

Faites savoir votre savoir-faire !

OBJECTIFS

- **Augmenter** sa notoriété
- **Valoriser** l'image du négociateur
- **Développer** l'exclusivité (de vente et d'achat)
- **Fidéliser** sa clientèle
- **Travailler** davantage par relationnel et recommandation
- **Obtenir** plus de parts de marché
- **Réaliser** plus de ventes
- **Dynamiser** son action
- **Se différencier** des concurrents
- **Apporter** un service « sur mesure » et complet

NIVEAU & PUBLIC

SPÉCIALISATION

Négociateurs débutants et confirmés
Assistants commerciales

Prérequis : aucun

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

MODALITÉS DE PARTICIPATION

Durée : 1 jour (soit 8 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

- 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