

## OBJECTIF(S)

- Justifier notre rôle d'intermédiaire, valoriser l'image du négociateur, apporter un service complet à ses clients

## NIVEAU & PUBLIC

### ESSENTIEL

Négociateurs débutants et confirmés

**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 expérimenté 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 - L'ÉVOLUTION DE NOTRE PROFESSION

- Le marché s'est durci, on ne s'improvise plus négociateur, on le devient
- Analyse et schéma du marché immobilier ces dernières années (le particulier, l'arrivée des mandataires, les notaires...)
- Information auprès des clients par les médias (multiplication des émissions en rapport avec l'immobilier, le marché « théorique » ville par ville)

### II - ANALYSE DES VÉRITABLES BESOINS ET ATTENTES DE NOS CLIENTS

- Le marché du particulier (sites de vente entre particuliers)
- Pourquoi avoir recours à nos services ?
- Se mettre réellement à l'écoute : étude précise des besoins (SONCAS...)
- Passer du temps au début pour conclure plus facilement
- Pratiquer l'empathie, chaque cas est différent, mettons-nous à la place de nos clients et agissons en fonction

### III - PROCÉDER ÉTAPE PAR ÉTAPE

- Se positionner comme un véritable accompagnateur de projet ; ainsi, on pourra développer plus facilement l'exclusivité (de vente comme d'achat d'ailleurs)
- « Vendre » son image et son parcours (qui sommes-nous, book agence, situation de l'agence, son positionnement, ses partenaires commerciaux, ses témoignages de satisfaction...)
- Apporter conseils sur le plan commercial, financier, économique et juridique
- Établir un partenariat de confiance en exposant son action après avoir reformulé clairement les attentes de ses clients (vendeurs ou acquéreurs)
- Le suivi de ses clients, régulier et adapté !
- Conforter et aider le client sur son projet et son choix final
- Transformer le suivi du projet en restant en contact avec ses clients après la réalisation de l'achat ou de la vente du bien



Programme accessible  
aux personnes  
en situation de handicap