

LE CLOSING

COMMENT ET À QUEL MOMENT « CLOSER »
UNE OFFRE, UNE NÉGOCIATION, UNE TRANSACTION...

TR381

1 jour
(7 h)

- Cas pratiques
- Support pédagogique
- Quiz d'évaluation finale

Tarif : **220 € HT**

SPÉCIALISATION

OBJECTIFS :

- Savoir répondre aux deux questions (quand ? et comment ?) Closer : les offres d'achats, une négociation, une transaction... (par des techniques, une sémantique travaillée et des questions précises).
- Décoder les signaux corporels pour comprendre les intentions cachées des clients

NIVEAU & PUBLIC :

Négociateurs débutants et confirmés

Prérequis : aucun

MATÉRIEL NÉCESSAIRE :

Vidéo projecteur, paper-board
Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S) :

Formateur : Professionnel spécialisé en techniques commerciales appliquées à l'immobilier
Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

 Programme accessible aux personnes en situation de handicap

PROGRAMME

I – L'ATTITUDE DÉFINIT L'ALTITUDE

- Préparation aux changements d'habitudes, de croyances, de pratiques...
- Préparation du fond et de la forme, (prise de risque)

II – EXPLIQUEZ VOTRE MÉTIER

- Donner de la valeur, de l'importance à votre fonction
- Soyez convaincu pour être convainquant. Sûr de vous
- Positionnez-vous en expert pour persuader
- Détaillez vos tâches et responsabilités, avec fierté!

III – UN NOUVEAU « SAVOIR FAIRE »

- Aborder une nouvelle approche pour préparer le client et décider du moment opportun pour déclencher le passage à l'acte. (Comment faire pour que la décision vienne de l'autre OU aider au déclenchement... Comment anticiper les Supports/documents nécessaires, maîtrisez lieux, environnement, situation.

IV – UN NOUVEAU « SAVOIR ETRE »

- Analyser le comportement et l'attitude du client, maîtriser le mimétisme pour réagir en fonction (distance physique, regard, intonation, discours, persuasion...) « LA PUISSANCE DU FACE A FACE »

V – OBSERVATION ET ÉCOUTE

- Engagez le client à se livrer, à étaler tout ce qu'il pense et plus encore, le but est qu'il déballe tout le positif et le négatif ! Mettez à l'aise, affirmez vous, n'ayez pas peur du non.

VI – LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS

- Cerner les freins ou éléments bloquants qui empêche le client de se positionner. Déterminer les trois catégories d'objections :
 - Non sincère et non fondée
 - Sincère et non fondée
 - Sincère et fondée

VII – LANGAGE NON VERBALE

- Décoder le langage du corps pour détecter l'honnêteté, le mensonge, l'aisance, la gêne, la frustration, la dissimulation... Déterminer si les propos du client sont confirmés ou contredits par le langage du corps.

VIII – SAVOIR CLOSER

- Savoir « closer » en maîtrisant le « quand » ET le « comment »...