

OBJECTIFS

- **Développer** la performance commerciale
- **Acquérir** les bonnes méthodes pour être plus performant
- **Être** plus efficace, vendre mieux et plus

NIVEAU & PUBLIC

SPÉCIALISATION

Equipes commerciales

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

- Les secrets des meilleurs commerciaux sont développés et expliqués pour développer la performance commerciale

I - SUIVRE UN PROCESSUS STRUCTURÉ

- La règle des 4x20
- L'écoute active
- Savoir poser les bonnes questions
- Avantages/bénéfices – conséquences/utilisation

II - VAINCRE SES PROPRES PEURS

- Identifier ses freins/peurs
- Chercher des solutions- Le chef d'orchestre de l'entreprise
- Appliquer des solutions
- L'Humilité

III - LE CLIENT EST UN AMI

- Rendre service
- L'enthousiasme
- Être centré sur l'autre et pas sur soi
- La conviction d'être quelqu'un de bien
- Gagner de l'argent n'est pas honteux

IV - SE VENDRE SOI

- Son rayonnement
- Son style et son environnement matériel
- Son ouverture à l'autre
- Sa volonté de satisfaire
- Sa capacité à rassurer

V - SAVOIR SE PRÉSENTER : LE PITCH

- Ce que j'apporte/ma différence
- Mes références/ce que les clients apprécient
- Nos services
- Mon rôle

VI - SAVOIR FAIRE ACHETER PLUTÔT QUE VENDRE

- L'intérêt d'une bonne découverte
- L'art du questionnement
- Les facteurs clés de décisions

VII - LA DÉCOUVERTE : LA COMBINAISON DU COFFRE FORT

- Besoins implicites
- Besoins explicites
- Besoins collatéraux
- Besoins organisés

VIII - L'ACQUISITION COMME ENRICHISSEMENT

- Ce qu'apporte la solution
- L'adéquation solution/besoin
- Enjeux pour le client

IX - SAVOIR GÉRER LES PEURS CLIENTS

- Anticiper les peurs
- Découvrir le fondement des peurs
- Savoir les traiter

X - ANTICIPER LE CLOSING

- Inverser le rapport de force
- Asseoir sa légitimité
- Identifier les leviers décisionnels
- Le traitement des objections

CONCLUSION

- Ce stage pragmatique et concret permettra aux adeptes de remise en cause et en question de vendre mieux et plus