

OBJECTIF(S)

- Mettre en place une politique de services aux clients acquéreur et vendeur, s'engager vis-à-vis des clients acquéreurs et vendeurs sur les actions que nous mettons en place, avoir des honoraires conformes aux services apportés

NIVEAU & PUBLIC

SPÉCIALISATION

Négociateurs immobiliers, managers, directeurs d'agence

Prérequis : aucun

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

PROGRAMME

INTRODUCTION

Tour de table des participants

Quels sont vos outils pour présenter vos services immobiliers aux acquéreurs ?

Quels sont vos outils pour présenter vos services immobiliers aux vendeurs ?

Comment communiquez-vous sur vos services vis-à-vis de votre secteur et marché ?

I - LA TRANSACTION AUJOURD'HUI

Les différentes forces en présence sur le marché et leurs services

Les attentes des consommateurs

Les services proposés aujourd'hui par les différents acteurs

II - COMMENT CONSTRUIRE UN SERVICE POUR LE VENDEUR

Quelles sont les attentes d'un client vendeur

La connaissance du marché de l'agence

Les éléments de preuves irréfutables de l'agence pour montrer son professionnalisme

III - COMMENT CONSTRUIRE UN SERVICE POUR L'ACQUÉREUR

Quelles sont les attentes d'un acquéreur lorsqu'il contacte une agence

Comment mettre en place les éléments favorables au climat de confiance

IV - COMMENT CONSTRUIRE UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION EFFICACE POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE

La communication en vitrine

La communication par Internet sur votre site

La communication par Internet sur les sites marchands

La communication en marketing direct physique

La communication en marketing direct dématérialisé

V - LES OUTILS ET ENGAGEMENTS DE L'AGENCE AVEC LE VENDEUR

Les éléments présentant l'agence et sa qualité

L'engagement de service de l'agence

L'engagement qualité du mandat de vente

L'engagement de communication avec le mandat

VI - LES OUTILS ET ENGAGEMENTS DE L'AGENCE AVEC L'ACQUÉREUR

Les éléments présentant l'agence et sa qualité de service

L'engagement de service de l'agence

Les comptes rendus d'activité vis-à-vis de l'acquéreur

VII - LES 3 NIVEAUX DE SERVICES DE L'AGENCE POUR LE VENDEUR (À VOUS DE CHOISIR LE VÔTRE)

Le service de base

Le service différenciant

Le service époustouflant

VIII - LES 3 NIVEAUX DE SERVICES DE L'AGENCE POUR L'ACQUÉREUR (À VOUS DE CHOISIR LE VÔTRE)

Le service de base

Le service différenciant

Le service époustouflant

CONCLUSION



Programme accessible
aux personnes
en situation de handicap