịch vụ quảng cáo ở một tờ báo để đăng. Kết quả không bao giờ khá hơn là một đoạn miêu tả chung chung tẻ nhạt về bất động sản như kiểu:

Khu nhà vườn liên kế: Mặt bằng thiết kế tách rời, 3 phòng ngủ, 2 phòng tắm bồn, 1 phòng làm việc nhỏ, gara chứa được 2 xe ô tô, diện tích

1650 foot vuông ($\approx 503m^2$), lô đất rộng, gần trường học và trung tâm mua sắm. Để biết thêm chi tiết, xin gọi tới (555) 123 - 4567 sau 5 giờ chiều.

Nếu đứng một mình thì quảng cáo trên có vẻ cũng được. Nhưng khi nó đứng trong cột rao vặt của một tờ báo và xung quanh nó là hàng trăm những quảng cáo khác thì có chẳng hiệu quả gì trong việc thu hút và kêu gọi khách hàng tiềm năng rằng: “Đây chính là ngôi nhà mà bạn đang tìm. Đây chính là ngôi nhà bạn đang nóng lòng muốn tới xem ngay - thông điệp đó sẽ trở lên vô nghĩa.”

Hãy thu hút thị trường mục tiêu bằng quảng cáo của bạn. Hãy làm cho khách hàng gọi tới bạn ngay. Hãy nhấn mạnh các lợi ích của bất động sản, đừng quá trông đợi vào sự tưởng tượng của khách hàng. Đừng tin tưởng một cách mù quáng rằng nếu khách hàng tiềm năng cần thêm thông tin chi tiết, họ sẽ gọi cho bạn. Bạn phải cạnh tranh với quá nhiều bất động sản khác. Nếu tiếp cận khách hàng cầu thả như vậy, bạn sao có thể hi vọng làm nên chuyện. Chẳng mấy khi khách hàng tiềm năng gọi bạn chỉ để hỏi thêm thông tin. Họ sẽ chỉ gọi khi trong tất cả những quảng cáo họ lướt qua, quảng cáo của bạn làm họ phấn chấn đến mức phải dừng lại và tập trung vào nó.

Những tay chuyên nghiệp nói với các nhà làm quảng cáo rằng đó có thể: “Hãy bán kèm cả tiếng kêu xèo xèo khi nướng, đừng bán riêng xiên thịt.” Hãy miêu tả bất động sản của bạn bằng một đặc điểm nào đánh ngay vào thị hiếu của khách hàng tiềm năng. Trung sĩ cảnh sát Friday trong phim bộ phim truyền hình nhiều tập Dragnet có thể hài lòng với cách nói: “Chỉ những sự kiện thôi, thưa bà”, nhưng bạn thì khác, bạn phải bán tiếng xèo xèo của xiên thịt nướng.

Bán tiếng xèo xèo Việc này đưa chúng ta quay về với những câu hỏi:

1. Ai là khách hàng tiềm năng của bạn?
2. Những lợi ích nào mà bạn đưa ra quảng cáo làm cho bất động sản của bạn khác biệt với những bất động sản cạnh tranh?

Khách hàng tiềm năng của bạn có tìm kiếm một hoặc một số trong các lợi ích sau đây không?

- Nhà có nhiều ánh sáng tự nhiên.
- Bố trí mặt sàn với không gian mở và đẹp, thích hợp cho việc giải trí.
- Ở trên một con phố yên tĩnh.
- Có bảo hành sửa chữa nhà, không phải trả tiền sửa chữa trong ít nhất 2 năm.

- Ở trong quận có trường học tốt nhất.
- Diện tích kho chứa đồ rất lớn.
- Nhiều hỗ trợ vay thế chấp.
- Mái nhà mới, được bảo hành.
- Có khả năng tăng giá nhanh.
- Chi phí bảo dưỡng, sửa chữa thấp.
- Được quyền lựa chọn tủ, thảm và màu sắc.
- Chủ nhà cho trả góp tiền mua bất động sản.
- Khu dân cư an toàn và an ninh cao.
- Địa chỉ/cộng đồng dân cư có uy tín.
- Tiết kiệm năng lượng, tiết kiệm chi phí.
- Giá mua (thuê) rẻ nhất trong khu vực dân cư đó.
- Tỷ lệ khoản thanh toán ngay theo hợp đồng thấp.
- Người bán hàng chịu tất cả các chi phí chốt hợp đồng mua bán.
- Gần các cửa hiệu mua bán, tiệm cà phê, thư viện và nhà hàng.
- Dễ dàng được chấp thuận cho vay tín dụng mua bất động sản.
- Buồng bếp và buồng tắm bồn đẹp sang trọng.
- Môi trường riêng tư.
- Cảnh quan bên ngoài quang đãng, yên tĩnh.
- Điều kiện tuyệt hảo là niềm tự hào khi sở hữu.
- Thời hạn thuê ngắn/có kèm trang thiết bị đồ đạc.
- Có sẵn đường truyền internet tốc độ cao.

- Các hoá đơn dịch vụ (điện, nước, gas, điện, thoại...) bao gồm trong tiền thuê.

- Sạch sẽ và thoáng đãng.
- Nhà ở cách nhiệt tốt, hoá đơn dịch vụ thấp.

Hãy tóm tắt bất động sản của bạn và những bất động sản cạnh tranh. Ghi lại mỗi đặc điểm và lợi ích phù hợp có thể kích thích được khách mua (hoặc thuê) của bạn. Cái nào trong những đặc điểm và lợi ích nêu trên sẽ thúc đẩy khách hàng tiềm năng liên hệ ngay với bạn? Cái nào trong những đặc điểm và lợi ích đó mà những kẻ cạnh tranh với bạn không thể cung cấp cho khách hàng được? Nếu bạn đã tạo ra MVP của bạn theo chiến lược thì bây giờ, bạn cũng phải tạo một thông điệp quảng cáo bán hàng theo chiến lược để bán hoặc cho thuê được bất động sản của mình.

SÁNG TẠO MỘT QUẢNG CÁO BÁO CHÍ Khi khả năng kinh tế thấp, nhiều chủ sở hữu bất động sản cắt quảng cáo của họ còn rất ngắn. Họ chỉ liệt kê một vài thông tin giản đơn về bất động sản của họ và chờ đợi khách hàng gọi đến để hỏi thêm chi tiết. Đừng phí thời gian và tiền bạc cho những nỗ lực vô bổ đó. Đặc biệt, khi bán một bất động sản, nếu bạn chọn cách quảng cáo để bán, hãy đưa vào đó những thông tin có tính chất:

- Kích thích được sự nôn nóng của khách hàng.
- Diện tích.
- Số phòng.
- Địa chỉ, phố.
- Giá tiền thuê.
- Thời hạn, nếu có.
- Các tiện nghi.
- Giờ mở cửa cho xem nhà.
- Diện tích khu đất thuộc nhà đó/cảnh quan bên ngoài.
- Số điện thoại/địa chỉ trang web.

Bạn không thể chơi trò may rủi đó được. Nếu bạn không được tác động đến thị hiếu của khách hàng mục tiêu bằng các thông tin mà họ đang tìm kiếm, sẽ không có ai quan tâm tới quảng cáo của bạn. Một quảng cáo không đúng hướng hay lời lẽ sơ sài chỉ có thể mang lại nhiều cuộc điện thoại với những câu hỏi vớ vẩn, những người chỉ đến xem cho biết và những người mong muốn cái gì khác hơn là cái bạn đang chào bán. Sự quảng cáo nghèo nàn (đặc biệt khi nó đi đôi với giá bán rất cao) thường là nguyên nhân lý giải tại sao nhiều chủ sở hữu bất động sản không thể bán hoặc cho thuê bất động sản của họ. Họ phải nhờ vào các hãng môi giới bất động sản (nơi họ phải tốn kém tiền bạc và thời gian nhiều hơn thế). Bạn nói càng hay thì khả năng bán của bạn càng tốt.

Thà là tạo cho khách hàng sự quan tâm thích thú bằng các đặc điểm/lợi ích hấp dẫn để họ gọi tới cho bạn còn hơn là yêu cầu họ gọi tới để hỏi thêm thông tin. Quảng cáo sau đây sẽ gợi ý cách soạn một thông điệp quảng cáo bán hiệu quả:

Giá cả hợp lý - Diện tích rộng rãi - Đẹp long lanh Nhà mới toanh. 3 phòng ngủ và 2 buồng tắm, 1840 foot vuông ($\approx 561\text{m}^2$), 6000 đô la đặt cọc đảm bảo, tiền thuê 830 đô la một tháng. Phòng ngủ chính rộng 400 foot vuông ($\approx 122\text{m}^2$) lãng mạn có lò sưởi, phòng khách mở, nhìn ra vườn hoa, buồng bếp sáng đẹp long lanh, diện tích kho chứa đồ không hạn chế. Giá bán 160 ngàn đô la so với giá chung trong vùng là 175 ngàn đô la. Địa chỉ: 210 Pecan. Mở cửa cho khách xem: Thứ bảy và Chủ nhật, 12h - 15h. Khó kiếm được nhà tương tự, xin mời liên hệ theo số 555-555-1234.

Hãy chú ý cách giới thiệu đủ cả thông tin và lợi ích của quảng cáo này. Nó chuyển tải một lợi thế so sánh (một tuyên bố giá trị có thể hạ gục các đối thủ cạnh tranh). Nó nhấn mạnh vào sự cần thiết phải “chộp ngay lấy cái này” trước khi người ta kịp đọc hết nó. Cách quảng cáo này theo một kiểu mẫu AIDA rất nổi tiếng:

- Gây chú ý (bằng tiêu đề nêu bật những lợi ích)
- Gây quan tâm (bằng điều kiện và giá cả hợp lý)
- Gây mong muốn (bằng những đặc điểm và lợi ích nổi bật)

- Thúc đẩy hành động (nhà mở cho khách vào xem, giá hời, mời gọi điện liên hệ).

Trò chơi đếm dòng Trong hầu hết các thành phố, chi phí cho quảng cáo tại mục rao vặt của báo chí không phải là rẻ. Khi bạn soạn thảo quảng cáo của bạn, hãy tìm cách quảng cáo thật kêu - nhưng phải dùng không thừa ra một từ. Cũng là một ý hay nếu bạn viết xong quảng cáo đó và để yên trong vòng vài ngày, sau đó chỉnh sửa lại cho có sức thuyết phục và ngắn gọn hơn. Trong quảng cáo gợi ý phía trên, tôi có thể lược bỏ “khó kiếm được nhà tương tự” và “mời gọi đến” tùy thuộc vào số dòng đăng.

Bằng cách sử dụng cụm từ “khó kiếm được nhà tương tự”, tôi muốn nhấn mạnh tính hiếm có của nó - nhưng hầu hết các khách hàng tiềm năng có thể đã biết điều đó mà không cần tôi phải nói. Với cụm từ “mời gọi đến” tôi muốn truyền đạt rằng tôi là một chủ sở hữu “thân mật, xã giao”. Có cần thiết không? Có đáng phải trả tiền cho thêm một dòng nữa không? Bạn tự phán xét lấy nhé.

Để chơi trò đếm dòng quảng cáo, bạn cũng phải viết tắt nhiều. Viết tắt bao nhiêu chữ sẽ bị coi là nhiều quá? Những thuật ngữ viết tắt có dễ hiểu đối với khách hàng tiềm năng của bạn không? Qui định của báo chí sẽ cho bạn biết bạn có thể viết tắt tới một mức độ nào, vì rất nhiều tờ báo cấm và hạn chế một số thuật ngữ được viết tắt. Nếu điều kiện cho phép, hãy sửa lại cho rõ nghĩa hơn và ghi nhớ rằng một quảng cáo đầy những chữ viết tắt sẽ hạ giá trị bất động sản của bạn xuống. Hãy tập trung vào soạn thảo một quảng cáo chi phí - hiệu quả, chứ không phải một quảng cáo giá rẻ.

Tin tưởng hơn vào những tờ rơi và những cuốn sách mỏng để quảng cáo Tiền chi phí quảng cáo nhiều khi quá cao. Với khoản tiền ít hơn số bạn phải chi để đăng một quảng cáo dài 4 dòng trong 3 ngày, bạn có thể in tới 500 tờ rơi quảng cáo (hoặc nhiều hơn). Thêm vào đó, mỗi tờ rơi có nhiều chỗ cho thông điệp và tính sáng tạo của bạn hơn. Nó cũng cho phép bạn tiếp cận sát hơn với thị trường mục tiêu và khách hàng tiềm năng. Cũng như với quảng cáo, bạn hãy làm cho thông điệp quảng cáo bán của bạn thật kêu nhé. Hãy tránh liệt kê các đặc điểm một cách nhạt nhẽo, vô vị như tờ

rơi trình bày ở Hình 11.1. Tờ rơi đó chỉ để minh họa cho bạn thấy đừng bao giờ viết một quảng cáo bán hàng như vậy.

Những cuốn quảng cáo và những tờ rơi cho ta một cách thông báo, thuyết phục và kích hoạt các khách hàng tiềm năng rất hiệu quả mà chi phí lại thấp.

Những tờ rơi quảng cáo do chủ sở hữu tự soạn Bạn dễ thấy rằng tờ rơi quảng cáo do chủ sở hữu tự soạn (trong hình 11.1) không phải là một tờ mẫu có tính thuyết phục. Nhưng tôi có thể gợi ý thêm một số cách:

1. *Đừng bao giờ để cụm từ “do chính chủ bán” lên đầu: Hãy dùng một tiêu đề gây chú ý mà lại chuyển tải được những lợi ích lớn nhất của bất động sản tới khách hàng tiềm năng.*

2. *Hãy in một hoặc một số bức ảnh chụp bất động sản đó trên tờ rơi: Ảnh chụp bao giờ cũng làm khách hàng nhớ lâu và, nếu xử lý tốt, chúng có thể làm thông điệp quảng cáo bán nổi bật. Hãy sử dụng một máy ảnh kỹ thuật số và in những tờ rơi có*

màu từ máy in của bạn. Những tờ rơi đen - trắng có thể giảm chi phí cho bạn nhưng cũng giảm luôn cả giá trị bất động sản của bạn nữa.

3. *Sắp xếp các thông tin của bạn theo những phân đoạn có liên quan tới nhau: Hãy làm nổi bật những đặc điểm mạnh và lợi ích lớn.*

4. *Trình bày các cơ hội: Hãy lưu ý rằng bất động sản này nằm trong khu thương mại. Điều đó có nghĩa gì đối với giá trị và chức năng của bất động sản đó? Đừng bắt các khách hàng tiềm năng phải tưởng tượng về bất động sản của bạn. (Tất nhiên, vì là một nhà đầu tư kinh doanh bất động sản, bạn sẽ tích cực tìm kiếm những bất động sản có tiềm năng mà chính những người bán cũng chưa nhận thấy hoặc đánh giá quá thấp).*

khoảng 1550 foot vuông ($\approx 472m^2$)

Lô đất rộng ở góc đường có hàng rào gỗ cao 6 foot ($\approx 1,8m$) bao quanh sân vườn

CHO THUÊ HOẶC BÁN CHÍNH CHỦ 612 Phố Tây Bắc III 4 phòng ngủ/2 buồng tắm có bồn Sưởi ấm và điều hòa không khí (mỗi phòng ngủ có

điều treo tường hoà riêng)

Đồ dùng trang bị sẵn: máy rửa bát, máy sấy, tủ lạnh,

lò nướng Mỗi phòng đều lắp quạt trần Vị trí: khu vực văn phòng/dân cư (hiện tại là khu dân cư)

GIÁ BÁN 85 ngàn đô la GIÁ CHO THUÊ 975 đô la một tháng Có mặt 11 - 15 (Từ đầu tuần đến cuối tuần và yêu cầu đặt cọc đảm bảo 500 đô la)

Gọi (123)-456-7890 để biết thêm chi tiết hoặc sắp xếp ngày giờ tới xem.

Hình 11.1. Tờ rơi do chủ sở hữu tự soạn thảo Để thu hút những người đọc MVP, hãy liệt kê và trình bày những lợi thế của bất động sản mà bạn sở hữu. Nếu không, thông điệp quảng cáo bán hàng của bạn có thể bay vèo qua trước mặt những người có khả năng trả giá bất động sản của bạn cao nhất. Mỗi ngày có bao nhiêu thông điệp quảng cáo bán tới được với bạn và những người khác? Ít thì cũng hàng trăm, mà nhiều thì kể có hàng ngàn. Hãy thúc đẩy khách hàng tiềm năng của bạn một cách thuyết phục. Hãy cắt bớt những đoạn quảng cáo lộn xộn mà ai cũng thấy ngay là không cần thiết.

Viết lại những tờ rơi do chủ sở hữu soạn thảo Hãy đọc qua tờ rơi do chủ sở hữu tự soạn thảo (hình 11.1) được viết lại (Hình 11.2). Lưu ý rằng tờ rơi được viết lại đã tăng giá bất động sản đó lên. Tại sao vậy? Vì chủ sở hữu đang cố bán một ngôi nhà có thể xập xệ. Trái lại, quảng cáo đưa ra hàng được viết lại này hứa hẹn có thể kiếm lời từ bất động sản đó. Khi hiện trạng thiếu tính hấp dẫn hiển nhiên, hãy bán tương lai của nó. (Nhưng nếu bạn là người mua, hãy trả tiền mua đúng với hiện trạng và lấy được giá trị tương lai miễn phí).

Cũng lưu ý thêm rằng tờ rơi mới đây những đặc điểm chi tiết và lợi ích. Bạn càng nói nhiều càng dễ bán hơn. Hãy xem bất kì một thông điệp quảng cáo bán hàng nào thành công và được khách hàng quan tâm ngay tức khắc; bạn sẽ thấy dù là quảng một thông điệp quảng cáo bán hàng nào thành công và được khách hàng quan tâm ngay tức khắc; bạn sẽ thấy dù là quảng cáo trên chương trình thông tin kinh tế hay quảng cáo trên tạp chí,

những người quảng cáo nhồi nhét đầy những đặc điểm và ích lợi vào những thông điệp quảng cáo cũng trực tiếp của họ. Họ cố gắng thuyết phục khách hàng tiềm năng rằng sản phẩm họ đưa ra chào mời sẽ đem đến cho khách hàng giá trị cao nhất có thể (một loại MVP). Hãy nhấn mạnh những đặc điểm và lợi ích thu hút thị trường mạnh mẽ nhất.

Hình 11.2. Tờ rơi được viết lại Phân phát các tờ rơi cho thị trường mục tiêu của bạn Người ta thường lái xe qua các khu dân cư để tìm những bất động sản “để bán” hoặc “cho thuê” mà họ quan tâm. Thế nên, trước tiên, bạn hãy cho tờ rơi vào một chiếc ống hoặc túi không thấm nước rồi treo chúng lên tấm biển rộng và dễ đọc, đề chữ “bán” hoặc “cho thuê”, đặt ở sân trước của ngôi nhà. Thêm vào đó, bạn hãy phân phát tờ rơi ở tất cả mọi nơi mà khách hàng tiềm năng của bạn có thể trông thấy:

- Bảng thông tin của khu dân cư (cũng như những bảng thông tin ở cửa hàng tạp phẩm, thư viện và các quán cà phê)

- Các cư dân sống ở khu vực đó • Những người bạn quen biết ở nơi làm việc, nhà thờ và các câu lạc bộ.

- Nhà thờ tại khu dân cư đó • Những công ty thế chấp và các hãng môi giới bất động sản • Trường phổ thông, trường đại học và những người sử dụng lao động • Những trung tâm tư vấn nhà đất • Những toà chung cư hỗn hợp (nếu bạn không bị ném ra khỏi cửa)

Tôi đã từng bán rất nhiều bất động sản chỉ qua truyền miệng. Không thể tin được rằng có rất ít chủ sở hữu tự bán bất động sản của mình thực hiện phương pháp này mặc dù nó rất hiệu quả.

Hãy làm cho biển thông báo của bạn nổi bật Hãy dùng một biển “Bán” hoặc “Cho thuê” to hết mức cho phép của luật pháp (hoặc theo qui định của Hiệp hội các chủ sở hữu bất động sản). Hãy đưa lên đó những quảng cáo bán hàng hấp dẫn, lý thú. Giống như tờ rơi hoặc những quảng cáo rao vặt trên báo chí, biển thông báo của bạn phải gây được chú ý (Attention), tạo ra sự quan tâm (Interest), làm nảy sinh lòng mong muốn (Desire) và thúc đẩy khách hàng hành động (Action), tức là theo mẫu AIDA được đề cập bên trên. Ai đó lái xe đi qua với tốc độ 40 dặm một giờ phải nhìn thấy được

phần lớn những cái mà bạn đang chào mời. Người lái xe không cần dừng xe và xuống xe mới có thể đọc được biển quảng cáo của bạn.

Hãy bán với sự trung thực Thông điệp quảng cáo bán hàng của bạn phải bán tiếng xèo xèo của thịt nướng, nhưng bạn phải giao cho khách hàng cả xiên thịt. Bạn có quyền quảng cáo những lợi thế của bất động sản mà bạn sở hữu. Nhưng không ai được phép bịa đặt ra những đặc điểm không có thực hoặc che giấu những khuyết điểm nghiêm trọng có khả năng làm giảm giá trị bất động sản đó. Nếu bạn miêu tả sai sự thật về bất động sản thì bạn sẽ mất uy tín, lãng phí thời gian của chính bạn và lãng phí thời gian, công sức của cả khách hàng tiềm năng của bạn nữa.

Đừng lừa dối khách hàng của bạn. Sự khoe khoang và cường điệu chỉ là cuộc trình duyệt trước khi mở màn. Nhưng khi bức màn vén lên, hãy mang tới cho khán giả những gì mà họ mong đợi.

Hãy cố gắng tạo ra một vụ mua bán tốt đẹp nhất cho khách thuê hoặc khách mua của bạn. Đừng lừa phỉnh làm họ mất quá nhiều tiền mà thu được rất ít. Hãy tạo một uy tín tốt, rồi những khách hàng khác sẽ đến với bạn và hỏi: “Ông nghĩ khi nào ông sẽ có cái khác để bán (hoặc cho thuê)? Hãy gọi cho chúng tôi nhé.” MVP không chỉ có nghĩa là “bất động sản có giá nhất” mà còn biểu thị cho “người chơi sáng giá nhất” - đó chính là bạn.

ĐỪNG TRƯNG BÀY BẤT ĐỘNG SẢN MỘT CÁCH ĐƠN THUẦN, HÃY BÁN NÓ Những nỗ lực quảng cáo của bạn đã phát huy sự màu nhiệm của nó. Bạn có dự định cho xem bất động sản đó không? Hãy vứt ngay ý tưởng đó đi. Hãy rà soát kế hoạch bán của bạn. Hãy xoá bỏ ý niệm là bạn sắp cho xem bất động sản đó. Bạn sắp cho thuê hoặc bán nó, chứ không đơn thuần chỉ trưng bày nó. Bán bất động sản đòi hỏi một cách nhìn khác.

Khi người ta trưng bày các bất động sản, họ ở vào thế thụ động. Họ để cho khách mua đi ngang, đi dọc, và nếu được hỏi thì họ cố gắng trả lời một hoặc vài câu. Khi khách hàng tiềm năng sắp bỏ đi, con người thụ động đó nói: “Cám ơn vì đã ghé qua. Hãy cho tôi biết nếu ông quan tâm tới nó nhé,” hoặc “Đây là mẫu đơn thuê, ông có muốn lấy một tờ không?”

Người chủ sở hữu biết cách thuyết phục phải hiểu rằng khách hàng tiềm năng mang lại rất nhiều hi vọng, lo lắng và cả khả năng không chắc chắn nữa. Người chủ sở hữu biết cách thuyết phục phải sẵn sàng chú ý vào mọi câu hỏi quan tâm của khách hàng. “Nếu ông có câu hỏi nào thì cho tôi biết nhé” không phải là một kiểu hội thoại bán hàng hay.

GIAO DỊCH THÀNH CÔNG: CHƯƠNG TRÌNH 12 BƯỚC CỦA BẠN Để chuyển từ việc cho xem sang việc bán, hãy theo 12 bước này nhằm chốt được thành công một hợp đồng cho thuê hoặc bán nhà. Chương trình gồm 12 bước này sẽ biến những khách hàng tiềm năng thành khách thuê hoặc khách mua bất động sản thực sự.

Hỗ trợ những lợi ích của bất động sản bằng các thông tin xác thực Hãy thu thập thông tin về những bất động sản so sánh khác. Sao chụp những qui định pháp lý hiện hành có liên quan. Cung cấp một giấy bảo hành nhà. Cho xem danh sách xếp hạng của những trường học trong khu vực. Vạch ra sự thuận tiện giao thông từ vị trí đó đến những điểm quan trọng khác (nơi có việc làm, trung tâm mua sắm, văn hoá, giải trí về đêm, công viên, trường học). Bất cứ điểm nào bạn cho là có sức thuyết phục với khách hàng, bạn hãy chuẩn bị đủ tài liệu để chứng minh hoặc khẳng định kèm theo. Thiếu các thông tin xác thực thì quảng cáo của bạn chỉ là khoác lác mà thôi.

Thiết lập các mối quan hệ tốt Hãy tìm những điểm tương đồng để chuyện gẫu. Trước khi bạn khen các thiết bị nội thất của láng giềng, hãy hỏi thăm về con cái họ, về ô tô và các sở thích của họ, kiểu như: “Tôi thấy ông mặc áo sơ mi đồng phục của trường Illini. Có phải ông đã từng học ở trường đó không?” “Thế à, ông đã học trường đó thật à? Năm nay con trai tôi cũng tốt nghiệp trường Đại học Illini đó.”

Chuyển khéo sang nói về những đặc điểm khách hàng thích hoặc không thích Đừng nói về những đặc điểm và lợi ích trước khi bạn tìm hiểu được những điều sẽ làm khách hàng hứng thú và những điều làm cho họ chán ngấy. “Ông bà muốn xem cái gì trước nhỉ? Những đặc điểm gì khiến ông bà đến xem nhà ngay? Ông bà có muốn...?” Các chủ sở hữu và những tay môi giới bất động sản thường xuyên mở đầu bằng một đoạn độc thoại

về những đặc điểm và lợi ích mà các khách hàng tiềm năng đó chẳng mấy quan tâm. Hoặc tệ hơn, họ quảng cáo những đặc tính mà khách hàng không thích. Điều này đẩy khách hàng vào thế xa lánh. Và mối quan hệ tốt đẹp mất đi.

Hãy lịch thiệp tìm hiểu những cảm giác của khách hàng về những bất động sản mà họ đã đến xem để mua. Bạn nghĩ rằng bạn đang chào bán một bất động sản tuyệt vời mà tự nó sẽ giành được giải “bất động sản có giá nhất” của khách hàng tiềm năng? Thế nhưng khách hàng tiềm năng của bạn nghĩ sao? Hãy hỏi ý kiến phản hồi về xu hướng thị trường từ những người bạn tin tưởng được - chính là khách mua hoặc khách thuê tiềm năng của bạn.

Hãy thực sự lắng nghe lời phê phán của khách hàng tiềm năng. Bạn đã làm việc cật lực để nâng cấp, sửa sang lại bất động sản của bạn nhằm vượt qua các đối thủ cạnh tranh. Nhưng không có ai trong số chúng ta hoàn hảo cả. Có thể bạn đã bỏ qua một cái gì đó. Hãy hỏi khách hàng tiềm năng của bạn về những chỗ nào họ không thích và những điểm yếu của nó. Hãy tiếp tục tìm kiếm những cải tiến làm tăng lợi nhuận cho đến khi bạn ký được hợp đồng với khách hàng.

Hãy chuyển các đặc điểm thành những lợi ích dễ hiểu. Khách hàng của bạn không nhất thiết phải hiểu ý nghĩa của chất cách nhiệt R-38, cửa sổ lắp kính nhiệt, quay ra hướng nam, hoặc vị trí qui hoạch vùng R-IB. Hãy chuyển những đặc điểm đó sang thành các lợi ích: “Tường cách nhiệt ở mức độ dày thế này có nghĩa là chi phí cho sưởi ấm và điều hoà không khí sẽ đỡ hơn được 100 đô la mỗi tháng. Khi thăm cỏ Nhật Bản này mọc rậm, sân vườn nhà ta trông sẽ như một sân golf nhỏ, và ông bà chẳng bao giờ phải dùng đến máy xén cỏ. Hãy xem tấm ảnh này, đây chính là hình ảnh của khu sân vườn này vào cuối mùa hạ đó.”

Thông báo với khách mua tiềm năng về kế hoạch tài chính. Đặc biệt là những khách mua lần đầu, họ có thể biết rất ít về khoản thanh toán ngay theo hợp đồng, khoản thanh toán hàng tháng và các chi phí chốt hợp đồng. Có lẽ họ chưa biết rằng họ có thể mua bất động sản của bạn chỉ với vài

ngàn đô la tiền mặt trong túi (mà khoản này thậm chí họ có thể vay của họ hàng). Có lẽ họ cũng chưa biết là các khoản trả góp hàng tháng để mua nhà có thể còn ít hơn tiền thuê nhà.

Nếu bạn bán nhà cho những người đầu tư vào bất động sản, hãy đưa những con số chi tiết vào bản thuyết trình bán hàng của bạn. Những nhà đầu tư thường muốn tìm hiểu về giá thuê, dòng tiền, chi phí, tỷ lệ còn trống (chưa có người sử dụng của khu dân cư) và tỷ lệ thu nhập dự kiến (xem Chương 14).

Lắng nghe những mâu thuẫn đối thoại giữa khách hàng, quan sát những phản ứng, biểu lộ cảm xúc bằng ngôn ngữ và cử chỉ của họ. Có phải những khách hàng tiềm năng đang ngầm tính toán cách chuyển đồ đạc vào nhà? Họ đang xem xét kế hoạch tài chính theo ngân sách hay theo mục đích đầu tư của họ? Họ có đưa ra những lý do phản đối mà họ đã cân nhắc kỹ với giá thuê, tiền đặt cọc, giá bán, các điều kiện, đặc điểm hoặc khu dân cư không? Mỗi quan tâm mạnh mẽ, dù tích cực, hay tiêu cực cũng biểu lộ rằng họ muốn thuê hoặc mua - nếu bạn có thể làm họ bớt lo lắng bằng cách củng cố các thông tin xác thực và bằng chứng hỗ trợ (mà bạn tin rằng chúng có thể hỗ trợ) cho sự chào bán MVP.

Làm cho việc hoàn thiện một hợp đồng trở nên dễ dàng. Hãy chuẩn bị trước những giấy tờ có thể cần đến. Khi bạn phát hiện hoặc nhận ra dấu hiệu khách muốn mua, hãy di chuyển tới bàn ăn trong bếp (hoặc sofa hay bàn trà) mà bạn đã trang bị cho bất động sản đó (nếu chưa có người ở). Khi khách hàng tiềm năng ngần ngại chưa muốn cam kết, hãy cố thuyết phục họ bằng những lý do khiến họ phải hành động ngay không để bất động sản MVP đó rơi vào tay người khác. Nếu cần thiết, hãy đồng ý thêm vào những điều khoản dự phòng ngăn hạn, nhưng phải giữ quyền được chấp nhận những đề nghị mua dự khuyết. Nếu đề nghị mua dự khuyết đó tới, bạn đồng ý cho khách mua (hoặc thuê) thứ nhất 24 giờ (có thể nhiều hơn) để dứt điểm các điều khoản dự phòng hoặc họ sẽ mất cơ hội sở hữu (hoặc thuê) bất động sản đó.

Lập một tài khoản uỷ thác giữ tiền đặt cọc Để kết thúc việc thoả thuận mua bán, khách mua sẽ thanh toán tiền đặt cọc. Nếu họ khôn ngoan, họ sẽ không trực tiếp trả khoản tiền đó cho bạn. Vì vậy, bạn hãy thu xếp trước một tài khoản uỷ thác với một công ty có uy tín (hoặc những đại lý uỷ thác khác). Khách mua sẽ viết séc thanh toán trực tiếp vào tài khoản uỷ thác đó. Phương pháp này làm khách hàng tin tưởng rằng bạn đang giao dịch ngay thẳng với họ.

Việc tiếp theo sau khi ký kết hợp đồng thành công Khi bạn ký kết thành công một hợp đồng với khách mua hoặc khách thuê, hãy tiếp tục theo đuổi để đạt hai mục đích: (1) Chắc chắn họ phải nhanh chóng thực hiện để thoả mãn các điều kiện dự phòng họ đặt ra (kiểm tra bất động sản, xin phê chuẩn vay thế chấp, tư vấn luật sư) và (2) Hãy thúc đẩy họ hành động.

Một số khách hàng tiềm năng sẽ tỏ ra hối tiếc về việc mua bán. Họ bắt đầu nghi ngờ quyết định của chính họ. Bạn hãy điều trị căn bệnh này bằng những thông tin mới tích cực: “ Một toà nhà cùng phố vừa bán với giá cao hơn 10 ngàn đô la so với giá ông bà mua của tôi. Trường phố thông cơ sở của khu dân cư này vừa được khen thưởng về những chương trình học ngoại khoá xuất sắc. Thành phố vừa cam kết hỗ trợ 500 ngàn đô la để nâng cấp các đường phố và công viên của khu dân cư này.”

Sau khi khách hàng tiềm năng ký kết hợp đồng mua bán, hãy khẳng định chắc chắn với họ rằng họ đã quyết định đúng. Hãy làm tất cả những gì bạn có thể để tăng cảm giác phấn khích tích cực của họ, đồng thời loại trừ những cảm giác hối tiếc hoặc ngờ vực tiêu cực của họ.

Việc cần làm sau khi một giao dịch không thành Khi bạn đặt một cuộc hẹn để cho thuê hoặc bán bất động sản, hãy hỏi tên họ đầy đủ của khách hàng tiềm năng và số điện thoại của họ. Nếu bạn gặp gỡ khách hàng tiềm năng trong ngôi nhà của bạn đang mở cửa cho khách vào xem, hãy yêu cầu khách đến xem đăng ký tên và số điện thoại của họ để bốc thăm trúng thưởng. Hoặc nếu thấy tiện thì bạn trực tiếp hỏi tên khách và số điện thoại của họ, hoặc xin một tấm danh thiếp của họ.

Hãy tìm ra trong số người tới xem đó, ai là những khách hàng tiềm năng thực thụ và làm cách nào để liên hệ với họ. Hãy tiếp tục với việc gửi một bức thư cảm ơn ngắn gọn, hoặc những thông tin thuyết phục hơn về bất động sản đó. Nhiều chủ sở hữu bán hoặc cho thuê bất động sản để mặc các khách hàng tiềm năng thực sự bỏ đi và không bao giờ còn gặp lại họ nữa. Hãy tránh sai lầm đó. Hãy khơi lại sự quan tâm, lòng mong muốn và hành động của họ bằng những thông tin mới mẻ, thường xuyên về bất động sản đó, ví dụ như đang có nguồn hỗ trợ tài chính lãi suất thấp, hoặc đang có những diễn biến thúc đẩy phát triển tiềm năng của khu vực đó. Thậm chí những khách hàng tiềm năng, những người hôm nay chỉ “xem cho biết” có thể trở thành khách thuê hoặc khách mua của bạn vào ngày hôm sau.

12

TÁM BƯỚC QUẢN LÝ THÀNH CÔNG

Bạn đang kinh doanh tốt, bạn đang kiếm được lợi nhuận cao. Hãy đưa nó lên hạng nhất, bạn sẽ làm cho số dư tài khoản của bạn tăng lên nhiều lần

Bạn đã tạo ra được một MVP (bất động sản có giá nhất) và thu hút được một khách thuê chất lượng; bạn đã xác minh tình trạng tín dụng, thu nhập và các tham chiếu; và bạn đã ký hợp đồng cho thuê. Chiến lược kinh doanh của bạn sắp thành công. Nhưng bạn đang bỏ quên mất một ô của câu đố ghép chữ “làm giàu”. Bạn cần một hệ thống quản lý.

Trong chương này, bạn sẽ tìm hiểu cách làm tăng tối đa dòng tiền mặt, đồng thời giảm tối thiểu sự lo âu của bạn. Một kế hoạch quản lý tốt đảm bảo cho các khách hàng của bạn rằng họ sẽ nhận được những lợi ích mà họ trông chờ. Nó cũng đảm bảo sự giàu có cho bạn mà không kèm thêm lo nghĩ. Bây giờ câu hỏi đầu tiên của bạn sẽ là: Bạn sẽ uỷ thác hay tự quản lý bất động sản của mình?

Ferdinand Marcos (và những chủ sở hữu khác) quản lý tồi làm ngôi nhà 40 Phố Wall hư nát quá mức. Cách quản lý của họ đã huỷ hoại giá trị của ngôi nhà. Hệ thống quản lý của tôi đã tạo ra giá trị khổng lồ cho bất động sản vì lẽ nó kết hợp một toà nhà đẹp và vị trí thuận lợi với những dịch vụ mẫu mực cung cấp cho người thuê **TỰ QUẢN LÝ HAY THUÊ MỘT HÃNG QUẢN LÝ CHUYÊN NGHIỆP** Nếu bạn mới bắt đầu đầu tư, tôi khuyên bạn tự quản lý các bất động sản của mình. Sau khi lập danh mục các khách thuê, bạn nên rút lui khỏi mọi hoạt động thường nhật khác nếu bạn lựa chọn phương pháp tự quản lý. Việc tự quản lý cho bạn những lợi ích sau:

- Bạn tiết kiệm được tiền. Bạn sẽ giảm được chi phí lẽ ra phải chi trả cho một công ty chuyên quản lý; và bằng việc tự ký những hợp đồng sửa chữa (hoặc thậm chí tự sửa chữa lấy), bạn sẽ chi phí ít hơn.

- Những căn hộ còn trống của bạn sẽ được cho thuê nhanh hơn. Khi nào tôi thấy một nơi không có người thuê trong thời gian dài thì 90% trong số chúng đang được quản lý “bởi một tay chuyên nghiệp”. Các hãng chuyên quản lý bất động sản ít khi làm việc chăm chỉ để tìm khách thuê nốt những chỗ còn trống. Họ hài lòng với việc đặt một biển báo, hoặc có thể là đăng một quảng cáo và lười biếng chờ đợi khách thuê tiềm năng tự đến với họ. Bạn có thể làm tốt hơn thế nhiều.

- Bạn sẽ phát hiện ra tất cả các vấn đề - những mặt tốt và xấu - của việc quản lý bất động sản. Mặc dù tôi không trực tiếp giải quyết những công việc hàng ngày trong hoạt động kinh doanh bất động sản nhưng sự hiểu biết và kinh nghiệm mà tôi có được từ việc tự quản lý các bất động sản của mình trong những năm đầu tiên vẫn rất có ích với tôi. Nếu bạn chưa bao giờ tự quản lý lấy thì làm sao bạn có thể trù tính (hoặc đánh giá) các kế hoạch, các chính sách và các qui trình quản lý của nhà quản lý mà bạn thuê?

- Khi bạn nói chuyện với khách thuê tiềm năng, hãy xem xét những bất động sản cạnh tranh, kiểm tra những khu còn trống chưa có người thuê và mức giá thuê, đó là lúc bạn đang xây dựng một cơ sở dữ liệu thông tin thị trường trực tiếp và vô giá đấy. Nếu bạn lắng nghe, những kiến thức về thị trường sẽ nói cho bạn biết cách lựa chọn một thị trường khách thuê mục tiêu lời lãi nhất và cách làm cho bất động sản, điều kiện thuê, mức giá thuê của bạn phù hợp để thiết lập nên một lợi thế cạnh tranh.

Nếu bạn có tố chất phù hợp với việc quản lý bất động sản, nếu bạn có thời gian và sống gần bất động sản của bạn, bạn hãy tự quản lý lấy.

Dù bạn tự quản lý hay thuê một hãng quản lý bất động sản cho mình, quy trình quản lý 8 bước (được trình bày sau đây) sẽ giúp bạn đạt được vị thế MVP cho chính bạn (người chơi sáng giá nhất) và các khách hàng của bạn (bất động sản có giá nhất).

Tám bước để quản lý bất động sản thành công 1. Lập đề cương một hợp đồng thuê cho thị trường mục tiêu của mình.

2. Lập một kế hoạch dọn nhà hoàn hảo.
3. Giữ lại các khách hàng hạng nhất.
4. Hãy nâng giá thuê khi thị trường có chiều hướng thuận lợi.
5. Dự đoán và sẵn sàng đối phó với những vấn đề đặc biệt.
6. Bảo dưỡng bất động sản.
7. Tiến hành việc dọn đi một cách suôn sẻ.
8. Luôn tìm cách làm tăng dòng tiền mặt của bạn.

LẬP ĐỀ CƯƠNG MỘT HỢP ĐỒNG THUÊ CHO THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU CỦA MÌNH Chắc chắn là hầu hết các chủ sở hữu bất động sản nhỏ đều coi hợp đồng cho thuê chỉ như một thứ tài liệu mà họ có thể dùng để bắt buộc khách thuê phải thực hiện. Dù cách đó không phải là hoàn hảo nhưng những hợp đồng cho thuê được viết thành văn bản sẽ bảo vệ pháp lý nhiều hơn là một thỏa thuận miệng. Nhưng hợp đồng của bạn còn phải phục vụ cho một mục đích quan trọng khác: nó phải giúp bạn có được lợi thế cạnh tranh cao hơn các chủ sở hữu khác.

Những điều khoản trong hợp đồng cho thuê của bạn Trước khi quyết định các điều khoản cụ thể trong hợp đồng cho thuê, hãy xem xét các hợp đồng thuê của các chủ sở hữu bất động sản khác. Hãy tìm cách thoả thuận khác để có thể khuyến khích khách thuê (thị trường mục tiêu của bạn) lựa chọn bất động sản của bạn chứ không phải những bất động sản cạnh tranh. Ví dụ, bạn có thể có lợi thế cạnh tranh bằng cách hạ thấp khoản thanh toán ngay bằng tiền mặt theo hợp đồng, đưa ra thêm một bảo hành sửa chữa, đặt thời hạn thuê ngắn hơn, đảm bảo cho khách thuê được gia hạn hợp đồng mà không tăng giá thuê, hay là dùng tiền đặt cọc đảm bảo và tiền thuê tháng trước của khách thuê để đầu tư theo cách mà khách thuê lựa chọn: hoặc tích lũy tiền lãi, hoặc tăng thêm lợi ích cho họ.

Một cách khác là bạn có thể khai thác những điều khoản rất “chặt chẽ” hoặc “hạn chế” của hợp đồng cho thuê và biến bất động sản của bạn thành

bất động sản cho thuê dành riêng cho những khách thuê có trách nhiệm và biết điều. Bạn có thể đưa vào hợp đồng những qui định hạn chế nghiêm ngặt về tiếng ồn và sự phiền hà khó chịu thường xuyên. Bằng cách này bạn có thể quảng cáo bất động sản của bạn là “nơi rất yên tĩnh để sống”.

Như vậy, bạn tạo ra lợi thế cạnh tranh không chỉ bằng cách làm cho bất động sản của bạn có những đặc điểm phù hợp với nhu cầu của thị trường khách thuê mà còn bằng cách biến đổi những điều khoản, câu chữ và thời hạn của hợp đồng thuê để thích ứng với từng loại khách hàng.

Trình bày các lợi ích của bạn Bằng cách sửa lại các hợp đồng cho thuê để phù hợp hơn với nhu cầu của thị trường mục tiêu, bạn có thể làm tăng thu nhập tiền thuê, đạt được tỷ lệ cho thuê cao hơn, hoặc giảm chi phí hoạt động của bạn. Để tất cả những lợi ích trên trở thành hiện thực, hãy đảm bảo rằng các khách thuê tiềm năng của bạn nhận thấy và hiểu được những lợi ích đó. Hãy áp dụng chiến lược của một người bán hàng thành công. Trước khi cho khách hàng xem nhà, hãy chỉ ra và trình bày (theo quan điểm của khách thuê) những đặc điểm hấp dẫn của cả căn nhà cho thuê lẫn hợp đồng cho thuê của bạn.

Trong việc soạn một hợp đồng cho thuê sao cho phù hợp với chiến lược quảng cáo của bạn, nhất định sẽ nảy sinh rất nhiều khoản mục, vấn đề và các điều khoản dự phòng và bạn sẽ phải đưa chúng vào trong hợp đồng. Mặc dù những thông lệ “đặc thù” sẽ được nêu ra trong các cuộc thảo luận sau đó, nhưng hãy luôn tỏ ra linh hoạt, sáng tạo trong việc điều chỉnh (hoặc lược bỏ) những khoản mục để hấp dẫn khách thuê của bạn hơn. Được soạn thảo một cách phù hợp, hợp đồng cho thuê có thể hỗ trợ đắc lực trong việc thu hút những khách thuê cao cấp. Ngược lại, những thuật ngữ pháp lý khó hiểu và một hành vi độc đoán có thể đẩy khách đến với những đối thủ cạnh tranh.

LẬP MỘT KẾ HOẠCH DỌN NHÀ ĐẾN HOÀN HẢO Kiểm tra để xác định chắc chắn sự sạch sẽ, ngăn nắp của căn hộ cũng như tình trạng hoạt động của các trang thiết bị trong nhà. Cung cấp hướng dẫn sử dụng cho tất cả các thiết bị, dụng cụ và cả chìa khoá cho các tử nữ. Chỉ rõ các

công tắc bật đèn, tủ ngắt điện, bộ ổn nhiệt và bất kì hướng dẫn hoạt động nào. Hãy đảm bảo để khách thuê không phải phàn nàn gì trong tuần đầu tiên chuyển đến căn hộ mới. Và như một cử chỉ giao tế đặc biệt, bạn hãy tặng khách thuê một lẵng hoa, lẵng quả, nước ngọt hoặc bữa ăn nhẹ cùng với rượu để chào mừng họ dọn đến. Nếu khách thuê lần đầu tiên tới khu dân cư này, bạn hãy cung cấp cho họ một bản đồ và danh sách những cửa hàng, cửa hiệu, trường học, dịch vụ và nhà hàng.

Nội qui sinh hoạt chung Không nên chỉ đưa cho khách thuê một danh sách các qui định mà hãy thảo luận với họ về chúng. Giải thích cho họ biết tại sao qui định đó lại quan trọng và nó tăng thêm lợi ích cho khách hàng, cho bộ mặt của toà nhà hoặc chi phí bảo trì toà nhà đó ra sao. Yêu cầu khách hàng ký nhận vào bản sao của nội qui, hãy lưu nó vào trong hồ sơ cùng với hợp đồng cho thuê, đơn đăng ký thuê, và và những báo cáo cần thiết. Hãy khéo léo nhắc nhở khách thuê một cách thân thiện rằng hợp đồng thuê gắn liền với nội qui sinh hoạt. Vi phạm nội qui nghĩa là vi phạm hợp đồng thuê, vì vậy sẽ bị phạt theo khung qui định của hợp đồng.

Kiểm tra lại tình trạng căn hộ lúc khách thuê dọn đến Vào lúc khách thuê dọn đến ở, bạn hãy đi cùng họ. Nếu bạn đã chuẩn bị mọi thứ chu đáo, bạn sẽ không tìm ra một khung cửa sổ nào bị vỡ kính, không có tấm thảm nào có vết, hoặc các đồ dùng, thiết bị bẩn. Nếu bạn thấy những chỗ hư hỏng chưa được sửa chữa, hãy ghi lại vào danh mục kiểm tra khi dọn đến. Khi khách hàng phát hiện ra (và bạn cũng đã ghi lại vào danh sách) bất kì một thiếu sót nào, hãy yêu cầu khách hàng ký vào danh sách xác nhận tình trạng căn hộ lúc dọn đến. Hãy chụp ảnh hoặc quay video căn hộ đó vào ngày dọn đến. Nếu phát sinh bất kì tranh cãi nào về tình trạng căn hộ, những tấm ảnh của bạn có thể trị giá hàng ngàn đô la.

GIỮ NHỮNG KHÁCH HÀNG NHẤT Bạn cho khách thuê dọn đến ở trong toà nhà của bạn. Bây giờ, hãy giữ họ ở lại đó càng lâu càng tốt. Khi khách hàng ở trong toà nhà đó, bạn trở thành đại diện cho dịch vụ chăm sóc khách hàng chứ không phải là chủ nhà). Để giữ được khách thuê, hãy làm

cho họ hài lòng, trừ phi có những ngoại lệ khiến bạn phải chọn lựa khách thuê với giá cao hơn.

Hãy để khách thuê được biết trước thông tin Đừng để khách thuê về đến nhà mới thấy một chiếc máy xúc đang âm ầm ào ào đào bới chỗ đỗ xe hoặc một người diệt côn trùng đang phun thuốc trong căn hộ của họ. Hãy báo trước với họ và giải thích, nếu có bất kì một điều gì khác thường sắp xảy ra trong toà nhà hoặc trong khu vực toà nhà. Khách thuê không thích bạn phá vỡ cuộc sống thường nhật hoặc xâm phạm vào đời tư của họ. Việc thông báo sẽ cho họ thấy bạn tôn trọng và quan tâm tới lợi ích của họ như thế nào.

Lập kế hoạch bảo trì dự phòng ngừa Việc sửa chữa khẩn cấp không chỉ làm cho chi phí tốn kém mà còn khiến các khách thuê phiền lòng. Không khách thuê nào thích lò sưởi không toả hơi ấm, mái nhà bị dột, hoặc chậu rửa không thoát nước. Để thoát khỏi những trục trặc đó, hãy lập kế hoạch sửa chữa dự phòng. Đừng đợi khát nước mới đào giếng . Hãy tiên liệu trước cái gì có thể hỏng và dự phòng trước (hoặc ít nhất là làm giảm khả năng hỏng hóc đến mức tối thiểu).

Hãy kiểm soát những chi phí tưởng chừng vật vãnh, nếu không, bạn sẽ thấy chúng tích lũy thành khoản chi phí lớn. Dù là một tỷ phú nhưng tôi vẫn tìm cách tiết kiệm một ngàn đô la.

Hãy tiên liệu những điều bất ngờ Chương trình bảo trì dự phòng không ngăn cản được tất cả mọi sự cố xảy ra với các đồ dùng hoặc hệ thống sưởi ấm, thông gió và điều hoà không khí bị hỏng. Vì vậy, trước khi những sự cố đó xảy ra, hãy lập ra một qui trình để đối phó với chúng.

Với việc sửa chữa thông thường, hãy cung cấp cho khách thuê một số điện thoại có lắp thiết bị trả lời tự động. Yêu cầu khách thuê gọi tới số đó để thông báo vấn đề trục trặc của họ (bạn cũng có thể lập một e-mail dành riêng cho những loại thông báo như vậy). Xác nhận yêu cầu của khách thuê trong vòng 24 giờ và sửa chữa trong vòng 72 giờ (càng sớm càng tốt). Hãy sửa chữa thật nhanh chóng với thái độ nhã nhặn, và khách thuê của bạn sẽ tán dương bạn lên tận mây xanh với bạn hữu của họ (và cả với những khách thuê tương lai của bạn nữa). Với những trường hợp khẩn cấp, nguy

hiểm tới tính mạng, sức khoẻ con người hoặc bất động sản, hãy cho khách thuê số điện thoại liên hệ trực tiếp (khí gas, mái nhà, điện, cứu hoả và trạm cảnh sát, v.v...).

Thi hành nội qui của khu nhà ở Những khách hàng hạng nhất mong muốn bạn thi hành nội qui của khu nhà ở một cách kiên định và không thiên vị (hoặc không thành kiến) đối với tất cả các khách thuê. Đừng để con sâu làm rầu nồi canh. Cho dù là nội qui về việc đỗ xe, về tiếng ồn, về những người không được phép cư trú (những “vị khách” ở chơi quá lâu), những con vật nuôi vô tổ chức, hoặc vứt rác bừa bãi..., bạn không được làm ngơ cho những kẻ vi phạm (và chưa sửa chữa).

Nếu bạn bỏ qua cho họ, bạn sẽ thấy những khách thuê tử tế của bạn chuyển đi chỗ khác và sau đó, bạn chỉ có thể thay thế họ bằng những khách thuê có phẩm chất thấp hơn mà thôi. Hãy soạn thảo nội qui vì lợi ích của tất cả mọi người, và sau đó thi hành nó một cách công bằng.

HÃY NÂNG GIÁ THUÊ KHI THỊ TRƯỜNG CÓ CHIỀU HƯỚNG THUẬN LỢI Khi bạn tăng giá thuê, bạn sẽ có nguy cơ mất những khách thuê tốt. Tuy nhiên, giá thuê thấp lại làm dòng tiền mặt của bạn đình trệ và làm giảm giá trị bất động sản của bạn. Khi thị trường của bạn có xu hướng tăng giá thuê (tức là khi bạn thấy những khách thuê hạng nhất sẵn sàng trả cao hơn giá bạn đang áp dụng), bạn hãy tăng giá thuê. MVP có nghĩa là thị trường mục tiêu của bạn đạt được giá trị cạnh tranh cao nhất. Nó không đòi hỏi bạn phải hoạt động vì mục đích từ thiện.

Khi đưa thêm một lợi ích nào đó để bù lại việc tăng giá thuê, bạn có thể gạt bỏ đi những khách hàng khó chịu và không được phép gia hạn. Hãy cân nhắc việc thêm chỗ đậu xe, trái thêm thảm hoặc lắp đặt thêm các đồ dùng, lắp quạt trần, hoặc đặt thêm một hệ thống an ninh mới. Đừng tiêu hết số tiền bạn sắp kiếm được nhờ tăng giá, nhưng nếu bạn biết cách làm bất động sản của mình trở nên hấp dẫn hơn thì quan hệ giữa khách hàng với bạn trở nên dễ dàng hơn.

DỰ TOÁN VÀ SẴN SÀNG ĐỐI PHÓ VỚI CÁC VẤN ĐỀ ĐẶC BIỆT Thịnh vượng cũng có lúc những khách thuê tốt nhất lâm vào cảnh

túng thiếu. Ly dị, tai nạn, bệnh tật, thất nghiệp và phá sản là một số vấn đề mà khách thuê có thể gặp phải. Vào những năm đầu tiên làm chủ nhà cho thuê, tôi đã cảm động với những câu chuyện đầm nước mắt, thực cũng có mà bịa đặt cũng có. Có một số lần, tôi cho khách thuê vẫn thường thanh toán tiền đúng hạn nhất nợ. Trong tất cả những trường hợp đó, khách hàng thường rút êm khỏi toà nhà của tôi và không bao giờ thanh toán số tiền họ nợ.

Nếu khách thuê của bạn cần hỗ trợ tài chính, hãy giới thiệu họ tới một cơ quan từ thiện hoặc dịch vụ xã hội. Cho nhất nợ hiểm khi dẫn đến kết quả tốt đẹp. Nếu họ không thể vay tiền từ ngân hàng, tiệm cầm đồ, họ hàng hoặc bạn hữu thì không có lý gì bạn lại gia hạn nợ cho họ.

Nếu khách thuê không thể thanh toán tiền thuê nhà, hãy động viên họ tự nguyện rời đi. Bạn còn có thể miễn cho họ số tiền còn nợ. Trong một số trường hợp như vậy, chủ sở hữu trả tiền cho khách thuê để họ rời đi. Bởi lẽ, thà chịu mất một ít tiền mà thoát khỏi được những khách thuê không thanh toán tiền thuê và còn hơn là kéo dài thời gian tranh tụng pháp lý để đuổi họ ra khỏi nhà mình; rất có thể bạn phải tốn hàng ngàn đô la tiền thuê nhà và phí tổn luật sư. Nhưng nếu xảy ra trường hợp buộc phải nhờ pháp luật can thiệp để đuổi họ ra khỏi nhà mình, hãy tìm hiểu và theo đúng các thủ tục pháp lý. Nếu bạn không lưu ý đến từng chi tiết, toà án phân xử vấn đề nhà ở có thể bác đơn của bạn và buộc bạn phải đệ đơn kiện lại.

BẢO DƯỠNG BẤT ĐỘNG SẢN Ngoài việc bảo dưỡng và sửa chữa có tính chất dự phòng và hiệu chỉnh, hãy lập chương trình bảo dưỡng gồm ba loại như sau:

- Bảo dưỡng chăm sóc: Hãy cắt đặt cho một ai đó những nhiệm vụ chăm sóc sân vườn, dọn rác, làm sạch bên ngoài cửa sổ... Hãy luôn giữ cho toà nhà của bạn ngăn nắp và sạch sẽ.

- Bảo dưỡng thẩm mỹ: Kiểm tra định kỳ đất đai, vườn tược, diện tích chung và các căn hộ hoặc ngôi nhà cho thuê để làm mới lại vẻ đẹp bên ngoài của chúng. Chú ý sửa sang những chỗ bong sơn, vết bẩn trên thảm, vết cháy trên bề mặt đồ gỗ và những chỗ mòn hoặc sần rách. Việc thường

xuân chăm sóc bất động sản cho thấy sự quan tâm của bạn tới khách thuê ở đó.

- An toàn và an ninh: Luôn cảnh giác để phát hiện những vấn đề về bất ổn an toàn và an ninh. Trong trường hợp có hư hỏng, hãy nhanh chóng sửa chữa lại cầu thang, hệ thống đèn chiếu sáng, khoá cửa, chốt cửa sổ hoặc cửa chính. Xác định tình trạng hoạt động tốt của các thiết bị báo khói. Yêu cầu các khách thuê gọi điện thông báo ngay cho bạn nếu họ thấy bất kì mối nguy cơ tiềm ẩn nào đối với sức khoẻ, an toàn và an ninh.

TIẾN HÀNH VIỆC DỌN ĐI MỘT CÁCH SUÔN SẼ Có những lúc khách thuê của bạn sẽ chuyển đi ở chỗ khác. Tới lúc đó, hãy tạo điều kiện cho họ dọn đi một cách êm thấm nhất.

Thông báo trước bằng văn bản Hợp đồng cho thuê của bạn phải yêu cầu khách thuê thông báo ngày dọn đi bằng một văn bản chính thức (thường là trước 30 ngày, có thể ít hơn hoặc nhiều hơn). Thông báo này cho bạn thời gian để báo cho những khách thuê hạng nhất trong danh sách khách đang chờ thuê rằng chủ nhà tốt nhất trong khu vực (chính là bạn!) sẽ có một căn hộ trống để cho một khách hàng may mắn nào đó thuê được. Thông báo sớm cũng cho bạn thời gian sắp xếp những công việc - nếu thấy cần thiết hoặc muốn làm - để nâng cấp, sửa chữa.

Kiểm tra lại lần cuối Sắp xếp chương trình kiểm tra lại lần cuối căn hộ cho thuê vào ngày khách thuê của bạn chuyển đồ đạc. So sánh hiện trạng căn hộ với danh sách kiểm tra lúc dọn đến, với các tấm ảnh chụp hoặc cuốn băng video.

Thông thường nếu tôi đã tỏ ra kính trọng các khách thuê của tôi trong suốt thời gian họ trọ ở nhà tôi, thì khi tôi lên danh sách những hư hỏng thiệt hại mà họ gây ra và không bắt bồi thường quá mức, bao giờ họ cũng tỏ ra rất có trách nhiệm trong việc bồi thường các chi phí sửa chữa hợp lý.

THƯỜNG XUYÊN TÌM CÁCH TẶNG DÒNG TIỀN MẶT CỦA BẠN Rất hiếm người có thể vượt lên hàng đầu trong cuộc chơi này. Chúng ta trở nên lười biếng. Chúng ta không nhận ra những cơ hội. Một lần nữa

chúng ta lại để những quyết định tự phát và tùy tiện chi phối quá trình tư duy của chúng ta.

Hãy củng cố giá trị hiển nhiên. Tiêu tiền vào việc tạo ra những hiệu ứng ấn tượng tinh thần và lâu dài nhất.

Hãy tích cực chống lại những giây phút ngã lòng đó. Thường xuyên tìm cách tăng vị thế MVP và tăng dòng tiền mặt của bạn. Hãy thiết lập các hệ thống để kiểm soát đối thủ cạnh tranh. Nghiên ngẫm những than phiền của khách thuê và đề nghị của họ. Khẩn khoản yêu cầu các khách hàng tiềm năng phúc đáp. Hãy nói chuyện thường xuyên với mạng lưới vệ tinh mách mối của bạn, đọc những cuốn sách, bài báo về cách sáng tạo ý tưởng. Hãy tham dự những cuộc hội thảo và hội nghị về đầu tư và đăng ký các khoá học của trường Đại học Trump.

Sau đó, hãy lên chương trình thực hiện 90 ngày một lần, bạn hãy xem xét lại những kiến thức mà mình có thêm được. Dùng trực giác của bạn để sửa lại, đem lại sức sống mới cho nó, hoặc có thể cách mạng hoá chiến lược kinh doanh MVP của bạn. Những tờ bạc một - ngàn - đô la đang đợi những người bỏ công cúi xuống nhặt chúng.

MUỐN XÂY DỰNG KIM TỰ THÁP GIÀU SANG, HÃY BẮT ĐẦU KINH DOANH Mặc dù Donald Trump khởi đầu sự nghiệp của ông với nhiều tiền bạc vốn liếng hơn người, nhưng ông vẫn theo mô hình kim tự tháp truyền thống kinh doanh bất động sản. Khi sự nghiệp tiến triển, ông mới kinh doanh những bất động sản lớn hơn và thực hiện những thương vụ lớn hơn. Bạn nên theo phương pháp đó. Hãy bắt đầu với một bất động sản cỡ nhỏ, tăng thêm giá trị cho nó, bán nó đi và cứ thế lặp lại qui trình này. Qua một thời gian thì bạn cũng sẽ gây dựng được nhiều tài sản như bạn muốn.

Giá bất động sản ở thời điểm hiện tại làm cho giá ở thời Donald Trump và tôi bắt đầu đầu tư trở nên rất thấp. Nhưng những kĩ xảo tạo ra giá trị thông qua tiếp thị và quản lý, vẫn hiệu nghiệm. Tôi đã sử dụng chúng, những nhà đầu tư khác cũng dùng chúng, vậy bạn cũng có thể sử dụng chứ

sao. Hãy quản lý bất động sản của bạn thật khéo. Giống như Donald Trump, bạn có thể gieo hạt giống để tạo nên những rừng cây.

TRẢ GIÁ ÍT HƠN SO VỚI GIÁ TRỊ THỰC CỦA BẤT ĐỘNG SẢN

NHỮNG MÁNH LỜI ĐÀM PHÁN CỦA DONALD TRUMP

Donald Trump đặt tên cho cuốn sách đầu tay của ông là Nghệ thuật đàm phán kinh doanh vì một lý do rất hay. Theo ông Trump, việc đàm phán kinh doanh đòi hỏi "sự thoả hiệp, sự dàn xếp, tài ngoại giao và đặc biệt là những mảnh khoé". Đàm phán kinh doanh đòi hỏi "sự thuyết phục nhiều hơn là sức mạnh." Nó cần có một trí óc sắc như dao cạo chứ không phải là một chiếc xe ủi đất".

Để đạt được thành công, ông Trump khuyên: "Hãy nghĩ thật nghiêm túc về chiến lược và chiến thuật đàm phán của bạn như thể bạn hoá thân vào bất động sản đó". Nói tóm lại, ông Trump nhấn mạnh rằng, để đàm phán có lợi, bạn hãy áp dụng những nguyên tắc cơ bản sau: (1) tự hiểu rõ mình, (2) hiểu rõ đối tác, và (3) chuẩn bị, chuẩn bị nữa, chuẩn bị mãi.

Tự hiểu rõ mình: Bạn muốn đạt được điều gì thông qua cuộc đàm phán đó? Bạn không thể có được điều mình muốn nếu bạn không biết nó là gì và không biết cách yêu cầu để có nó. Đừng bao giờ bám lấy một yếu tố duy nhất là giá cả. Hãy tìm những cách để cơ cấu nguồn cung cấp tài chính, loại bỏ rủi ro và giải quyết các vấn đề.

Xác định mục đích của bạn trong phạm vi rộng để bạn có thể tìm kiếm những giải pháp thay thế nhằm đạt được các mục đích đó. "Tôi thường bắt đầu đàm phán bằng kế hoạch A, kế hoạch B và cả kế hoạch C nữa," ông Trump nói. "Nghệ thuật đàm phán là tìm ra những gì bạn thực sự muốn đạt được và sau đó, cố gắng đạt được chúng bằng nỗ lực sáng tạo của bạn."

Hiểu rõ đối tác: "Nếu bạn đang xây dựng một toà nhà cao tầng tầm cỡ thế giới," ông Trump nói, "bạn phải biết rõ loại vật liệu bạn dùng - điểm mạnh và điểm yếu của chúng, và chúng sẽ kết hợp với nhau như thế nào để tạo nên hiệu quả mà bạn mong muốn". Nguyên tắc này cũng được áp dụng cho việc xây dựng một cuộc đàm phán kinh doanh - chỉ khác ở chỗ thay bằng làm việc với những nguyên vật liệu như sắt, kính, đá cẩm thạch và đồng thau thì nguyên vật liệu của bạn ở đây là con người.

"Thậm chí đừng nghĩ về việc thương lượng vội," ông Trump khuyên, "Trước hết bạn phải tìm hiểu kỹ hy vọng, ước mơ, cá tính, và cả mục đích của những người mà bạn sẽ đàm phán với họ. Nếu bạn định thuyết phục người ta chấp thuận đề xuất của bạn, tiên bạn cần phải tìm hiểu tại sao họ chịu bỏ công ra tiếp chuyện bạn."

Ông Trump nói: "Trong phạm vi rộng, nghệ thuật đàm phán kinh doanh là học cách biết người, biết ta. Những nhà thương thuyết hàng đầu rất dễ biến đổi theo hoàn cảnh. Họ đáp lại đối tác bằng chính phong cách của đối tác đó. Họ làm cho giọng điệu, âm sắc, những ngôn ngữ bằng cử chỉ, các thông tin và lập luận thích ứng với tình huống và những con người có liên quan." Trong quan điểm của ông Trump, chỉ có tay nghiệp dư có hạng hoặc một gã khôn ngoan tự cao tự đại mới lao vào đàm phán một cách không khoan nhượng. Những nhà thương thuyết khôn ngoan sẽ hâm nóng nhiệt tình và thu hút người chơi khác.

Chuẩn bị, chuẩn bị nữa, chuẩn bị mãi: Ông Trump ưa nói về toà nhà ở số 40 Phố Wall như là cuộc đàm phán kinh doanh hay nhất của mình - cả vì những cái mà chính ông đã đạt được (phục hồi viên ngọc quý bị mờ xỉn khiến nó sáng long lanh trở lại) và về lợi nhuận mà ông kiếm được từ nó. Để thực hiện được điều đó, ông đã chuẩn bị tỉ mỉ tới từng chi tiết.

Để tìm hiểu sâu hơn về nhu cầu của chủ sở hữu bất động sản đó, ông Trump đã phải bay sang Đức để nói chuyện trực tiếp với ông này, và cũng vì thế, ông đã phải vượt qua cả đoàn gác cổng đang cố ngăn chặn cuộc đàm phán đó. Nhưng ngoài việc biết được mong muốn của các chủ đất và chủ toà nhà, ông Trump còn biết rõ về toà nhà, về thị trường và về những khả

năng của bất động sản đó nhiều hơn bất kì ai khác Có phải ông đã có được những hiểu biết đó trong chốc lát? Không phải thế, ông thừa nhận: "Thành công cá nhân và thành công về mặt tài chính của tôi trong vụ 40 Phố Wall tất cả là do tôi đã để mắt tới toà nhà đó từ nhiều năm. Khi thời điểm tới, tôi tìm hiểu xem phía đối tác cần gì, và tôi đã chuẩn bị sẵn sàng để hành động."

Chúng tôi đã đàm phán thành công trong một vụ mua bán rất hời khi mua Swifton Village vì chúng tôi biết rằng F.H.A. thực sự muốn bán tổng, bán tháo nó đi.

Trả giá ít hơn so với giá trị thực của bất động sản, như thế là tự bạn có thể tạo ngay được một khoản lời cho mình. Thêm vào đó, một chiến lược mua nhằm “trả giá ít hơn so với giá trị của bất động sản” sẽ tạo ra giá trị MVP (bất động sản có giá nhất) tiềm năng cho các khách hàng tương lai. Thật khó mà đưa ra cho khách thuê hoặc khách mua một đề xuất có giá trị nhất (và đồng thời kiếm lợi nhuận cao cho bản thân mình) nếu bạn không có được giá hời nhất lúc mua vào.

LÀM SAO ĐỂ XÁC ĐỊNH ĐƯỢC GIÁ HỜI NHẤT Có một câu hỏi như thế này: Bạn làm cách nào để xác định được “giá hời nhất?” Khi tôi nói: “Trả giá ít hơn so với giá trị thực của bất động sản”, hầu hết mọi người đều kết luận ngay rằng điều đó có nghĩa là: “Trả giá thấp hơn so với giá chung của thị trường”. Đó chỉ là một cách hiểu vắn tắt. “Trả giá ít hơn so với giá trị thực của bất động sản” bao gồm tất cả những khả năng sau:

- Mua với giá thấp hơn giá trị thị trường.
- Mua với giá thấp hơn giá trị sử dụng.
- Mua với giá thấp hơn giá trị chuyển đổi.
- Mua với chi phí thu xếp tài chính thấp hơn mức thị trường.
- Mua với khoản thanh toán hết nợ thấp hơn mức cân đối.
- Mua với chi phí hoạt động dưới mức trung bình.
- Mua với khoản thanh toán hết nợ thế chấp đã được giảm xuống.

MUA VỚI GIÁ THẤP HƠN GIÁ TRỊ THỊ TRƯỜNG Như đã đề cập ở chương 2, nhiều tác giả của cuốn sách dạy cách “làm giàu từ bất động sản” thúc giục độc giả của họ tìm những người bán có động cơ, những người đang lâm vào cảnh khó khăn về tài chính đến nỗi họ sẽ vừa bán vừa cho bất kì ai có thể “bố thí” họ một món tiền bé mọn và trả tiền thuê một chiếc xe tải cho họ chuyển đi.

Dù rằng vụ thoả thuận mua bán trên giấy tờ có hay đến đâu, hãy cho qua đi nếu trực giác của bạn nói "không" với nó.

Mặc dù trong một số trường hợp thì cách thức này có hiệu quả, nhưng thỉnh thoảng nó có thể đòi hỏi quá nhiều công sức mà được đền đáp quá ít. Một tác giả nói rằng trong khoảng 100 bất động sản rao bán thì thực hiện được mười đề xuất mua, và chỉ chốt được một vụ thoả thuận mà thôi. Tôi cho rằng bạn có thể vượt lên trên tầm những con số lẻ ít ỏi này, nhưng ý nghĩa công kích chung của câu nói đó là đúng. Với mỗi vụ thoả thuận có lời, có hàng tá những ngõ cụt.

May thay, nếu muốn mua với giá thấp hơn giá trị thị trường bạn không cần phải hạn chế việc tìm kiếm, trong số những người đang chuẩn bị li dị, đang bị tịch biên tài sản để thanh lý nợ thế chấp, hoặc đang bị phá sản, hoặc nợ nần ngập đến cổ. Bạn có thể đàm phán những thoả thuận mua bán hấp dẫn tương tự (và ít phiền hà hơn) với những chủ sở hữu bất động sản loại khác.

Để bán tài sản của họ với giá ngang bằng giá trị thị trường, các chủ sở hữu bất động sản cần có thời gian, kiến thức và thành thạo kỹ năng tiếp thị (nếu không họ sẽ phải thuê một ai đó tư vấn cho họ kiến thức và bí quyết bán hàng). Thêm vào đó, những người bán theo giá thị trường cần phải đi thuê chỗ ở trọ khác với biết bao phiền phức khó chịu để chuẩn bị cho bất động sản của họ sẵn sàng bán, đưa khách mua đi xem nhà, thương lượng việc mua bán, và sau đó lại lo đứng, lo ngồi vì không biết những khách hàng tiềm năng đã gửi đề xuất mua bằng văn bản có thực lòng muốn mua và có thực sự đủ khả năng để hoàn tất vụ mua bán đó không.

Bây giờ hãy biến đổi những yêu cầu thông thường để đạt được giá bán ngang với giá trị thị trường thành lợi thế của bạn. Để tìm ra hoặc đàm phán một giá mua hời, hãy nhận biết những chủ sở hữu bất động sản thiếu thời gian, kiến thức, hoặc kỹ năng, hoặc những người muốn bán nhanh gọn và không phiền hà. Đây là một số loại chủ sở hữu (người bán) khác nhau, những người thiếu ý chí hoặc khả năng để kiên trì theo đuổi giá bán bằng giá trị thị trường.

Những người bán tháo Những chủ sở hữu này không định giá bất động sản của họ như họ định giá bất kì cái gì khác. Họ muốn bán (càng nhanh càng tốt) để họ có thể tiếp tục cuộc sống riêng của họ. Có thể là một nhà dưỡng lão ở bang Florida, một công việc mới ở San Diego, hoặc một cơ hội làm ăn duy nhất trong đời. Đối với những chủ sở hữu này thì “vợ người bao giờ cũng đẹp hơn” Họ đồng ý chốt hợp đồng nhanh chóng và chắc chắn. Những người bán như thế này bao giờ cũng giảm giá bán của họ.

Những người “không thiết bán”

Trái lại với những chủ sở hữu muốn bán tháo - những người bán bất động sản vì động cơ thúc đẩy họ là để thực hiện những giấc mơ khác mà họ đang đeo đuổi - những người “không thiết bán” bán chỉ vì họ mong muốn trút bỏ được một gánh nặng. Có thể chủ sở hữu là một người gàn dở hay cáu kỉnh mà những phương pháp quản lý được trù tính kém đã làm ông ta tức điên. Có thể là một gia đình chuyển về nhà mới của họ trước khi họ bán được ngôi nhà cũ. Lúc đó những khoản thanh toán tiền vay thế chấp, thuế bất động sản và phí bảo hiểm đã ngốn hết khoản thu nhập hàng tháng của họ. Những người “không thiết bán” này cần được giải thoát khỏi các phiền hà đó hơn là họ muốn tăng số tiền bán bất động sản.

Hãy lưu ý tới chi tiết là những người bán như thế này sẽ cảm thấy vui sướng đến mức nào khi bạn nhắc tảng đá lớn ra khỏi đôi vai vốn nặng gánh cuộc đời của họ nhé. Để đền đáp lại bạn, họ sẽ giảm giá cho bạn đấy.

Những người bán không hiểu biết Một số chủ sở hữu bất động sản không biết giá trị thị trường của bất động sản mà họ đang sở hữu. Tôi thích những bất động sản được chủ sở hữu tự bán và những chủ sở hữu bất động

sản đó ở ngoài vùng, (hãy nhớ lại vụ tôi mua với giá dưới giá trị thị trường mà bạn đọc ở chương 3) trong số những loại người bán bất động sản này.

Thỉnh thoảng bạn cũng có thể thấy một số đại lý bất động sản cũng xác định sai giá trị của bất động sản họ môi giới. Rất may cho các nhà đầu tư, một số chủ sở hữu bất động sản chọn những nhà môi giới trong số thành viên các gia đình, bạn bè hoặc những người quen biết để đưa bất động sản của họ lên sàn giao dịch - thậm chí những người được tin cậy này cũng không hiểu biết đầy đủ về bất động sản của họ, tình trạng khu vực dân cư ở đó, hoặc thị trường mục tiêu vào thời điểm đó.

Gần đây, một ngôi nhà mới được rao bán ngay phía sau bất động sản mà tôi sở hữu, ít ngày sau tôi gọi điện hỏi môi giới tại sàn giao dịch bất động sản để biết thêm chi tiết, cô ta trả lời: “Ồ, chúng tôi đã lập hợp đồng mua bán cho ngôi nhà ấy ngay hôm đầu tiên, chúng tôi có tới bốn đề xuất mua với giá không bớt một xu.” Tất nhiên người môi giới đã bán ngôi nhà đó với nguyên giá chào bán, không bớt một xu, nhưng rõ ràng không phải với đúng giá trị thị trường của nó. Trong giao dịch đó, người môi giới đã không tới xem nhà để biết đầy đủ về bất động sản đang được giao dịch (và chủ sở hữu thì sống ở ngoài vùng).

Bạn có thể xác định vị trí bất động sản của các chủ sở hữu sống ngoài vùng bằng cách dò theo địa chỉ họ đăng ký để gửi thông báo thanh toán thuế bất động sản trong sổ sách của chuyên viên định giá bất động sản (bây giờ ở nhiều nơi những thông tin đó đã được đưa lên mạng). Để nhận biết những bất động sản (có khả năng) bị các nhà môi giới bất động sản định giá sai, tôi luôn nhanh mắt quan sát những biển báo của những hãng môi giới kinh doanh bất động sản hiếm khi (hoặc chưa bao giờ) có mặt ở khu dân cư đó.

Thoạt đầu họ muốn bán Mar-a-Lago với giá 25 triệu đô la.

Sau một số vụ đàm phán không thành, quỹ này đã nản lòng. Tôi đề xuất giá mua 8 triệu đô la - bao gồm cả bất động sản và trang bị nội thất tuyệt đẹp bên trong. Với lời hứa hẹn chốt hợp đồng nhanh, họ đã chấp nhận.

Những người kiếm được của trời cho Với những người thừa kế gia tài là bất động sản, họ muốn thử kiếm tiền cực nhanh không, hoặc họ có muốn kiếm tiền cực nhiều? Kiếm tiền cực nhanh nghe hấp dẫn hơn. Nếu bất động sản được thừa kế từ cha mẹ hoặc người thân, vì những lý do tình cảm, có thể người được thừa kế không muốn phải phiền lòng với qui trình đăng ký giao dịch và bán nó. Nếu bất động sản đó, đã bị thế chấp, thì hoặc chính di sản đó, hoặc những người thừa kế sẽ phải tiếp tục thanh toán cả vốn lẫn lãi, cộng thêm tiền thuế và bảo hiểm cho khoản vay thế chấp đó hàng tháng. Theo tình hình đó, bán tháo đi có vẻ tốt hơn. Hãy đề xuất mua chốt hợp đồng nhanh, không phiền hà và yêu cầu giảm giá. Có thể họ sẽ chấp nhận đề xuất đó.

Trước khi chúng trở thành "hàng nóng" trên thị trường, các chủ sở hữu bất động sản đã bán quyền sở hữu không gian phía trên bất động sản của họ với giá gần như biểu không - họ cho rằng đó là những khoản "tiền bắt được".

Bạn có thể mua với giá thấp hơn giá trị thị trường Có rất nhiều chủ sở hữu bán thấp hơn giá trị thị trường. Một số hạ giá bán để khỏi lâm vào cảnh túng quẫn, phiền toái, tránh những sự trì hoãn hoặc tiết kiệm chi phí. Những người khác lại ra giá hời do thiếu hiểu biết. Họ không có những hiểu biết trực tiếp, hoặc họ dựa vào những người tưởng như chuyên gia trong lĩnh vực bất động sản nhưng lại không thể cho họ một lời khuyên thông thái đúng lúc.

Hãy đặt một hệ thống phát hiện các bất động sản ở chỗ có thể giúp đưa những vụ mua bán đó vào tầm ngắm của bạn (xem phần thảo luận cuối chương này). Nhưng đồng thời cũng phải mở rộng phạm vi tìm kiếm của bạn. Hãy làm cho sự nhạy bén về kinh doanh và các kỹ năng đàm phán của bạn thêm sắc sảo. Đôi lúc, bạn có thể mua bất động sản với giá thấp hơn giá trị thực của nó, cũng có thể bạn trả bằng giá thị trường (hoặc thậm chí cao hơn giá trị thị trường nếu bạn buộc phải làm như vậy).

MUA VỚI GIÁ THẤP HƠN GIÁ TRỊ SỬ DỤNG Nếu xem xét kỹ một bất động sản, bạn có thể tìm ra cách làm tăng giá trị của nó. Nó có bao

gồm một mảnh đất rộng đủ để xây được một căn nhà riêng nữa không? Nó có bao gồm gara, tầng hầm hoặc tầng áp mái để có thể chuyển đổi thành một căn hộ được không? Bạn có thể chuyển đổi những diện tích “chết” thành những nơi chứa đồ, hoặc những nơi chứa đồ thành những diện tích sinh hoạt được không? Bạn có thể sắp đặt lại mặt bằng sàn để tăng thêm tính riêng tư, đường đi, diện tích phòng hoặc số lượng phòng không? Bạn có thể xem xét những ý tưởng này và hàng tá những ý tưởng tạo thêm giá trị khác nữa (xem Chương 10).

Người ta trả tiền mua những lợi ích mà một bất động sản đem lại cho họ. Hãy làm tăng khả năng sử dụng của nó và bạn kiếm được tiền từ chúng ngay tức khắc. Nếu bạn mua một bất động sản với giá 250 ngàn đô la trong lúc giá trị thị trường của nó là 300 ngàn đô la thì bạn đã lời ngay 50 ngàn đô la (với điều kiện là bạn đã nghiên cứu đủ kỹ khu vực này để chắc chắn mình không mua ở một nơi giá đang hạ xuống). Cũng vậy, nếu bạn trả đúng với giá thị trường là 300 ngàn đô la để mua bất động sản đó rồi ngay lập tức bạn làm tăng giá trị sử dụng của nó lên 50 ngàn đô la nữa (giá trị hiện tại của khoản tiền cho thuê thu được thêm trong tương lai), bạn cũng kiếm được 50 ngàn đô la tiền lãi hết như khi bạn mua bất động sản đó với giá dưới giá thị trường 50 ngàn đô la. Cách này hay cách kia thì bạn cũng đã mua với giá thấp hơn giá trị thực của bất động sản đó. Bạn hãy trả đúng giá thị trường hoặc thấp hơn nếu có thể. Nhưng đừng bao giờ bị ám ảnh bởi giá cả. Hãy tập trung vào tổng giá trị mà bạn có thể thực hiện được từ vụ mua bán đó. Có thể người bán không đòi giá quá cao. Cũng có thể bạn phải nhìn thấu suốt thực chất của vụ mua bán đó mới có thể quyết định được.

MUA THẤP HƠN GIÁ TRỊ CHUYỂN ĐỔI Khu dân cư thay đổi. Thị trường thay đổi. Mức giá bán và giá thuê tương ứng cũng thay đổi. Một toà nhà chung cư hỗn hợp, có thể là một dự án nhà chung cư sở hữu tư nhân trong tương lai. Một ngôi nhà theo phong cách kiến trúc thời Nữ hoàng Victoria hôm nay, ngày mai sẽ thành một toà nhà văn phòng. Hôm nay là một nhà kho, mai đã là một gác xép của các nghệ sĩ. Một nhà thờ của ngày hôm nay thì ngày mai có thể biến thành một cửa hàng tiêu thụ giảm giá.

Hãy luôn tìm kiếm cơ hội chuyển đổi bất động sản từ mục đích sử dụng cũ không còn đem lại lợi nhuận cao nhất sang một mục đích sử dụng mới phù hợp với các nhu cầu hiện đại hơn. Hãy mua bất động sản cũ với giá thị trường rồi kiếm lời từ việc chuyển đổi nó sang mục đích sử dụng khác.

MUA VỚI CHI PHÍ THU XẾP TÀI CHÍNH THẤP HƠN MỨC THỊ TRƯỜNG Bạn thanh toán tiền mua bất động sản bằng 2 cách: chi phí trả cho bất động sản và chi phí cho việc thu xếp tài chính. Giả dụ bạn có thể mua một bất động sản trị giá 300 ngàn đô la với giá thấp hơn giá thị trường là 275 ngàn đô la. Bạn sẽ thu xếp một khoản vay để cung cấp tài chính cho dự án mua của bạn là 250 ngàn đô la với lãi suất 7,5% một năm (lãi suất hiện hành của thị trường) trong vòng 30 năm. Hoặc là, bạn tìm được một người bán bất động sản của họ cho bạn với giá bằng đúng giá thị trường là 300 ngàn đô la nhưng bạn phải tiếp quản món nợ thế chấp hiện hành của người đó. Món vay thế chấp của người đó còn phải trả là 275 ngàn đô la và lãi suất cố định là 6% một năm, và thời hạn trả nợ còn 27 năm.

Những điều kiện khác giống nhau, bạn sẽ chọn cách mua nào? Trong trường hợp này thì việc gánh nợ vay thế chấp sẽ cho kết quả tốt nhất. Nhiều nhà đầu tư khôn ngoan không chỉ tìm kiếm những bất động sản có giá bán dưới giá trị thị trường, mà còn tìm cả những bất động sản mua bị thế chấp với lãi suất thấp hơn lãi suất vay hiện hành của thị trường.

Thêm vào việc gánh nợ vay thế chấp, đôi khi bạn cũng có thể thu xếp các khoản vay lãi suất thấp hơn bằng việc mua “tùy thuộc”, người bán chuyển lùi hạn thanh toán, người bán trả trước. Với kiểu mua “tùy thuộc”, bạn đồng ý trả khoản nợ thế chấp của người bán nhưng bạn không làm giấy tờ cam kết với ngân hàng cho vay thế chấp của người bán. Với kiểu người bán chuyển lùi hạn thanh toán, người bán sẽ chấp thuận cho bạn thanh toán tiền mua làm nhiều lần theo “kế hoạch trả góp”. Bạn sẽ phải thoả thuận thời hạn thanh toán và chi phí trực tiếp với người bán.

Trong một vụ mua bán theo hình thức người bán trả trước, người bán sẽ trả phí cho ngân hàng cho vay thế chấp, và để đáp lại, ngân hàng cho vay

sẽ cho bạn vay với một mức lãi suất thấp hơn lãi suất thị trường. Đôi khi những người bán lại sử dụng hình thức người bán trả trước, thay vì hạ giá bán bất động sản của họ. (Để biết thêm chi tiết, hãy đọc cuốn 106 bí mật về thế chấp mà tất cả những người vay nợ cần phải biết - nhưng ngân hàng cho vay lại không nói cho họ biết).

MUA VỚI KHOẢN THANH TOÁN HẾT NỢ THẤP HƠN MỨC CÂN ĐỐI Bạn tìm ra một vụ bán non, một chủ sở hữu đang nợ nần túng quẫn và muốn thanh toán nợ mua bất động sản của họ. Người này chỉ muốn bắt đầu lại từ đầu. Bất động sản của anh ta có giá thị trường là 200 ngàn đô la. Tổng khoản nợ mà anh ta vay để mua bất động sản đó bao gồm khoản vay thế chấp thứ nhất là 140 ngàn đô la, khoản vay thế chấp thứ hai là 40 ngàn đô la, một khoản 10 ngàn đô la toà phán quyết quyền của chủ nợ thế chấp theo thông báo trên thẻ tín dụng (lúc này do người được phép thu nợ nắm giữ), và một khoản 6 ngàn đô la tiền nợ được đảm bảo bằng quyền sở hữu bất động sản cho những nhà thầu cung cấp nguyên vật liệu và nhân công được dùng vào việc nâng cấp, sửa sang bất động sản để đưa ra bán.

Chủ sở hữu bất động sản chưa trả được bất kì một khoản nợ nào nói trên trong vòng hơn ba tháng, anh ta thiếu tiền mặt và cũng không thấy có hy vọng sớm tìm được một công việc có thu nhập để trả nợ ở thành phố này. Vì vậy, anh ta nóng lòng muốn ra đi.

Khả năng thanh toán non các khoản nợ Thoạt nhìn, vụ mua bán này có vẻ như không có triển vọng thành công. Những quyền pháp lý nắm giữ thế chấp đối với bất động sản này (tổng cộng là 196 ngàn đô la) đã ngốn gần như sạch giá trị thị trường của nó. Với những khoản tiền lãi chưa được thanh toán và các chi phí liên quan tới qui trình pháp lý thêm vào số dư trên mỗi ngày, thì khoản nợ sẽ vượt quá giá trị của bất động sản.

Nhưng một người kinh doanh bất động sản khôn ngoan thì vẫn có khả năng mua được bất động sản này thấp hơn giá trị thực của nó. Chủ sở hữu không phải người duy nhất lo lắng về hoàn cảnh tài chính cùng quẫn của mình. Người bán cho anh ta, người được phép thu nợ và nhà thầu nâng cấp,

sửa sang bất động sản đó đều đang lo lắng không biết họ có đòi lại được tiền từ chủ sở hữu bất động sản này không.

Sau khi mất hàng tuần lễ vô ích với những lãnh đạo cao cấp, tôi tới gặp người đứng đầu của Hyatt , ông Jay Pritzker. Gần như ngay lập tức chúng tôi đạt được thoả thuận mua bán. Khi đàm phán, bạn nên gặp trực tiếp người có quyền quyết định.

Trong một vụ bán tài sản tịch thu để thế nợ (hoặc trong một vụ phá sản được toà chấp thuận), mỗi một chủ nợ thứ cấp có nguy cơ sẽ mất một phần hoặc toàn bộ số tiền mà con nợ phá sản đó đang nợ họ. Có vẻ như họ đã hiểu ra rằng thà lấy lại được (dù chỉ chút ít) ngay bây giờ còn hơn là để đến sau này chẳng còn gì mà lấy.

Vì vậy, bạn thương lượng với chủ sở hữu bất động sản đó và cho họ cái mà họ muốn: rũ bỏ được bất động sản đó mà không bị các chủ nợ nắm áo, túm chân lôi lại. Bạn đặt điều kiện cho đề xuất mua là bạn phải đạt được thoả thuận với các chủ nợ có quyền nắm giữ thế chấp trên bất động sản đó.

Kết quả Sau những cuộc thảo luận thuyết phục riêng với từng chủ nợ, người bán bất động sản cho chủ sở hữu hiện tại và hiện đang giữ khoản thế chấp 40 ngàn đô la nói trên đồng ý chấp nhận khoản thanh toán 25 ngàn đô la, hãng thu nợ đồng ý chấp nhận 2500 đô la, và nhà thầu được dàn xếp với 3 ngàn đô la. Ngân hàng cho vay thế chấp (đối với khoản vay thứ nhất) của chủ sở hữu không xê dịch gì khoản nợ nại 140 ngàn đô la vì nhà quản lý giảm nợ vay của ngân hàng cảm thấy rằng ngân hàng nhất định cũng sẽ lấy lại được số tiền khi kê biên tài sản tịch thu để thế nợ hoặc trong trường hợp thanh lý tài sản phá sản.

Đây là các khoản bạn sẽ phải trả khi mua bất động sản đó:

Thế tức là bạn đã mua được bất động sản đó thấp hơn giá trị thị trường của nó tới 29.500 đô la. Thậm chí ngay khi những quyền nợ thế chấp đối với bất động sản có vẻ như sẽ nuốt sạch giá trị tài sản bị cầm cố sau khi trừ thuế - và cả mọi khả năng “mua với giá thấp hơn giá trị thị trường” thúc đẩy người bán mua vào lúc ban đầu - hãy tính toán những khả năng thanh

toán non nợ thế chấp bằng số tiền thấp hơn giá trị thực của các khoản nợ đó. Bằng cách đó, bạn vẫn được cơ cấu một vụ mua bán mang lại lợi nhuận cho bạn ngay.

MUA VỚI CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG DƯỚI MỨC TRUNG BÌNH
Những nhà môi giới bất động sản và chủ sở hữu đặc biệt thường hay dựa vào phương pháp so sánh giá bán để định giá nhà, căn hộ sở hữu tư nhân và các toà nhà chung cư nhỏ. Phương pháp so sánh giá bán (mà bạn sẽ đọc ở chương 14) thường so sánh và đối chiếu những điểm nổi bật khác nhau của các bất động sản theo những đặc điểm nhìn thấy được như diện tích toà nhà, bố trí mặt bằng sàn và diện tích đất. Phương pháp so sánh giá bán chủ yếu giả định rằng những gì bạn (hoặc người thẩm định hộ bạn) nhìn thấy là những gì bạn có được.

Chi phí hoạt động thấp sẽ làm tăng giá trị Một nhà đầu tư khôn ngoan sẽ nhìn thấy cả những thứ không hiển thị ra ngoài. Khi bạn kiểm tra một bất động sản, hãy xem xét cả khía cạnh bất động sản đó có chi phí hoạt động thấp hay cao (bao gồm thuế bất động sản, các dịch vụ cung cấp, bảo trì, v.v...) với các bất động sản để so. Phần lớn những người mua nhà và nhiều nhà đầu tư, dù ít hay nhiều, cũng nhận thấy rằng chi phí hoạt động của các bất động sản đem so sánh không khác nhau là mấy. Vì vậy các khái toán giá trị thị trường coi nhẹ những khoản chi phí hoạt động thực tế cho bất động sản. Kết quả là khi bạn tìm ra được một bất động sản có chi phí hoạt động thấp, bạn có thể mua nó với giá thấp hơn giá trị thực của nó.

Thế giá trị thực của bất động sản là bao nhiêu?

Thêm vào phương pháp so sánh bán, các nhà đầu tư khôn ngoan sử dụng phương pháp doanh thu vốn hoá để định giá bất động sản. Nói một cách đơn giản:

Trong công thức trên, NOI (doanh thu hoạt động ròng) bằng tiền thuê thu được hàng năm trừ đi chi phí hoạt động, và R (lãi suất vốn hoá) bằng tỷ lệ thu lợi nhuận của thị trường mà các nhà đầu tư bình thường phải đạt được. Ví dụ, giả định rằng tiền thuê một bất động sản là 2.000 đô la một

tháng và chi phí hoạt động cho nó là 40% trên giá trị tiền thuê, lãi suất vốn hoá ở đây là 10%:

$V = 144.000$ đô la Phương pháp so sánh bán cũng định giá bất động sản này trong khoảng 140 ngàn đến 150 ngàn đô la.

Bây giờ bạn tìm thấy một bất động sản tương tự. Phương pháp so sánh bán chỉ ra giá trị của nó từ khoảng 140 ngàn đến 150 ngàn đô la. Bất động sản này có thể cho thuê với giá 2.000 đô la một tháng (24 ngàn đô la mỗi năm). Nhưng không giống những bất động sản dùng để so sánh với nó, chi phí hoạt động của bất động sản này chỉ tốn 25% tiền thuê so với 40% tiền thuê của những cái kia (do cách nhiệt nhiều hơn, mái nhà bền chắc hơn, chi phí năng lượng ít hơn cho cửa ra vào, cửa sổ và hệ thống sưởi ấm, thông gió, điều hoà; chi phí bảo trì bên ngoài thấp hơn, vân vân...). Áp dụng phương pháp doanh thu vốn hoá, bạn xác định giá bất động sản này là 180 ngàn đô la.

$V = 180.000$ đô la Vì bạn có thể mua bất động sản này với giá trị thị trường theo phương pháp so sánh bán vào khoảng 140 ngàn - 150 ngàn đô la, bạn thực sự đã mua nó với giá thấp hơn giá trị thị trường của nó khi được dùng để cho thuê (phát sinh thu nhập) chứ không phải để ở đơn thuần.

Để minh họa cho điểm này, tôi đã đơn giản hoá ví dụ trên. (Chúng ta sẽ xem xét một cách chi tiết hơn ở chương 14.) nhưng các công thức vẫn giữ nguyên. Trong giới đầu tư bất động sản (khi những điều kiện khác là như nhau), một bất động sản đòi hỏi chi phí hoạt động thấp sẽ có giá trị cao hơn so với những cái có chi phí hoạt động cao. Hơn nữa, thỉnh thoảng bạn còn có thể tìm ra những bất động sản có chi phí hoạt động thấp được định giá thấp hơn giá trị đầy đủ của nó.

LÀM SAO ĐỂ TÌM RA MỘT VỤ MUA BÁN Bạn có thể tìm ra một vụ mua bán hời ở đâu? Ở bất kì đâu và ở mọi nơi. Donald Trump là một nhà đàm phán thành công vì ai ai cũng biết là ông rất cởi mở với các đề xuất. Từ những năm đầu khởi nghiệp, ông đã nắm vững nghệ thuật tự quảng cáo mình. Ông không chỉ tìm kiếm các cơ hội mà còn mời các cơ hội tới với mình.

Trên đường từ sân bay Palm Beach tiến vào thành phố, hai toà tháp mới xây màu trắng tinh khôi đập vào mắt tôi. Tôi tìm hiểu xem ai sở hữu chúng và phát hiện ra rằng, một ngân hàng vừa tịch thu tài sản thế chấp. Tôi nhanh chóng mua dự án bất động sản trị giá 120 triệu đô la đó với giá 40 triệu đô la. Bạn có thể tìm được những vụ mua bán hời ở mọi nơi nếu bạn luôn mở đôi mắt và đầu óc mình cho các cơ hội đến với bạn.

Bạn cũng vậy, bạn hãy luôn luôn để ý phát hiện hoặc tạo ra những vụ mua bán hời. Hãy mở lời hỏi han, tìm kiếm thông tin. Nhưng một việc không kém phần quan trọng là phải khuyến khích mọi người mang cơ hội lại cho bạn, trước khi vụ mua bán được cả thành phố xem xét mua.

Cạnh tranh để mua các bất động sản Thịnh vượng bạn có thể mua được chào bán bất động sản với giá thấp hơn giá thị trường, những bất động sản này đã trên thị trường nhiều tháng - thậm chí hàng năm mà chưa có người mua. Nhưng ngày nay, những vụ mua bán giá hời thường được người ta biết ngay. Trên thị trường bất động sản cạnh tranh khốc liệt, các nhà đầu tư (hoặc những người mua nhà ở) chớp lấy các cơ hội mua hời trong vòng vài tuần lễ từ khi nó ra mắt thị trường. Thường thường, những vụ mua bán như vậy chỉ diễn ra trong vài ngày - thậm chí vài giờ.

Hãy tìm bằng nhiều cách Để được tham dự vào các vụ mua hời, bạn phải khai thác nhiều cách tìm kiếm và phát hiện. Hãy sử dụng bất kì cách nào dưới đây:

Mạng lưới truyền thanh Hãy nói với tất cả những ai mà bạn biết. Hãy hỏi họ xem họ có dự định bán hoặc biết ai có ý định bán bất động sản không. Hãy hỏi dò những khả năng thay đổi cuộc sống (xem có ai sắp về hưu, sắp chuyển chỗ ở, đang ly hôn, bị kê biên tài sản để thế nợ thế chấp, mất việc và v.v...?)

Các vệ tinh mách mối Do nghề nghiệp hoặc công việc, một số người thường xuyên biết về những vụ mua bán tiềm năng trước những người khác (những người làm vườn, nhân viên bưu tá, luật sư (cho những vụ ly hôn, tịch biên tài sản thế nợ thế chấp, chứng thực di chúc, phá sản), thợ cắt tóc, làm đầu, những nhà quản lý của hiệp hội chung cư, thợ khoá, người sửa

chữa lật vật, thợ sơn...). Hãy thoả thuận trả cho họ một khoản tiền thưởng là 500 đô la (nhiều hơn hoặc ít hơn tùy bạn) nếu mỗi lần vệ tinh của bạn dẫn được một mối mua mà bạn chốt được hợp đồng với họ.

Báo chí (quảng cáo bán)

Mỗi sáng, bạn nên đọc phần quảng cáo rao vặt về bán nhà. Đặc biệt chú ý vào các quảng cáo về những bất động sản do chính chủ bán mới xuất hiện lần đầu và các quảng cáo của môi giới có viết “mới niêm yết trên danh sách giao dịch”. Hãy tìm kiếm những dấu hiệu mua bán thông thường như “người bán có động cơ”, “nhận trách nhiệm cung cấp tài chính”, “người bán cho trả góp”, “hợp đồng đất”, “mới niêm yết trên danh sách giao dịch”, “mua nhanh kéo hết”, “phải bán”, và những cụm từ khác cho thấy người bán là người linh hoạt và có động cơ.

Nhưng cũng nên cẩn thận. Những người bán hoặc môi giới bất động sản thường dùng chiêu này để câu khách sộp nhằm tăng giá lên cao. Dù sao bạn cũng nên gọi một cú điện thoại để tìm hiểu xem gỗ của họ có tốt như nước sơn họ phủ lên không.

Mặc dù những cụm từ kiểu “có động cơ” cho thấy dấu hiệu của một vụ mua bán hời nhưng những quảng cáo khiêm tốn cũng có thể cho nhiều điều hứa hẹn. Hãy tìm những quảng cáo giản dị đưa ra giá thấp (hoặc một số đặc điểm hấp dẫn) cho khu vực dân cư đó. Quảng cáo đó có thể chỉ ra rằng người bán là người ít hiểu biết về lĩnh vực này.

Báo chí (quảng cáo thuê/thuê-mua)

Hãy nhớ liếc qua những quảng cáo thuê/thuê-mua nữa nhé. Bạn có thể phát hiện ra một số từ cho thấy một vụ mua bán tiềm năng đang hình thành. Những người bán “lấp lửng” đó thường linh hoạt với các điều kiện mua bán hơn vì họ không cần phải tìm cách bán chắc chắn và chốt hợp đồng nhanh với khách hàng. Hãy ghi nhớ những quảng cáo cho thuê đã được đăng 2 hoặc 3 tuần trở lên. Những quảng cáo này cho thấy một chủ nhà khó tính hoặc không thoả mãn với những khách đã hỏi thuê và hiện giờ đang cởi mở với những đề xuất mua.

Báo chí (thông báo)

Báo chí thường có nhiều manh mối hơn mục rao vặt về bất động sản. Chúng liệt kê tin trẻ mới sinh, tin buồn, tin hưu trí, tin tịch biên tài sản, tin phá sản và các vụ kiện. Bất kì một sự kiện nào như vậy cũng có thể làm người ta muốn bán bất động sản. Nhiều người sẵn giá mua hời thường theo đuổi các manh mối này bằng cách gọi điện hoặc viết thư hỏi.

Internet Hàng ngàn trang web giao dịch bất động sản có danh sách các bất động sản để bán - tất cả từ eBay tới tịch biên tài sản thế chấp, từ bất động sản do chủ sở hữu tự bán hoặc bất động sản bán qua môi giới (Dịch vụ giao dịch phức hợp (MLS) cũng như các website của một hãng hay một đại lý môi giới bất động sản cụ thể) cho đến các trang rao vặt trên báo. Hãy vào các trang web có danh mục các bất động sản ở khu vực mà bạn tin là có nhiều triển vọng. Hãy theo dõi những đặc điểm, khu vực dân cư và mức giá mà họ bán được nhanh nhất. (Ngoài việc tìm kiếm bất động sản, trang web MLS của địa phương còn giúp bạn luôn cập nhật được xu hướng và các điều kiện thị trường.)

Bán bất động sản bị tịch thu thế chấp Nếu một chủ sở hữu bất động sản bị vỡ nợ, không tìm ra một biện pháp gì để giải quyết với chủ nợ có quyền tịch thu thế chấp của mình, bất động sản đó sẽ phải đem ra bán đấu giá. Bạn có thể tham dự đấu giá hoặc mua bất động sản đó từ người thắng cuộc đấu giá.

Thông thường, bạn có thể mua giá thấp hơn thông qua cuộc đấu giá. Nhưng cách này có nhiều rủi ro nhất. Những người thắng cuộc thường phải giải quyết một loạt vấn đề như không có quyền đầy đủ trên bất động sản đó, có những khách thuê hoặc chủ sở hữu hết hạn vẫn còn ở lại, và tình trạng xuống cấp của bất động sản cùng với những vấn đề chưa phát lộ của nó.

Một cách khác mà bạn có thể tránh được việc trực tiếp tham gia đấu giá là bạn mua bất động sản từ người thắng cuộc đấu giá - thường là chính chủ nợ đang tịch biên thế chấp hoặc một người đầu cơ bất động sản. Bạn sẽ phải trả giá cao hơn (mặc dù không phải bao giờ cũng vậy), nhưng rủi ro ít hơn vì bạn có thể kiểm tra kĩ bất động sản khi mua và yêu cầu chủ sở hữu mới của bất động sản bị tịch biên này phải làm chứng thư cam kết, đảm bảo

quyền đầy đủ với bất động sản đó. (Những vụ bán bất động sản tịch biên thế chấp này thường đề xuất cho người mua một chứng thư cam kết của cảnh sát trưởng hoặc một loại quyền được đảm bảo khác. Bạn có thể đọc một tham luận lớn về những cơ hội mua trước hoặc sau khi tịch biên tài sản thế chấp trong cuốn Đầu tư vào bất động sản của tôi, tái bản lần thứ năm, hoặc nếu bạn thích nghe hơn đọc thì đã có đĩa Mp3 về bất động sản của trường Đại học Trump).

Những nhà môi giới bất động sản Hãy thiết lập quan hệ tốt với một hoặc nhiều nhà môi giới bất động sản, những người có thể thay mặt bạn xoay sở ngược xuôi. Những nhà môi giới sắc sảo lọc những bất động sản mới mới niêm yết trên danh sách giao dịch mỗi buổi sáng để tìm ra những bất động sản phù hợp với tiêu chí của những khách hàng ưu tiên của mình. Cũng chính những môi giới bất động sản biết về những bất động sản còn chưa niêm yết trên danh sách giao dịch nhưng sắp sửa được tung ra bán ở thị trường.

Cũng là một cách phổ biến khi các môi giới thương lượng mua bán theo kiểu “danh sách giao dịch bỏ túi”. Một “giao dịch bỏ túi” thường liên quan tới một bất động sản rất hấp dẫn được giữ lại chưa đưa lên Dịch vụ giao dịch phức hợp (MLS) cho tới khi những nhà môi giới thông báo cho khách hàng ưu tiên của mình là họ đang có một bất động sản như thế này.

Một nhà môi giới hiểu biết sẽ mong muốn tìm cho được những bất động sản và những vụ mua bán mà bạn đang cần. Nếu tiêu chí của bạn hợp lý, bạn sẽ gặp may. Một nhà môi giới hiểu biết không những giúp bạn tiết kiệm thời gian mà còn có thể mang lại cho bạn những vụ mua bán mà bạn không bao giờ tiếp cận được bằng cách khác.

Quảng cáo và xúc tiến Bạn đã bao giờ nhìn thấy những bảng thông tin quảng cáo “Tôi muốn mua những căn nhà xấu xí” chưa? Chắc hẳn nó làm nảy sinh được rất nhiều manh mối hay. Những bảng thông tin kiểu đó đáng giá một gia tài nhỏ và nó đầy rẫy ở trong các thành phố trên khắp đất nước này. Cho dù bạn không muốn tốn tiền vào kiểu quảng cáo như thế này nhưng bạn hãy theo phương châm của nó.

Hãy tự quảng cáo bạn như một nhà đầu tư bất động sản. Hãy gửi thư tới những khu dân cư. Treo các tờ rơi lên tay nắm cửa của các ngôi nhà. Đưa danh thiếp của bạn cho tất cả những người đưa thư, lái xe tắc xi và phục vụ nhà hàng mà bạn gặp. Hãy nói với họ về phần thưởng cho vệ tinh mách mối của bạn. Hãy dán những biển báo trên xe của bạn. Sơn logo và số điện thoại lên xe tải nhỏ của bạn. Lập một trang web. Đăng quảng cáo “muốn mua” trên báo, bản tin và các tạp chí. Dán thông báo lên bảng thông tin trong những khu học xá của các trường cao đẳng và đại học. Nếu bạn muốn các vụ mua bán đến với bạn, hãy dùng những mảnh lời của Donald Trump và kiểu quảng cáo dân gian “tôi mua những ngôi nhà xấu xí”. Hãy nói ra cho mọi người biết rằng bạn đang sẵn sàng mua.

Những nhà đầu tư xây dựng nhà mới Những nhà đầu tư xây dựng những căn nhà biệt lập mới (hoặc các căn hộ chung cư sở hữu tư nhân) thỉnh thoảng cũng chào bán với giá hời vào hai thời điểm trong chiến dịch bán hàng của mình. Vào giai đoạn khởi công dự án, các nhà đầu tư xây dựng có thể bán thấp hơn giá thị trường để tạo thanh thế cho dự án và để ký được một số lượng hợp đồng bán trước khi xây dựng xong nhằm huy động đủ tiền từ người mua để trả cho các chủ nợ thế chấp của họ.

Vào gần cuối chiến dịch quảng cáo bán hàng, nhà đầu tư xây dựng muốn đóng cửa văn phòng giao dịch bán hàng của mình, cắt chi phí hoạt động và quảng cáo và chuyển sang thi công dự án tiếp theo. Vào thời điểm này, các nhà đầu tư xây dựng có thể giảm giá để bán nốt khoảng 8 - 10 căn còn lại. Hoặc họ có thể cho khách mua những ưu đãi hay những điều kiện nhân nhượng như nâng cấp nhà, trả phí hội viên hiệp hội các chủ nhà cho 2 năm đầu, hoặc lãi suất vay mua nhà thấp hơn lãi suất thị trường, hoặc cho một chỗ đỗ xe miễn phí (mà có thể có giá tới 25 ngàn đô la). Dù nhà đầu tư xây dựng dùng phương pháp nào, bạn cũng sẽ mua được căn nhà đó với giá thấp hơn giá trị thực của nó.

TẠO RA VÀ ĐÀM PHÁN MỘT VỤ MUA BÁN HỜI Thỉnh thoảng một vụ mua bán hời như từ trên trời rơi xuống cho bạn. Người bán (vì bất kì lý do gì) đòi 375 ngàn đô la cho một bất động sản mà chắc chắn phải trị

giá ít nhất là 425 ngàn đô la. Bạn trả giá 360 ngàn đô la. Người bán lùi xuống 370 ngàn đô la, bạn kêu ca và phàn nàn rằng giá đó cao quá. Bạn chốt giá mua là 368 ngàn đô la. Bạn hài lòng và người bán cũng vui vẻ.

Thật là lý tưởng! Nhưng mà thông thường nếu bạn muốn mua rẻ hơn giá trị thực của bất động sản thì bạn phải tạo ra cơ hội và thương lượng việc mua bán.

Thăm dò các cơ hội Trước khi đàm phán về giá cả và các điều kiện, bạn hãy thăm dò những cơ hội mà bất động sản đó đem lại. Hãy nhớ rằng, mua rẻ hơn giá trị thực của bất động sản đem tới rất nhiều cơ hội kiếm lời (chứ không chỉ nhờ việc mua thấp hơn giá trị thị trường). Nhưng dù giá đã giảm, bạn vẫn muốn xác định tất cả các tiềm năng mà bất động sản, khu dân cư hoặc chủ sở hữu đem lại cho bạn khi mua.

Hãy thử áp dụng các ý tưởng tạo ra giá trị của bất động sản ở chương 8, 9 và 10. Chỉ khi nào tìm ra bất động sản đó có những giá trị gì đối với bạn, bạn mới có thể phác thảo những nét chính cho vụ mua bán; rất có thể vụ mua bán này sẽ giúp bạn gây dựng tài sản trị giá lên tới 10 triệu đô la.

Đàm phán một hợp đồng Một số nhà đàm phán thiếu kinh nghiệm thường tin tưởng một cách sai lầm rằng một nhà đàm phán khôn khéo phải thò tay vào trong túi bí quyết lấy ra những mảnh bịp bợm kiểu như đìm giá, dền dứ, làm nhiều đề xuất quân xanh quân đỏ (của những tay trong của mình), “gây ấn tượng bằng cách ăn mặc” (giả vờ là ai đó), chê bai (làm giảm sự đánh giá của chủ sở hữu về bất động sản của họ), và sự ngạc nhiên vào - giờ -chót (vào phút cuối trước khi chốt hợp đồng, họ nhất quyết đòi thay đổi hợp đồng nhằm có lợi cho mình). Một cuốn sách về giao dịch bất động sản khuyên rằng: “Hãy nhớ rằng bạn đang ở trong một cuộc chiến và bạn phải sử dụng mọi vũ khí bạn có để chiến thắng.”

Những tiểu xảo và mảnh lời lừa bịp đôi khi cũng có tác dụng giúp bạn góp nhặt thêm một chút ít tài sản. Nhưng thường là nó đem lại kết quả trái với mong đợi của ta. Những nhà đầu tư bất động sản thành công phải đàm phán để thắng được một hợp đồng mà nó sẽ thực sự đem lợi ích cho tất cả các bên. Tiến hành đàm phán “cùng với” (đối tác) tạo ra nhiều vụ mua bán

hơn là tiến hành đàm phán “chống lại” (đối tác). Nói cách khác, “các bên cùng thắng lợi” mới thực sự là cách đàm phán hay.

Trên bàn đàm phán, hãy tìm kiếm sức mạnh chi phối: Những gì bạn có mà phía đối tác mong muốn hoặc thậm chí là không thể thiếu được.

Đừng tham gia vào cuộc thương lượng mà không mở đầu bằng cách nêu ra khả năng bạn có thể giải quyết được những vấn đề của đối tác.

Khi bạn thực hiện đàm phán kiểu các - bên - cùng - thắng - lợi, bạn đang có một triển vọng hợp tác. Những nhà đàm phán “các bên cùng thắng lợi” nhận thấy rằng mỗi cuộc đàm phán làm nảy sinh ra rất nhiều vấn đề, ưu thế và khả năng. Họ cũng thừa nhận và tôn trọng những mối quan tâm, tình cảm và nhu cầu của đối tác (chứ không phải là đối thủ của họ). Những nhà đàm phán này không tranh cãi quá lâu về một điểm bất đồng (ví dụ như về giá cả). Những nhà đàm phán “các bên cùng thắng lợi” thường gắng công tạo ra một thoả thuận mang lại lợi ích cho tất cả các bên, một thoả thuận mà tất cả các bên đều mong muốn nó được thực hiện. Không có ích gì khi đàm phán một vụ mua bán khó khăn trong hàng tuần lễ, thậm chí hàng tháng trời để rồi nhìn đối tác bỏ đi và từ chối ký kết hợp đồng.

Nhưng dù sao trong nỗ lực đưa một vụ mua bán theo đúng hướng, bạn đừng bao giờ tỏ ra dễ dãi quá khi đối tác ném mạnh trái bóng căng vào mặt bạn. Khi hoàn cảnh bắt buộc phải thô bạo, những nhà đàm phán “các bên cùng thắng lợi” cũng cư xử thô bạo để thiết lập lại sự hợp tác kinh doanh hoặc họ bỏ đi với phẩm cách và tiền bạc không bị suy giảm.

Xây dựng quan điểm hợp tác Điều quan trọng nhất là một vụ đàm phán “các bên cùng thắng lợi” đòi hỏi một tinh thần hợp tác. Bob Woolf - một đại diện, luật sư và đã từng là nhà đàm phán cho rất nhiều nhân vật nổi tiếng trong đó có Larry Bird, Larry King và Joe Montana - nói rằng: “Khi tôi ngồi vào bàn đàm phán, quan điểm của tôi là ‘Tôi đang thương lượng một vụ mua bán’. Tôi không bắt đầu với lối tư duy hoặc ăn nói tiêu cực. Tôi cố gắng thúc đẩy tinh thần hợp tác. Tôi muốn đối tác nghĩ rằng tôi thẳng thắn, niềm nở, tự tin và quyết tâm cùng họ đạt được mục đích. Nếu tôi nhạy cảm đúng mức với phía đối tác, tôi tin chắc rằng họ sẽ thiên về

phía ký hợp đồng với tôi. Ở chừng mực nhất định, thái độ của bạn chính là lời tiên tri: ước nguyện của bạn sẽ được thực hiện.”

Lời khuyên có tính chất chuyên môn của Bob Woolf áp dụng được cho mọi trường hợp, cả khi bạn đàm phán một hợp đồng nhà thi đấu thể thao hạng nhất lẫn lúc bạn thương thảo một hợp đồng mua bất động sản để đầu tư. Hãy hành động với thiện ý. Hãy chơi theo luật xã giao. Bạn muốn mua một bất động sản, người bán muốn bán một bất động sản; cơ hội tốt nhất để thành công sẽ tới khi tất cả các bên hợp tác để giúp đỡ lẫn nhau.

Mỗi khi bạn liên lạc với khách mua, người bán hoặc khách thuê tức là bạn đang thương lượng hoặc đặt cơ sở cho việc thương lượng đó. Hãy lập kế hoạch và chuẩn bị cho những kết quả mà bạn muốn đạt được.

Hãy tìm hiểu về những người bán, càng nhiều càng tốt Một số luật sư và môi giới bất động sản làm tất cả mọi cái họ có thể để tách rời khách mua và người bán càng xa nhau càng tốt. Họ sợ rằng vụ mua bán sẽ tuột khỏi tay họ vì bạn và người bán có thể mâu thuẫn cá nhân. Hoặc bạn có thể vô tình để lộ thông tin làm lợi cho một khách mua khác.

Mặc dù chiến lược tách rời khách mua và người bán xa nhau đôi khi cũng tốt, nhưng theo nguyên tắc bạn hãy từ chối điều này. Họ là những người như thế nào? Họ có vẻ hào phóng và cởi mở không? Hay họ cứng nhắc và thích tranh luận? Họ có tự hào về bất động sản của họ không? Họ có bất đắc dĩ phải dọn đi không? Họ có nôn nóng muốn bán không? Tại sao họ lại bán đi? Họ đã mua một ngôi nhà khác chưa? Những nhu cầu chính của họ là gì: tình cảm, cá nhân hay tài chính? Họ lo lắng và quan tâm tới điều gì? Những điểm nào về vụ thương lượng bạn thấy là nổi bật để có thể làm họ lưu ý và mong muốn?

Người bán thực sự mong muốn điều gì?

Người bán không thực sự muốn bán bất động sản của mình. Việc bán đi này chỉ giúp họ thực hiện một mục đích khác mà thôi. Người bán sẽ đánh giá đề xuất mua của bạn ở mức độ nó có thể giúp họ đạt được mục đích mà họ mong muốn. Chính vì vậy, bạn phải hiểu rõ người bán. Nếu không hiểu biết nhu cầu của họ, bạn sẽ bỏ lỡ một cơ hội lớn để tìm ra

những điểm trong điều kiện của một thương vụ “các bên cùng thắng lợi” dù nó có giá trị cao hay thấp, có lợi cho cả hai bên.

Hãy sử dụng cuộc đàm phán để thăm dò và phát hiện... "Tôi vừa suy nghĩ về những điều ông bà nói. Ông bà thấy thế nào nếu chúng ta có thể...".

Giả dụ người bán trước đó đã chấp nhận hai đề xuất mua mà cùng bị huy cả vì những khách mua đó không thu xếp được nguồn cung cấp tài chính. Trong những trường hợp này, người bán không muốn bị mất lòng tin thêm một lần nữa. Nếu bạn có thể đảm bảo với họ rằng bạn có nguồn tài chính để mua (bằng báo cáo tài khoản của ngân hàng, báo cáo mức tín dụng, thư phê chuẩn (khoản vay) trước, xác nhận có việc làm), có lẽ họ sẽ chào bạn giá thấp hơn hoặc dành cho bạn một số ưu đãi khác.

Hãy thiết lập mối quan hệ tốt và những giao lưu tình cảm Một điều thường xảy ra là cả nhà đầu tư lẫn người bán đều chĩa khẩu súng đàm phán mạnh nhất vào giá cả. Người bán muốn bán với giá cao hơn, bạn muốn mua với giá thấp hơn. Đối kháng và bế tắc là kết quả hiển nhiên của cuộc đấu súng này. Hãy lái vòng qua để tránh cái bẫy đó. Hãy gặp người bán, nói chuyện với họ và tìm hiểu tất cả những gì có thể về suy nghĩ của họ, kinh nghiệm bán bất động sản ở những lần trước của họ, tình cảm của họ và nhu cầu của họ nữa. Trừ phi phải biểu diễn, bạn hãy chơi một cách điềm tĩnh; tránh mâu thuẫn với người bán. Hãy theo những chỉ dẫn dưới đây:

- Gặp người bán càng sớm càng tốt: Bạn tìm ra họ là ai và biết họ thích những gì càng sớm thì việc hoạch định chiến lược đàm phán của bạn càng tốt hơn. Người bán bao giờ cũng cởi mở thông tin hơn trong lần đầu tiên bạn tới xem bất động sản. Vào lúc đó, họ rất muốn làm bạn hài lòng. Họ muốn kích thích sự quan tâm của bạn. Nếu bạn đợi đến lúc chuẩn bị xong đề xuất mua của mình mới tới gặp họ thì họ sẽ cảnh giác hơn với các thông tin và những ưu đãi.

- Thu được ưu đãi trước khi bạn bắt đầu đàm phán: “Ông bà đòi 325 ngàn đô la, đúng không ạ? Tôi nói thế chỉ để so sánh bất động sản của ông bà với những cái khác mà tôi đã xem thôi, ông bà có suy nghĩ rằng ông bà

có thể chấp nhận giảm giá khoảng chừng nào không?” Hoặc: “Ông bà đòi 325 ngàn đô la phải không? Thế những tài sản cá nhân gì mà ông bà định để lại bao gồm trong giá đó - đồ dùng, rèm cửa, thảm trải sàn, bàn ghế ngoài sân, ban công, v.v...? Hoặc cũng có thể là: “Ông bà đã cân nhắc khoản tài chính mà ông bà bằng lòng cho trả góp chưa?” Bằng cách gây thơ gợi ý các điều kiện ưu đãi như vậy, không phải bạn đang đàm phán với người bán. Bạn đơn thuần chỉ hỏi thêm thông tin để xếp hạng bất động sản của người bán này với những bất động sản khác đang được rao bán. Cảm thấy bạn đang thăm dò những lựa chọn khác, nhiều người bán sẽ lập tức làm cho vụ mua bán dễ dàng hơn trước cả khi bạn viết đề xuất mua để gửi cho họ.

- Hỏi thông tin, nhưng đừng thăm vấn: Cách bạn đưa ra các câu hỏi quan trọng hơn chính những câu hỏi đó rất nhiều. Hãy đặt câu hỏi theo cách càng vô hại càng tốt. Đừng hù dọa, buộc tội, cảnh báo hoặc tranh luận. Hãy nhớ cách tài tử Peter Falk vào vai Columbo , một thám tử thường xuyên “hỏi vu vơ”. Columbo không bao giờ thăm vấn kẻ tình nghi, ông ta chỉ nhẹ nhàng thăm dò. Hãy dùng thủ thuật tương tự. Hãy khuyến khích thông tin tự tuôn ra một cách nhẹ nhàng, đừng cố gắng moi móc nó.

- Thiết lập mối quan hệ tốt: Hãy tìm những điểm chung giữa hai bên. Hãy nói chuyện về cuộc đấu bóng chày trước đó, về thời tiết, hoặc có thể về một sở thích chung nào đó. Cuộc đàm phán là về con người, không phải về tiền bạc. Hãy đối xử với người bán như những con người chứ không chỉ đơn thuần là chủ sở hữu bất động sản mà bạn muốn mua.

- Khen ngợi chứ đừng chê bai: Khi bạn kiểm tra, xem xét bất động sản của người bán, hãy khen ngợi thật lòng chiếc đồng hồ đẹp để từ thời ông nội. “Nó có lịch sử thú vị lắm phải không? Ông bà có nó từ bao giờ?” Hãy nhận xét về những đồ vật mà họ tỏ ra tự hào về chúng. Thế còn sân vườn thì sao? Những người bán đó có thuê người chăm sóc vườn cây của họ không? Bạn có thể chân thành khen ngợi những củ khoai tây hoặc những bông hồng trong khu vườn của họ không?

Vào buổi gặp đầu tiên, hãy có thái độ chân tình. Thiết lập một tài khoản quan hệ để có thể rút lợi ích từ đó, bất cứ lúc nào bạn cần. Chê bai bất động sản của người bán vào lúc đó không làm cho họ mềm lòng giảm giá, mà có thể làm họ chống lại bạn. Dù rằng bất động sản đó cần sửa chữa và nâng cấp, hãy đợi tới lúc đàm phán để liệt kê những chỗ cần sửa chữa. Trong lần đầu đến xem, bạn hãy nhấn mạnh vào những phát hiện và không chê bai.

Đừng thoả hiệp, hãy giải quyết một cách điều hoà Một bà mẹ nghe tiếng hai đứa con cãi cọ bên bàn ăn. Đứa nào cũng muốn ăn miếng pa-tê cuối cùng còn lại. Một hôm vì sự cãi lộn đó, bà mẹ lấy miếng pa-tê, cắt nó làm đôi, và đưa một nửa cho Craig, một nửa cho Chris. “Đó,” bà nói với con, “khi lớn lên, các con sẽ thấy rằng con không thể có mọi thứ mà mình muốn được. Các con phải học cách thoả hiệp. Hãy nhớ rằng đây là một bài học hữu ích.”

Bà mẹ này nghĩ rằng mình đã dạy con một bài học giá trị. Trên thực tế, bà đã khắc sâu vào tâm trí chúng một trong những trở ngại lớn nhất đối với việc đàm phán các - bên - cùng - thắng - lợi. Bằng cách chia đều trước khi thăm dò những mong muốn của con và phạm vi lựa chọn, người mẹ đã dàn xếp cuộc tranh cãi của các con mình theo cách phân chia một thực số. Thoả hiệp chỉ đơn giản là việc chia đôi miếng pa-tê.

Hãy tìm cách làm miếng pa-tê to hơn Bà mẹ đó đã giải quyết vấn đề theo cách phân chia toán học, hẳn là vì bà không tìm ra giải pháp nào tốt hơn. Nếu Chris thích phần vỏ và Craig thích phần ruột thì sao? Nếu bọn trẻ xem chung một chiếc ti - vi mà mỗi đứa lại thích xem một chương trình khác nhau thì sao đây? Điều gì sẽ xảy ra nếu bọn trẻ phải chia nhau phần nghĩa vụ rửa chén bát sau bữa cơm? Và sao nữa nếu bọn trẻ này có một khoản tiền tiêu vặt? Nếu Chris chỉ thích chọc ghẹo Craig mà chẳng màng gì tới miếng pa-tê thì sao?

Nếu bà mẹ này nhận thực chất của vấn đề cũng như cân bằng các yếu tố khác nhau để đạt được sự kết hợp tốt nhất có thể, bà sẽ đưa ra những giải pháp làm vừa ý cả hai đứa hơn. Nghệ thuật thực sự của thương lượng

không phụ thuộc vào việc một người sẵn sàng thoả hiệp. Sự điều giải có suy tính và thăm dò sẽ đánh bật một thoả hiệp mà ai cũng thiết thòi.

Thoả hiệp gây ra cực đoan Những người đàm phán đi đến chỗ thoả hiệp thường chấp nhận đề xuất ở mức cực đoan. Nếu bạn tin rằng người bán sẽ thoả hiệp thì bạn sẽ rất có lợi nếu trả giá 550 ngàn đô la cho một bất động sản trị giá 650 ngàn đô la. Nếu người bán đồng ý chừa đôi khoản chênh lệch, họ sẽ bán cho bạn với giá 600 ngàn đô la.

Rất ít người bán sẵn lòng tử tế như thế. Cái mẹo trả giá thấp rồi thoả hiệp ở khoản chênh lệch đã quá cũ để có hiệu quả. Là một chuyên gia đàm phán, Herb Cohen thích nhấn mạnh điều này: “Một mảnh lới đã bị lộ tẩy thì còn gì là một mảnh lới nữa!” Bạn sẽ đàm phán thành công hơn nếu bạn dùng một chiếc chảo pa-tê lớn hơn. Hãy cố hiểu biết rộng hơn về những mong muốn, nhu cầu, sự cân bằng các yếu tố khác nhau để đạt được sự kết hợp tốt nhất. Diễn giải bằng lời của Emerson là: “Những thoả hiệp ngu ngốc là những chú lùn có đầu óc thiên cận”

Hãy tìm hiểu nguyên nhân và những điều ám chỉ của người bán Khi người bán nói: “Toà nhà này trị giá ít nhất 425 ngàn đô la”, bạn hãy tìm hiểu những điều họ muốn ám chỉ. Tại sao họ nghĩ 425 ngàn đô la là giá thấp nhất? Khi người bán nói: “Chúng tôi cần ít nhất là 425 ngàn đô la”, hãy tìm hiểu xem tại sao. Khi người bán nói: “Chúng tôi không có khả năng cho trả góp, chúng tôi cần đến từng đồng tiền mặt”, hãy tìm hiểu xem vì sao. Bất kể họ đưa ra sự phản đối nào với đề xuất mua của bạn, đừng coi nó là những lời phán quyết. Hãy tìm những nguyên nhân ẩn đằng sau và cơ sở tưởng như có thực mà người bán viện ra cho các quyết định của mình (hoặc cho các đề xuất phản hồi của họ).

Những môi giới bất động sản nhanh miệng thường giải quyết những phản đối theo kiểu một cái xe lu lăn đường. Họ cứ mở máy miệng và đè bẹp sự miễn cưỡng của khách hàng mà không thềm giảm tốc, để yên, dừng lại, nhìn và nghe. Trái lại, đừng vượt qua sự phản đối bằng những cách được dạy trên các lớp tập huấn nghệ thuật bán hàng đòi hỏi kiên trì cao độ

đó. Hãy cố sửa cho đúng, giảm bớt hoặc loại bỏ những quan điểm sai của khách hàng bằng một cách lý giải tốt hơn.

Nếu sự thực chứng minh rằng quan điểm của khách hàng có lý, hãy tìm cách giải quyết. Một đầu óc bối rối sẽ nói “không” ngay. Để họ nói “có”, bạn phải làm giảm bớt những lo lắng thực sự của người bán.

Hãy sử dụng môi giới như một người trung gian, nhưng bạn phải tự đàm phán lấy cho mình Trong một bài viết trên tạp chí Bất động sản ngày nay, một tạp chí thương mại quốc gia dành cho các nhà môi giới bất động sản nhà môi giới bất động sản Sal Greer, kể lại về một đề xuất mà ông nhận được cho một bất động sản trong danh sách giao dịch của ông. Sal nói rằng sau khi nhận được đề xuất mua đó từ một người môi giới của khách mua, nhà môi giới này đã nói với ông: “Đây là đề xuất (đầu tiên) của họ, nhưng tôi biết là khách hàng của tôi có thể nâng giá lên 150 ngàn đô la”.

“Tất nhiên,” Sal nói thêm, “Tôi cho người bán biết thông tin đó, và chúng tôi rất hài lòng với kết quả của vụ giao dịch này.”

Vậy đừng bao giờ để những nhà môi giới bất động sản hoặc luật sư của bạn kiểm soát các cuộc đàm phán. Đừng cho môi giới biết những thông tin mà bạn không muốn phía bên kia biết. Đừng tiết lộ cho môi giới biết rằng bạn sẵn sàng trả cao hơn giá đầu tiên mà bạn đề xuất. Chỉ nên dùng các môi giới của bạn như công cụ tìm kiếm và trung gian cho các vụ mua bán, nhưng hãy giữ đừng để lộ tình cảm, tâm tư và dự định của mình cho họ biết.

Một số nhà đầu tư tin cậy một cách sai lầm vào các môi giới hoặc luật sư đến mức nêu hết những điều kiện trong đề xuất của mình cho họ và sau đó tiến hành đàm phán. Những nhà đầu tư này sẽ hỏi các môi giới: “Ông cho là tôi có thể đề xuất giá mua bao nhiêu? Theo ông, tôi có thể trả cao nhất là bao nhiêu? Không hiểu người bán có nhân nhượng gì hoặc chấp thuận cho trả góp không?” Trong trường hợp này, người mua sẽ làm theo bất cứ cái gì mà các môi giới khuyến họ làm.

Hãy kiểm soát các luật sư. Nếu được tự do ngôn luận, sự công kích của họ có thể bóp chết những cơ hội mua bán hời.

Nếu bạn từ bỏ nghĩa vụ đàm phán của bạn tức là bạn tự đặt mình vào thế phải theo tất cả những sai lầm về “tư vấn chuyên môn” có tính chất quyết định đã được đề cập tới ở chương 3 của cuốn sách này.

Hãy để lại trên bàn một chút gì đó Chuyên gia đàm phán Bob Woolf nói: “Chưa có một hợp đồng nào mà tôi từng đàm phán làm cho tôi cảm thấy không thể thương lượng được thêm tiền bạc hoặc thêm lợi ích.” Tại sao phải “để lại tiền trên bàn”? Bởi vì những nhà môi giới giỏi biết rằng “việc thương lượng còn chưa xong cho tới khi nó kết thúc.” Nếu bạn ép quá thì bạn sẽ gây cho đối tác lòng oán giận và sự thù nghịch đối với bạn. Thậm chí mặc dù họ đã ký hợp đồng với bạn, họ sẽ nghĩ mọi cách để đánh tháo. Tệ hơn nữa, nếu bạn sầy chân vấp ngã khi chốt hợp đồng, họ sẽ không giúp bạn đứng lên đâu, họ sẽ chỉ đẩy thêm cho bạn quỵ hẳn mà thôi.

Đặc biệt, trong một vụ mua bán bất động sản - khi tình cảm có chiều hướng mãnh liệt - tốt hơn hết là bạn nên để lại trên bàn một chút gì, khi rời khỏi đó. Hợp đồng mua chỉ đặt nền móng đầu tiên cho cuộc đàm phán của bạn mà thôi. Sau đó sẽ có thể phát sinh rất nhiều vấn đề trong việc kiểm tra, xem xét bất động sản, định giá, nguồn tài chính, ngày chuyển quyền sở hữu, ngày kết toán, khảo sát, qui hoạch, giấy phép xây dựng hoặc bất cứ việc gì khác. Nếu không có thiện chí, sự tin tưởng và hợp tác, những trì hoãn không mấy dễ chịu trong quá trình thực hiện và kết thúc có thể ném hợp đồng của bạn vào một cuộc tranh cãi làm hỏng vụ mua bán.

Những điểm cần thương lượng Tất nhiên, bạn sẽ thương lượng về giá cả, nhưng hãy sử dụng giá cả như một yếu tố rất nhỏ chứ không phải toàn bộ những gì bạn muốn. Thậm chí một hợp đồng mua đơn giản cũng sẽ bao gồm ít nhất là 8 đến 10 điểm quan trọng cần thương lượng. Trong lúc đàm phán, bạn hãy tìm kiếm những sự cân bằng các yếu tố có - giá - trị - cao hoặc có - giá - trị - thấp có lợi cho bạn và cho người bán. Bạn có thể đề xuất những gì để đổi lấy giá mua thấp hơn? Người mua có thể đề xuất những gì để có thể lôi cuốn bạn chấp nhận mức giá cao hơn giá mà bạn định trả?

1. Các điều kiện: Người bán có đề xuất hỗ trợ thu xếp tài chính cho khách mua không? Nếu có thì khoản tiền mặt trả ngay là bao nhiêu? Lãi suất ngân hàng thế nào? Tiền trả góp mỗi tháng là bao nhiêu? Chính xác là loại hỗ trợ tài chính nào (lựa chọn thuê - mua, thuê rồi mua, hợp đồng đất trả góp, khoản vay thế chấp thứ nhất, khoản vay thế chấp thứ hai và gì nữa)?

2. Chi phí chốt hợp đồng: Ở hầu hết mọi nơi, cơ quan thuế của chính phủ sẽ qui định ai phải trả những chi phí nào. Nhưng kết quả đàm phán có thể vượt quyền của cơ quan thuế. Những nhà đầu tư khôn ngoan sẽ đặt lên bàn đàm phán các khoản thanh toán chi phí từ 5 ngàn đô la trở lên.

3. Tiền đặt cọc: Để thể hiện cam kết của bạn với vụ mua bán, bạn sẽ ràng buộc đề xuất của bạn bằng một khoản tiền đặt cọc. Số tiền này là bao nhiêu thì tùy thuộc vào kết quả đàm phán.

4. Chiết khấu cho việc sửa chữa: Khi đàm phán để giảm giá, bạn có thể thương lượng một khoản chiết khấu cho việc sửa chữa.

5. Những tài sản cá nhân: Bạn có muốn người bán để lại máy điều hoà trên cửa sổ, các đồ gia dụng hoặc những tài sản cá nhân khác trong giá bán? Nếu muốn thế, bạn hãy viết rõ trong đề xuất mua của mình.

6. Điều khoản dự phòng cung cấp tài chính: Nếu người bán không hỗ trợ thu xếp tài chính toàn phần cho bạn, có lẽ bạn nên đưa một điều khoản dự phòng tài chính vào đề xuất của bạn. Điều khoản này sẽ giúp bạn có một khoảng thời gian nhất định để bạn thu xếp khoản tiền mà bạn cần để chốt vụ mua bán đó. Nó cũng phải qui định các điều kiện đi kèm, ví dụ như lãi suất, tỷ lệ "vay trên giá trị hợp đồng" (LTV), khoản thanh toán ngay theo hợp đồng, v.v..., mà ngân hàng cho vay

phải chào cho bạn. Nếu không, bạn sẽ được giải phóng khỏi thoả thuận và được quyền lấy lại khoản tiền đặt cọc.

7. Dự phòng kiểm tra: Hãy để bất động sản được kiểm tra bằng biện pháp chuyên nghiệp để xem xét tình trạng vật chất, môi mọt và các nguy cơ ô nhiễm môi trường. Bạn sẽ mất bao nhiêu thời gian để hoàn thành cuộc kiểm tra đó? Ai sẽ thanh toán và thanh toán bao nhiêu tiền cho những vấn

đề không được dự kiến trước hoặc chưa được biết đến trước đó? Những điều kiện nào cho phép bạn rút khỏi hợp đồng mà không phải chịu trách nhiệm (bồi thường)? Đàm phán sẽ phải động chạm tới tất cả những vấn đề như vậy đấy.

8. Ngày kết thúc hợp đồng: Để có được giá hời, nhiều nhà đầu tư đề xuất chốt hợp đồng nhanh. Người bán cho bạn có tỏ ra thích điều đó không?

9. Ngày sở hữu (tiếp quản): Thông thường những người bán sẽ trao sở hữu vào ngày chốt hợp đồng. Dù vậy, đôi khi bạn lại muốn chốt hợp đồng chậm và nhận tiếp quản sớm (như trong trường hợp lựa chọn thuê - mua hoặc thuê - rồi - mua). Hoặc một khả năng khác là người bán có thể muốn hoàn thành vụ mua bán nhưng vẫn ở lại trong bất động sản đó, giả dụ là cho đến khi năm học kết thúc hoặc nhà mới của họ hoàn thiện để họ có thể dọn về, hoặc do họ đặt bất động sản thay thế làm vật trao đổi để thay đổi mức thuế theo mục 1031 của Luật thuế thu nhập .

10. Bảo hành: Người bán có bảo hành cho bạn những cấu kiện trong nhà, ví dụ như mái nhà, hệ thống sưởi - thông gió - điều hoà, hoặc các thiết bị khác? Những bảo hành này bao gồm những gì và trong thời hạn nào?

Mỗi một hợp đồng mua - bán đều đề cập đến rất nhiều vấn đề cần thương lượng cụ thể. Để thương lượng một cách hiệu quả thì đừng bao giờ xem xét bất kì một nào vấn đề đó tách rời khỏi những vấn đề khác. Thay vào đó, hãy tìm khả năng kết hợp các vấn đề có hiệu quả cho cả hai bên.

Làm giảm nỗi lo lắng của người bán Thường là người bán sẽ đồng ý chấp nhận một thoả thuận “ủng hộ người mua” nếu bạn cho họ thấy rằng bạn là người mua duy nhất và vụ mua bán sẽ thực sự được chốt lại. Để thuyết phục người bán và giảm lo lắng cho họ, hãy sử dụng một trong tám mẹo đàm phán sau:

1. Tăng số tiền đặt cọc của bạn lên.

2. Xuất trình một thư chấp thuận trước của một ngân hàng cho vay thế chấp để tiết lộ số dư tài khoản ngân hàng và mức tín dụng của bạn, nhằm

khẳng định với người bán rằng bạn có đủ khả năng tài chính để tiến hành vụ mua bán này.

3. Nếu bạn thanh toán bằng tiền mặt hoặc thanh toán ngay theo hợp đồng lớn, hãy nhấn mạnh chi tiết này với người bán. Tiền mặt bao giờ cũng được đánh giá cao. Nếu bạn có tiền mặt, hãy dùng nó để củng cố sự tín nhiệm của bạn.

4. Nhấn mạnh thế mạnh của bạn, sự ổn định trong công việc và trong cộng đồng, kinh nghiệm đầu tư và các nhân tố khác có thể chứng minh rằng bạn có khả năng và mong muốn việc mua bán kết thúc nhanh chóng.

5. Tránh những điều khoản “nước đôi” lòng vòng trong đề xuất của bạn. Một điều khoản lòng vòng là bất cứ điều khoản nào làm cho bạn tránh né hoặc đánh tháo hợp đồng mà không phải chịu trách nhiệm. Một trong những kiểu điều khoản như vậy là: “Đề xuất này sẽ phải được luật sư của tôi chấp thuận trước khi có hiệu lực”. Nếu bạn cần tư vấn luật sư, hãy làm việc đó trước khi bắt đầu đàm phán hợp đồng. (Ở một số bang, theo thông lệ, luật sư thường tham gia vào đàm phán các hợp đồng mua bán bất động sản. Nhưng dù vậy thì lời khuyên này vẫn có giá trị. Đề xuất mua của bạn càng chắc chắn bao nhiêu thì người bán càng coi bạn là người mua nghiêm túc bấy nhiêu và càng có nhiều ưu đãi hơn trong hợp đồng).

6. Hãy tránh những điều khoản dự phòng không xác định như: “Đề xuất này tùy thuộc vào việc huy động được 10 ngàn đô la từ một cổ đông kinh doanh của tôi” hoặc “Tùy thuộc vào việc đặt bất động sản thay thế theo mục 1031.” Thỉnh thoảng,

có nhiều ông bà chủ nhà lại viết trong đề xuất chào bán của họ: “Tùy thuộc vào việc bán được ngôi nhà hiện tại của chúng tôi.” Những điều khoản như thế này làm người ta nghi ngờ và lo lắng. Nếu bạn cứ viết kín bản hợp đồng với “nếu, và, nhưng” thì người bán rất ngại chấp nhận nó.

7. Khi bạn viết những điều khoản dự phòng trong đề xuất mua của bạn, hãy làm cho chúng có tính chất xác định rõ ràng và thời hạn ngắn như kiểu: “Người mua sẽ có được báo cáo kiểm tra nhà trong vòng năm ngày,” “Người mua đồng ý nộp đơn xin vay thế chấp trong vòng 48 giờ,” hoặc

“Người bán sẽ không còn trách nhiệm nếu người mua không xuất trình được một thư chấp thuận tín dụng thế chấp trong vòng 3 ngày.” Những điều khoản này cho thấy bạn không định trì hoãn trong suốt quá trình giao dịch mua bán.

8. Hãy làm cho những điều khoản dự phòng của bạn thực tế hơn. Đừng đặt điều kiện là bạn sẽ mua nếu tìm được khoản vay thế chấp có lãi suất 6.0% trong khi lãi suất thị trường là 7.5%. Đừng đòi hỏi một tòa nhà đã tồn tại 27 năm không được có một hư hại nào. Đề xuất mua của bạn càng chắc chắn bao nhiêu thì người bán càng mong muốn chấp nhận giá bán thấp hơn giá trị thực của bất động sản đó bấy nhiêu.

Hãy phác thảo đề xuất mua của bạn với những “lối thoát hiểm” đủ dùng, không hơn, không kém. Một số người bán thoả hiệp với giá cả và những điều kiện hợp đồng để yên tâm rằng vụ mua bán sẽ chắc chắn hơn. Vì vậy, những khách mua thanh toán bằng tiền mặt hầu như giành được sự ưu đãi hơn so với những nhà đầu tư soạn thảo hợp đồng với những điều khoản lòng vòng.

Ngày càng nhiều người bán muốn bạn phải ngay thẳng với cuộc chơi hơn. Hãy nhớ bạn đang phải cạnh tranh mua một món rất hời với những nhà đầu tư kinh doanh sắc sảo. Trong lúc bạn mải mê với những điều khoản dự phòng và suy đi tính lại thì ai đó đã chớp được phần thưởng rồi.

Khi bạn tìm ra được một bất động sản mà bạn tin rằng có thể mua với giá rẻ hơn giá trị thực của nó, hãy làm hợp đồng ngay.

Chỉ khi nào thấy thực sự cần thiết mới dùng những điều khoản dự phòng ngăn hạn. Nhưng trái lại, cũng phải tới bàn đàm phán với tư thế đã chuẩn bị sẵn sàng thương lượng.

ĐỊNH GIÁ BẤT ĐỘNG SẢN NHƯ THẾ NÀO

Tôi sẽ mua nó đúng giá

Bạn đã khám phá cách xác định, tìm ra và đàm phán trong những vụ mua bán lớn. Giờ đây bạn sẽ học cách định giá một bất động sản. Chúng ta sẽ bắt đầu bằng thảo luận giá trị thị trường và sau đó, minh họa bằng một số phương pháp định giá mà các nhà đầu tư cũng dựa vào đó để đưa ra quyết định của mình.

MẪU BÁO CÁO ĐỊNH GIÁ NHÀ Ở Dù rằng bạn không nên sử dụng giá trị thị trường như công cụ hướng dẫn duy nhất cho quyết định của mình, nhưng bạn phải tham khảo nó như một nhân tố dữ liệu chủ yếu. Để định giá giá trị thị trường của những ngôi nhà biệt lập, nhà liên kế, nhà chung cư sở hữu tư nhân..., hầu hết các nhà đầu tư, những ngân hàng cho vay thế chấp và cả những nhà thẩm định chuyên môn đều dùng một biểu mẫu thống nhất

Hai nguồn cho vay thế chấp lớn nhất ở Mỹ là Freddie Mac và Fannie Mae đều phê chuẩn biểu mẫu này và chịu trách nhiệm về việc sử dụng chúng. Những ngân hàng cho vay thế chấp và các nhà đầu tư ở những nước khác cũng theo một qui trình định giá tương tự. Dù là bất động sản nằm ở đâu chẳng nữa, các qui tắc định giá thị trường vẫn không thay. Chúng ta hãy xem từng mục trong những mục chủ yếu của biểu mẫu định giá này.

Lời cảnh báo Lưu ý: quá nhiều ngân hàng cho vay thế chấp, khách mua nhà và các nhà đầu tư chỉ nhìn vào kết luận định giá. Nhưng kết luận định giá chẳng có giá trị gì hơn là sự chính xác của các dữ liệu và đặc tính của những lập luận hỗ trợ cho những dữ liệu này. Thật đáng tiếc, kinh

nghiệm thực tế chứng minh rằng việc định giá thường sai lầm ở những thông tin thực tế, lập luận và cách đánh giá.

Bất kể là bạn tự định giá lấy hay xem xét kết quả định giá của một người thẩm định chuyên môn, hãy nghiên cứu thật kĩ những dữ liệu đầu vào và chất vấn lại tất cả các suy luận và kết luận.

Phân tích việc định giá như thế nào?

Trong phần tới, chúng ta sẽ không thể bao quát toàn bộ chi tiết thông tin mà biểu mẫu báo cáo đó yêu cầu. Chúng ta sẽ thảo luận từng mục của biểu mẫu báo cáo đó và nêu bật những điểm lỗi thường gặp và những đánh giá đáng ngờ.

BẤT ĐỘNG SẢN ĐỐI TƯỢNG Mục đầu tiên này nêu ra luận đề định giá. Những thông tin ở đây trung thực. Dù vậy vẫn rất cần phải thẩm tra lại tính chính xác. Hãy lưu ý về các quyền trên bất động sản đó.

Việc định giá bất động sản cần phải xem xét tới khía cạnh: quyền sở hữu bất động sản đó có thể được sang tên chuyển nhượng mà không vướng mắc gì tới bất kì một quyền nắm giữ tài sản thế chấp, tranh chấp hoặc phiến toái, trở ngại nào (ví dụ như quyền được đi qua hoặc quyền được xây cất trên đất đó, hoặc hợp đồng cho thuê đang còn hiệu lực). Hãy nhớ rằng bạn không chỉ mua đất và công trình xây dựng trên đất đó, mà bạn còn mua những quyền hạn pháp lý chi phối việc sử dụng, sở hữu, chuyển nhượng và tái phát triển, v.v... Phần lớn những báo cáo định giá được lập một cách chuyên nghiệp thường giả định rằng những quyền sở hữu trên bất động sản đó không bộc lộ những vấn đề đáng kể nào. Đừng tin vào những giả định đó. Hãy xin tư vấn của một công ty tư vấn quyền sở hữu hoặc một luật sư chuyên về luật bất động sản.

HỢP ĐỒNG Hầu hết những ngân hàng cho vay thường cho vay tiền theo giá trị trên hợp đồng hoặc theo giá trị thị trường của bất động sản đó - whichever is lower. Giả dụ bạn tìm được một bất động sản với giá cực hời, bạn đàm phán giá 160 ngàn đô la trong khi giá trị thị trường của nó là 200 ngàn đô la; bạn tưởng rằng với tỷ lệ 80% “vay trên giá trị hợp đồng” mua bất động sản (80% x 200.000 đô la), ngân hàng sẽ cho bạn vay đủ

khoản tiền 160 ngàn đô la. Ý hay đó, nhưng phần lớn các ngân hàng sẽ chỉ cho bạn vay 128 ngàn đô la mà thôi (80% x 160.000 đô la). Vì thế, các ngân hàng luôn yêu cầu bạn cho biết giá trị trên hợp đồng.

Đừng bao giờ nói dối ngân hàng cho vay Bàn tiếp về vấn đề trên, một số khách mua không trung thực đã dùng cách thoả thuận riêng với người bán để lập ra hai hợp đồng, bản hợp đồng thứ hai có giá trị 200 ngàn đô la, và họ trình bản hợp đồng giả này cho ngân hàng. Mánh khoé này được coi là phạm tội gian lận ngân hàng. Bạn đừng làm thế.

Đừng bao giờ nói dối một ngân hàng cho vay về giá trị thực của bản hợp đồng mua bán hoặc bất kì tài liệu thực nào nộp kèm theo tới đơn xin vay hoặc hợp đồng vay của bạn. (Nhà vận động hành lang nổi tiếng Jack Abramoff vừa bị kết án 6 năm tù giam ở nhà tù liên bang về tội gian lận vay vốn đó).

Những nhượng bộ của người bán Thỉnh thoảng lại có những khách mua chấp thuận trả giá cao hơn giá thị trường, để đổi lại, người bán có thể đề nghị trả khoản thanh toán ngay của khách mua, phí thế chấp hoặc phí chốt hợp đồng. Hoặc có thể người bán sẽ để lại nhiều đồ gỗ trong nhà, những đồ đạc và trang thiết bị gia dụng kèm theo bất động sản được bán. Trong trường hợp đó hoặc trong các trường hợp tương tự khi người bán cho người mua những nhân nhượng có giá trị thì ngân hàng sẽ muốn biết giá trị thị trường của bất động sản chứ không phải là giá trị trên hợp đồng. Giá trị thị trường sẽ quyết định khoản tiền để tính tỷ lệ "vay trên giá trị hợp đồng" mua bất động sản.

KHU DÂN CƯ Trước tiên, hãy lưu ý rằng Luật liên bang không cho phép các nhà chuyên môn định giá thảo luận về ảnh hưởng của thành phần chủng tộc hiện thời hoặc sẽ có của một khu dân cư. Vì vậy, sẽ không có một báo cáo thẩm định chuyên môn nào đề cập đến dân số theo từng chủng tộc tại một khu dân cư cả.

Cung - cầu và phạm vi giá cả của một khu dân cư Nhưng trái lại, một báo cáo định giá sẽ đề cập sơ lược về những loại bất động sản và chức năng của chúng trong khu dân cư đó, về tình hình giá hiện hành và số lượng bất

động sản “để bán” hoặc “cho thuê” trong vùng đó đang ổn định, hoặc tăng hay giảm.

Nếu là một nhà đầu tư, bạn phải rất chú ý vào những loại chỉ số xu hướng thị trường như vậy, vì báo cáo định giá thị trường tập trung chủ yếu vào hiện tại mà bạn lại muốn dự đoán trước tương lai.

Cơ sở kinh tế và ảnh hưởng của khu dân cư Vì các báo cáo định giá khu dân cư chỉ nhấn mạnh vào hiện tại nên chúng không chỉ xem thường xu hướng mà còn bỏ qua, không nghiên cứu kỹ về cơ sở kinh tế, tình trạng việc làm và sự tăng trưởng hay suy giảm của một vùng trong tương lai. Vì là một nhà đầu tư, bạn phải tự nghiên cứu và điều tra những vấn đề này sâu hơn.

Một điều nữa không kém phần quan trọng là đánh giá xem những thay đổi về công việc, về đường giao thông chính và những tuyến đường tàu điện ngầm gia tăng trong toàn vùng có ảnh hưởng như thế nào tới một khu dân cư cụ thể. Thậm chí, trong những vùng đang suy giảm, một số khu dân cư có thể vẫn phát triển thịnh vượng. Hoặc có những vùng đang phát triển thì một số khu dân cư ở đó lại xuống cấp và suy giảm. Các báo cáo định giá thị trường hiếm khi chỉ ra những diễn biến trong tương lai đó.

ĐẤT Tại nhiều vùng đô thị, giá trị đất có thể chiếm từ 30% đến 60% (đôi lúc nhiều hơn) giá trị thị trường của bất động sản. Khi tiến hành định giá, bạn hãy xem xét tỷ lệ này thật cẩn thận. Trước hết, hãy đi bộ vòng quanh đường ranh giới của khu đất và đo các chiều. Bạn cần biết diện tích khu đất bằng cả cách quan sát bề ngoài lẫn đo kích thước của nó.

Qui hoạch vùng và Luật sử dụng đất Như bạn đã biết trong chương 8, qui hoạch vùng và luật sử dụng đất có thể qui định các bất động sản theo rất nhiều cách khác nhau. Biết được những chi tiết phức tạp của các qui định này có thể đưa tới cho bạn nhiều cơ hội mới. Hoặc nó cũng có thể ngăn chặn không cho bạn thực hiện các kế hoạch kinh doanh được trù tính một cách thông minh. Hãy tìm hiểu chi tiết các qui định này, chứ không phải chỉ theo sự phân loại chung chung (thí dụ như khu ở, khu thương mại, khu công nghiệp, khu nông nghiệp, v.v...)

Một báo cáo định giá thị trường có thể có hoặc có thể không chú ý một cách chi tiết tới việc một bất động sản có tuân thủ đầy đủ các qui định về qui hoạch vùng và xây dựng hay không. Nhưng rất ít báo cáo chỉ ra cho bạn cách bạn có thể lợi dụng những điều luật đó (bao gồm cả khả năng qui hoạch vùng lại) để tăng giá trị cho bất động sản.

Các dịch vụ tiện ích Trái lại với điều các quan chức của thành phố tin vào, không phải khu đất nào cũng được cung cấp đầy đủ tiện ích. Tôi biết một nhà đầu tư có kinh nghiệm đã mua một ngôi nhà mà không nhận ra rằng nó không có chỗ nối ống thoát nước vào hệ thống chung và vì vậy đã phải dùng một bể chứa tự hoại để chứa nước thải. Dù những tiện nghi khác đều như nhau nhưng nếu thiếu chỗ nối ống cống vào hệ thống cống chung thì giá trị của bất động sản giảm đi đáng kể.

Đừng phạm phải sai lầm theo kiểu ông bạn đó nhé. Hãy kiểm tra chỗ kết nối của ống dẫn gas, ống nước, ống cống, cáp điện - điện thoại - tivi, hệ thống báo động và đường Internet giữa bất động sản và hệ thống chung. Mặc dù các báo cáo định giá hiếm khi đề cập riêng tới chi phí cho các tiện ích này, nhưng các chi phí đó có thể được thêm vào hoặc bớt ra từ giá trị của bất động sản. Vì thế, ngoài những cái đã có sẵn, bạn hãy tiên lượng sẽ tốn bao nhiêu cho các chi phí này. Hãy tham khảo ý kiến của các nhà cung cấp dịch vụ về giá sử dụng đã qua và tổng số tiền trên hoá đơn thanh toán.

CẢI TẠO SỬA CHỮA Theo thuật ngữ trong ngành bất động sản, cải tạo sửa chữa không chỉ bao gồm nhà cửa mà còn cả đường đi bộ, cảnh quan môi trường, bể bơi, sân tennis, hàng rào, tầng hầm, nhà kho chứa đồ, lò sưởi, các đồ dùng thiết bị, sàn nhà, tầng thượng, sân hiên, đường lái xe, gara, v.v... Để định giá một bất động sản, bạn hãy liệt kê cẩn thận từng hạng mục và đánh giá các chi phí cho việc cải tạo, sửa chữa của toàn bộ khu đất và nhà nằm trên đất.

Cũng cần ghi chú lại diện tích, số phòng, tủ tường, sơ đồ mặt bằng sàn, hiệu suất điện, cách nhiệt, cửa sổ (hoạt động, thiết kế, an toàn và tiện lợi), kiến trúc bên ngoài, tính sinh động, tuổi của ngôi nhà và hiện trạng của nó. Mỗi một chi tiết nêu trên có thể khẳng định tầm quan trọng đối với giá

trị của bất động sản và nỗ lực của bạn để tạo ra một bất động sản mà những khách thuê hoặc khách mua của bạn sẽ đánh giá cao nhất. Vì vậy nên tất cả những chi tiết cần cải tạo, sửa chữa này (và cả khu dân cư nữa) là sự chuẩn bị cho ba phương pháp định giá nhà ở quan trọng.

NHỮNG PHƯƠNG PHÁP ĐỊNH GIÁ NHÀ Ở Để ước tính giá thị trường chính xác nhất, hãy xác định giá bất động sản theo ba cách sau:

1. *Phương pháp so sánh giá: Cách định giá này so sánh các đặc điểm và giá bán hiện thời của một bất động sản tương tự với bất động sản đối tượng (xem hình 14.2).*

2. *Phương pháp giá thành: Phương pháp này tính toán giá thành bạn phải chi phí để xây dựng lại bất động sản (cộng cả giá trị đất) vào thời điểm hiện tại và trừ đi một khoản khấu hao (xem hình 14.3).*

3. *Phương pháp doanh thu: Phương pháp định giá này là vốn hoá dòng doanh thu cho thuê ròng của một bất động sản rồi chuyển đổi doanh thu đó sang ước tính giá trị thị trường (xem Hình 14.4).*

Sau khi bạn tìm ra giá trị thị trường hiển thị bằng các phương pháp đó, bước tiếp theo là xếp loại các giá trị thị trường hiển thị của bất động sản và lựa chọn khái toán chính xác nhất của giá trị (xem hình 14.5). Nhìn chung, bạn sẽ nhấn mạnh phương pháp so sánh bán hàng để định giá nhà biệt lập, nhà liên kế, cửa hàng hợp tác và nhà chung cư sở hữu tư nhân; dùng phương pháp doanh thu để định giá những bất động sản để ở có nhiều căn, cũng như những toà nhà văn phòng và các trung tâm mua sắm. Trên thực tế, những chuyên viên định giá dựa vào phương pháp giá thành chủ để kiểm soát (hoặc thẩm tra giá trị) các phương pháp so sánh bán hàng và doanh thu.

Đặc biệt lưu ý: Như tôi đã đề cập ở một chương trước, phương pháp giá thành còn có thể giúp bạn xác định giá tăng hoặc giảm trong tương lai. (Xem phần thảo luận về phương pháp giá thành cho các bất động sản có doanh thu ở phần sau).

Khi bất động sản được bán với giá cao hơn giá thành để xây lại nó nhiều thì các nhà đầu tư xây dựng thường nhảy vào xây dựng các bất động

sản mới. Thật không may là phong trào tự phát để kiếm lợi nhuận cao vượt bậc này lại phải dẫn tới thua lỗ vì mức cung các bất động sản mới xây này vượt xa mức cầu. Để giải quyết các bất động sản tồn kho chưa bán hoặc cho thuê được, các nhà đầu tư xây dựng thường hạ giá bán và giá thuê, và thường hào phóng đưa ra các ưu đãi, nhân nhượng (ví dụ như nâng cấp, thu xếp tài chính dưới mức lãi suất thị trường, miễn hai tháng tiền thuê, 99 đô la giá đặc biệt cho việc chuyển đến, v.v...).

Trái lại, khi bất động sản bán thấp hơn giá thành xây dựng nó nhiều (trong trường hợp kinh tế suy thoái hoặc cung vượt cầu), các nhà đầu tư xây dựng rút khỏi thị trường. Cuối cùng, khi kinh tế tăng trưởng tạo ra nhiều công ăn việc làm và doanh thu cao hơn, lượng nhà cho thuê và bán dư thừa trước đó lại tiêu thụ hết. Những khách mua và khách thuê mới thi nhau làm giảm số lượng nhà hoặc căn hộ sẵn có, họ làm cho giá mua và giá thuê tăng lên.

Vì lý do đó, những nhà đầu tư kinh doanh hiểu biết luôn theo sát giá thành xây dựng, lãi suất và số lượng bất động sản tồn kho chưa cho thuê hoặc bán được của các nhà đầu tư xây dựng và các xu hướng thị trường khác. Một lần nữa tôi nhấn mạnh vào việc đánh giá quá khứ và hiện tại nhưng phải nhìn xuyên suốt tình hình để dự đoán tương lai.

Phương pháp so sánh bán Phương pháp so sánh bán có hiệu quả cao nhất khi bạn kiểm tra kỹ và liệt kê từng đặc điểm của bất động sản đích và các bất động sản dùng để so sánh. Chính vì vậy, tôi khuyến khích bạn đọc theo dõi từng bất động sản bắt đầu được rao bán trong vùng mà bạn muốn mua. Hãy ghi chép những đặc điểm chi tiết của chúng, chụp ảnh các bất động sản này, viết các nhận xét và ghi chú của mình ra. Sau đó, theo thời gian, khi các bất động sản này được bán thì bạn đã có được một bộ sưu tập các bất động sản để so sánh thật chính xác và chi tiết.

Không kém tầm quan trọng, việc theo dõi những bất động sản bán sẽ giúp bạn phát hiện ra cách những đặc điểm đặc trưng đó tạo ra sự hấp dẫn nhất trên thị trường, sự bán chạy và giá cao ngất trời ra sao. Với kiến thức thị trường thấu đáo như vậy, bạn sẽ nhận biết ngay khi những bất động sản

vừa được rao bán trên thị trường có giá bán dưới giá trị thị trường của chúng. Nếu bạn không có sẵn kiến thức, bất động sản giá cực hời đó có thể đã vào tay người khác trước khi bạn kịp hiểu ra mà hành động.

Bạn cũng có thể sử dụng những kiến thức thị trường thực tế đó để hỗ trợ cho đề xuất chào hàng của bạn và các cuộc đàm phán mua hoặc bán (dĩ nhiên, chúng phải được chọn lựa và diễn giải theo hướng có lợi cho bạn). Thuyết phục bằng các sự kiện có thật sẽ thành công nhiều hơn là chỉ nói: “Đây là đề xuất mua của tôi, chấp nhận hay không thì tùy!”

Bây giờ chúng ta hãy lướt qua các điểm tổng hợp so sánh bán hàng một cách chi tiết hơn xem sao. Bạn có thể ngạc nhiên khi thấy rằng những chuyên viên định giá hầu như chẳng bao giờ nhìn thấy những bất động sản so sánh. Việc duy nhất mà họ làm là thu thập các thông tin cũ từ những nhà môi giới bất động sản có liên quan tới giao dịch đó. Hoặc một cách khác (và tôi đã thấy điều đó trên rất nhiều báo cáo định giá bất động sản đến mức không đếm xuể), những chuyên viên định giá bịa ra nhiều điều vớ vẩn hoặc đơn giản là bỏ qua những sự khác biệt lớn giữa các bất động sản so sánh và bất động sản đối tượng vì họ không nhận thấy sự tồn tại của các khác biệt đó.

Vì lý do đó và những lý do khác nữa, tôi cam đoan với bạn rằng cả tôi và Donald Trump đều không dựa vào những chuyên viên định giá hoặc môi giới bất động sản để biết giá trị thực của một bất động sản. Chúng tôi lắng nghe, xem xét, phân tích, và sau đó chúng tôi tự quyết định lấy. Bạn cũng nên làm như thế đó.

Địa điểm và trạng thái gần kề với bất động sản đối tượng Theo lẽ thường, các bất động sản để so sánh càng ở gần bất động sản đích càng tốt. (Trên thực tế, với mỗi việc định giá giả định, bạn muốn các bất động sản so sánh càng giống bất động sản của bạn càng tốt về mọi khía cạnh.) Những chuyên viên định giá thường chọn những bất động sản so sánh nằm ở quá xa vị trí bất động sản đối tượng.

Thế nào là “quá xa”? Đó là khi bất động sản so sánh nằm ở vùng khác với vùng ta muốn mua. Đó có thể là hướng khác hẳn của một mặt phố,

trong một quận có trường học khác, hoặc có ga tàu điện ngầm hay đường tàu điện trên cao xa hơn. Hãy luôn tự đến nơi có bất động sản so sánh được lựa chọn bởi một chuyên viên định giá. Vị trí địa điểm đó có thể so sánh với bất động sản đích được không? Những đặc điểm của địa điểm đó có giống như của bất động sản đích về những mặt quan trọng không?

Giá bán và giá tính theo foot vuông Thông thường, các nhà đầu tư và những ngân hàng cho vay thế chấp thích được thấy giá trị của bất động sản đối tượng thấp hơn giá cao nhất trong khu vực dân cư đó từ 10% đến 20%. Các bất động sản có giá bằng hoặc thấp hơn giá hiện thời của một khu dân cư thường cho thấy chúng dễ tiêu thụ hơn.

Ngoài ra, nếu bạn không thể tìm được các bất động sản so sánh phù hợp hoàn toàn với đối tượng (mà chỉ giống nhau), hãy chọn các bất động sản được xếp hạng cả cao hơn lẫn thấp hơn nó để so sánh. Cách đó giúp bạn có thể khoanh vùng được giá trị của bất động sản đối tượng và cho bạn một giá trị ước tính xác định hơn. Nếu tất cả các bất động sản so sánh đều ở hạng cao hơn (hoặc thấp hơn) đối tượng, bạn sẽ thấy khó trả lời câu hỏi “kém bao nhiêu” hoặc “hơn bao nhiêu” giá trị của bất động sản.

Ví dụ, giả định rằng các bất động sản ở hạng cao hơn được bán gần đây với giá 450 ngàn đến 475 ngàn đô la, và bất động sản ở hạng thấp hơn được bán với giá từ 400 ngàn đến 420 ngàn đô la. Bằng cách khoanh vùng bất động sản đối tượng, bạn sẽ biết giá trị của nó nằm trong khoảng từ 425 ngàn đến 445 ngàn đô la, thế tức là bạn đã thu hẹp phạm vi giá trị đó.

Như chúng ta đã lưu ý ở phần trước, giá tính theo mỗi foot vuông diện tích cho ta một qui tắc ước lượng gần đúng giá trị thị trường. Để tính giá trên mỗi foot vuông diện tích (p.s.f.) chỉ cần đem giá bán của một bất động sản (trừ đi các nhân nhượng ưu đãi nếu có xem phương trình dưới đây) chia cho tổng diện tích sử dụng của nó (đừng tính cả ga ra, tầng hầm, tầng áp mái, gian nhà kho, v.v...) Ví dụ, giả định rằng một bất động sản được bán với giá 380 ngàn đô la và nó có diện tích sử dụng là 1.843 foot vuông:

Giá trên mỗi foot vuông diện tích cho bạn một con số khởi đầu gần đúng, nhưng như bạn cũng đã thấy không bao giờ có trả lời cuối cùng trước

khi bạn so sánh kỹ lưỡng những đặc điểm của bất động sản được định giá.

Nguồn dữ liệu và việc xác minh lại các dữ liệu đó Trong một số báo cáo định giá, các chuyên viên định giá sẽ trích dẫn tài liệu kiểm tra do chính họ thu thập làm dữ liệu nguồn cho các bất động sản so sánh. Nhưng thường là những chuyên viên định giá sẽ trích dẫn dữ liệu từ hồ sơ công cộng, từ dịch vụ đa giao dịch, và từ các nhà môi giới bất động sản. Dù rằng không một chuyên viên định giá (hoặc thanh tra) nào có thể làm việc mà không cần dựa vào nguồn dữ liệu cũ, bạn hãy luôn xác minh lại những dữ liệu đó bằng rất nhiều nguồn khác nhau. Các dữ liệu cũ làm tăng gấp bội khả năng sai sót.

Điều chỉnh giá trị Trong bảng 14.1 bạn sẽ gặp một danh mục các đặc điểm. Vì không có bất động sản đích nào phù hợp hoàn toàn với các bất động sản so sánh về đặc điểm, việc lập dự toán giá trị thị trường đòi hỏi bạn phải “điều chỉnh” giá của các bất động sản so sánh theo sự khác biệt về đặc điểm giữa chúng với nhau.

Nói cách khác, phương pháp điều chỉnh sẽ giúp trả lời câu hỏi này: ở mức giá nào thì các bất động sản so sánh phản ánh được các đặc điểm của bất động sản đích được bán? Để tìm ra câu trả lời cho câu hỏi này, bạn hãy so sánh bất động sản đích với từng đặc điểm một của bất động sản so sánh. Nếu các bất động sản này tương thích với nhau thì ta không cần điều chỉnh thêm nữa.

Trong trường hợp các bất động sản so sánh có giá cao hơn thì để làm cho nó tương đương với đối tượng so sánh, giá trị ước tính của các lợi thế về đặc điểm của nó phải được trừ đi từ giá bán của bất động sản so sánh. Ngược lại, nếu bất động sản đích có giá cao hơn bất động sản so sánh về một số đặc điểm cụ thể, giá trị ước tính của bất lợi thế về đặc điểm đó phải được cộng thêm vào giá bán của bất động sản so sánh. Bằng cách này, giá bán đã được điều chỉnh của bất động sản so sánh sẽ chỉ ra đúng giá trị thị trường của bất động sản đối tượng.

Chúng ta sẽ minh họa phương pháp điều chỉnh này bằng một ví dụ đơn giản như sau:

Trong vụ bán bất động sản so sánh số 1, người bán cho trả góp 90% khoản “vay trên giá trị hợp đồng” (LTV) thế chấp (10% kia là khoản thanh toán ngay theo hợp đồng) cho bất động sản với lãi suất 6.5%. Vào lúc đó, việc cung cấp tài chính cho người mua thường đòi hỏi 75% LVT (25% kia là khoản thanh toán ngay theo hợp đồng) và 7.5% lãi suất cho kiểu bất động sản như vậy. Nếu không có việc thu xếp tài chính ưu đãi của chủ sở hữu, bất động sản so sánh số 1 có thể phải bán với giá ít hơn 11.250 đô la so với giá bán thực của nó là 225.120 đô la. Vì rằng việc xác định giá trị thị trường đòi hỏi những điều kiện thu xếp tài chính đặc trưng hiện có tại thị trường đó, giá bán cao hơn được tạo ra bởi nguồn tài chính do người bán cho trả góp (OWC) sẽ phải được trừ đi từ giá bán của bất động sản so sánh số 1. Dưới đây là diễn giải của một số điều chỉnh khác:

Gara của bất động sản so sánh số 1 với giá trị (+) 8.250 đô la: Bất động sản đối tượng có gara lớn hơn chứa được 2 xe ô tô, nhưng gara của bất động sản so sánh số 1 chỉ chứa được 1 xe. Nếu gara của bất động sản so sánh số 1 chứa được 2 xe như bất động sản so sánh, bất động sản so sánh sẽ có giá bán tăng thêm +8.250 đô la.

Bể bơi, sân và tầng thượng của bất động sản so sánh số 1 với giá trị (-) 6.750 đô la: Bất động sản so sánh ở hạng cao hơn bất động sản đối tượng về đặc điểm này vì đối tượng không có tầng thượng và sân. Nếu cũng không có những hạng mục này thì bất động sản so sánh phải có giá bán ít hơn (-) 6.750 đô la.

Ngày bán của bất động sản so sánh số 2: Giá trị thị trường ước đoán các dữ liệu so sánh bán hàng hiện hành. Vì bất động sản so sánh số 2 đã bán từ 6 tháng trước trong lúc giá thị trường đang lên, thì cũng giống như ở thời điểm hiện tại, nó được bán cao hơn giá thị trường 7.500 đô la.

Các ưu đãi nhân nhượng khi bán của bất động sản số 2 với giá trị (-) 7.500 đô la: Giá bán 213.440 đô la trong giao dịch này bao gồm các rèm cửa, một máy rửa chén bát kèm theo máy sấy của chủ sở hữu và một nhà kho. Vì những hạng mục này không xuất hiện nhiều trên thị trường nên giá

bán phải được điều chỉnh xuống cho bằng những đặc điểm của bất động sản đối tượng không có những hạng mục đó đi kèm khi bán.

Thiết kế mặt bằng sàn của bất động sản số 2 với giá trị (+) 3.750 đô la: Không giống bất động sản đối tượng, bất động sản so sánh không có lối đi tắt từ gara vào nhà bếp. Gara được xây bên dưới ngôi nhà, và người sử dụng sẽ phải khuân nhu yếu phẩm họ mua từ gara lên bếp qua cầu thang lộ thiên. Nếu có lối đi tiện lợi hơn, giá bán của bất động sản so sánh số 2 có thể tăng thêm 3.750 đô la.

Bất động sản so sánh số 3 với giá trị (-) 15.000 đô la: Bất động sản này nằm trên một khu vực khép kín không có đường giao thông phía sau và sân sau của nó tiếp giáp với khu rừng được phòng vệ môi trường. Trái lại, bất động sản đối tượng nằm trên một phố với những lô đất chia nhỏ đặc trưng, và phía đằng sau ngôi nhà tiếp giáp với hậu ngôi nhà liền kề. Vì đặc điểm này mà bất động sản đối tượng sẽ có giá bán thấp hơn bất động sản so sánh là 15 ngàn đô la.

Sau khi điều chỉnh những đặc điểm hơn và kém (hoặc những nhượng bộ ưu đãi), bạn làm phép cộng của tổng các con số. Tổng này sẽ cho bạn thấy giá bán có thể đạt được của từng bất động sản so sánh nếu nó là bản sao giống hệt của bất động sản đối tượng. Lúc này bạn có thể hoài nghi: “Làm cách nào để mình có thể tính được khoản tiền cụ thể này đối với từng hạng mục điều chỉnh?” Không có câu trả lời dễ dàng cho câu hỏi đó đâu nhé. Câu trả lời này sẽ được bạn chắt lọc từ kiến thức mà bạn có được nhờ theo dõi nhiều vụ giao dịch bất động sản trong nhiều tháng hoặc thậm chí trong cả năm. Bạn cũng sẽ phải tham khảo kiến thức của nhiều nhà môi giới bất động sản và những chuyên viên định giá thành thạo nữa.

Nhưng dù cho bạn có thiếu kinh nghiệm, thì hãy tiếp thu ý kiến của các nhà chuyên môn để so sánh với những đánh giá của riêng bạn. Hãy đặt câu hỏi. Khám phá lập luận của họ, xác minh lại các thông tin họ đưa ra. Khi bạn xem xét các bất động sản, hãy tự dạy mình cách nhận biết những đặc điểm có thể làm cho chúng khác nhau. Xin nhớ rằng bạn phải kiểm tra và đánh giá thật kĩ chứ không chỉ ước tính giá thị trường một cách đơn

thuần. Bạn còn tưởng tượng ra những cách làm tăng thêm giá trị cho bất động sản nữa.

Lịch sử giao dịch (bán) bất động sản Vào cuối những năm 1980, một số thị trường bất động sản bị sụp đổ. Việc này đã kéo theo sự phá sản của nhiều ngân hàng và các tổ chức cho vay vốn và tiết kiệm. Việc phân tích nguyên nhân của sự sụp đổ này cho thấy những thị trường bất động sản thường bị lây nhiễm các dịch bệnh như quay vòng, gian lận và đầu cơ. Vì vậy, hiện nay những cơ quan kiểm soát các thể chế tài chính đòi hỏi chuyên viên thẩm định phải nghiên cứu kỹ lưỡng tần số của các giao dịch bán đã thực hiện đối với cả bất động sản đối tượng và bất động sản so sánh.

Những bất động sản có tần số quay vòng cao và có giá bán cao thường biểu hiện cho một thị trường bất động sản đang suy giảm. Khi các cơ quan kiểm soát thấy những biểu hiện đó, họ sẽ thúc ngân hàng cho vay vốn thắt chặt hơn nữa những tiêu chí cho vay tín dụng của họ và đánh giá bất động sản và tỷ lệ “vay trên vốn” LVT cẩn thận hơn.

Bạn cũng cần phải tự kiểm soát mình như vậy. Hoặc nếu bạn muốn chơi trò quay vòng, hãy mài sắc kỹ năng về tính toán thời điểm thị trường. Những kỹ năng như vậy sẽ trở nên quan trọng hơn với thành công và khả năng thanh toán nợ của bạn.

(Trong ngữ cảnh này, tôi đề cập tới những người đầu cơ quay vòng bất động sản chứ không phải những người mua bất động sản để nâng cấp, cải tạo rồi bán).

Giá trị hiển thị bằng phương pháp so sánh bán Sau khi so sánh các nhân nhượng, ưu đãi, ngày bán, những đặc điểm và lịch sử giao dịch, bạn đã sẵn sàng ra một kết luận chắc chắn về giá trị thị trường của bất động sản đối tượng. Mặc dù nhiều người tự cho là mình biết định giá bất động sản, nhưng chỉ có một phương pháp luận tỉ mỉ với những dữ liệu chính xác mới cho bạn sự tự tin để hành động ngay tức khắc (khi bạn muốn) mà không kéo theo rủi ro nào.

Phương pháp giá thành Mặc dù nhiều báo cáo đánh giá giá trị thị trường bất động sản để ở không bắt buộc phải dùng phương pháp giá thành

(và doanh thu) đối với những lập luận được viện dẫn ra trong đó, nhưng là một nhà đầu tư, bạn luôn phải cập nhật thông tin về giá thành tái xây dựng bất động sản.

Tính giá thành xây mới Để thấy phương pháp luận của phương pháp tính giá thành, hãy tham khảo hình 14.2. Trước hết, bạn phải tính xem giá thành xây dựng bất động sản là bao nhiêu trên một foot vuông diện tích trong vùng mà bạn có bất động sản đang cần định giá.

Như bạn thấy trong hình, giá thành xây dựng công trình mới thay thế được tính theo diện tích và chất lượng nhà. Hãy đảm bảo rằng bạn đã tính đến giá thành của những hạng mục cần nâng cấp và những hạng mục phụ trợ (như đèn chùm pha lê, thảm phủ kín sàn loại cao cấp, những thiết bị làm lạnh hoặc hệ thống ống nước cố định của hãng Kohler , phòng tắm xông hơi và bồn tắm nước nóng) cũng như bể bơi, ga ra, nhà để xe, sân thượng, mái vòm, v.v... Sau đó cộng thêm giá thành của các hạng mục phụ trợ đó vào giá thành xây dựng cơ bản tính theo foot vuông diện tích.

Trừ khấu hao Sau khi tính toán xong giá thành tái xây dựng lại bất động sản với chi phí xây dựng vào thời điểm hiện tại, bạn hãy lưu ý tới ba loại khấu hao: (1) khấu hao vật chất, (2) khấu hao chức năng, (3) khấu hao kinh tế (bề mặt bên ngoài). Một toà nhà cũ hơn thường có giá trị thấp hơn một toà nhà được xây dựng y trang nhưng mới hơn do khấu hao vật chất (xuống cấp và hư hỏng do sử dụng lâu hơn). Các bất động sản hư hỏng theo thời gian, do thời tiết, do sử dụng lâu ngày và do sử dụng sai cách. Những tấm thảm sờn rách, tường tróc sơn và bạc màu, lớp vữa thạch cao bị nứt vỡ, hệ thống ống nước rỉ sét và mái nhà bị thấm dột sẽ làm cho bất động sản mất giá. Mất bao nhiêu? Đó là việc đòi hỏi phải phán đoán. Để điền vào những con số cụ thể, hãy đánh giá tỷ lệ hao mòn xuống cấp tương quan với những hạng mục mới. Thường thường những bất động sản “được bảo dưỡng tốt” sẽ đảm bảo tỷ lệ khấu hao từ 10% đến 20%. Đối với những thứ đã “hư hỏng nhiều” thì tỷ lệ khấu hao lên tới từ 50% - 70% của giá thành xây lắp mới. Thay vì áp dụng con số tỷ lệ khấu hao, bạn cũng có thể liệt kê

giá thành sửa chữa và cải tạo lại để khôi phục bất động sản đó trở lại tình trạng tốt nhất.

Sau khấu hao vật chất, việc tiếp theo là đánh giá tổng số khấu hao chức năng. Không giống những sự xuống cấp và hư hỏng do sử dụng và sử dụng sai, khấu hao chức năng đề cập tới sự mất giá trị vì những vấn đề như gỗ ván sàn thẩm màu không còn được ưa chuộng, thiết kế mặt bằng sàn không hợp lý, hệ thống điện có cường độ thấp, hoặc có màu sắc phối hợp và thiết kế kiến trúc bên ngoài không hài hoà. Một bất động sản có thể có ít chỗ xuống cấp và hư hại (khấu hao vật chất),

nhưng vẫn bị khấu hao chức năng rất nhiều vì đặc điểm của bất động sản đó không còn hấp dẫn đối với đại đa số khách mua hoặc khách thuê tiềm năng nữa.

Toà nhà Bonvit Teller - một chiếc hộp nhái phong cách Art Deco - đã quá hạn sử dụng. Các chức năng của nó đã quá lỗi thời. Vị trí đó đã sẵn sàng cho chức năng cao hơn và sinh lời nhiều hơn.

Khấu hao bên ngoài (về địa điểm) xảy ra khi một bất động sản không còn phản ánh được các chức năng sử dụng tốt nhất và cao nhất đối với vị trí đó. Giả dụ bạn tìm được một ngôi nhà được trông coi rất cẩn thận nằm trong một khu vực mà bây giờ chủ yếu là khu thương mại. Quy hoạch vùng của vị trí đất này đã thay đổi. Thực chất, ngôi nhà hầu như chẳng còn mang lại thêm giá trị gì cho khu đất đó. Khi ai đó mua “ngôi nhà”, họ sẽ lập tức phá ngay nó đi để dọn chỗ xây một cửa hàng bán lẻ hoặc một toà nhà văn phòng. Quy tắc này áp dụng khi các khu dân cư trở nên hiện đại hơn và được bảo quản tốt, những ngôi nhà có 3 buồng ngủ và hai buồng tắm bồn rộng tới 2.000 foot vuông đã bị phá đi và thay thế bằng một toà nhà diện tích 6.000 foot vuông trị giá tới 2 triệu đô la (hoặc hơn).

Những bất động sản đã lỗi thời về mặt kinh tế được gọi là “phá dỡ”, nhưng hãy nhớ rằng từ “phá dỡ” đó có thể áp dụng cho cả những toà nhà đã được sửa chữa lại rất đẹp cũng như những toà nhà trường giả quê mùa. Nếu bạn mua một bất động sản như vậy, hãy chỉ trả giá bằng giá đất trừ đi chi phí phá dỡ, di dời toà nhà cũ ra khỏi đất đó.

Giá trị đất Để định giá đất, hãy tìm những lô đất tương tự (còn trống, chưa xây cất gì bên trên) được bán gần thời điểm đó, hoặc những lô đã có những toà nhà bên trên cần phải phá dỡ đi. Để đánh giá những lô đất tương tự, hãy so sánh những đặc điểm như diện tích, mặt ngoài, cảnh quan, địa hình, những quy định của nhà nước, nội quy của khu và những đặc điểm khác mà khách mua thường nghĩ đến.

Dự toán giá trị thị trường (Phương pháp giá thành)

Như bạn đã thấy trong bảng 14.1, sau ba bước chính - (1) Tính giá thành xây dựng bất động sản mới thay thế, (2) Trừ khấu hao, (3) Cộng thêm giá trị lô đất - là bạn đã ước tính được giá thị trường. Vì rất khó tính toán chính xác giá thành và chi phí xây lắp, khấu hao tồn dư tích lũy và giá trị đất, nên phương pháp giá thành không bao giờ cho ta câu trả lời xác định. Nhưng ngoài việc giúp bạn dự đoán xu hướng giá, nó còn cung cấp cho bạn một con số để kiểm tra, đối chiếu với phương pháp so sánh bán và phương pháp doanh thu.

Phương pháp doanh thu (GRM)

Phương pháp doanh thu liên quan tới kỹ thuật định giá được gọi là bội số thu nhập cho thuê gộp (GRM).

Để tính giá trị thị trường sử dụng GRM, bạn cần phải tìm ra giá thuê tháng và giá bán của những ngôi nhà hoặc căn hộ tương tự. Giả dụ bạn biết giá bán của những ngôi nhà cho thuê như sau: (1) nhà số 214 phố Jackson có giá thuê 1.250 đô la một tháng được bán với giá 220 ngàn đô la, (2) nhà số 312 phố Lincoln có giá thuê 1.350 đô la một tháng được bán với giá 247 ngàn đô la, (3) nhà số 107 phố Adam có giá thuê 1.175 đô la một tháng được bán với giá 210 ngàn đô la. Với những thông tin đó, bạn có thể tính toán một loạt giá trị GRM cho khu dân cư này:

Nếu ngôi nhà bạn đang định giá có thể cho thuê với giá 1.255 đô la mỗi tháng, hãy tính giá trị GRM tương ứng từ các bất động sản so sánh với nó như sau:

Ngôi nhà đối tượng (Phạm vi giá trị ước tính)

Vì phương pháp tính GRM không điều chỉnh trực tiếp những vụ mua bán hoặc những nhân nhượng về thu xếp tài chính, đặc điểm, vị trí, điều kiện hoặc chi phí hoạt động, kỹ thuật định giá này chỉ có thể sơ tính giá trị thị trường mà thôi. Nhưng dù vậy, nhiều nhà đầu tư sử dụng nó như một công cụ chỉ dẫn đầu tiên làm cơ sở cho các bước định giá sau. Cũng giống như phương pháp định giá bán của các bất động sản so sánh theo foot vuông diện tích của chúng, phương pháp GRM cho hiệu quả cao nhất khi bạn tìm ra những bất động sản cho thuê mang đặc tính giống với bất động sản đối tượng nhiều nhất trong cùng một khu dân cư.

Chỉ số GRM ở những ví dụ trên không nhất thiết phải tương đương với GRM áp dụng trong thành phố của bạn. Thậm chí trong cùng một thành phố, những khu dân cư khác nhau sẽ cho thấy sự khác xa về chỉ số GRM đặc trưng của chúng. Ở khu vực San Diego, chỉ số GRM đối với một ngôi nhà biệt lập tại La Jolla có thể lên tới 400; ở vùng Clairemont gần đó, bạn có thể tính ra chỉ số GRM khoảng từ 250 đến 300; và ở National City, các chỉ số GRM đối với những ngôi nhà biệt lập có thể xuống đến mức 200. Thậm chí ngay trong cùng một khu dân cư, chỉ số GRM đối với những ngôi nhà biệt lập thường cao hơn chỉ số của những căn hộ chung cư sở hữu tư nhân. Đối với tất cả mọi phương pháp định giá, bạn hãy sử dụng những dữ liệu liên quan tới địa phương đó trước khi áp dụng chỉ số GRM.

Bạn có thể phá sản khi trả giá cao ngất cho một vị trí tuyệt đẹp hoặc khi mua một vị trí không đặc địa với giá rất thấp. Bạn phải biết giá trị của vụ mua bán đó và đừng bao giờ trả giá cao hơn giá trị của nó. Kết hợp các dự toán giá trị với nhau Khi đã hoàn thành cả ba phương pháp định giá, bạn sẽ cân nhắc kết quả theo tính tương quan và tính ứng dụng của chúng đối với những vấn đề mà bạn đang nghiên cứu. Như đã lưu ý ở trên, đối với những ngôi nhà biệt lập thì phương pháp so sánh bán sẽ cho chỉ dẫn tốt nhất để định giá trị thị trường. Nhưng đối với những bất động sản để đầu tư - mặc dù những quy tắc tính vẫn y như thế - thì những bất động sản so sánh bán cụ thể và kỹ thuật tính thu nhập có phần hơi khác so với phương pháp mà ta vừa xem xét.

ĐỊNH GIÁ BẤT ĐỘNG SẢN CÓ THU NHẬP Để minh họa sơ lược cách định giá một bất động sản có thu nhập, chúng ta sẽ xem xét toà nhà chung cư hỗn hợp Royal Terrace đã có 20 năm tuổi. Royal Terrace bao gồm 38 căn hộ cho thuê với diện tích 550 foot vuông mỗi căn. Bất động sản này ở Middleton, bang Iowa, một thành phố miền Trung Tây có mức sinh hoạt thấp với nền kinh tế ổn định nhưng việc làm, tăng trưởng thu nhập và tăng trưởng dân số hầu như rất ít hoặc không có.

Sau khi nghiên cứu kỹ những đặc điểm vật chất, vị trí và các dịch vụ của Royal Terrace, bạn may mắn tìm ra 2 bất động sản tương tự trong cùng một khu dân cư đã được bán trong vòng 6 tháng vừa qua. Dữ liệu của những bất động sản so sánh đó như sau:

Số 2735 đường Mapple (bất động sản so sánh số 1)

Toà nhà này có 25 năm tuổi và gồm 33 căn hộ cho thuê được. Nó có nhiều chỗ bị hư hại, xuống cấp hơn bất động sản đối tượng, nhưng mặt khác nó có thể so sánh về mặt xây dựng và điều kiện. Một trong những điểm bất lợi lớn nhất là nó một trường phổ thông trung học mới án ngữ. Những căn hộ trong đó được cho thuê với giá 285 đô la một tháng, và diện tích mỗi căn là 525 foot vuông. Những thông tin do người quản lý bất động sản cung cấp cho thấy tỷ lệ căn hộ không có khách thuê rất bình ổn, chiếm 4% trên tổng số căn hộ và chi phí hoạt động (chiếm khoảng 52% trên tổng doanh thu tiềm năng). Các hồ sơ công cộng và những nhà môi giới bất động sản cho biết bất động sản này được bán với giá 506.700 đô la, trong đó phần thanh toán ngay là 20%, và thế chấp 25 năm với tỷ lệ lãi suất cố định là 7%.

Số 1460 đường Elm (bất động sản so sánh số 2)

Toà nhà này có 16 năm tuổi và gồm 40 căn hộ cho thuê được. Nó được xây dựng cao cấp hơn bất động sản đối tượng một chút, và nó tọa lạc cách công viên của khu dân cư ở đó chỉ 2 dãy nhà, công viên này có sân tennis, bể bơi và một sân golf chín lỗ. Mỗi một căn hộ trong đó được cho thuê với giá 315 đô la một tháng, và cũng như bất động sản đối tượng, mỗi căn có diện tích 550 foot vuông. Tỷ lệ chưa có khách thuê trung bình cũng vào

khoảng 4%, chi phí hoạt động chiếm 49% trên tổng doanh thu tiềm năng. Hồ sơ công cộng cho thấy bất động sản này được cung cấp tài chính với tỷ lệ LTV (“vay trên giá trị hợp đồng”) 80% vốn thế chấp trong vòng 30 năm và lãi suất vay là 6.75%. Nó được bán với giá 772.400 đô la.

Thêm vào những dữ liệu so sánh bán, bạn đã tra cứu một số hợp đồng thầu xây dựng và tham khảo Dịch vụ Định giá Marshall & Swift . Từ nghiên cứu này bạn sẽ ước tính ra rằng giá thành xây dựng gộp đối với một toà nhà giống như bất động sản đích vào thời điểm đó là khoảng 72 đô la foot vuông diện tích.

Bạn đã lấy được các dữ liệu về thu nhập và chi phí từ kế toán của chủ sở hữu Royal Terrace, những dữ liệu này là của năm lịch, kết thúc vào ngày 31 tháng 12 năm ngoái.

GRM Phương pháp GRM để sử dụng đối với những bất động sản có doanh thu cũng như những ngôi nhà hoặc căn hộ chung cư sở hữu tư nhân cho thuê. Từ các thị trường so sánh, bạn hãy tính bội số doanh thu gộp. Sau đó bạn nhân con số tính được với tổng doanh thu tiềm năng của bất động sản đối tượng. Nhưng đối với những ngôi nhà hoặc căn hộ chung cư sở hữu tư nhân cho thuê, thông thường, ta phải tính bội số trên cơ sở doanh thu thuê gộp hàng tháng. Đối với những toà chung cư, GRM được tính theo năm. Coi như GRM của hai bất động sản so sánh là 4.49 (= 506.700/112.860) và 5.10 (= 772.400/151.200). Giả dụ nếu bạn tính ra kết quả bội số là 4.75 đối với Royal Terrace, giá trị thị trường mà bội số này chỉ ra theo phương pháp tính GRM sẽ là 638.970 đô la:

$4,75 \times 134.250 \text{ đô la} = 638.970 \text{ đô la}$ GRM được sử dụng rộng rãi ở nhiều nơi đối với những loại nhà chung cư cụ thể. Nhưng nhìn chung thì khách mua quan niệm rằng nó không quan trọng bằng vốn hoá doanh thu trực tiếp. Trừ phi những bất động sản so sánh được lựa chọn rất giống với đối tượng, thì trong những trường hợp nếu không GRM chỉ cho một con số ước tính chưa hoàn thiện mà thôi. Ngoài ra, khách mua hiếm khi sử dụng GRM để định giá các toà nhà văn phòng, trung tâm thương mại và những loại bất động sản có doanh thu khác. Do có những khác biệt lớn giữa các

điều khoản hợp đồng cho thuê cũng như các đặc điểm của bất động sản, GRM có thể bỏ qua rất nhiều chi tiết quan trọng. Nhưng dù sao thì GRM cũng là một công cụ để bạn có thể sử dụng vì nó phản ánh được quan điểm đầu tư điển hình.

Vốn hoá doanh thu Đây là một phương pháp đánh giá doanh thu nữa mà bạn nên áp dụng cho những bất động sản có doanh thu bao gồm nhiều căn (nhưng cũng có thể sử dụng để đánh giá những bất động sản nhỏ hơn). Hãy nhớ lại khi tính giá trị thị trường bằng phương pháp vốn hoá trực tiếp, bạn đã dùng công thức sau:

Ở đây, V là giá trị ta sẽ phải tính toán. NOI là doanh thu hoạt động ròng của bất động sản, và R là tổng tỷ lệ hoàn vốn (tức là vốn hoá, nói cách khác là lãi suất vốn hoá) mà người mua những bất động sản có doanh thu tương tự đòi hỏi phải đạt được.

Vì thế, nếu Royal Terrace hi vọng đạt được NOI là 63.174 đô la một năm và lãi suất vốn hoá áp dụng trong trường hợp này là 0.096, bạn sẽ tính ra giá trị của bất động sản này như sau:

Tất nhiên cách tính đơn giản như trên sẽ chưa có giải đáp cho câu hỏi tính NOI và R bằng cách nào. Bây giờ chúng ta sẽ quay lại những vấn đề đó.

NOI (doanh thu hoạt động ròng)

Các nhà đầu tư xác định NOI là doanh thu thuê tiềm năng gộp hàng năm của một bất động sản, trừ đi những khoản như các căn không cho thuê được, lỗ do không thu được tiền thuê của khách, các chi phí hoạt động, dự trữ thay thế, thuế bất động sản, bảo hiểm cho bất động sản và trách nhiệm nợ.

Nhưng như trong trường hợp chủ sở hữu của Royal Terrace thì nhiều nhà đầu tư không chuyên nghiệp (cũng như những kế toán viên và kế toán trưởng) không biết cách lập một báo cáo NOI để tính giá trị doanh thu vốn hoá.

Thêm vào đó, nhiều chủ sở hữu hiểu biết của các bất động sản có doanh thu thường chủ định khai khống doanh thu cho thuê của họ lên và khai giảm mức chi phí hoạt động và tỷ lệ còn trống chưa cho thuê được. Bằng cách bóp méo doanh thu và chi phí như vậy, những chủ sở hữu bất động sản đó cố gắng thuyết phục bạn rằng bất động sản của họ đem lại lợi nhuận nhiều hơn và vì vậy, chúng có giá trị cao hơn là giá trị được xác định bằng thực tế.

Vì vậy, dù bạn mua nhà của những tay chuyên nghiệp hoặc nghiệp dư về kinh doanh đầu tư bất động sản, bạn nên cảnh giác. Đừng bao giờ chấp nhận những con số họ đưa cho bạn một cách bất cần. Thay vì thế, bạn hãy xác lập lại con số NOI từ những tìm hiểu, nghiên cứu thị trường của chính bạn.

Bây giờ ta quay lại với báo cáo doanh thu của chủ sở hữu và doanh thu được xác lập lại cho Royal Terrace (theo Bảng 14.2 và 14.3). Bạn biết rằng một chuyên viên định giá sẽ phải xác lập lại báo cáo doanh thu của chủ sở hữu để phản ánh những nguyên tắc được chúng ta thảo luận ở đây. Việc xác lập lại này phải phản ánh một cách chính xác NOI mà bất động sản đó có khả năng sẽ thu được trong năm tới với một khả năng quản lý giỏi.

* Số liệu doanh thu và chi phí mà chủ nhà báo cáo được để trong ngoặc để đối chiếu. Nhằm xác định giá trị thị trường, khấu hao và lãi suất vay thế chấp không dùng để tính toán NOI Xác lập lại doanh thu: Trước hết, bạn cần lưu ý rằng để xác lập lại một doanh thu có thật, chúng ta sử dụng mức giá thuê thị trường và tỷ lệ còn trống chưa cho thuê được chứ không dùng những tỷ lệ mà bất động sản đối tượng đã thu được trên hoạt động thực tế. Để tìm ra mức giá thuê và tỷ lệ còn trống hợp lý, hãy xem xét mức giá thuê của các bất động sản được lựa chọn để so sánh cũng như mức giá thuê mà các tòa nhà khác trong khu vực dân cư đó đạt được. Bạn phải dựa vào bản phân tích thị trường hiện thời. Với doanh thu được tính lại đó, chúng ta sẽ xác lập lại các hạng mục chi phí.

Quản lý và quảng cáo: Trong báo cáo của chủ sở hữu, không có khoản tiền nào được dành cho việc quản lý và quảng cáo. Chủ sở hữu tự mình

quản lý lấy bất động sản, và vì giá thuê thấp nên họ luôn có danh sách khách chờ thuê nói miệng với nhau mà thôi. Một chủ sở hữu mới phải nghĩ ngay đến chi phí quản lý và quảng cáo mình phải gánh.

Bảo hiểm và thuế bất động sản: Số tiền bảo hiểm trong báo cáo của chủ sở hữu không đúng với sự thật vì nó không được chia theo tỷ lệ đủ 3 năm thời hạn của bảo hiểm. Số tiền thực tế phải là 1/3 của 19.200 đô la, tức là 6.400 đô la. Chúng ta cũng sẽ phải điều chỉnh tổng số chi phí được kế toán của chủ sở hữu báo cáo trong mục thuế bất động sản nữa. Một phần, tỷ lệ tăng thuế bất động sản được tính toán để phản ánh đúng giá trị được định giá mới gắn với bất động sản đó sau khi bán. Trong thành phố này, văn phòng định giá ủng hộ các báo cáo định giá bất động sản của họ. Nhưng khi một vụ mua bán được đăng kí vào sổ sách của địa phương, chuyên viên định giá sẽ lấy dữ liệu và thay đổi giá bất động sản được định giá theo dữ liệu cập nhật đó. Thêm vào đó, hội đồng quản hạt đã tăng thuế suất ở mức đáng kể, vì vậy thuế của năm tới sẽ tăng dù không cập nhật định mức thuế bất động sản.

Các dịch vụ tiện ích, người trông nom bất động sản v.v...: Nói tới các dịch vụ tiện ích và thu gom rác, bạn cần phải kiểm tra mức sử dụng với các công ty cung ứng những dịch vụ đó cho bất động sản đối tượng. Trên cơ sở những mức được báo cáo đó, bạn có thể tính toán mỗi hạng mục chi phí bằng cách sử dụng phương pháp so sánh chi phí hiệu quả cho năm tới. Lương của người trông nom bất động sản đã giảm trong báo cáo được xác lập lại vì một số nhiệm vụ của vị trí này sẽ được một hãng quản lý bất động sản thực hiện.

Khi nghiên cứu xong, bạn đã thấy rằng chủ sở hữu thực hiện việc sửa chữa và bảo trì đều đặn trong phạm vi bất động sản đó. Vì khách mua mới có thể muốn mua Royal Terrace để đầu tư - nhưng không phải với cách thức tự làm lấy toàn bộ công việc quản lý duy tu ở đó - bạn sẽ phải tăng tổng chi phí đó lên.

Sửa chữa, bảo trì và dự trữ thay thế: Những người bán bất động sản thường xuyên khai thác đi các chi phí cần thiết để bảo trì bất động sản của

họ và thay thế một số hạng mục (thảm, mái nhà, các thiết bị, v.v...) vì chúng đã hư mòn cũ nát. Vì vậy, chúng ta cần phải tăng số tiền chi phí đó lên đúng với mức cần thiết theo kinh nghiệm tại địa phương đó.

Những hạng mục lặt vặt: Ở mục cuối cùng, hãy lưu ý rằng chúng tôi thêm vào 2 ngàn đô la cho những chi phí lặt vặt. Những hạng mục này bao gồm các chi phí như phí pháp lý và kế toán, những vật dụng để cọ rửa, lau chùi và những vật liệu để trang trí lại nhà cửa (sơn, giấy bồi tường...), nhưng chúng tôi bỏ không đưa vào báo cáo chi phí lãi vay thế chấp và chi phí khấu hao mà chủ sở hữu có bao gồm trong báo cáo doanh thu của họ. Mặc dù lãi và khấu hao chắc chắn là có thực trong chi phí của chủ sở hữu, nhưng theo qui ước, chúng không được tính vào chi phí hoạt động với mục đích tính toán NOI.

NOI (doanh thu hoạt động ròng): Sau khi tất cả các hạng mục doanh thu và chi phí được xác lập lại, bạn có thể thấy NOI của Royal Terrace được ước tính cho năm tới là 63.174 đô la.

Lãi suất vốn hoá phái sinh Trên thực tế, các chuyên viên định giá và các nhà đầu tư dựa trên lãi suất vốn hoá phái sinh từ thị trường. Ví dụ, để thu được lãi suất vốn hoá cho Royal Terrace, hãy tính toán lãi suất áp dụng với khách mua bất động sản tại số 2735 đường Maple và số 1460 đường Elm (bảng 14.4). Đối với bất động sản tại số 2735 đường Maple, một bất động sản kém hơn bất động sản đối tượng ít nhiều (nó cũ hơn 5 năm, có nhiều chỗ hư hại xuống cấp hơn, và nó nằm bên đường cao tốc Hot Rod), khách mua áp dụng lãi suất vốn hoá là 9.80%. Đối với bất động sản đẹp hơn tại số 1460 đường Elm (nó nằm ở vị trí thuận lợi hơn, mới hơn 4 năm, và khoản tài chính của nó có lãi suất 6,75%), thì người mua nó áp dụng lãi suất vốn hoá là 9,20%. Xem xét những thực tế đó, chúng ta suy luận được gì cho lãi suất vốn hoá của bất động sản đối tượng?

Trước tiên, chúng ta thấy ngay rằng lãi suất vốn hoá của bất động sản đối tượng sẽ ở vào khoảng giữa 0.092 và 0.098. Nguyên nhân là do - với tất cả những đặc điểm khác đều tương đồng - các nhà đầu tư luôn thích những bất động sản có ít 5 tuổi hơn là bất động sản có nhiều 5 tuổi. Họ thường tin

rằng các bất động sản mới hơn mà lại nằm ở vị trí đẹp hơn và hiện trạng còn tốt sẽ ít rủi ro hơn là các bất động sản cũ hơn. Họ cũng tin rằng dòng doanh thu của những bất động sản như vậy sẽ tồn tại lâu hơn và có thể còn tăng nữa. Vì những tiêu chí đó, Royal Terrace nằm ở giữa hai bất động sản so sánh, và lãi suất vốn hoá của nó cũng vậy.

Nhưng chúng ta còn phải thực hiện phân tích sâu hơn và tìm hiểu xem bất động sản đối tượng có đặc điểm nào gần giống nhất với bất động sản tại số 2735 đường Maple hay số 1460 đường Elm. Chỉ sau khi chúng ta cân nhắc, xem xét tất cả những đặc điểm giống nhau và khác nhau, chúng ta mới tìm hiểu xem lãi suất vốn hoá mà một nhà đầu tư sẽ áp dụng cho dòng doanh thu của Royal Terrace là bao nhiêu. Chúng ta cần có những con số cụ thể.

Con số đó có thể là 0.096 không? Giống như những kết quả khác trong định giá, lựa chọn một mức lãi suất vốn hoá không chỉ đòi hỏi những sự kiện thực tế, mà còn cả óc phán đoán nữa. Hãy nhớ rằng không có hai bất động sản nào đồng nhất, không có hai khách mua nào giống hệt nhau; và không một ai có thể có được đầy đủ tất cả các thông tin thị trường hoặc thông tin về bất động sản. Ở đây chúng ta suy luận rằng những khách mua có thể thấy Royal Terrace giống bất động sản ở số 2735 phố Maple nhiều nhất. Thêm vào đó, bất động sản đối tượng có thể được cung cấp tài chính ở mức lãi suất 7.0% thì đúng hơn là lãi suất 6.75% được áp dụng với bất động sản ở số 1460 phố Elm. Trong trường hợp đó, với sự thận trọng cao, chúng ta chọn lãi suất vốn hoá phái sinh là 0.096.

Phương pháp vốn hoá trực tiếp Bước cuối cùng của phương pháp vốn hoá trực tiếp để định giá thị trường đòi hỏi các nhà đầu tư chuyển đổi dòng NOI của bất động sản thành tổng số vốn. Với ví dụ trên chúng ta sẽ thực hiện bước này bằng cách chia 63.174 đô la cho 0.096. Do đó, giá trị thị trường hiển thị của bất động sản đối tượng theo phương thức vốn hoá trực tiếp sẽ bằng 658.602 đô la:

Phương pháp so sánh bán Khi những nhà đầu tư mua những toà nhà chung cư, văn phòng và các trung tâm mua sắm, hầu hết họ đều nghiêng về

sử dụng phương pháp vốn hoá doanh thu. Mặt khác, họ cũng sử dụng những số liệu bán hàng ước tính và có tính chất so sánh để kiểm tra lại tính hợp lý trong việc định giá doanh thu của họ. Ví dụ, họ có thể xác lập một số loại giá như giá của từng căn và giá tính theo foot vuông diện tích như được trình bày trong Bảng 14.5.

Từ dữ liệu trong bảng 14.5, chúng ta có thể ước tính giá trị thị trường của Royal Terrace thông qua những số liệu so sánh bán của thị trường như sau:

Như bạn thấy đây, kết quả ước tính định giá theo phương pháp so sánh bán thường hỗ trợ cho phương pháp lãi suất vốn hoá. Tất nhiên, như đối với tất cả các báo cáo định giá, bạn cũng không bao giờ tìm được câu trả lời chính xác tuyệt đối. Những thông tin, các cách diễn giải, óc suy xét, và phương pháp lập luận của các nhà đầu tư khác nhau cũng sẽ khác nhau. Dù vậy, bạn vẫn có thể tiến hành phân tích để làm tăng khả năng đưa ra những quyết định quan trọng của bạn.

Phương pháp giá thành Như bạn sẽ thấy ở bảng 14.6, phương pháp giá thành cho thấy giá trị của bất động sản là 922.525 đô la.

Phương pháp giá thành cho thấy một giá trị vượt xa giá trị thị trường và giá trị mà phương pháp doanh thu tìm ra. Tại sao vậy? Vì rằng Middleton thiếu một nền kinh tế địa phương năng động. Giá thành xây lắp các toà nhà (được tính theo giá vật liệu xây dựng trong nước và quốc tế) đã tăng nhanh hơn sự tăng giá của bất động sản ở Middleton.

Kết quả là các nhà đầu tư mua Royal Terrace sẽ không gặp nhiều đối thủ cạnh tranh từ những căn hộ hoặc ngôi nhà mới được xây dựng. Những bất động sản mới đó sẽ phải áp giá thuê (hoặc giá bán) cao hơn những khu cũ rất nhiều.

Và một kết quả nữa là nhà đầu tư nào mua nó sẽ gặp ít rủi ro thị trường hơn. Thêm vào đó, nhà đầu tư này có thể có những cơ hội để nâng cấp và tạo giá trị cho bất động sản đó. Do các nhà đầu tư không trông đợi bất động sản ở Middleton lên giá nhiều, họ có thể mua với lãi suất vốn hoá cao hơn và có được dòng tiền mặt lớn hơn trên từng đô la đầu tư họ.

Nhìn chung, với giá 650 ngàn đô la hoặc kém đi chút ít, Royal Terrace có thể chứng minh rằng nó là một vụ đầu tư lý thú. Nhưng trước khi quyết định đề xuất giá mua, hầu hết các nhà đầu tư sẽ lướt qua các con số để tính toán tỷ lệ dòng tiền mặt trước thuế hàng năm trên tổng vốn đầu tư tiền mặt (ROI) và tổng thu nhập theo thời gian - nó bao gồm cả việc gây dựng vốn thông qua trả nợ góp (thanh toán hết khoản nợ thế chấp cung cấp tài chính cho dự án) và tăng giá tiềm năng.

Tỷ lệ dòng tiền mặt trước thuế hàng năm trên tổng vốn đầu tư tiền mặt Vì mục đích minh họa, ta hãy giả dụ rằng bạn mua Royal Terrace với giá 650 ngàn đô la. Để hoàn tất vụ mua bán này, bạn đầu tư 130 ngàn đô la tiền mặt của cá nhân bạn (tức là khoản thanh toán ngay 20% trên giá trị hợp đồng) và bạn vay thêm 520 ngàn đô la nữa (80% vay trên giá trị hợp đồng) với lãi suất 7% và thời hạn vay là 30 năm. Theo đó, để tính toán dòng tiền mặt trước thuế (BTCF) cho năm đầu tiên hoạt động của bạn, hãy lấy khoản trả góp hàng năm của khoản vay thế chấp trừ đi thu nhập hoạt động ròng của bạn dự tính cho năm đầu tiên (NOI)

Tiếp theo, để tính tỷ lệ dòng tiền mặt trước thuế hàng năm trên tổng vốn đầu tư tiền mặt (ROI), bạn lấy khoản tiền mặt 130 ngàn đô la mà bạn đầu tư (khoản thanh toán ngay) chia cho BTCF:

Vì vậy, dựa trên những con số này (và với điều kiện là các nghiên cứu thị trường và bất động sản của bạn khẳng định những con số đó), tỷ lệ dòng tiền mặt trước thuế hàng năm trên tổng vốn đầu tư tiền mặt của bạn rất khả quan. Theo tỷ số vốn vay thì bạn đã tăng thu nhập của bất động sản từ 9.6% (lãi suất vốn hoá ở đây bằng thu nhập trên vốn đầu tư ROI trước thuế và trước cung cấp tài chính) lên 16.3%. Trên thị trường vào thời điểm này, đa phần các nhà đầu tư sẽ thấy tỷ lệ 16.3% của thu nhập tiền mặt trên vốn đầu tư tiền mặt trước thuế là một tỷ lệ rất hấp dẫn.

Tổng thu nhập trên vốn đầu tư Tỷ lệ dòng tiền mặt trước thuế hàng năm nói trên, dù là hấp dẫn nhưng vẫn chưa bao gồm những lợi ích thêm vào mà bạn có thể đạt được từ việc trả góp và bất động sản tăng giá. Để tính tổng thu nhập trên vốn đầu tư (TROI), bạn phải lên kế hoạch tiền mặt

trước thuế (BTCF) hàng năm cho suốt thời gian bạn sẽ sở hữu bất động sản đó (giả dụ là 5 năm) và thu nhập tiền mặt mà bạn có được khi bán bất động sản đó.

Để minh họa, giả sử Middleton không có một nền kinh tế tăng trưởng mạnh, dòng tiền mặt trước thuế của Royal Terrace chỉ tăng 2% mỗi năm và tương tự như vậy, bất động sản đó cũng chỉ tăng giá 2% một năm. Sau 5 năm thì cân đối vay nợ thế chấp của bạn sẽ giảm từ 530 ngàn đô la xuống còn 488.343 đô la.

Bây giờ hãy tham chiếu bảng 14.7 và 14.8. Trước tiên, bạn có thể thấy ngay là với tỷ lệ lên giá 2% của bất động sản, bạn sẽ có thu nhập tiền mặt nếu bán bất động sản đó là 193.427 đô la (sau khi đã khấu trừ chi phí bán là 5% từ giá bán). Bảng 14.7 cũng cho thấy thu nhập ròng từ việc bán bất động sản đó trong trường hợp bất động sản không tăng giá một chút nào (theo quan điểm bi quan) hoặc tăng giá được 5% (theo quan điểm lạc quan).

Sử dụng bảng tính trong phần mềm Excel (hoặc một phần mềm máy tính tương tự) để tính, bước tiếp theo bạn có thể tính ra tổng thu nhập trên vốn đầu tư, giống như những con số trong bản 14.8.

Theo những tỷ lệ lên giá thay đổi của bất động sản, TROI dự đoán cho Royal Terrace sẽ ở trong khoảng từ thấp nhất là 17.78% tới 31.67% là cao nhất.

Những số liệu trong bảng 14.8 chỉ biểu thị một số kết quả mà một bảng tính trong phần mềm máy vi tính cho phép bạn tính được một cách dễ dàng. Bạn có thể thay đổi các tỷ lệ tăng của giá thuê và các chi phí hoạt động, sự thay đổi của lãi suất vay thế chấp, điều kiện thế chấp, tổng số khoản thanh toán ngay theo giá trị hợp đồng và bất cứ sự biến đổi nào mà bạn muốn nghiên cứu. Lẽ dĩ nhiên bạn cũng có thể dùng bảng tính để đánh giá mức thu nhập phát sinh từ những cải tiến về kinh doanh của bạn.

Bằng cách phân tích nhiều viễn cảnh khác nhau, bạn có thể xây dựng một loạt các kết quả tiềm năng xếp theo thứ tự từ trường hợp tệ nhất đến trường hợp tốt nhất. Vì không ai có thể dự đoán chính xác về tương lai, nên

việc nhận thức được toàn bộ các khả năng có thể xảy ra không những sẽ giúp bạn đưa ra quyết định chính xác mà còn giúp bạn dự đoán và kiểm soát được những giai đoạn “bĩ cực” khi số phận quay lưng lại với bạn.

KẾT LUẬN

Xin được chúc mừng bạn. Hiện giờ bạn đã am hiểu về đầu tư bất động sản nhiều hơn đại đa số các nhà đầu tư lâu năm. Còn hơn thế nữa, bạn đang học cách tư duy như một doanh nhân thực thụ. Bạn biết rằng bất động sản luôn tạo ra nhiều cơ hội to lớn cho những người tự biết cách rèn luyện để đọc, nghe và tìm kiếm những địa điểm mới, những ý tưởng mới.

Ông Donald Trump đã nói rằng: “Thỉnh thoảng tôi rất hà khắc với mọi người vì tôi biết họ có thể làm hơn mức đó, và tôi biết rằng họ chưa đạt tới đỉnh điểm khả năng của họ. Tôi muốn là tia lửa mồi làm cháy lên ham muốn của họ, để đạt được đỉnh điểm đó bằng mọi cách mà tôi biết là họ có thể. Lịch sử đã chứng minh rằng: “Có công mài sắt có ngày nên kim”. Hãy tôn trọng bản thân mình đúng mức để tận dụng được mọi lợi thế; nhiều cơ hội và triển vọng đang chờ đón bạn ở phía trước. Tôi yêu cầu các bạn phải thành công, và sẽ không chấp nhận bất cứ lời giải thích nào hết.”

Bạn đã có được kiến thức chuyên môn. Bạn đã có cách tư duy của một doanh nhân. Phần hành động tùy thuộc hoàn toàn vào bạn. Hãy nghĩ tới 5, 10 hoặc 20 năm sau. Bạn muốn mình ở vị trí nào? Bạn có thể tự mình đạt được vị trí đó.

Ông Trump và tôi đều muốn bạn thành đạt, không chỉ vì chính bạn mà còn vì gia đình bạn và cả những người mà bạn phụng sự. Chúng tôi chúc bạn gặp nhiều may mắn. Hãy cho chúng tôi biết công việc của bạn tiến triển ra sao. Bạn có thể liên lạc trực tiếp với tôi theo địa chỉ: geldred@trumpuniversity.com.

Table of Contents

LỜI GIỚI THIỆU

LỜI CẢM ƠN

1 HỌC CÁCH KINH DOANH BẤT ĐỘNG SẢN CÙNG DONAL TRUMP

2 BẠN VẪN CÓ THỂ LÀM GIÀU ĐƯỢC TRONG NGÀNH BẤT ĐỘNG SẢN

3 LÀM THẾ NÀO ĐỂ TRỞ THÀNH NHÀ ĐẦU TƯ BẤT ĐỘNG SẢN

4 ĐƯA RA NHỮNG QUYẾT ĐỊNH QUAN TRỌNG

5 MÀI SẮC TƯ DUY KINH DOANH CỦA BẠN

6 VÙNG NÀY PHÁT TRIỂN TỚI ĐÂU? VÀ KHI NÀO NÓ SẼ PHÁT TRIỂN

7 TẠO RA CÁC PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG

8 KIỂM LỜI THEO LUẬT VÀ ĐÚNG LUẬT

9 CUNG CẤP CHO KHÁCH HÀNG NHỮNG GÌ HỌ MUỐN

10 THÊM NHIỀU Ý TƯỞNG HƠN ĐỂ TẠO RA BẤT ĐỘNG SẢN CÓ GIÁ NHẤT (MVP)

11 TIẾP THỊ BẤT ĐỘNG SẢN CỦA BẠN VỚI GIÁ CAO NHẤT

12 TÁM BƯỚC QUẢN LÝ THÀNH CÔNG

13 TRẢ GIÁ ÍT HƠN SO VỚI GIÁ TRỊ THỰC CỦA BẤT ĐỘNG SẢN

14 ĐỊNH GIÁ BẤT ĐỘNG SẢN NHƯ THẾ NÀO

KẾT LUẬN