

Programme détaillé

- **LE CONTEXTE ACTUEL DE LA VENTE DE MAISONS INDIVIDUELLES**
 - Les nouveaux comportements des acquéreurs notamment ceux provenant par internet et les difficultés à prendre en compte.
 - Comment vendre à des clients attentistes dans un environnement économique incertain ?
 - Les nouvelles qualités à développer et les comportements à adopter.
- **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 toujours d'anticiper toutes les objections rencontrées dans la relation client ?
 - Comment avoir pleine conscience que le R1, l'amont de la relation est déterminant et constitue 80% du succès ?
- **QUELLES SONT LES ETAPES INCONTOURNABLES DE LA METHODE DE VENTE IMMOBILIERE ?**
- **Quels sont les enjeux de l'application de la méthode 6C**
 - Quels sont les avantages pour les professionnels ?
 - Quels sont les avantages pour les clients ?
 - Comment être vigilant aux incitations à sortir de la méthode ?
- **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 prendre le rendez-vous dans les meilleures conditions ?
 - Quelles sont les techniques à utiliser ?
 - Comment répondre aux questions : "Quels sont vos prix au m2 ", "J'ai vu un plan sur internet", "Montrez-nous ce que vous avez "
 - Quels sont les fondamentaux techniques de la prise de rendez-vous ?
- **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 découvrir en amont le profil comportemental préférentiel du client ?
 - Pourquoi le profil DISC vous aidera à toutes les étapes de la relation client ?
 - Quelles sont les différentes techniques de communication à utiliser pour optimiser la découverte en terme de mode de vie et optimiser la communication ?
- **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 réaliser la négociation des paramètres ?**
 - Pourquoi la négociation des paramètres est-elle une étape déterminante de la relation client ?
 - Comment amener le client à hiérarchiser ou à faire des concessions ?
 - Comment réaliser cette étape souvent difficile pour le client en l'aidant et le valorisant ?
 - Quelles sont les formulations à employer ?
- **Comment présenter les avantages consommateurs de l'entreprise ?**
 - Comment montrer/prouver que la société dispose des éléments pour répondre aux attentes des clients ?
 - Comment faire la différence avec les concurrents ?
 - Comment préparer la justification de la proposition et notamment le prix ?
- **SYNTHESE, EVALUATION DE LA FORMATION**
 - Tour de table des évaluations
 - Détermination des priorités de mise en pratique de chacun

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%
- ✓ HORAIRES :
9h00-12h30 ou 13h30-17h

Multiscore 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 !

Tarification comprenant :

- La préparation de l'animation
- Les phases d'animation
- 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 Multiscore.

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, administratif et handicap

Philippe Fauré

philippe.faire@multiscoretgs.fr

Connection (formations distanciel)

Gino Lazzaro

gino.lazzaro@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)*