

ANTICIPER L'AVENIR ET LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Objectifs :

Permettre, aux acteurs commerciaux, « d'anticiper » sur l'attente et le besoin client.

Enjeux :

Ne plus subir les mois forts et les mois creux. Assurer un volume constant d'affaires.

Niveau & Public

Commerciaux, Managers

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 : pourquoi faut-il anticiper ? Les conséquences d'une non anticipation, la prise de conscience individuelle.

1. La prise de conscience :

- Comment faire, de l'immobilier, un produit irremplaçable et nécessaire pour tous ?
- Quelle vision d'avenir donner au client ?
- Pourquoi le client n'anticipe pas sur ses projets d'avenir ?
- L'approche micro – macro économique
- Ce que sera l'immobilier dans 10 ans : les produits, les services
- Les arguments « massue » : la pression fiscale, la peur des retraites
- Comment détourner la pression fiscale ?
- Le vieillissement de la population et le système de protection sociale dans 20 ans
- La perte de pouvoir d'achat de 50%

2. Les solutions :

- Comment travailler la méthode « by back » et faire deux affaires en une ?
- Comment travailler les niches clients, fichier, farming, etc. ?
- Comment argumenter sur la vision stratégique de l'emplacement ?
- Comment vendre l'éloignement ?
- Comment repousser les objections telles que : « c'est trop loin », « ce n'est pas un beau quartier », « pas assez rentable » ?
- Comment justifier la rentabilité de la pierre ?
- Comment se constituer en toute sécurité un vrai « patrimoine sécuritaire »

Notre avis :

Alors que le marché est en train de « tourner », ce séminaire est indispensable pour ceux qui veulent trouver des « solutions » pour réagir et ne pas subir la perte de moral des négociateurs et la perte de chiffres d'affaires.