

OPTIMISER LA QUALITE DE SERVICE POUR MIEUX VENDRE ET FIDELISER

Objectifs :

Faire la différence et garder une longueur d'avance.
Donner plus au client : la stratégie des « petits plus ».

Niveau & Public

Responsables commerciaux et négociateurs.

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)

1. Définition du service :

- La différence entre service et qualité de service
- Les enjeux de la Qualité de Service dans l'immobilier
- Les attentes de nos clients
- Ils sont éduqués, formés et déformés par la société de consommation

2. Le contexte :

- Ce que fait la concurrence
- Avoir une approche « Benchmarking »
- Il faut marquer sa différence
- Jusqu'où aller ?

3. L'approche dynamique du client :

- Le service de « base »
- Le service « facilitant »
- Le service « différenciant »

Exemples concrets à mettre en place immobilier

4. Faire la différence grâce à la qualité de service :

- Accompagner le client : avant, pendant et après (accueil, téléphone, courriers, mailings, etc...)
- Les gestes et les paroles qui marquent
- Offrir plus au client que ce pourquoi il est venu
- Fidéliser les clients grâce à la qualité de service
- La mobilisation des acteurs de l'entreprise

5. La qualité de service pour justifier les honoraires :

- L'idée d'une contrepartie acceptée par le client

Le point de vue de Yann SIMON :

Certains se plaignent du développement du marché de particulier ou se plaignent de ne pas savoir justifier leurs honoraires. Ce stage leur apporte les solutions.

LES APPORTS DU STAGE : *Faire la différence sur le plan de l'image de marque et du sérieux.*