



维州全职房地产经纪人

沈黎晨

Kevin Shen

**真诚对待
耐心专业**

我们的宗旨：
客户受益是我们最欣慰的
客户满意是我们最骄傲的

电话: 571-267-0327

14526 Lee Road, Suite 100 Chantilly, Virginia 20151

邮箱: sLszj@hotmail.com

2019年美国十大房屋 销售总额为10.8亿美元

今年以来,美国豪宅价格,年度百万美元物业的新税收提案以及对外国投资者的限制等方面的年度收益疲软。

但这并不能阻止该国的豪华购房者斥资高达1亿美元购买豪宅,顶层公寓和海滨物业。买家包括亿万富翁杰夫·贝佐斯(Jeff Bezos)和肯·格里芬(Ken Griffin)以及Uber联合创始人加勒特·坎普(Garrett Camp)。

根据米勒·塞缪尔(Miller Samuel)的数据,曼哈顿的顶层公寓在2019年十大最昂贵的住宅房地产销售中名列榜首,成交价为2.4亿美元。这比去年纽约市最大的一笔交易高出近1.66亿美元。

除曼哈顿外,年度顶级豪华购房者还在佛罗里达州的棕榈滩和洛杉矶的贝莱尔(Bel Air)社区购物。

据《华尔街日报》报道,洛杉矶的一幢豪宅降价了1.56亿美元,然后在9月以9400万美元的价格出

售。根据米勒·塞缪尔(Miller Samuel)的数据,以下是排名前十的交易,交易总额为10.85亿美元。

1、2.4亿美元购买纽约顶层公寓

Citadel 首席执行官 Ken Griffin 于1月在中央公园南220号购买了约24,000平方英尺的顶层公寓。它有16间卧室和18.5间浴室,位于由118个单位组成的Vornado Realty Trust塔楼,视野一览无余。2.4亿美元的售价使其成为美国最昂贵的房屋。

2、1.198亿美元收购洛杉矶大厦

庄园,占地56,000平方英尺,位于俯瞰洛杉矶的山丘上,拥有14间卧室和24间浴室。根据Jade Mills的说法,它最初的标价为1.6亿美元,然后在7月份最终以1.198亿美元的价格出售。它设有保龄球馆,游泳池,网球场和娱乐中心。

3、1.103亿美元收购棕榈滩大厦

La Follia 是一栋37,516平方

英尺的房子,位于佛罗里达州棕榈滩的1295 S. Ocean Blvd,于6月出售。它包括13间卧室和14间浴室,并享有大西洋和肋内水道的美景。

4、1亿美元购买马里布海滨别墅

此加利福尼亚州海滨物业,位于太平洋海岸公路27600号,面积为13,693平方英尺,占地3英亩,可直达海滩。它设有六间卧室和七间半浴室,以及一个游泳池,网球场,剧院,健身房和两间旅馆。

5、棕榈滩大厦9913万美元

Citadel 的格里芬先生今年还购买了60 Blossom Way 的海滨房产,毗邻他现有的 Palm Beach 庄园。棕榈滩县评估师多萝西·杰克斯(Dorothy Jacks)的网站显示,这栋占地18,452平方英尺的房屋建于2000年,占地近3.6英亩,最近一次拍卖于2017年,价格为7,710万美元。

6、洛杉矶大厦的9400万美元

据《华尔街日报》报道,这座曾被称为“亿万富翁”的洛杉矶豪宅曾一度以高达2.5亿美元的价格上市,但在10月以62%的折扣价出售。

这座4层,38,000平方英尺的房屋有12间卧室和21间浴室,以及三个厨房,五个酒吧,一个水疗中心,健身房,游泳池,剧院,汽车画廊和保龄球馆。

7、9270万美元的纽约顶层公寓 中央公园南220号的第二个单位也名列前茅。据《纽约邮报》报道,这栋公寓大楼的销售额已超过10亿美元。这个9,817平方英尺的单位设有四间卧室和六个半浴室。

8、三个纽约公寓单位的8100万美元

亚马逊创始人杰夫·贝索斯(Jeff Bezos)于今年五月在纽约第五大街212号购买了三套公寓——一套顶层公寓和两套额外公寓,总价为8100万美元。

共管公寓共有12间卧室,占地

超过17,000平方英尺。根据StreetEasy的数据,顶层公寓最初的标价为5,800万美元,其单位分别为1,820万美元和1,130万美元。

9、纽约联排别墅的7,710万美元

蓝岭资本(Blue Ridge Capital)的创始人约翰格里芬(John Griffin)于6月在曼哈顿东67街购买了近30,000平方英尺的联排别墅。它以前由菲利普·法尔科内(Philip Falcone)拥有,后者于2008年以4,900万美元的价格将其购买,并进行了多年的翻新。

10、贝弗利山庄豪宅的7100万美元

据《洛杉矶时报》报道,优步联合创始人加勒特·坎普(Garrett Camp)于6月在比佛利山庄购买了新建的Trousdale Mansion。据《洛杉矶时报》报道,这座房屋的面积为12119平方英尺,占地超过1英亩。

房地产经纪人如何才能使2020年 成为有史以来最好的一年

我认为可以肯定地说,实际上每个房地产经纪人或抵押贷款专业人士在过去一周左右的时间里都发表了一些类似的话,即“2020年将是我有史以来最好的一年。”

对?快点,我们都做。公开为自己设定期望是健康的。好吧,假设您确实完成了索赔。

因此,如果您像我们所有人一样,计划在2020年成为自己的#BestYearEver,那么我只想问您一个问题:“明年您会做些什么不同,以确保获得不同的结果?”

只有当您做对的事情时,努力工作才有回报。例如,当福特T型车于1908年向大众发布时,任何“三倍地”建造更好的马车的人都不会发脾气。

你明白我的意思。为了在新的年份取得巨大成功,您首先需要确保您在做正确的事情。否则,您将没有机会。

考虑到这一点,这是使2020年成为您职业生涯最佳年份的四个关键。

1、了解消费者真正想要什么

要知道,如今的消费者需求与几年前已经有很大的不同。如今,几乎每个人都在网上做所有事情,他们都在手机上做。(我什至不知道为什么我们不再称它为手机。这是电话!)

作为房地产经纪人或信贷员,如果您的流程不允许消费者申请,提交文档,搜索房屋并通过手机按需获取流程更新,那么您正在制造

麻烦。他们想要和期望的东西与您愿意给他们的东西之间的摩擦。我会让您自己决定摩擦是否对您的业务有利还是不利。

Uber, Netflix, Spotify, Apple Pay 和亚马逊已逐步培训社会,让他们可以在手机上完成所有操作,而且操作简便快捷。我的意思是,到了2020年。我们将在一小时内用无人机运送包裹。我们可以将钱包留在家中,全天候浏览,而无需将其取出。我们生活在移动优先的世界中。像这样除了移动体验,您需要了解消费者真正想听到的。如果您正在制作视频或撰写有关您希望他们听到的主题的文章,但是他们并不真正在乎,那么您将不会受到任何关注。翻转。首先考虑消费者的需求或需求,然后找出如何将其交付给他们。

2、随处可见

我们的整个世界现在都在线上……但是您的公司收到备忘录了吗?您和您的公司都能轻松地在网上找到吗?陌生人会不会觉得自己是当地专家,您是否讨人喜欢,是否可信,或者您愿意在市场放缓的情况下出售他们的80万美元房屋?

社交媒体就是互联网。因此,如果那是每个人都花费大部分时间的地方,那么为什么他们在滚动新闻源时不出现?如果您没有参加,我向您保证,您的竞争对手之一。

将自己放在社交网络上。经

常。在LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok 和 Twitter 上发布视频,文章和其他有价值的内容是完全免费的。而且您没有这样做!任何人都会放弃这个机会,在社交媒体上被看到,发现和认可,真是太疯狂了。这样可能并不总是免费的。

3、做(更多)视频

在线观看,发现和了解最有效的方法是通过视频。想一想,您就能看到并听到对方。视频是面对面的第二件事。再说一次,与1000多人面对面会更困难,更耗时,而让1000人观看您的视频则是非常可行的。我认为,视频是在线上建立品牌的最好,最有力的方式,因为消费者可以看到您怎么说,包括您的肢体语言。

这就是当今世界中建立联系的方式,并且联系将使他们决定您是否友善,可信和值得信赖。只要您在视频中具有真实性,视频就可以在很大程度上实现您的目标。人们将与之联系并联系的是怪癖和个性。

如今,有许多种制作视频的方法,其中大多数是免费的。当然,最好聘请一名摄影师来定期制作专业品质的内容,但是Instagram和Facebook故事的非正式,悠闲的形式同样强大,甚至更多。如果您还可以将YouTube, Facebook 和 IGTV 的已录制,编辑过的视频组合在一起,那么您的工作就很好了。

随着时间的流逝,保持一致

性,您将赢得胜利……假设您要投放人们真正想看的东西。但是不要想太多。案例和重点:猫视频。

4、学习Facebook广告

最后,您确实需要利用Facebook Ads的功能。进入2020年,现在是时候学习如何正确使用最强大的,被低估的付费广告平台……Facebook。

Facebook Ads平台是一个了不起的工具,如果使用得当,它的作用就像是在品牌的在线覆盖范围上加油一样。

通过每月花费\$50-\$300左右,您可以获得视频,徽标,面孔或品牌的数万个观看次数。您可以吸引更多文章或博客读者,或者只是吸引更多潜在客户。我从未见过一个能使陌生人知道您和您的品牌存在的功能更强大(且价格更便宜!)的广告平台。Facebook Ads如此强大,以至于我个人掌握了它们之后,我以一种或另一种方式从Facebook广告中获得了约70%的买家和卖家。

如果Facebook广告可以产生如此令人难以置信的效果,为什么不更多的房地产经纪人和抵押贷款专业人士使用它们?

简单。学习如何有效地进行操作需要花费时间和金钱。首先,学习曲线。信不信由你,要真正掌握Facebook广告平台,需要花费时间和金钱。疯狂吧?您不仅可以在一个广告上花费50美元,并完成两次750,000美元的交易。当然可

以,您会很幸运。是的,如果您的广告很好并且设置正确,那么您绝对可以赢得一些胜利。但是,如果您认为Facebook Ads是解决“新业务不足”问题的短期解决方案,那么这就是一个问题。

这需要反复试验,这意味着您要花一些钱在刚刚无法正常使用的广告上。但这是过程的一部分。我的意思是,您无法通过阅读本书来学习如何驾驶汽车,是吗?不,您必须真正落伍才能充分理解和学习。同样的概念适用于学习如何投放有效的广告。

我挑战您,要花费时间和金钱来学习Facebook Ads。我个人很难做到这一点。我观看了YouTube视频,阅读了文章,并进行了大量的反复试验。但是花了很长时间才能掌握。事后看来,我应该聘请Facebook Ads教练,上课,上讲习班,或者理想地是以上所有内容。但是我选择告诉自己一个故事:“我负担不起。”

适当的培训与其说是一项投资,不如说是一笔费用。因为当您学习如何控制自己获得潜在客户的能力或如何提高品牌的在线曝光率时,您就可以控制。您无需依靠任何经纪人,分支机构经理,团队负责人,Zillow,贷款树或其他任何可以为您带来新业务的人。你有控制权。

到2020年,完全控制您获得新客户的能力将可能在失败或爆炸性增长之间有所作为。