

OBJECTIF(S)

- Comprendre les changements des clients dans un marché qui se tend : analyser les nouveaux comportements des clients, comprendre les nouveaux besoins des vendeurs, comprendre les nouveaux comportements des acquéreurs, adapter ses méthodes de prospection
- Reprendre les fondamentaux du métier de négociateur pour : savoir prendre le contrôle dans la négociation avec les vendeurs, savoir identifier les motivations d'un vendeur, savoir présenter ses services à un vendeur, savoir rentrer un mandat exclusif, savoir suivre et « bonifier » un mandat, savoir prendre le contrôle lors du 1^{er} appel des acquéreurs, savoir différencier les besoins des envies, savoir identifier un acquéreur motivé, savoir maîtriser la sélection des biens, savoir effectuer une visite, savoir conclure une visite

NIVEAU & PUBLIC

SPÉCIALISATION

Négociateurs, Managers

Prérequis : aucun

PROGRAMME

INTRODUCTION

- Tour de table des participants et des attentes de la journée
- Les règles de l'organisation efficace du négociateur, mieux gérer son temps pour améliorer ses performances - Analyse des conséquences de la crise sanitaire vis-à-vis des clients

I - LA PROSPECTION EN MARCHÉ TENDU

- Rappel des nouvelles obligations en matière de prospection
- La prospection physique, règles et méthodes
- La prospection pège, comment s'organiser
- La prospection digitale

II - LES FONDAMENTAUX AVEC LE CLIENT VENDEUR EN MARCHÉ TENDU :

- Les différents types de contacts avec les vendeurs :
 - Contacts statiques
 - Contacts relationnels
 - Contacts dynamiques
- Le premier rendez-vous avec le vendeur
 - La prise de contrôle du rendez-vous
 - La découverte des motivations du vendeur et sa « couleur »
 - La présentation des services de l'agence au vendeur
 - Comment présenter un prix de mise en vente
 - Intégrer la visio conférence pour les contacts éloignés
- La présentation du mandat de vente et les argumentaires au mandat exclusif
- Le traitement des objections au mandat exclusif, la recherche de la solution « gagnant-gagnant » pour le vendeur
- Le suivi du mandat de vente
- La renégociation du prix de vente
- La présentation de l'offre d'achat et son acceptation

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

III - LES FONDAMENTAUX AVEC LE CLIENT ACQUÉREUR EN MARCHÉ TENDU :

- Comment augmenter son nombre de contacts acquéreurs et les sélectionner dès le 1^{er} contact
- La prise de contrôle lors du 1^{er} contact téléphonique :
 - Les comportements nécessaires
 - Transformer un contact téléphonique en rendez-vous acquéreur
 - Intégrer la visio conférence pour les clients éloignés
- La prise de contrôle lors du 1^{er} rendez-vous à l'agence :
 - La charte des services à l'acquéreur
 - La mise en place et l'utilisation efficace du book des biens vendus
- La sélection des biens à visiter :
 - Comment choisir pour le client
 - Pourquoi pratiquer la technique de l'U.S.P.
- Accompagner l'acquéreur tout au long de sa recherche
 - L'évolution de la demande
 - Du rêve à la réalité
 - Obtenir une proposition d'achat acceptable pour le vendeur
 - Le traitement des objections de l'acquéreur
- Les techniques de visites
 - Comment se comporter en visite
 - Comment conclure une visite
- L'obtention de la décision de l'acquéreur
 - Comment avoir une décision immédiate
 - Comment maintenir une décision favorable

CONCLUSION DE LA FORMATION



Programme accessible
aux personnes
en situation de handicap