

Magda Wysok

N. Drysiak, A. Głowacka, A. Paprota, J. Starnawska, A. Stradomska

LIDERKI NIERUCHOMOŚCI Pięć *głębokich rozmów*



Warszawa 2024

Magdalena Wysok Liderki nieruchomości

Copyright by Magdalena Wysok

www.liderkinieruchomosci.pl

Jeżeli zechcesz podzielić się z nami swoimi uwagami, przemyśleniami czy refleksjami, napisz do mnie: kontakt@liderkinieruchomosci.pl

Redakcja i korekta: Magdalena Jędrzejewska-Pyrzanowska

Wszelkie prawa zastrzeżone. Rozpowszechnianie całości lub fragmentów niniejszej publikacji wymaga zgody wydawcy. Autorzy oraz Wydawca dołożyli wszelkich starań, aby informacje zawarte w tej książce były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w ebooku i wersji papierowej.

Niniejsza publikacja ani żadna jej część nie mogą być kopiowane ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowane, powielane czy odczytywane w środkach masowego przekazu bez pisemnej zgody Wydawcy.

Wydanie I, Warszawa 2024

Wydawca: IMPRESJE.NET Miłosz Trukawka, www.impresje.net,
+48 605 34 08 34

Wydano na zlecenie Hoog Sp z o.o. z siedzibą w Warszawie.

ISBN 978-83-971356-0-4

Spis treści

Wprowadzenie

Agnieszka Głowacka

Od wychowawcy więziennego do ekspertki nieruchomości

Lekcja od Agnieszki

Jola Starnawska

Od asystentki do eksperta i trenera mentalnego

Lekcja od Joli

Agata Stradomska

Od inżynierii do zarządzania w nieruchomościach

Lekcja od Agaty

Anna Paprota

Od handlu chińskimi gadżetami do specjalistki zyskowego najmu

Lekcja od Ani

Natalia Drysiak

Pasja i profesjonalizm w nieruchomościach

Lekcja od Natalii

Zakończenie

Wprowadzenie

Nazywam się Magdalena Wysok i postanowiłam postuchać głosu swojej intuicji i stworzyć pierwszą książkę w formie wywiadów z kobietami ze świata nieruchomości. Pewnego letniego popołudnia napisałam do szóstki wybranych Liderek, a pięć z nich odpowiedziało TAK na moje zaproszenie.

Skąd pomysł na tego typu wywiady z liderkami rynku nieruchomości?

Od ponad 15 lat „żyję w świecie nieruchomości” pomagając Klientom w sprzedaży lub zakupie ich wymarzonego domu czy mieszkania. Znam ten świat doskonale.

Moje doświadczenie w nieruchomościach doprowadziło mnie do stworzenia podcastu „Kobięcym uchem o nieruchomościach i biznesie”. Ta ścieżka ujawniła moje prawdziwe powołanie, którym są wywiady. To początek całkiem nowej drogi dla mnie, ale również miejsce, w którym wspólnie możemy dzielić się naszymi doświadczeniami i wzajemnie się wspierać i inspirować.

Książka „Liderki nieruchomości” pokazuje jak stawiać sobie ważne pytania, kwestionować znane prawdy i poszukiwać własnych odpowiedzi. Jak nie bać się porażek i lekcji, które niesie ze sobą życie. I wreszcie – jak odnaleźć solidny fundament do budowy swojej zawodowej ścieżki i być w niej już zawsze sobą.



„(...) zaufanie do siebie.

To jeden z największych życiowych kapitałów:

ufać sobie, dam radę.

- A jak nie?

- Dam.

- A jak nie?

- Dam.

- A jak upadnę?

- To się podniosę.

- A jak się nie podniosę?

- To sobie poleżę. "

Jacek Walkiewicz, Piętna Moc Życia

Rozwój nie zawsze przebiega gładko – to taniec dwóch kroków w przód i jednego wstecz. We wtorek czujesz się niezwykły, a w środę znów zaczynasz od nowa. Zrozumiałam, że to normalne i wpisane w proces doskonalenia. Czasem przychodzi moment, gdy wszystko wydaje się bezsensowne, ale to jest chwilowe. Rozwój to fale, a chwile spokoju są jego naturalną częścią.

Z własnego doświadczenia wiem, że jednym z najważniejszych narzędzi w trudniejszych chwilach jest ćwiczenie dobroci wobec siebie.

„Bóg pomaga tym, którzy pomagają sobie” – to mądrość, którą odkryłam niedawno i teraz pilnuję, aby stosować ją w praktyce. Wierzę, że jeśli codziennie zrobię dla siebie coś miłego, Wszechświat odwzajemni to z nawiązką, i – możesz wierzyć lub nie – to u mnie naprawdę działa. Daje mi też pewność, że jestem ważna i cenna.

Najczęściej zadawane mi pytanie, zarówno podczas wystąpień, jak i na Instagramie, brzmi: „Kim jest Liderka i jak wybrałam swoje bohaterki do wywiadów w książce *Liderki Nieruchomości*?”

Szczerze mówiąc, to była kwestia intuicji. Nie analizowałam liczby sprzedanych przez nie nieruchomości, nie sprawdzałam ich kont ani nie pytałam, ilu klientów obsłużyły. Interesowało mnie kim są jako osoby (każda z nich jest inna), jakie wartości wyznają i czy zarezonujemy razem jako zespół.

Dziś, gdy myślę o Liderce Nieruchomości, wiem, że to osoba z pasją, która dąży do rozwoju, ale rozumie, że **nie musi być idealna** – to jest klucz. Jest to kobieta świadoma swojej wartości, dba o szczegóły, ale pozwala sobie na błędy i robienie rzeczy po swojemu. Czasem działa z pełną energią, innym razem daje sobie chwilę na oddech. To ekspertka, która inspiruje swoją kreatywnością i wspiera innych, dzieląc się tym, co ma najlepszego. Jej siłą jest autentyczność i – coraz częściej odwaga, by być sobą – bez względu na okoliczności.

Magdalena Wysok



**„SZALEŃSTWO TO ROBIENIE
CIĄGŁE TYCH SAMYCH RZECZY
W OCZEKIWANIU RÓŻNYCH REZULTATÓW”**

Albert Einstein

AGNIESZKA GŁOWACKA

**Od wychowawcy
więziennego
do ekspertki
nieruchomości**

Mimo iż ma inne wykształcenie (bankowość – Wyższa Szkoła Bankowa), założycielka Advestor Premium House odnalazła swoją prawdziwą pasję w świecie nieruchomości. Z determinacją i wizją przekształciła swoją firmę w czołowe biuro nieruchomości premium. Obecnie, skupiając się na marketingu i budowaniu marki, Agnieszka jest mentorką dla początkujących agentów, dzieląc się swoją wiedzą i budując silną osobistą markę.

www.advestor.pl

Magda: Rozpocznijmy od rynku premium. Czym charakteryzuje się ten segment na rynku nieruchomości w Poznaniu? Jakie produkty są tam dostępne?

Agnieszka: Jeżeli mówimy o rynku nieruchomości premium w Poznaniu, to jest to obszar, który różni się znacząco od tego, co możemy obserwować chociażby w Warszawie. W Poznaniu nie mamy aż tak wyraźnie zdefiniowanego podziału między rynkiem premium a segmentem popularnym, aspirującym do premium, a różnice te są dużo mniej widoczne niż w stolicy. W naszym mieście nie spotkamy wielu budynków o architekturze typowych apartamentowców kojarzonych wyłącznie z segmentem premium. Jednak kiedy myślimy o Poznaniu i rynku premium, warto skupić się na specyficznych, charakterystycznych lokalizacjach czy dzielnicach, takich jak pojedyncze wyjątkowo starannie odrestaurowane kamienice w śródmieściu czy przedwojenne wille. Najbardziej prestiżowe obszary to: Sołacz, Stary Grunwald i okolice Starego Miasta. Zdecydowana większość nowych inwestycji to raczej średnia półka, ale zdarzają się też ciekawe projekty zaliczane do segmentu premium, głównie za sprawą wyjątkowej lokalizacji i oryginalnej, wyróżniającej się architektury. Niemniej jednak są to przeważnie pojedyncze budynki w skali miasta.

Zauważamy, że coraz więcej zamożnych osób w Poznaniu poszukuje nieruchomości na rynku premium, zarówno jako inwestycje, jak również do zaspokojenia własnych celów mieszkaniowych. Te osoby mają problem z ograniczonym wyborem. Niedawno mieliśmy klienta, który od dwóch lat szuka domu na rynku wtórnym w segmencie premium. Mimo dysponowania budżetem na poziomie 3 milionów złotych, co w Poznaniu jest już znaczącą sumą, miał trudności ze znalezieniem odpowiedniej nieruchomości.

W Poznaniu brakuje typowych budynków klasy premium; raczej tylko wybrane lokalizacje uzyskują taki status. Gdy pojawiają się nowe projekty

deweloperskie z elementami premium, na przykład z penthouse'ami, to często są one sprzedawane jeszcze przed rozpoczęciem budowy.

Segment ten jest dość specyficzny w naszym „zachowawczym” i „zrównoważonym” inwestycyjnie Poznaniu. Mamy wiele ciekawych nieruchomości, ale nie ma co liczyć na drapacze chmur czy wręcz całe dzielnice, jak w Warszawie, gdzie ten segment jest dużo bardziej rozwinięty. Klienci, którzy szukają czegoś naprawdę wyjątkowego, zazwyczaj wybierają najciekawiej usytuowane mieszkania w topowych lokalizacjach, często nawet zwiększając ich metraż jeszcze w trakcie budowy. I wtedy taki apartament jest wykończony w wysokim standardzie, uzyskując tym samym nieruchomość zaliczaną do segmentu premium nawet pomimo, iż inwestycja, w której apartament się znajduje nie jest tak skategoryzowana.

Magda: Wracając do twojej agencji, co oznacza słowo premium zawarte w nazwie firmy?

Agnieszka: Kiedy z Dawidem zakładaliśmy naszą agencję nieruchomości i wymyślaliśmy jej nazwę, od początku chcieliśmy zawrzeć w niej słowo *premium*. Początkowo nazwa była inna, ale ewoluowała wraz z rozwojem naszej firmy, niemniej jednak od zawsze zawierała to słowo. Dla nas *premium* zawsze odnosiło się do jakości obsługi klienta. Kiedy zaczynaliśmy zauważyliśmy istotną lukę w branży dotyczącą wysokiej jakości obsługi. Wyróżnienie się na rynku było możliwe poprzez lepsze podejście do klienta. Czasami wystarczyło coś tak prostego, jak odbieranie telefonów, szybka odpowiedź na wiadomości czy szczegółowe prowadzenie klientów przez proces zakupu czy sprzedaży, aby poczuli się bezpiecznie i komfortowo. Już na tym etapie zapewnialiśmy usługę premium.

Wtedy nawet nie przyszło nam do głowy, że będziemy obsługiwać nieruchomości o wysokiej wartości czy obracać się w tak dużym wolumenie. Słowo *premium* stało się dla nas synonimem jakości naszej marki. Nisza,

którą rozpoznaliśmy wtedy zaczynając naszą pracę w nieruchomościach była dobrym tropem, ponieważ dało nam to przepustkę do późniejszego, szybkiego rozwoju i wyróżnienia się na tle konkurencji, gdy otwieraliśmy swoją Agencję na przełomie roku 2016/2017. W tamtym czasie klienci zaczęli doceniać nasze usługi, co pozwoliło nam się szybko rozwijać. Nieustannie doskonaliliśmy obsługę klienta, co z czasem przyciągnęło do nas nieruchomości i klientów z wyższego segmentu rynku, wymagających właśnie takiej – wysokiej jakości opieki i usług. Dlatego zaczęliśmy specjalizować się w obsłudze nieruchomości z rynku premium.

Agenci często nadmiernie koncentrują się na samych nieruchomościach i prowizji. Takie podejście może sprawić, że klient czuje się zaniedbany, podczas gdy to właśnie jego potrzeby powinny być traktowane jako najważniejsze. My szybko zrozumieliśmy, że nie tędy droga, że to nam nie przyniesie długofalowych korzyści, a tylko o takie od początku nam chodziło. Zrozumieliśmy, że klucz do sukcesu leży w skupieniu się na klientach i ich oczekiwaniach, co przynosi znacznie bardziej satysfakcjonujące i trwałe rezultaty w postaci ciągłych poleceń naszego biura i rzeszy klientów przywiązanych do naszej marki, którzy od lat są jej najlepszymi ambasadorami.

Magda: Na co kładziecie największy nacisk w zarządzaniu waszym biurem nieruchomości, aby nadal się wyróżniać? Gdy zaczynaliście to podniesienie jakości obsługi było stosunkowo prostym sposobem na wyróżnienie się, ale teraz, gdy inni również podnieśli swoje standardy, jakie kroki podejmujecie, aby iść dalej i nadal się wyróżniać?

Agnieszka: Rzeczywiście, obserwując rynek przez ostatnie lata widzę znaczącą profesjonalizację. Agenci nieruchomości zrozumieli, że nie wystarczy już wrzucić na stronę zdjęć wykonanych telefonem. Dziś normą jest zatrudnianie fotografa wewnątrz do przygotowania profesjonalnej sesji zdjęciowej. Aby utrzymać wysoki poziom usług, musimy stale nadążać za trendami. Na przykład, kiedy zauważyliśmy rozwój wideo w branży nieruchomości

w innych miastach, chociażby w Warszawie, zdecydowaliśmy się wdrożyć tę technologię. Nawet uczestniczyliśmy być może w pierwszym tego typu szkoleniu z wykorzystania wideo w nieruchomościach, które zorganizowaliście z Grzegorzem w Warszawie¹. Jako jedni z pierwszych w Poznaniu wprowadziliśmy wideo, gdzie prowadzący prezentuje nieruchomość i o niej opowiada – to był kolejny krok w naszym rozwoju.

Zmiany w mediach społecznościowych, jak na przykład rozwój Instagrama, też miały znaczenie. Wprowadziliśmy krótsze formy wideo, aby dostosować się do tych platform.

Naszym celem jest ciągle podążanie za nowościami. Gdy pojawiły się wirtualne spacerzy, szybko zaczęliśmy je wykorzystywać, choć teraz mamy do nich raczej sceptyczne podejście. Chcemy być w czołówce firm, które są na bieżąco z trendami. Czerpiemy również inspirację z innych branż, aby nasze usługi były zawsze świeże i innowacyjne.

Możemy oferować cuda marketingowe, ale to wiedza i doświadczenie wyciągane z każdej transakcji są najcenniejszym narzędziem jakie możemy zaoferować klientom.

Ja uwielbiam sprzedawać, uwielbiam obsługę klienta, uwielbiam dostarczać klientom wyjątkowe doświadczenia w kontakcie z moją marką. Ciągłe coś udoskonalam, skala mojego rozwoju w tym zakresie jest naprawdę duża. Ja miałam całkiem dobry background, ponieważ wcześniej pracowałam w sprzedaży w branży *beauty*, ale skierowanej dla wybranego klienta i tam nauczyłam się doskonałej obsługi i te doświadczenia przenieśliśmy do swojej firmy.

¹ Tu by się przydał przypis od autorki – jaki Grzegorz, kiedy odbyło się to szkolenie.

Od zawsze mam dużą łatwość inspirowania się innymi branżami i implementowania ciekawych opcji w mojej działalności. Dla mnie ma znaczenie to jak prezentuje się moje biuro w sieci, to jakie wrażenia ma klient po kontakcie z naszym Zespołem, spójność wizualna, a nawet wyjątkowe w dotyku wizytówki czy odpowiednio podana woda w biurze. Mam świadomość, że każdy z tych aspektów można pojedynczo wprowadzić i wiele firma tak robi, ale to co nas wyróżnia to ta spójność jaką odczuwa klient od pierwszego kontaktu z naszą marką do ostatniego kroku w naszej współpracy z nim. Ważne, aby klient otrzymywał to, co obiecujemy w naszym przekazie np. w social mediach i czuł, że jest to autentyczne. Można szybko wykreować swoją komunikację czy wizerunek w sieci, ale co z tego, jak nie idą za tym konkretne działania, które to potwierdzają?

W dzisiejszym wyścigu o zaufanie klientów, często tych z naprawdę drogimi nieruchomościami, jest to bardzo istotne. Bez wątplenia naszym wyróżnikiem, który kiedyś był nierealny, jest nasze wieloletnie doświadczenie. Sama wiesz jak to działa w naszej branży i jak wiele to ułatwia. Tego nie da się niestety kupić i wprowadzić w krótkim czasie, można dziś nieco skrócić sobie czas zdobywania doświadczenia poprzez szkolenia, mentoringi czy czerpanie z doświadczenia innych gdy za ich wiedzę zapłacimy. Uważam, że to dobrze, że agenci chcą w ten sposób przyspieszać rozwój swojej kariery i fajnie, że dziś mają takie możliwości, ale dla klienta to, że jesteś dekadę w branży, będąc wciąż na topie ma, bez wątplenia, ogromne znaczenie.

Magda: Interesują mnie szczegóły dotyczące narzędzi sprzedaży, które okazały się najbardziej efektywne w waszej agencji. Jakie nowoczesne techniki i metody najbardziej przyczyniły się do Waszego sukcesu?

Agnieszka: Jeśli chodzi o nowoczesne narzędzia, które wyróżniły nas na rynku lokalnym, to na pewno wideo w nieruchomościach oraz organizowanie dni otwartych. Klienci, którzy planowali sprzedaż nieruchomości, często zwracali się do nas, zachwyceni formą prezentacji, którą oferowaliśmy. To

był kluczowy element dla naszego segmentu premium, ponieważ klienci oczekiwali, że agent zrobi coś ponadstandardowego. Ponieważ kilka lat temu wideo nie było jeszcze szeroko stosowane, to właśnie ta metoda wyróżniła nas na rynku.

Jeśli miałabym wskazać jedno narzędzie, które uważam za najbardziej skuteczne, to bez wątpienia są to *domy otwarte*. Nadal używamy tej metody i przynosi ona znakomite rezultaty – średnia skuteczność ostatnio sięga nawet 80% wpływu na pozytywną decyzję zakupową przez klienta. Głębiej analizujemy sprzedawane oferty pod względem tego jak one „zachowują się” na portalach. Można dziś kupić dostęp do tego typu danych, sprawdzać jak oferta plasuje się na tle konkurencji, jak wygląda jej odbiór przez klienta, jakie są procesy zakupowe klientów i ich ścieżka zakupowa. Można sprawdzić pogłębione statystyki, nie tylko liczbę odston oferty. To wszystko może ułatwić i przyspieszyć sprzedaż, my już widzimy efekty.

Ponadto bardzo mocno stawiam na rozwój tzw. kompetencji miękkich. Wielu agentów nie dba o swój rozwój osobisty, co mnie bardzo dziwi i nie rozumiem takiego podejścia. A jeśli dbają to z reguły o zdobywanie twardej wiedzy prawnej czy typowo branżowej, co owszem jest ważne, lecz zaniedbują kompetencje miękkie. Skąd to wiem? Stąd, że bardzo mocno udzielam się mentorsko – prowadzę swoje social media wspierając w rozwoju agentów z całej Polski, pracuję online indywidualnie z agentami i widzę jak mało osób inwestuje w swój rozwój. Bardzo smuci mnie takie krótkofalowe działanie tylko tu i teraz. Wychodzę z założenia, że nasza praca nie opiera się tylko na wiedzy merytorycznej – nie bagatelizuję jej, bo jest podstawą naszego działania, ale nie zapominam, że praca agenta to praca z ludźmi. To najczęściej nie jest historia o budynkach, a o ludziach. Tutaj największe przypadki dotyczą tego jak sprzedać siebie i swoją usługę; jak rozpoznać potrzeby klienta; jak rozwiązywać jego problemy; jak budować z nim relacje i wreszcie – jak odpowiednio pokierować strategią sprzedaży nieruchomości, aby finalnie ten klient był w przyszłości naszym ambasadorem. Ja nie

pracuję dzisiaj dla konkretnej faktury za zlecenie – ja pracuję po to, by to moi klienci pracowali dla mnie polecając mnie swoim bliskim i znajomym. To jest wyróżnikiem marki mojego biura Advestor Premium House oraz mojej marki osobistej – dawać wyjątkowe doświadczenie współpracy i usługę na poziomie premium.

Magda: Jesteście jednym z najbardziej rozpoznawalnych biur nieruchomości w Poznaniu, a także cenioną marką osobistą. Jakie wydarzenia czy decyzje miały największe znaczenie dla zwiększania Waszej widoczności i rozpoznawalności zarówno wśród klientów, jak i innych pośredników?

Agnieszka: Jeśli miałabym wskazać kluczowy moment w naszej karierze i historii biura, to zdecydowanie byłoby to otrzymanie pierwszej nagrody **Lider Nieruchomości Otodom** w województwie wielkopolskim przyznawanej, jak sama nazwa wskazuje, przez największy serwis ogłoszeniowy w naszej branży jakim jest Otodom. Rozpoczęliśmy działalność na samym początku 2017 roku, a już w 2019 roku zostaliśmy wyróżnieni tą prestiżową nagrodą. Było to dla nas ogromnym zaskoczeniem, a sądzę, że również dla naszej konkurencji. Nagle pojawiła się „młoda krew” na rynku, która w tak krótkim czasie otrzymała znaczące wyróżnienie. Nie chcę używać słowa *sukces*, ponieważ każdy ma własną definicję tego pojęcia, ale to było dla nas istotne osiągnięcie i docenienie naszej pracy. Po roku obroniliśmy ten tytuł – było to akurat w największym momencie rozwojowym, jaki w tamtym czasie przechodziliśmy, oraz w naszym najważniejszym momencie życiowym, kiedy to powiększyła nam się rodzina. To było ogromnym wyzwaniem: pogodzenie roli mamy i właścicielki rozwojowego biznesu przy założeniu, że każdą rolę chcę spełniać na minimum 100%!

Magda: Jakie kryteria były brane pod uwagę przy przyznawaniu nagrody Lidera Nieruchomości Otodom?

Agnieszka: W tym konkursie brane były pod uwagę różne aspekty. Przede wszystkim analiza była prowadzona przez niezależną agencję badawczą, która miała nas prześwietlić pod wieloma kątami i aspektami działania. Oceniano: jakość przygotowania ofert, co obejmowało jakość zdjęć nieruchomości, obecność wirtualnych spacerów oraz filmów wideo oraz kompletność opisów czy informacji jakie klient otrzymuje przy kontakcie z naszą ofertą. To, jak sądzę, znacząco przyczyniło się do naszego sukcesu. Dodatkowo brano pod uwagę ogólną ocenę portalu, na przykład widoczności naszej oferty, a także kilka innych kryteriów dotyczących naszej skuteczności. Jednym z ważniejszych elementów była ocena *Tajemniczego Klienta*, który przeprowadzał serię rozmów z każdym z agentów, oceniając sposób prowadzenia rozmowy i kompetencje agenta oraz znajomość swojej oferty. Potem gotowe wyniki były przekazywane do Otodom, który jako organizator konkursu nie miał wpływu na jego wyniki. Niezależność tej oceny sprawiła, że wyróżnienie było dla nas bardzo motywujące i stanowiło impuls do dalszego rozwoju. Pamiętam to cudowne uczucie podczas Gali Liderów, kiedy dowiedzieliśmy się, że to właśnie my odbieramy tę nagrodę. To zostało bardzo dobrze przyjęte przez klientów i zwiększyło ich zaufanie do nas.

Magda: **Chciałabym poruszyć temat rozwoju i budowania zespołu. Twoje doświadczenia w tym zakresie są niezwykle cenne – szczególnie interesujące jest to, że otwarcie mówisz że budowanie zespołu było trudnym doświadczeniem. Możesz opowiedzieć o drodze, którą przeszliście w kwestii rozwoju zespołu?**

Agnieszka: Rozwój zespołu był dla nas wyzwaniem. Początkowo jego wielkość nie była dla mnie priorytetem, ale z czasem, gdy zaczęliśmy przyciągać więcej klientów, zdałam sobie sprawę, że sami – ja, Dawid i nasza agentka Alicja, która jest z nami prawie od początku – nie jesteśmy w stanie zapewnić wszystkim klientom takiej obsługi, jakiej byśmy chcieli. Często musieliśmy odmawiać klientom, bo woleliśmy to zrobić, niż przyjmować zlecenia, które czekałyby na realizację. Zdecydowaliśmy się powiększyć zespół.

Początkowe próby zatrudniania nowych osób wydawały się obiecujące, ale szybko zrozumieliśmy, że nowe osoby nie tylko nas nie odciążają, ale wręcz dostarczają więcej pracy. Chcąc utrzymać wysoką jakość, musieliśmy poświęcać im czas na naukę, aby mieć pewność, że jakość obsługi nie spadnie. To z kolei generowało więcej pracy i problemów. Kilku nowych członków zespołu po jakimś czasie stwierdziło, że nie odnajdują się w tej pracy i że nie zdawali sobie sprawy ile wysiłku i poświęceń, również tych finansowych, to wymaga.

Zaczęłam się zastanawiać czy to właściwa droga. Dałam sobie czas na przemyślenia, a później podjęłam kolejną próbę. Gdy spotkaliśmy się w podcaście, był to dla mnie trudny czas, ponieważ mój ówczesny zespół właśnie się rozpadł. Przez pół roku intensywnie i z zaangażowaniem pracowałam nad jego rozwojem, więc była to dla mnie bolesna lekcja, gdy na jednym zebraniu musiałam zakończyć współpracę z większością zespołu, który wtedy miałam.

Potrzebowałam roku, aby uporządkować swoje myśli, odłączyć emocje i przepracować zawód jakiego doznałam. Musiałam przejść transformację mentalną, by móc ponownie chcieć budować zespół. Gdy w końcu zrozumiałam, że muszę wyciągnąć lekcje z tych doświadczeń, na całą sytuację spojrzałam inaczej. Uświadomiłam sobie, że jeśli mam być liderem, muszę uzupełnić swoje braki w zarządzaniu ludźmi i prowadzeniu zespołu.

Doszłam do wniosku, że nie chcę już być „animatorką zespołu”. Biznes to nie zabawa, a ja mam prawo oczekiwać rezultatów. Musiałam się nauczyć delegować, wymagać i kontrolować, co też było dla mnie wyzwaniem. Gdy już w zasadzie porzuciłam chęć budowania zespołu, nagle zaczęły na mojej drodze pojawiać się osoby, z którymi teraz go buduję. Paradoksalnie to wszystko zaczęło się dziać, gdy praktycznie tego nie planowałam i przestałam o tym myśleć.

Nauczyłam się też jakim liderem nie chcę być. Nie chcę już zabawiać ludzi, ale stawiać wymagania i kontrolować rezultaty, ale też dawać sporo od siebie, wspierać i inspirować. Teraz, w tej dwustronnej relacji, mogę dać wiele, ale też oczekuję, że ktoś idzie ze mną w tym samym kierunku i docenia nasze wspólne wysiłki. Mam dzisiaj jasną wizję tego co chcę osiągnąć i z jakimi ludźmi chcę współpracować. To jest moja firma i dojrzałam do tego, że całego świata nie zadowolę, jeśli ktoś nie czuje mojej wizji, nie rozumie w którym kierunku podążam, nie chce iść ze mną w tę stronę to nie ma miejsca dla niego w moim zespole.

Bardzo troszczę się o potrzeby i uczucia członków mojego zespołu, lecz chcę, aby to działało w obie strony. Potrafię też motywować i inspirować innych swoim przykładem, lecz jeśli ktoś tego nie docenia, nie widzi, nie potrzebuje, próbuje osłabiać moją firmę, szuka dziury w całym, a co gorsze – wprowadza intrygi i ciągnie innych w dół, to nie widzę centymetra przestrzeni na współpracę z takimi osobami i dziś już dość jasno i wyraźnie stawiam takie granice.

Magda: To znaczy, że teraz skupiasz się na budowaniu dojrzałego zespołu?

Agnieszka: Dojrzały to idealne określenie. Również ja dojrzałam do pewnych zmian i lepiej rozumiem teraz, czego chcę. Jestem naprawdę wdzięczna za wszystkie te wydarzenia i doświadczenia, które mi się przytrafiły na przestrzeni lat. Dziękuję wszystkim ludziom za cenne lekcje, choć – jak się domyślasz – w tamtym momencie traktowałam to jako porażkę i nie widziałam w tym głębszego sensu. Dzięki temu lepiej rozumiem, gdzie dzisiaj jestem i co mogę zaoferować innym. Jestem w stanie dać wiele od siebie, mogę nauczyć mój zespół wielu aspektów pracy w branży nieruchomości, inspirować i pomagać im w dążeniu do większych osiągnięć.

Uważam, że jak ktoś chce się rozwijać, liczy się z tym, że rozwój to inwestycja – czasu i zaangażowania – to przy mnie ma szansę zdecydowanie rozwinąć skrzydła.

Półtora roku temu zaczęłam się rozwijać: ukończyłam program szkoleniowy Master Business Training u Kamili Rowińskiej i nadal jako „masterka” rozwijam się pod Jej skrzydłami. Dzięki transformacji jaką przesztam, efekty widoczne są także w rozwoju mojego biznesu – razem z mężem budujemy 11-osobowy zespół, który przez ostatnie 10 miesięcy powiększyliśmy prawie czterokrotnie. A to tylko dlatego, że sami kształciliśmy się pod kątem liderkim. Efekty przekroczyły nasze oczekiwania – wszystko to jest wynikiem sumiennej pracy, wdrażania zmian i odrabiania lekcji.

Magda: Jesteś młoda mamą. Jakie nowe doświadczenia niesie ze sobą macierzyństwo w kontekście zawodowym? Co musiałaś zmienić w swoim podejściu do pracy, a do czego musiałaś dojrzeć?

Agnieszka: Stwierdzenie, że „kiedy rodzi się dziecko, rodzi się nowa kobieta”, idealnie oddaje to, co przeżyłam. Zanim zostałam mamą, praca była dla mnie wszystkim. Dawid i ja traktowaliśmy naszą firmę jak nasze dziecko, pracowaliśmy non-stop, siedem dni w tygodniu. Ta ciężka praca doprowadziła nas do miejsca, w którym jesteśmy dzisiaj. Dla mnie – dziewczyny z wioski, z rodziny, w której nie było przedsiębiorców, jest to duże osiągnięcie. Kiedyś nawet nie miałam odwagi marzyć o możliwościach jakie wypracowałam sobie dzisiaj.

Po narodzinach mojego syna Wojtka, wszystko się zmieniło. Jako osoba, która zawsze była bardzo zaangażowana w pracę, nagle musiałam skonfrontować się z faktem, że mam małego człowieka, który wymaga mojej uwagi i poświęcenia. Praca, która wcześniej była tak ważna, teraz musiała zejść na drugi plan. To było dla mnie trudne, zwłaszcza że początki macierzyństwa były wyzwaniem. Wojtek był zdrowym i spokojnym dzieckiem

(na szczęście jest do dzisiaj), za co jestem bardzo wdzięczna, lecz dla mnie – osoby z wysoką potrzebą spokoju i bezpieczeństwa – nawet najmniejsze troski związane z okresem niemowlęcym były bardzo stresujące. Miałam kłopoty z karmieniem, Wojtek miał kłopoty brzuszkowe, co wiązało się z kilkoma dość traumatycznymi chwilami dla mnie.

W tym czasie musiałam również zmierzyć się z wyrzutami sumienia. Czułam się winna, że nie mogę być tak dostępna dla klientów i zespołu, że muszę ograniczyć swoją rolę w firmie. Ostatecznie zdecydowałam, że nie będę już bezpośrednio obsługiwać klientów, szczególnie w obliczu pandemii COVID-19. Zostałam w domu, skupiając się na pracy administracyjnej i marketingowej. Początkowo było to dla mnie trudne, czułam się niepotrzebna, ale z czasem zaczęłam czerpać z tego radość. Znajdowałam nowe obszary rozwoju, szczególnie w zakresie marketingu, co stało się moją nową pasją.

Stworzyłam kanał na youtube i vloga *Kawa na stojąco* jako sposób na utrzymanie kontaktu z klientami. Nie pozwoliłam, aby branża o mnie zapomniała. Kiedy Wojtek poszedł do żłobka, powróciłam do większej aktywności zawodowej, ale nadal nie zajmuję się bezpośrednią obsługą klientów. Skupiam się na wsparciu zespołu i działaniach marketingowych. Zauważyłam, że mimo mojej mniejszej bezpośredniej roli w sprzedaży, firma nadal świetnie prosperuje. Dawid często żartuje, że choć od kilku lat nie sprzedałam żadnej nieruchomości, ludzie nadal kojarzą mnie z obsługą i polecają mnie jako agentkę. Obecnie nie sprzedaję bezpośrednio mieszkań i domów, lecz pośrednio to właśnie ja stoję za naszym logo i kieruję całą firmą, oczywiście we współpracy z moim mężem i współnikiem. Jednakże wszystko co widzicie i jak postrzegacie Advestor Premium House to moja działka. I dzięki temu też wiem, że firma super prosperuje, bo ja to wszystko napędzam po drugiej stronie – to ja dbam o jej widoczność i o to, że klienci do nas napływają, a to przekłada się na rozwój i wzrost.

Magda: Skoro pracujesz z mężem w jednej firmie, powiedz czy taka współpraca ma sens, czy to jest dobre rozwiązanie? Jak funkcjonujecie w takim biznesowym układzie?

Agnieszka: Mam świadomość, że nie każde małżeństwo mogłoby razem pracować. My jednak mamy różne kompetencje, co pozwala nam na wzajemne uzupełnianie się. Decyzję o wspólnej pracy podjęliśmy dość spontanicznie, bez zbytniego analizowania potencjalnych problemów. Może właśnie dlatego nie napotkaliśmy na większe trudności.

Chociaż czasami mamy różne wizje i musimy iść na kompromisy, to nasze różne umiejętności i kompetencje sprawiają, że współpraca ta ma sens. Skorzystaliśmy wspólnie z różnych narzędzi, które pokazują w bardzo jasny sposób jak różne są nasze silne czy słabe strony, a także jakie są nasze indywidualne motywatory i potrzeby. To było cenne, ponieważ uświadomiło nam, jak ważna jest umiejętna komunikacja i rozumienie potrzeb drugiej osoby. To pomaga nam lepiej współdziałać, zwłaszcza w branży nieruchomości. Podobnie testy Gallupa wykazały jak bardzo różnimy się talentami, ale właśnie to jest w nas doskonałe – nasz biznes dzięki temu rozwija się ponadprzeciętnie i dużo szybciej, niż gdybyśmy mieli działać w pojedynkę.

Praca z mężem to szereg wyzwań i poświęceń. Nie jesteśmy w stanie odseparować pracy od życia prywatnego, dlatego tak ważna jest umiejętność kompromisu i znajomość własnych granic. Z tym wciąż walczymy – uczymy się delegować i rozgraniczać czas pracy od czasu dla rodziny. Nie będę kokietować – te lekcje jeszcze czekają na odrobienie! Mam naprawdę świetnego męża – daje mi przestrzeń na rozwój i ma dużo zaufania do moich pomysłów. Nawet, jeśli na początku jest sceptyczny, to po chwili zastanowienia zwykle wspiera moje inicjatywy. To dla mnie bardzo ważne, że mogę liczyć na jego wsparcie i zaufanie w realizacji moich planów, bez tego nie wyobrażam sobie wspólnego działania. Ja w pierwszej piątce Gallupa mam Wizjonera, Maksymalistę, Uczenie się, Osiągnięcie, Odkrywczość – to jest tak



MAGDA WYSOK

dziennikarka i przedsiębiorca

specjalizująca się w przeprowadzaniu głębokich wywiadów, które odkrywają historie liderek i przedsiębiorczych kobiet, pomagając im wyrazić i rozwijać ich osobiste i zawodowe aspiracje.



Skąd pomysł na tego typu wywiady z liderkami rynku nieruchomości?

Od ponad 15 lat żyje w „świecie nieruchomości” pomagając Klientom w sprzedaży lub zakupie ich wymarzonego domu czy mieszkania. Zna ten świat doskonale. Ta fascynująca podróż zaprowadziła ją do serca inspirujących opowieści liderek i przedsiębiorczych kobiet, które codziennie kształtują tę branżę.

Jej doświadczenie stało się fundamentem podcastu **„Kobiecym uchem o nieruchomościach i biznesie”**. Tam odkryła swoje powołanie, dzieląc się historiami, które inspirują i mobilizują do działania innych.

Ta książka to nie tylko nowy rozdział w mojej karierze - to przestrzeń, gdzie pięć niesamowitych kobiet i ja łączymy siły, by tworzyć platformę pełną inspiracji, dzielenia się doświadczeniami i wzajemnego wsparcia.

Tu każda historia staje się iskrą zmiany zachętą do śmiałych kroków i dowodem na to, że w świecie nieruchomości, podobnie jak w życiu, najważniejsze są ludzkie historie i marzenia.

ISBN 978-83-971356-0-4



9 788397 135604