



Faites savoir votre savoir-faire !

## OBJECTIF(S)

- Fidéliser sa clientèle et développer son chiffre d'affaires en utilisant les outils marketing

## NIVEAU & PUBLIC

### SPÉCIALISATION

Négociateurs débutants et confirmés  
Assistants commerciales

**Prérequis :** aucun

## MODALITÉS DE PARTICIPATION

**Durée :** 1 jour (soit 7 heures)

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

**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*

## TARIFS

**Adhérent FNAIM :** 220 € HT

**Non Adhérent FNAIM :** 320 € HT

## PROGRAMME

### I - ANALYSE DE SON CHIFFRE D'AFFAIRES

- Force est de constater que le marché s'est durci et qu'il faut adopter une stratégie commerciale réfléchie et conquérante pour réussir...
- Quels sont les moyens par lesquels j'obtiens mes mandats
- Quels sont mes supports de communication et la façon dont ils sont utilisés
- Comment se démarquer des autres
- Quelles sont les actions que je réalise pour promouvoir mes biens
- Comment mes acquéreurs arrivent-ils sur mes biens
- Quelles actions puis-je mettre en place après avoir conclu une vente

### II - DU CONCRET !

- Comment rassurer mes clients et leur apporter les preuves de mon professionnalisme
- La mise en place d'outils marketing pour faire savoir votre action de réussite :  
Véritables accompagnateurs de projets tant au niveau vendeurs qu'acquéreurs, les outils aujourd'hui mis à disposition nous permettent de nous différencier et d'apporter du poids à nos actions :
  - Au niveau vendeurs
  - Au niveau acquéreurs

- Utilisation de la vitrine plus élargie et différente !
- Utilisation des mailings
  - Mailing de recherche, de biens à vendre, vendus...
  - Mailing de notoriété
  - Pourquoi, quand, pour qui, comment ?
- Le site agence
- Le suivi des clients même après avoir vendu
- Animations commerciales
- Portes ouvertes
- Salons
- La publicité directe – quels messages, sous quelles formes...
- Témoignages de satisfaction
- Les réseaux sociaux
- Le site de l'agence
- Le book agence
- Les infos de l'extranet FNAIM (juridiques...)
- Les outils de communication FNAIM
- Les groupements d'agence (AMEPI, Bourse immobilière...)

### III - MISES EN SITUATION

- Réalisation de messages à destination des clients vendeurs et acquéreurs
- Réalisation de mailings



Programme accessible  
aux personnes  
en situation de handicap