

BOOSTER VOTRE PROSPECTION ET VOTRE RENTRÉE DE MANDATS

DATE ET DURÉE

2 journées de 7 heures scindée en 4 demi-journées de 3h30 chacune (9h30-13h ou 14h-17h30) soit au total 14h

PUBLIC VISÉ

- Négociateurs ou agents commerciaux, plus généralement toute personne amenée à conclure une vente ou apporter de nouveaux mandats à l'agence
- Pas de prérequis nécessaire

OBJECTIFS

- Techniques et méthodes de négociation pour une prospection efficace afin de rentrer de bons mandats

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Différents supports et outils seront remis aux stagiaires durant la formation.
- Les participants seront amenés à travailler en sous-groupe, à participer à des jeux de rôles avec apports théoriques et pratiques de l'animateur.
- La formation sera dispensée en visioconférence via l'outil Zoom
- La formation sera animée par Dominique LAVIGNAC : Consultant, formateur spécialisé dans le management et la mise en place de réseaux immobiliers.

CONTENU DE LA FORMATION

Préambule : Point sur la déontologie des professionnels de l'immobilier : 2h

- Remise du code de déontologie
- Rappel des fondamentaux
- Questions – Réponse

1. Les méthodes d'une prospection efficace et dynamique

- 1.1 Les mailings, rédaction et ciblage pour de bonnes retombées
- 1.2 La prospection téléphonique,
- 1.3 La pige, l'organiser efficacement et gérer « agence s'abstenir »
- 1.4 Le porte à porte, ou comment « se faire ouvrir les portes »
- 1.5 Les panneaux et la vitrine
- 1.6 Le relationnel, sa mise en place

2. L'organisation de la prospection

- 2.1 Déterminer sa zone de prospection
- 2.2 La gestion de son temps de prospection
- 2.3 Les fiches de suivi
- 2.4 Les bons ratios

3. Argumentaire et organisation pour une efficacité optimale

- 3.1 Le traitement des objections, acquérir des réparties « déclics »
- 3.2 Mise en place dans l'agenda d'une semaine type de prospection

4. L'accueil et la découverte du vendeur

- 4.1 La préparation du RDV : les questions à poser et les documents commerciaux à préparer
- 4.2 L'accueil et la présentation de l'agence
 - 4.3 La découverte du client : ses attentes, ses motivations
 - 4.4 La découverte du bien et des éléments d'évaluation

5. L'évaluation et la négociation

- 5.1 Présentation des méthodes d'évaluation
- 5.2 Le marché actuel : forces et faiblesses
- 5.3 L'annonce du prix
- 5.4 Le traitement des objections sur le prix, le service et l'exclusivité

6. La conclusion et la mise en place des actions

- 6.1 Conclure un accord gagnant – gagnant
- 6.2 La mise en place des premières actions
- 6.3 Le suivi du client et la renégociation des conditions de vente

Ces journées interactives permettront une approche très concrète des pratiques du terrain au travers de nombreux jeux de rôle. Chaque participant pourra développer ses argumentaires.

SUIVI ET ÉVALUATION

- Afin de suivre l'exécution de l'action de formation, le centre de formation édite un relevé de connexion mentionnant le temps de présence du stagiaire contresigné par le formateur.
- À l'issue de la formation, une fiche d'évaluation est remise aux stagiaires, elle permet de déterminer si celui-ci estime avoir atteint les objectifs fixés sur le présent programme et ce qu'il va mettre en place à l'issue de la formation.

COÛT DE FORMATION :

- 618 € TTC (Sociétaire SOCAF) / participant (soit 515€ HT)
- 720 € TTC (Non sociétaire SOCAF) / participant (soit 600 € HT)

- Tarifs dégressifs sur les inscriptions en fonction du nombre de journées de formations prises. Pour 6 journées prises, la 6ème journée est offerte.