

Fidéliser sa clientèle sur le long terme

OBJECTIF(S)

- Prendre conscience des avantages d'un service de qualité apporté à la clientèle et mettre en place une stratégie de qualité de service tous azimuts pour générer du Chiffre d'affaires supplémentaire en gérant qualitativement la relation client

NIVEAU & PUBLIC

SPÉCIALISATION

Managers et Négociateurs

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 management appliqué à l'immobilier

Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

TARIFS

Adhérent FNAIM : 220 € HT

Non Adhérent FNAIM : 320 € HT

PROGRAMME

INTRODUCTION

- Que signifie réellement un service de qualité ?
- Définition des services apportés par une agence immobilière, en Transaction, Gestion et Location

I - LES ENJEUX

- Quels enjeux vis-à-vis du client : mieux vendre, justifier ses honoraires et fidéliser
- Une vitrine et un accueil physique et téléphonique de qualité
- Les documents, plaquettes et imprimés
- La prise en compte des attentes et besoins des clients
- Exemples de pratiques d'entreprises axées sur le Service
- Par rapport à la concurrence : pourquoi et comment se différencier ?
- Quels bénéfices espérer d'un service de qualité totale ?

II - ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE SERVICE

- 1^{re} étape : être à l'écoute de ses clients du contact initial au S.A.V.
- 2^e étape : mobiliser et former ses collaborateurs sur une démarche 0 défaut
- 3^e étape : établir des normes d'excellence du service
- 4^e étape : abandonner les comportements « qui tuent » la vente
- 5^e étape : réagir et gérer les réclamations clients

III - CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTIONS

- Analyse et diagnostic
- Renforcer ses points forts
- Agir sur ses marges de progression

IV - VALORISER SES SERVICES

- Les efforts à fournir vis-à-vis :
 - des clients vendeurs et acquéreurs
 - de l'agence, des collaborateurs

CONCLUSION

- Engagements à prendre au retour à l'agence, tour de table des idées phares



Programme accessible
aux personnes
en situation de handicap