



OBJECTIF(S)

• Communiquer avec des clients ce n'est pas que la diction et l'écoute de mots. Jusqu'à 93 % de celle-ci passe par d'autres canaux et nous passons souvent à côté. Au-delà du ressenti, cette formation vous donnera des bases vous permettant de mieux comprendre vos clients à travers leurs attitudes, le ton employé mais aussi de faire votre propre analyse.

NIVEAU & PUBLIC

SPÉCIALISATION

Les professionnels de l'immobilier en charge de relations avec des clients.

Prérequis : aucun

MODALITÉS DE PARTICIPATION

Durée : ½ journée (soit 3,30 heures)

Moyens pédagogiques : Cas pratiques - Support pédagogique Quiz d'évaluation finale

Matériel nécessaire : vidéo projecteur, paper-board

Effectif maximum : 50

INTERVENANT(S)

Formateur : Professionnel spécialisé en gestion du personnel - RH - médiation

Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

TARIFS

Adhérent FNAIM : 130 € HT

Non Adhérent FNAIM : 190 € HT

PROGRAMME

INTRODUCTION

Bienvenue

+ présentation du cours et des objectifs pédagogiques

I - LES RAISONS DE NOS ATTITUDES

- Les différents pôles du fonctionnement humain et leurs interactions :

- Pensée
- État interne
- État externe

II - LES 3 VECTEURS DE COMMUNICATION

- Les différents vecteurs de communication:

- Communication Verbale
- Communication para-verbale
- Communication non verbale

- Répartition et explication

III - SIGNIFICATION DE LA COMMUNICATION AUTRE QUE VERBALE

- Le langage des yeux : La construction, le passé, les émotions
- Le langage des autres parties du corps: l'intervention des deux parties cérébrales
- Les bras, les changements de gestes, les mains, les position du corps....
- Illustration avec de nombreux exemples

SYNTHÈSE DU COURS ET CONCLUSION

TEST D'ÉVALUATION + RÉPONSE AUX QUESTIONS + REMERCIEMENT