

Programme détaillé

1. LE CONTEXTE ACTUEL DE LA VENTE DE LOGEMENTS NEUFS

- Les nouveaux comportements des acquéreurs notamment ceux provenant par internet et les difficultés à prendre en compte.
- Comment vendre à des niveaux de prix élevés, à des clients attentistes dans un environnement économique incertain ?
- Les nouvelles qualités à développer et les comportements à adopter.

2. LES EVOLUTIONS DANS LA METHODE DE VENTE IMMOBILIERE

- Quelles différences il y a t'il entre informer, conseiller, renseigner et vendre ?
- Pourquoi c'est au commercial de vendre et non au client d'acheter ?
- Comment limiter le nombre de rendez-vous avec le même client ?
- Comment la méthode de vente permet d'anticiper toutes les objections rencontrées dans la vente immobilière ?

3. QUELLES SONT LES ETAPES INCONTOURNABLES DE LA METHODE DE VENTE IMMOBILIERE ?

- **Comment réussir l'accueil ou la prise de contact**
 - Comment prendre le contrôle de la situation avec un prospect qui veut mener l'entretien ?
 - Comment répondre aux questions : "Quels sont vos prix au m² ", "J'ai vu un plan sur internet", "Montrez-nous ce que vous avez "
- **Comment réaliser la découverte ?**
 - Quelles sont les différences entre la découverte des besoins des clients et celle des caractéristiques des produits ?
 - Comment faire évoluer les perceptions du client vers les caractéristiques du produit et éviter les modifications ?
 - Comment préparer les argumentaires clients et anticiper les objections lors de la découverte ?
 - Comment préparer la conclusion dès l'étape découverte ?
- **Comment justifier la découverte financière ?**
 - Pourquoi il est indispensable de calculer le budget potentiel du client avant toute proposition ?
 - Comment justifier la découverte financière auprès du client et ne pas prendre pour argent comptant le budget calculé par la banque du client ?
 - Comment traiter les objections ? : "Je fais mon affaire du financement" ? "Montrez-nous d'abord ce que vous faites, on verra après pour le financement" "L'argent ce n'est pas un problème".....
- **Comment sélectionner l'offre la mieux adaptée ?**
 - Comment déceler les paramètres prioritaires ?
 - Comment hiérarchiser et gérer les contradictions du prospect
 - Comment le préparer à faire des choix donc à renoncer

- **Comment valoriser le client à travers le site ?**
 - Selon que l'on s'adresse à un utilisateur ou à un investisseur,
 - Selon les modes de vie et les modes de projection du client dans le site.
 - Comment traiter les objections concernant le site telles que « c'est trop loin », « le quartier est en devenir » ?
- **Comment valoriser le client à travers la résidence**
 - Selon que l'on s'adresse à un utilisateur ou à un investisseur,
 - Selon les modes de vie et les modes de projection du client dans la résidence.
 - Comment traiter les objections concernant la résidence, telles que « trop de logements », »logements sociaux », « vis à vis trop proche », « proximité d'une nuisance »
- **Comment valoriser le client à travers le modèle ?**
 - Selon que l'on s'adresse à un utilisateur ou un investisseur,
 - Selon les modes de vie et les modes de projection du client dans le logement.
 - Comment traiter les objections concernant l'appartement telles que « trop petit » « mal disposé »
 - « prestations basiques »
- **Comment rechercher l'emplacement précis et accélérer la prise de décision ?**
 - Comment se servir de l'emplacement précis pour minimiser et contrebalancer les tentatives de négociation
 - Comment provoquer le 2ème rendez-vous lors de la recherche de l'emplacement précis ?
 - Comment traiter les objections concernant l'emplacement de l'appartement dans la résidence, telle que l'étage, l'exposition, le vis à vis ?
- **Comment présenter le prix et le financement**
 - Comment présenter le prix comme un élément du financement ?
 - Comment justifier les niveaux de prix actuels, démontrer au client que les prix ne peuvent pas baisser et sécuriser la revente ?
 - Comment gérer les objections lors de la présentation du prix et du financement : "C'est trop cher", "Je vais voir ma banque", "Je fais le tour de la concurrence" ? "Vos concurrents nous offrent "telle chose", "Je n'achète qu'avec un rabais"
- **Comment vérifier la disponibilité et justifier la décision immédiate ?**
 - Comment accélérer la prise de décision du client y compris face à des concurrents qui font des offres promotionnelles ?
 - Comment provoquer la prise du 2ème rendez-vous lors de la vérification de la disponibilité ?
- **Comment conclure le rendez-vous ?**
 - Comment provoquer la prise d'un nouveau rendez-vous
 - Comment vérifier la maturité dans la prise de décision ?
 - Comment justifier le moment d'acheter et vaincre l'attentisme ?
- **Différence entre la conclusion et le closing**
 - Comment préparer la décision immédiate dès le début de l'entretien ?
 - Comment justifier et provoquer la décision immédiate ?
 - Quels sont les accélérateurs de décision ?
 - Comment traiter les objections lors de la prise de décision : "Je veux réfléchir, on vous téléphonerait, jamais la première fois, la nuit porte conseil" ?

- **Comment conforter la décision immédiate ?**

- Que ce soit en cas de décision immédiate ou de prise d'un nouveau rendez-vous.
- Comment gérer le délai de réflexion et éviter les annulations ?
- Comment anticiper les 7 objections à l'égard du maintien de la décision ?

4. SYNTHÈSE, ÉVALUATION DE LA FORMATION

Les modalités de participation

- ✓ DUREE : 14 heures
- ✓ PRESENTIEL :
2 session de 7h
- ✓ DISTANCIEL :
4 session de 3h30
- ✓ DATES : nous consulter
- ✓ DELAIS : accès à la formation
après proposition, 2 mois maximum
- ✓ INDICATEUR DE RESULTAT :
Satisfaction client 2023 : 98%
Taux d'abandon : 0%
- ✓ HORAIRE :
9h00-12h30 ou 13h30-17h



Multiscorpe TGS est inscrit dans le catalogue de référencement des organismes financeurs de la formation (Le Datadock) et certifié Qualiopi

Si l'une de ces bonnes raisons vous concerne... (Objectifs de la formation)

- **Connaitre** les méthodes et les techniques utilisées par les commerciaux les plus performants dans le marché actuel.
- **Maitriser** les fondamentaux de la méthode de vente.
- **S'adapter** au ralentissement de la demande et à une concurrence plus nombreuse.
- **Faire adopter** aux commerciaux les nouvelles techniques et attitudes adaptées aux évolutions du marché et à celles de la concurrence.
- **Entraîner** les commerciaux à l'acquisition de nouveaux réflexes.

... inscrivez-vous dès maintenant !

Tarifcation comprenant :

- La préparation de l'animation
- Les phases d'animation
- Les déplacements du consultant (si formation présentielle)
- Les aspects administratifs
- Les remises d'attestations individuelles loi Alur

Le nombre de participants est limité à 8 en distanciel et 10 en présentiel pour des raisons d'efficacité d'interactions et pédagogiques.

Les participants (Public visé et prérequis)

- **Les vendeurs débutants** pour qui il est important dès le départ d'avoir de bonnes bases.
- **Les vendeurs confirment** qui, de par les évolutions liées au marché actuel, doivent renforcer leur compétence.
- **Les chefs de vente ou responsables** de programmes désireux de relayer la formation à leurs vendeurs, de les animer et de les suivre à partir d'une méthodologie claire et précise.
- **Et tous ceux** qui veulent développer leur niveau de professionnalisme face à l'évolution du marché et degré d'exigence de la clientèle actuelle.

Animation

Un consultant spécialisé dans l'animation des méthodes de vente Multiscorpe.

MULTISCORE TGS
118, avenue du général Michel Bizot
75012 PARIS
Tél : 01 53 46 96 21
e-mail : info@multiscoretgs.fr
www.multiscore
N° Organisme : 11754870675

Référents :

Pédagogique
Philippe Fauré
philippe.fauré@multiscoretgs.fr

Administratif et handicap :
Carole Garcia
info@multiscoretgs.fr

Méthodes et Moyens pédagogiques

- des exposés faits par l'animateur.
- des discussions de groupes.
- des exercices d'application
- exposés de cas concrets
- travail sur les situations rencontrées par les participants
- questionnaires d'évaluation de la formation.
- (présentiel) une feuille de présence sera signée par chacun des participants permettant d'attester de l'exécution de l'action de formation
- (distanciel) une attestation d'assiduité sera transmise à chacun des participants permettant d'attester de l'exécution de l'action de formation

Document remis

Support de formation

Formule à Distance

La formation à distance est effectuée via le logiciel ZOOM.
L'ouverture d'un compte gratuit permet au participant d'accéder à la formation. Les liens de connexion à la formation sont communiqués au préalable aux participants.

A l'issue de la formation, une attestation de formation* éligible loi Alur vous sera délivrée

** L'obligation de formation continue instaurée par la loi ALUR, définie (décret du 18 février 2016, JO du 21/02/2016) un volume de formation obligatoire de 14 heures par an (ou 42 heures sur trois ans)*