



## OBJECTIF(S)

- Se servir des obligations législatives pour nos mandats exclusifs, mettre en place les outils indispensables au suivi des mandats exclusifs

## NIVEAU & PUBLIC

### SPÉCIALISATION

Négociateurs immobiliers, Managers, Directeurs d'agence

**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

### INTRODUCTION

Quelles sont les difficultés actuelles dans la vente de vos mandats exclusifs

Quelles sont les conséquences de l'allongement des délais de vente pour vos mandats exclusifs

### I - RAPPEL SUR LES RÈGLES DU JEU EXPOSÉES AU PROPRIÉTAIRE LORS DE LA PRISE DE MANDAT

- Qui a déterminé le prix
- Quel moyen d'évaluation avons-nous mis en place
- Quels sont les engagements pris par l'agence
- Le plan de commercialisation, fréquence et contenu...
- Quel engagement sur le délai de vente
- Quelles sont les conséquences de la « non-vente » pour le propriétaire

### II - LE SUIVI CLASSIQUE DU VENDEUR

- Les outils d'information permanente sur l'immobilier local
- L'utilisation des outils d'information
- La mise en place d'une politique d'information exclusive
- Bien communiquer c'est bientôt bien négocier

### III - LE SUIVI PARTICULIER DU MANDAT EXCLUSIF

- Les comptes rendus de publicité / d'activité
- L'analyse de l'activité sur Internet
- Les annonces spécifiques « prestige »
- Le challenge promotion : jusqu'à la vente nous communiquons

### IV - LES RENDEZ-VOUS DE SUIVI AVEC LE PROPRIÉTAIRE

- Comment préparer son rendez-vous de suivi
- Quels sont les objectifs de ce rendez-vous de suivi
- A quelle fréquence doit-on rencontrer son propriétaire

### V - LA STRATÉGIE DE RENÉGOCIATION DU PRIX DE VENTE

- Préparer ses objectifs et ses arguments de baisse de prix
- Préparer le traitement des objections à la baisse du prix
- Faire face au « je ne veux pas brader »
- Mise en situation et jeux de rôles

### VI - LE NEW DEAL AVEC LE VENDEUR : LES NOUVELLES CONDITIONS DE COMMERCIALISATION

- Le bien premium et sa commercialisation innovante
- Le bilan à 30 jours
- Le bilan à 90 jours

### VII - LA GESTION DES BIENS ET DES VENDEURS USÉS

- Comment se comporter avec un bien usé
- Comment reprendre contact avec un vendeur usé
- Transformer un vendeur et un bien usés en un mandat exclusif au Prix Actuel



Programme accessible  
aux personnes  
en situation de handicap