

DE L'ÉVALUATION À L'EXCLUSIVITÉ

WE-TR567

1/2 journée
(3,30 h)

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

Tarif : **130 € HT**

OBJECTIFS :

- Comprendre comment un client évalue réellement une offre
- Passer d'une logique de prix à une logique de valeur
- Construire une offre différenciante et exclusive
- Savoir justifier un positionnement premium

NIVEAU & PUBLIC :

Professionnels de l'immobilier
Prérequis : aucun

MATÉRIEL NÉCESSAIRE :

Vidéo projecteur, paper-board

INTERVENANT(S) :

Formateur : **Spécialisé en Management et Transaction**
Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

 Programme accessible aux personnes en situation de handicap

PROGRAMME

I - COMPRENDRE COMMENT LES CLIENTS ÉVALUENT UNE OFFRE

Contenu

- Les 3 critères principaux d'évaluation d'un client
 - valeur perçue
 - confiance
 - différenciation
- Pourquoi les clients comparent uniquement le prix
- Les erreurs qui banalisent une offre

Outils

- Matrice valeur / prix
- Analyse de perception client

Exercice

- Identifier comment vos clients évaluent aujourd'hui votre offre

II - PASSER D'UN PRODUIT À UNE PROPOSITION DE VALEUR

Contenu

- Différence entre caractéristiques, avantages et valeur
- Construire une proposition de valeur claire
- Identifier le problème principal du client

Méthode

- Structure simple :
- Problème client → Solution → Résultat → Transformation

Exercice

- Transformer une offre existante en offre orientée résultat

III - CRÉER UNE OFFRE DIFFÉRENCIANTE

Contenu

- Les 4 leviers de différenciation
 - 1. expertise
 - 2. méthode
 - 3. expérience client
 - 4. spécialisation

- Le principe de spécialisation stratégique
- « Celui qui est spécialisé est perçu comme expert »

Outil

- Matrice de différenciation concurrentielle

Exercice

- Positionner son offre face aux concurrents

IV - CONSTRUIRE UNE OFFRE EXCLUSIVE

Contenu

- Les facteurs de perception premium
 - rareté
 - expertise
 - résultat mesurable
 - expérience
- Créer un cadre d'exclusivité
- sélection des clients
- limitation
- processus

Exemple de structure d'offre

- diagnostic
- accompagnement
- suivi
- résultats mesurables

Exercice

- Structurer une offre premium complète

V - VALORISER ET DÉFENDRE SON PRIX

Contenu

- Comment présenter un prix élevé
- Argumenter sur la valeur et le résultat
- Techniques pour éviter la négociation
- Livrables participants
- Proposition de valeur clarifiée
- Éléments de différenciation
- Structure d'offre premium