

La stratégie commerciale et la relation client dans l'immobilier

Sans clients et sans biens à vendre, votre agence ne peut fonctionner. Établir une stratégie commerciale vous donne une vision claire du but à atteindre, une voie à suivre et des moyens opérationnels à déployer pour rencontrer ses futurs vendeurs et acquéreurs afin d'atteindre ses objectifs. Cette formation vous permettra d'apprendre les techniques commerciales essentielles pour mettre en place les fondamentaux du métier d'agent ou conseiller immobilier



Durée

1 JOUR (7 h) peut être fractionné en deux sessions
En présentiel ou distanciel



Public visé

Cette formation s'adresse à :
Tout public, Agent immobilier, Agent commercial indépendant, Dirigeant d'agence ou de réseau faisant de la vente en face à face, toute personne placée régulièrement en situation de vente
Accessibilité aux personnes en situation de handicap: (nous contacter)



Niveau requis

Aucun - apprendre les bases du métier



Méthode pédagogique

- Alternance d'apports, d'ateliers, d'études de cas et d'échanges avec les participants
- Formation action : vous êtes "concepteur" et "animateur" pendant la formation, avec le feed-back personnalisé du formateur
- Au fil de vos propres mises en pratique, et de l'observation des autres participants, vous progressez en confiance et en maîtrise des techniques du formateur
- L'apprentissage s'effectue



Objectifs

- Comprendre et appréhender son secteur
- Savoir définir une stratégie
- Diversifier et optimiser sa prospection pour la rendre plus efficace et plus ludique
- Apprendre à construire un argumentaire varié
- Connaître les conditions de mise en œuvre pour optimiser ses retours de visite



Programme

Définissez les objectifs commerciaux

- Définir des objectifs propres à son agence
- Les critères de validation d'un objectif réalisable
- Déterminer les freins à l'action

Procédez à une analyse stratégique du marché

- La sectorisation : connaître son secteur et son environnement
- L'importance de l'étude de potentialité et de l'étude de marché
- Définir et piloter son secteur / Organiser une veille de prospection

Identifiez vos prospects (vendeurs et acquéreurs)

- Organiser ses données
- Identifier les typologies des biens immobiliers pouvant être loués ou vendus
- Appréhender la périodicité du marché
- Identifier les sociostyles vendeurs-acquéreurs
- Créer, organiser, renseigner ses fichiers clients

Organisez votre prospection commerciale

- Les différentes méthodes de prospection physique et leurs rendements : porte-à-porte, phoning, pige, mailings, flyers, ambassadeurs, anciens clients, actions de marketing local, etc
- Organiser son agenda et son planning de prospection
- Préparer sa démarche commerciale au téléphone et en face-à-face
- Optimiser son relationnel et sa prospection physique (porte-à-porte)
- La pige téléphonique
- Développer une approche digitale
- Valorisation de l'agence

Mesurez les performances de la stratégie commerciale

- KPI : les indicateurs-clés à avoir
- Mesure de la performance de vos actions
- Gagner du temps de travail



dans un cadre ludique (Salle en lumière du jour spacieuse dans un espace propice à des formations réussies - WiFi - Ecran HD tactile - Présentations PowerPoint) les participants fournissent un investissement personnel important (participation, sortie de zone de confort) avec plaisir

- Cas pratiques et jeux de rôle reprenant des situations réelles du milieu professionnel
- Nombreux échanges avec le participant et apports du formateur

Session de 6 à 20 participants



Prix

Inter : 245€ht (294€ttc) par personne

Intra : contactez-nous

Les plus :

- Conseils personnalisés du consultant-formateur pour élaborer sa stratégie
- Accompagnement à la définition de son plan d'action avec la définition d'une stratégie d'approche pour les prospects
- Mise en place de scénarios de prospection pige
- Rédaction de messages personnalisés pour la prospection physique
- Cette formation répond aux obligations de la loi Alur et permet le renouvellement de la carte d'agent immobilier.

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

