

Un vent nouveau souffle sur la formation...

## L'APPROCHE « PROFIL FEELING » FACE AUX ACHETEURS

### Objectifs :

Pour les négociateurs qui veulent se familiariser avec une méthode de vente efficace simple et rapide

### Enjeux :

Faire la différence dès le R1

### Niveau & Public

Négociateurs débutants ou confirmés.

### Modalités de participation :

Durée : 1 jour

#### Moyens pédagogiques :

- Supports pédagogiques
- Fiche d'appréciation
- Fiche d'engagements et de suivi
- Vidéo projecteur
- Paper board

### Programme (9h00 – 18h00)

#### INTRODUCTION :

Comprendre qu'une « découverte » bien faite c'est une vente assurée  
Comprendre que le client est de plus en plus exigeant et méfiant

1. **La définition de l'autorité :**
  - Les erreurs classiques constatées
  - Comment se présenter avec dimension
  - Comment préparer son rendez-vous
2. **Le book agence et son chevalet de visualisation**
  - Le contenu du book, comment le construire
  - Comment utiliser le chevalet de présentation
  - Comment utiliser une présentation sur « power » de l'intérêt d'une découverte interactive
3. **L'utilisation des cartes « Feeling » :**
  - Comment les présenter
  - Comment déstabiliser les acheteurs méfiant
4. **L'articulation du prompteur**
  - La mise en confiance
  - La fixation des règles du jeu
  - Connaître l'historique immobilier du client
  - Connaître l'état d'avancement du projet
  - Justifier votre rôle conseil / entreprise
5. **Les questions fondamentales à poser :**
  - L'attente du client
  - Son profil d'acheteur
  - Sa connaissance du marché
  - La maturité décisionnaire
  - Les peurs et les inquiétudes
  - La différence entre le choix et la décision
6. **Anticiper sur les objections de fin d'entretien :**
  - La négociation
  - La réflexion
  - La comparaison
  - L'intervention d'un tiers, etc.
7. **Amener le client là où vous voulez l'amener :**
  - Faire la différence entre :
    - ce que l'on veut
    - ce qu'il faut acheter
    - ce qu'il est possible de trouver
  - Faire accepter la notion de concessions
  - Éviter que le client adopte un comportement de consommateur
  - Amener le client à travailler en confiance en privilégiant la qualité des sélections et la quantité
8. **Les 8 points de sécurisation « client »**

### Le point de vue de Yann Simon

Pour ceux qui veulent établir une relation d'autorité saine et durable avec leur client en évitant les faux acheteurs