

GROUPE
V2i

N°1 DU CONSEIL DE PROXIMITÉ

RH & AGENCE DE COM

L'ACADÉMIE

RÉUSSITE

IMMOBILIÈRE



LES TECHNIQUES DE VENTE

L'ACADÉMIE PÉDAGOGIQUE MODE D'EMPLOI



Spécialiste du **Conseil immobilier** depuis plus de **25 ans**, nous accompagnons aujourd'hui plus de 1500 points de vente dans leur développement.

Le catalogue Formation que vous allez découvrir est le fruit de nos inventions sur mesure et de nos actions de coaching terrain.

La liste des modules présentés est non exhaustive, puisque nous avons plus de **150 offres** à disposition.

Bien sûr chaque thème peut être personnalisé en fonction du profil de votre entreprise.

Bonne découverte,

—

Yann Simon

Dirigeant de V2i Conseil



VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

LA PRISE

EN CHARGE

LE DÉROULEMENT



- Chez **Vision 2i**, nos services vous fournissent **TOUTE** la logistique pour la prise en charge de vos actions de formation.
- Notre organisme étant **agrée DATADOCK** et reconnu par les instances compétentes, toutes nos formations sont susceptibles d'être prises en charge financièrement dans le cadre de vos droits et de vos obligations pour la carte professionnelle.

LA PÉDAGOGIE

- Interactive, participative, notre animation est avant tout orientée sur l'application immédiate et le retour sur investissement.

Vidéo training, jeux de rôle, quizz interactif etc... permettent aux participants de prendre conscience de leur points forts et faiblesses, pour aboutir à la mise en place d'un programme de monter en compétence valorisant.

Mais Vision2i se singularise par la mise en place de supports marketing d'application

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format 52 44 04688 44

COMMENT

DYNAMISER

LE PERSONNEL



VOUS SOUHAITEZ AVOIR UNE ÉQUIPE 100% PRODUCTIVE GRÂCE À LA FORMATION IL FAUT :

- ANIMER CHAQUE SERVICE COMME DE VRAIS CENTRES DE PROFITS COMMERCIAUX
- ANALYSER CHAQUE POSTE ET DÉTERMINER LA PRODUCTIVITÉ DU POSTE
- ANALYSER CHAQUE ACTEUR ET SON POTENTIEL NON EXPLOITÉ
- METTRE LA QUALITÉ DE SERVICE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE
- FORMER LES ÉQUIPES SUR DES RÉFLEXES COMMERCIAUX IRRÉPROCHABLES
- APPRENDRE AUX ÉQUIPES À TRAVAILLER SUR UNE ORGANISATION PRODUCTIVE
- NE PAS OUBLIER LA FORMATION SUR LE MENTAL ET LE SAVOIR ÊTRE



SI «UNE MAUVAISE MÉTHODE VAUT MIEUX QUE PAS DE MÉTHODE DU TOUT», DE NOTRE COTÉ NOUS VOUS APPORTONS LES MÉTHODES QUI FONT DE NOS CLIENTS DES LEADERS RECONNUS

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format* 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

L'OUTIL DE

VISUALISATION

COMMENT DÉFINIR LE BESOIN FORMATION

IL FAUT UTILISER UN OUTIL TRÈS SIMPLE ET TRÈS VISUEL

LE COLLABORATEUR VA LE REMPLIR ENSUITE C'EST À VOUS !

VOTRE AVIS



À REMPLIR PAR LE COLLABORATEUR



1

2

3

4

5

QU'EST CE QUE CELA VOUS COÛTE

LA CAUSE MAJEURE

IL FAUT VOUS FORMER SUR

V
O
S

M
O
I
N
S

V
O
S

P
L
U
S

1

2

3

4

5

QU'EST CE QUE CELA VOUS RAPPORTE

SUR QUOI METTRE L'ACCENT

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

L'ANIMATION

DE L'AGENCE



IL FAUT **DONNER DU RYTHME** DANS LE TRAVAIL DU COLLABORATEUR COACHÉ / FORMÉ

SUR QUOI DONNER DU RYTHME	QUAND	COMMENT
EXIGER LA LECTURE DES SUPPORTS DE FORMATION	30' CHAQUE SEMAINE	AVEC LES CLÉS USB OU AVEC LES VIDÉOS TUTO
	15' AVANT UN RDV IMPORTANT	
EXIGER UN ENREGISTREMENT DE LA FORMATION	A CHAQUE FORMATION	LE COMMERCIAL ENREGISTRE DES POINTS CLÉS
EXIGER L'ENREGISTREMENT D'UN ENTRETIEN	1 FOIS PAR SEMAINE	AVEC SON IPHONE
TESTER LES CONNAISSANCES	30' UNE FOIS PAR SEMAINE	QUIZZ ÉCRIT SUR UN THÈME
ACCOMPAGNEMENT TERRAIN	1 FOIS PAR MOIS	SUR UN CLIENT CIBLE EN RDV
TRAVAILLER LE MENTAL ET JOUER LE MOTEUR	CHAQUE JOUR	RAPPEL DU POURQUOI ON SE BAT POUR FAIRE DU CHIFFRE
RECHERCHE INTERNET	CHAQUE MATIN	LA REVUE PRESSE
ENGAGEMENT MENSUEL ET CHANGEMENT	CHAQUE MOIS	2 PRIORITÉS SE + SF
S'ENGAGER SUR 4 MANDATS CROYANCE	CHAQUE MOIS	LES EXCLUSIVITÉS
S'ENGAGER CHAQUE SEMAINE SUR UNE PERFORMANCE, UN RÉSULTAT	SEMAINE	ME + V + CA

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format* 52 44 04688 44



LES PROGRAMMES

TECHNIQUES DE VENTE

101 MODULES

À PERSONNALISER

CECI N'EST QU'UN EXTRAIT DE NOTRE
CATALOGUE GLOBAL

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT001D - LA RENTREE DE MANDAT POUR LES AIGLES EN 7 LECONS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Maîtriser une méthode efficace
- Démontrer au vendeur que la meilleure stratégie de vente est celle du bon prix et du partenariat exclusif
- Rentrer plus de mandats de qualité pour développer le C.A

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou remise à niveaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Sachant que le bon prix et le mandat exclusif sont les garants de la réussite d'un projet de vente, et que le vendeur veut généralement essayer de vendre cher en multipliant les intervenants, comment lui faire prendre conscience que cette stratégie va se retourner contre lui?

PARTIE 1 / LA PRISE DE RV

- Asseoir son autorité
- Dimensionner son rôle et faire la différence
- Savoir être exigeant

PARTIE 2 / L'ARRIVÉE CHEZ LE VENDEUR

- Comment créer un climat de confiance et briser la glace
- L'importance du « point commun »
- Savoir fixer les règles
- Les outils indispensables pour dimensionner l'approche

PARTIE 3 / L'ENTRETIEN DÉCOUVERTE PROJET

- La motivation: savoir l'identifier par le SPIS et le SONCASE
- L'historique d'occupation
- L'historique de la vente
- La connaissance du marché et des prix
- Ses inquiétudes/ ses peurs
- Qu'attend il de nous?

PARTIE 4 / LA PRÉSENTATION DE L'AGENCE

- Le book de présentation agence
- La politique qualité de services et les engagements
- L'art de se rendre indispensable

PARTIE 5 / LA VISITE DU BIEN

- La méthode des 100 critères pour justifier le prix
- Comment expliquer les défauts du bien sans être dans une critique négative

PARTIE 6 / LE DÉBRIEFING VISITE

- Comment faire prendre conscience de la réalité du marché
- Les supports marketing
- L'observatoire de la demande
- L'argus des ventes
- La méthode Implicator

PARTIE 7 / L'ACCEPTATION DU PRIX ET DU MANDAT EXCLUSIF

- Comment amener le vendeur à donner le prix marché par lui-même?
- L'échelle temps et le phénomène de nouveauté
- Savoir identifier le point de rupture
- Les arguments forts pour « vendre » le mandat exclusif

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Devenir un négociateur haut de gamme possédant du savoir être et du savoir faire
- Se différencier des autres par sa technique et son approche
- Développer un nouveau segment et cibler une clientèle spécifique

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Directeurs d'agence, managers, négociateurs

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / APPRENDRE LES RÈGLES DE LA VENTE DE BIENS DE PRESTIGE

Présentation et contexte de la vente en Haut de Gamme:

- Les spécificités de la vente Haute Gamme et ses secteurs d'activités
- Stratégie de marque et comportement du consommateur appliqué au secteur du Haut de Gamme
- Estimer un bien immobilier de prestige, les fondamentaux pour faire la différence

PARTIE 2 / METTRE EN PLACE LES DIFFÉRENTES ÉTAPES ET TECHNIQUES DE LA VALORISATION D'UN BIEN HAUT DE GAMME

- Réaliser un audit de vente et savoir en faire la restitution
- Poser les meilleures questions, les différentes typologies
- Traiter les objections et répondre aux différents niveaux de besoins des vendeurs
- Analyser les points de négociation et répondre par une offre concrète

PARTIE 3 / DÉVELOPPER UN RÉSEAU D'ACHETEURS

- Créer des synergies
- Organiser son réseau de partenaires

PARTIE 4 / OFFRIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIFFÉRENTE

- Présenter les actions à réaliser
- Animer votre réseau de relations

PARTIE 5 / DÉVELOPPER LES TECHNIQUES ORATOIRES POUR AVOIR DE L'AISANCE

PARTIE 6 / ATELIERS PRATIQUES

- Construire sa boîte à outils

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Voir sa progression
- Faire un travail sur lui-même
- Traiter les objections
- Avoir la bonne méthode de communication

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Du débutant au confirmé

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Bilan d'application en tour de table

PARTIE 1 / LA PROGRESSION :

- Sur quoi vous avez progressé
- Sur quoi vous avez du mal à appliquer les méthodes

PARTIE 2 / LE PLAN INDIVIDUEL :

- Faire un bilan de progression
- Bilan sur le savoir être
- Bilan sur le savoir-faire
- Débrief en commun, quels correctifs apporter

PARTIE 3 / LES POINTS SUR LESQUELS VOUS SOUHAITEZ REVENIR :

- Tour de table / approfondissements / nouveautés
- Quels sont vos freins personnels et professionnels

PARTIE 4 / TRAITEMENT DES OBJECTIONS RENCONTRÉES :

- Les objections clients
- Les réponses
- Mise en situation avec jeux de rôles

PARTIE 5 / SUR QUOI METTRE L'ACCENT DEMAIN:

- En terme de qualité de service
- En terme de communication interne
- En terme de communication face au client

PARTIE 6 / COMMENT BÂTIR VOTRE PPI :

- Programme de progression individuelle
- Programme d'autoformation collectif

BILAN / CONCLUSION

VT004D - DEVENIR LE LEADER INCONTESTÉ DE LA PROSPECTION PRODUCTIVE

OBJECTIFS

- À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:
- Développer une vraie stratégie terrain
 - S'imposer dans l'art de trouver de bons vendeurs en exclusivité

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants/confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pourquoi la prospection est le maître mot de la réussite ?

- Analyse des comportements du groupe
- Analyse des erreurs

PARTIE 1 / L'ORGANISATION IDÉALE DE LA PROSPECTION

- L'agenda productif
- Les heures idéales
- Les cibles les plus productives
- Les outils de prospection
- La prospection externe et interne : répartition

PARTIE 5 / L'ANIMATION TERRAIN

- Les portes ouvertes, les soirées à thème etc...
- Les panneaux décalés
- Les bâches « adoptez-moi »
- Les street marketing (sac à pain etc...)

PARTIE 2 / L'EXPLOITATION CRM ET LES FICHIERS

- La base des anciens clients
- Acheteurs/vendeurs/bailleurs/locataires
- Quand, comment, et avec quoi ?
- Le fichier des entreprises
- Nationales et locales
- Les fichiers copropriétaires
- Quand, comment, et avec quoi ?

PARTIE 8 / LES OUTILS « PRINT »

- Les flyers vendeurs généraux
- Les flyers de proximité
- Les flyers parrainage

CONCLUSION

Plan d'action et prise de conscience

PARTIE 3 / L'EXPLOITATION DES RÉSEAUX SOCIAUX ET CHAÎNES IMMOBILIÈRES

- Comment animer la toile ?
- Comment communiquer sur ses résultats ?
- Comment faire une vidéo YouTube ?

PARTIE 4 / LA VITRINE SOURCE DE CONTACT

- L'espace efficacité prouvée
- Les popup parrainages
- Les témoignages clients

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT005D - COMMENT RENTRER UN MANDAT EN 100 % EXCLUSIF ET AU VRAI PRIX

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Avoir un stock mandat 100% exclu
- Ne plus perdre du temps en fausse estimation et en stockage de mandats « invendables »

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants et confirmés, managers et Patrons

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin. CNTGI et éthique professionnelle)

Quelle panoplie doit avoir un commercial « expert », la dimension matérielle.

PARTIE 1 / LA DIMENSION PSYCHOLOGIQUE

- Comment lever les freins sur l'exclusivité ?
- Comment persuader que le mandat simple ne sert à rien ?
- S'appuyer sur la loi Hoguet
- Afficher les chiffres et statistiques

PARTIE 5 / OBTENIR LE VRAI PRIX

- Marges de prix
- Le comparateur produits
- La mise en concurrence
- L'impact de la transition énergétique

PARTIE 2 / COMMENT TROUVER UN BON PROSPECT VENDEUR

- L'exploitation CRM des fichiers
- L'approche prospection
- L'approche parrainage
- Quels outils sont nécessaires ?

CONCLUSION

Plan d'action et prise de conscience

PARTIE 3 / ARGUMENTER AVEC UNE REVUE DE PRESSE

- Le discours micro/macro Eco
- L'explication des cycles Eco- L'approche parrainage
- L'argumentation en année électorale

PARTIE 4 / VENDRE L'EXCLUSIVITÉ À 100%

- La démonstration Dior/Foirfouille
- L'argumentation vrai-faux
- La méthode de l'écrin
- Déjouer les objections majeures

VT006D (TR377) - LES 10 SECRETS DES MEILLEURS CONSEILLERS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Développer la performance commerciale
- Acquérir les bonnes méthodes pour être plus performant
- Être plus efficace, vendre mieux et plus

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: équipe commerciale

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Les secrets des meilleurs commerciaux sont développés et expliqués pour augmenter la performance commerciale.

PARTIE 1 / Suivre un processus structuré

- La règle des 4x20
- L'écoute active
- Savoir poser les bonnes questions
- Avantages/bénéfices - conséquences / utilisations

PARTIE 2 / Vaincre ses propres peurs

- Identifier ses freins /peurs
- Chercher des solutions
- Le chef d'orchestre de l'entreprise
- Appliquer des solutions
- L'humilité

PARTIE 3 / Le client est un ami

- Rendre service
- L'enthousiasme
- Être centré sur l'autre et pas sur soi
- La conviction d'être quelqu'un de bien
- Gagner de l'argent n'est pas honteux

PARTIE 4 / Se vendre soi

- Son rayonnement
- Son style et son environnement matériel
- Son ouverture à l'autre
- Sa volonté de satisfaire
- Sa capacité à rassurer

PARTIE 5 / Savoir se présenter : le pitch

- Ce que j'apporte / ma différence
- Mes références / ce que les clients apprécient
- Nos services
- Mon rôle

PARTIE 6/ Savoir faire acheter plutôt que vendre

- L'intérêt d'une bonne découverte
- L'art du questionnement
- Les facteurs clés de décisions

PARTIE 7 / La découverte : La combinaison du coffre fort

- Besoins implicites
- Besoins explicites
- Besoins collatéraux
- Besoins organisés

PARTIE 8 / L'acquisition comme enrichissement

- Ce qu'apporte la solution
- L'adéquation solution / besoin
- Enjeux pour le client

PARTIE 9 / Savoir gérer les peurs clients

- Anticiper les peurs
- Découvrir le fondement des peurs
- Savoir les traiter

PARTIE 10 / Anticiper le closing

- Inverser le rapport de force
- Asseoir sa légitimité
- Identifier les leviers décisionnels
- Le traitement des objections

CONCLUSION

Ce stage pragmatique et concret, permettra aux adeptes de remise en cause et en question, de vendre mieux et plus.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT007D - LES GRANDES METHODES DE VENTE ET ASTUCES COMMERCIALES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Être plus efficace
- Vendre mieux et plus
- Acquérir les bonnes méthodes pour être plus performant

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: équipe commerciale

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)
Une technique commerciale bien maîtrisée est un outil d'une puissance remarquable. Elle permet de gagner en efficacité et de vendre mieux et plus.

PARTIE 1 / La méthode de questionnement

- Q.Q.O.Q.C.P
- Objectif de la méthode
- Mise en application et exemples

PARTIE 2/La méthodes d'activation des leviers psychologiques

- SONCAS
- Savoir s'en servir pour vendre mieux
- Profil psychologique associé à chaque motivation

PARTIE 3 / La méthode de la preuve

- CAP
- Comment l'utiliser
- L'associer au SONCAS pour accélérer la vente

PARTIE 4 / La méthode aliénation de la solution

- SPIS
- Argumentation pour rendre sa solution indispensable
- Exemples concrets

PARTIE 5 / Astuces cotés acquéreur

- Le couple pour faire accepter les concessions
- Le demandeur d'emploi pour répondre à : «On a d'autre visites prévues»
- La voiture pour expliquer que la maison parfaite n'existe pas
- Le couple pour répondre à la demande de réflexion

PARTIE 6/ Astuces cotés vendeur

- La séparation : Les enfants pour faire accepter le bon prix,
- La voiture d'occasion pour expliquer la perte d'attractivité
- Le médecin pour faire accepter la réalité du marché
- Internet pour démontrer la lisibilité

CONCLUSION

Un stage destiné à ceux qui veulent les bons modes d'emploi pour accroître leur performance commerciale

VT008D - LE COMMERCIAL DANS LE CADRE DU RESPECT « DÉCRET SUR L'ÉTHIQUE ET LA DÉONTOLOGIE »

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Faire de son agence le N1 incontesté
- Mettre en place l'organisation la plus productive
- Transformer une TPE en PME et une PME en Groupe

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Patrons et managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures (dont 2h30 de déontologie)

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Le profil de l'acteur commercial de référence

PARTIE 1 / Comment faire la DIFFERENCE

- La notion de passerelle entre services de l'agence
- Gérer des multi sites
- L'exploitation des fichiers et la fidélisation
- L'organisation terrain idéale
- L'armée des citoyens prescripteurs et le parrainage

CONCLUSION

Les patrons s'engagent sur un Process qualitatif Leur plan d'action prouvé et éprouvé ,ils reçoivent un tampon de V2I à apposer sur leur vitrine prouvant leur label qualitatif . V2 i crée pour eux un lien de suivi qui les met en relation soutenue

PARTIE 2 / Orienter l'agence en étant citoyenne

- L'agence communautaire
- L'agence solidaire
- Le choix du Print, du net et des réseaux sociaux et la vidéo

PARTIE 3 / L'éthique et la déontologie

- La culture générale
- La multi-compétence
- Le respect de la réglementation
- Le classeur technique
- La justification des honoraires

VT009D - ÉVALUER ET NÉGOCIER LE PRIX D'UN BIEN IMMOBILIER LORS DE SA RENTRÉE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Posséder les bonnes méthodes pour évaluer un bien immobilier
- Intégrer la valeur du bien dans la négociation

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutant ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Les outils d'évaluation par :

- Argus
- Observatoire
- Mallette technique

PARTIE 1 /

Les étapes de la négociation d'un bon mandat

PARTIE 2 /

Le contexte de la vente

PARTIE 3 /

La définition de la valeur vénale d'un Bien Immobilier

PARTIE 4 /

La traçabilité

PARTIE 5 /

La problématique du prix

PARTIE 6 /

La difficulté de l'évaluation d'un Bien Immobilier

PARTIE 7 /

Les facteurs de marginalité

PARTIE 8 /

L'étude du marché « local »

PARTIE 9 /

5 techniques simples d'évaluation

PARTIE 10 /

La vente du prix

PARTIE 11 /

Les étapes de la négociation

PARTIE 12 /

Les pièges à éviter

PARTIE 13 /

La différence entre affectif / descriptif

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Un stage indispensable pour augmenter ses chances de réussir la prise en vente d'un bien immobilier.

VT010D- CONSTRUIRE LES OUTILS RENTREE DE MANDAT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Permettre, au négociateur, d'avoir des armes pour rentrer de bons mandats.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou confirmés, Responsables d'agences, Assistantes marketing

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Définir le « kit » du parfait rentreur de mandat. Que contient la « valise » ?

PARTIE 1 / DE L'IMPORTANCE DE LA PREUVE POUR ÉTAYER LE DISCOURS :

- L'argus immobilier
- L'observatoire de la demande
- Les témoignages clients

PARTIE 2/ ASSEoir SON AUTORITÉ ET SON RÔLE DE CONSEIL

- Le book rentrée de mandat
- Le trieur des 10 engagements
- Comment s'en servir

PARTIE 3 / AMENER LE CLIENT À ÊTRE OBJECTIF SUR SON BIEN

- La grille d'auto-analyse produit
- Amener votre compétence technique

PARTIE 4 / JUSTIFIER L'ESTIMATION ET LA DÉTERMINATION DU PRIX :

- Le dossier technique d'analyse
- Asseoir votre compétence technique

PARTIE 5 / LE SUIVI DU VENDEUR

- La lettre partenariat confiance
- Les comptes rendus visites
- Les courriers sensibilisation à 1 mois, 3 mois et 6 mois

PARTIE 6 / SAVOIR RÉDIGER UNE PUBLICITÉ : GRANDS PRINCIPES :

- Qu'est-ce qui fait qu'une publicité marche ?
- Comment accroître les appels ?
- Le registre sensoriel

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Donner aux commerciaux les outils indispensables pour faire la différence et rentrer du bon mandat au prix.

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT011D- RENTREE DE MANDAT

LES OBJECTIONS SPECIFIQUES DE LA RENTREE DE MANDAT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Donner aux commerciaux les arguments pour combattre les objections du vendeur de la prise de rendez-vous jusqu'à la signature du mandat exclusif au bon prix

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou confirmés, responsables d'agence.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pourquoi une objection arrive t-elle ? Comment réagir ? Faut-il en avoir peur ?

PARTIE 1 / LA MÉTHODE DE RÉPONSE À L'OBJECTION

- La reformulation empathique
- La hiérarchisation
- La réponse directe

PARTIE 2 / LES OBJECTIONS DE PRISE DE RENDEZ-VOUS AU TÉLÉPHONE

- « Je ne veux pas d'agence.
- J'ai déjà signé un mandat.
- Vos honoraires augmentent le prix », etc...

PARTIE 3 / LES OBJECTIONS OU PROSPECTION

- Le marché est porteur, je peux vendre moi-même.
- Je n'ai pas le temps de vous revoir.
- Amenez moi des clients on verra après.
- Je ne signerais pas de mandats », etc...

PARTIE 4 / LES OBJECTIONS LORS DE L'ENTRETIEN CHEZ LE VENDEUR

- « Je ne veux pas d'exclusivité.
- Si je ne vends pas à ce prix, je louerais..
- J'en veux tant, point !
- Vos confrères m'ont dit que je pourrais vendre à ce prix.
- Je refuserais toute offre en dessous de ce prix.
- Je n'ai pas à vous dire combien on l'a acheté », etc...

PARTIE 5 / L'ANALYSE TRANSACTIONNELLE

- Les états du moi
- Leurs influences dans le discours
- Comment s'adapter à l'autre

PARTIE 6 / LES TECHNIQUES DE SYNCHRONISATION

- Verbale
- Comportementale

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Apporter à l'équipe commerciale des argumentaires préparés, pour leur permettant de se sortir de tous les mauvais pas.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT012D - LA RENEGOCIATION DES MANDATS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Renégocier un prix sur le stock mandats en phase avec le marché et obtenir une exclusivité

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Pourquoi le mandat doit-il être renégocié ?

- Un stock de quantité ou de qualité
- Viser l'exclusivité
- La stratégie du « rythme »
- Qui doit renégocier ?

Partie 2 / La stratégie de renégociation

- Le nombre de visites adéquat
- L'appel téléphonique de débriefing
- La lettre bilan fin de mois
- La lettre « news marché »
- La lettre « mise au point »
- La lettre « sortie du fichier »

Partie 3 / Le rendez-vous de renégociation

- Savoir analyser les causes de la non vente
- Savoir utiliser l'observatoire de la demande
- Savoir se servir de l'argus des ventes
- Utiliser la méthode « impicator »
- Savoir répondre aux objections du vendeur

Partie 4 / Un nouveau mandat

- Nouvelles publicités
- Nouvelles photos
- Nouveaux prix

Partie 5 / Que faire en cas d'échec :

- Garder le mandat ?
- Épurer le fichier ?

Partie 6 / Faut-il utiliser les outils novateurs ?

- La revue de presse électronique
- Le CD pré-rendez-vous

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT013D - LES TECHNIQUES DE NEGOCIATION REVISITÉES DEPUIS 2019

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Comprendre l'évolution du métier de négociateur
- Utiliser la technique et les nouvelles technologies

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Toute personne souhaitant se donner une dimension

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

- Comprendre le changement de méthode et d'approche
- Accepter la remise en cause des comportements

Partie 1 / LE CAS DE L'ACHETEUR

- L'approche de cadrage dès la prise de rendez-vous
- Le quiz « speed dating » en accueil
- La technique de la dimension home / entreprise
- L'approche micro / macro économique
- Les outils de social marketing
- Le besoin implicite / explicité
- L'approche profil feeling
- La technique de la raréfaction
- L'imposition du prix marché

Conclusion

Donner à chaque participants de nouveaux outils et arguments en phase avec l'évolution du métier

Partie 2 /LE CAS DU VENDEUR

- La stratégie XXL
- L'approche économique
- Les outils nouvelle génération (go pro, tablettes, etc...)
- Les supports de visualisation et d'implication
- L'utilisation des témoignages
- L'outil d'acceptation prix / produit
- L'approche Home staging
- La démonstration sur l'exclusivité par la raréfaction

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT015D - ADAPTER SON STYLE ET SA PERSONNALITÉ POUR VIVRE AU MIEUX LA CONDUITE DU CHANGEMENT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Comprendre qu'un mental d'acier fait réussir
- Faire prendre conscience de l'importance du savoir être.
- Travailler autant sur le potentiel et les ressources internes que sur la compétence de jugements, comprendre les
- Eviter les erreurs de jugements, comprendre les mutations du métier

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Public en relation avec la clientèle étrangère

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 1X 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ?

- L'importance du savoir être et du mental dans la réussite.
- Comprendre ce qu'est le changement et ses répercutions pour soi même et l'entreprise.

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Être ou ne pas être une personne « forte »

- L'autorité et l'autoritarisme
- Ce qu'est la confiance en soi
- Identifier les storks de l'enfance et de l'éducation, analyser sa courbe de progression
- Comment travailler ses faiblesses et ses peurs face au changement
- Les messages facilitants et contraignants qui gèrent notre vie

Conclusion

- Se conditionner pour revoir complètement des acquis pré établis.
- Changer son style, et sa méthode avec empathie
- S'ouvrir aux autres cultures

Partie 2 /L'expression du mental « gagnant »

- La techniques de GO / no GO face au client
- Les outils de différenciation qui rassurent
- Les formules et les mots qui crédibilisent face aux étrangers
- La programmation « mentale » qui fait réussir en zone inconnue
- Comment repousser ses peurs face à de nouveaux schémas de vente
 - Les erreurs à ne surtout pas commettre. Ce qu'il ne faut surtout pas dire

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT018D - LES NOUVELLES APPROCHES COM ET MARKETING POUR FAIRE DE SON ENTREPRISE LE RÉFÉRENT DU QUARTIER

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Changer son image et rentabiliser sa COM
- Ne plus perdre de l'argent avec de fausses bonnes idées.
- Surprendre vos clients
- Augmenter la rentabilité et l'image de l'entreprise tout en rajeunissant l'approche

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, Responsables, Assistantes

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ?

Pourquoi la notion prix /argent fait peur , Comment ne pas céder au chantage du pouvoir sur les honoraires
Comment se mettre en situation psychologique « gagnante »

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Les nouveaux outils qui marchent

- Un magazine 100 % exclu
- L'approche « vente privée » vitrine et site internet
- La segmentation mailing opérationnel et institutionnel (exemple et construction)
- Le concept XXL
- Aménager sa vitrine en pop up
- Communiquer sur l'immobilier communautaire

Conclusion :

Les participants ont une autre vision de la communication. Ils repartent avec un plan d'action et des outils applicables directement.

Partie 2 / Comment rentabiliser sa COM

- Les messages marketing et les engagements qui percutent
- Le ciblage outil / client « one way »
- La cadence outil de terrain et email
- Les formules portes ouvertes et soirées VIP
- L'exploitation des fichiers ,quand ,comment ...
- L'immobilier solidaire

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT019D - (TR369) : LA BAGARRE NEGOCIATION DU PRIX AVEC LE VENDEUR ET L'ACHETEUR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Faire plus d'affaires sans céder au chantage des parties
- Gagner en autorité et sauver sa marge et ses honoraires
- Augmenter le taux d'exclu et la vitesse de sortie

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

La communication en face à face et ses erreurs

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pourquoi la notion prix /argent fait peur , Comment ne pas céder au chantage du pouvoir sur les honoraires
Comment se mettre en situation psychologique « gagnante »

Partie 1 /La bagarre du prix avec le vendeur

- La notion de prix affectif/ descriptif
- La notion de plus value réelle et virtuelle
- Le cas des ventes de divorces et d'urgence
- Le comparateur prix et l'argus
- La démo du tunnel économique
- La démo des cycles économiques
- L'acceptation du VRAI prix

Conclusion

Il s'agit d'imposer son professionnalisme et de défendre ses honoraires. Le commercial n'aura plus peur de cette phase car il repart avec de vrais arguments et outils .

Partie 2 / La bagarre avec l'acheteur

- Le vrai prix d'un bien acquis
- L'approche profil feeling
- Les 6 critères d'appréciation
- Le verrouillage du financement
- L'inversion des rôles de pouvoir dès le R1
- Les objections et leur réponse
- Les 6 règles de conclusion

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT020D - Les méthodes de communication en face à face le mode interpersonnel et le social profilage en entreprise

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Maîtriser les outils modernes de décryptage de la personnalité de chacun

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous les acteurs de l'entreprise

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

La communication en face à face et ses erreurs

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / LES RÈGLES GÉNÉRALES

- A quelle tribu appartient-on
- Quel est notre style communiquant
- L'influence du passé et de l'éducation
- Les messages facilitants / contraignants

PARTIE 2 / L'ANALYSE DES STYLES

- A quelle tribu appartient-on
- Quel est notre style communiquant
- L'influence du passé et de l'éducation
- Les messages facilitants / contraignants

PARTIE 3 / LES TECHNIQUES DE SYNCHRONISATION

- Verbales : PBL
- Comportementales : PNL

PARTIE 4 / L'INFLUENCE DES STYLES SUR LE SCHEMA DE DÉCISION

- Les objections dues au style
- Comment présenter une décision
- Comment conclure

PARTIE 5 / LES RÉPONSES AUX OBJECTIONS

Les objections :

- Facilitant
- Promouvant
- Analysant
- Contrôlant
- La reformulation empathique et positive

PARTIE 6 / COMMENT FAIRE ÉVOLUER SON STYLE POUR UN MEILLEUR DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

- Les résistances aux changements
- Le parcours réussite
- L'apprentissage

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Apporter à l'équipe commerciale des argumentaires préparés, pour leur permettant de se sortir de tous les mauvais pas.

VT021D - ACCÉLÉRER LE PROCESSUS D'ACHAT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Gagner en efficacité par l'anticipation
- Accélérer le processus d'achat par le biais de la psychologie et de la sécurisation
- Faire s'engager plus Rapidement l'acquéreur

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux et responsables

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

S'agissant de l'achat d'une vie, comment rassurer l'acheteur et sécuriser la vente par une démarche structurée d'anticipation. Cette approche va permettre de dimensionner le rôle de conseil et de se rendre indispensable.

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / UNE APPROCHE ACQUÉREUR DIFFÉRENCIANTE

- L'utilisation du support « profil feeling »
- Comment présenter les cartes
- La notion de coaching pour fidéliser et se rendre indispensable

PARTIE 2 / LES ÉTAPES À RESPECTER

- Le prompteur
- Découvrir la vraie motivation d'achat par l'anti-vente
- Comment expliquer que tous les biens ne sont pas impactés par la « crise »
- Comment expliquer que tous les biens ne sont pas négociables
- Comment expliquer le contexte concurrentiel
- Comment faire accepter les concessions

PARTIE 3/ UNE APPROCHE PSYCHOLOGIQUE POUR ALIÉNER LE PRODUIT

- La situation actuelle: comment s'en servir comme accélérateur de décision
- Le SPIS pour aliéner la solution
- Le fonctionnement de l'acquéreur pour comprendre la maturité décisionnaire
- Comment traiter les peurs et les craintes

PARTIE 4 / ANTICIPER LES OBJECTIONS FINALES

- Sur les offres basses
- Sur la demande de réflexion
- Sur la volonté de comparer
- Sur la baisse des honoraires
- Sur la baisse annoncée des prix

PARTIE 5 /SÉCURISER LA VENTE

- Anticiper les post-réactions: le client, l'entourage, les confrères
- Le suivi post signature
- Que faire en cas d'inquiétude
- Transformer le client en ambassadeur

VT022D – VENDRE AVEC DES OUTILS MACRO ET MICRO ECONOMIQUE : UNE AUTRE DIMENSION

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Avoir des éléments de preuves incontestables
- Avoir grâce à une démarche professionnelle et visuelle une approche micro-macro économique
- Apparaître comme la référence immobilière

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux et responsables commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Grace à une approche structurée démonstrative et visuelle le commercial va apporter des preuves incontestables pour faire accepter la réalité du marché.

PARTIE 1 / POURQUOI UN BIEN SE VEND OU NE SE VEND PAS: LE MONOPOLY

- La reformulation empathique
- La hiérarchisation
- La réponse directe

PARTIE 2 /LE TUNNEL ÉCONOMIQUE POUR EXPLIQUER LE FONCTIONNEMENT DE L'ACHETEUR

- « Je ne veux pas d'agence.
- J'ai déjà signé un mandat.
- Vos honoraires augmentent le prix », etc...

PARTIE 3 / LE FONCTIONNEMENT DU MARCHÉ

Le marché est porteur, je peux vendre moi-même.

- Je n'ai pas le temps de vous revoir.
- Amenez moi des clients on verra après.
- Je ne signerais pas de mandats », etc...

PARTIE 4 / LES CONCEPTS GAGNANTS

« Je ne veux pas d'exclusivité.

- Si je ne vends pas à ce prix, je louerais,.
- J'en veux tant, point !
- Vos confrères m'ont dit que je pourrais vendre à ce prix.
- Je refuserais toute offre en dessous de ce prix.
- Je n'ai pas à vous dire combien on l'a acheté », etc...

VT023D - DE LA DÉCOUVERTE ACHETEUR À LA CONCLUSION POUR LES AIGLES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Connaître les process fondamentaux
- Avoir une approche structurée pour augmenter son nombre de ventes et gagner en efficacité
- Gagner en confiance et faire plus de ventes

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou remise à niveau

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Quel est le contexte psychologique d'un investissement ? Comment accélérer le processus de décision ? Comment sécuriser l'achat ? Comment obtenir l'accord ? (...) Ce stage apporte des réponses précises pour que les commerciaux gagnent en efficacité

PARTIE 1 / L'accueil

- La règle des 4X20
- La notion de première bonne impression
- La bulle psychologique
- La cartographie sociale

PARTIE 5 / La visite

- Comment l'organiser ?
- Ce qu'il faut dire : l'argumentation structurée avec le PPD
- Savoir identifier les signaux d'achat

PARTIE 2 / L'éducation de l'acheteur

- La fixation de la règle du jeu
- Asseoir son autorité : L'autorité naturelle / l'autorité de compétence
- Savoir dimensionner son rôle de conseil

PARTIE 6 /Le retour de visite

- Le débriefing agence
- La technique du closing
- La technique du traitement des objections
- Comment faire acheter et ne pas vendre ?

PARTIE 3 / La découverte de l'acheteur

- Le prompteur et les étapes à respecter
- La motivation d'achat : Comment l'identifier ? Vrai/ faux client ?
- La différence entre les envies et les besoins
- Savoir répondre aux objections : « on n'est pas pressé », « on va négocier », « on veut en visiter un maximum », « vos honoraires sont-ils négociables ? » (...)

PARTIE 4 /La sélection d'affaires

- Comment présenter les produits ?
- La technique du pré-closing
- La technique de la vente en 3 D
- Les témoignages vendeurs/ voisins/commerçants

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V21. Ce document est la propriété de V 21. Reproduction interdite

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT024D – ET SI LE MENTAL FAISAIT TOUT DANS VOTRE RÉUSSITE : LES TECHNIQUES VERBALES ET COMPORTEMENTALES QUI FONT LA DIFFÉRENCE DANS UNE RELATION EN FACE À FACE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Définir des objectifs pédagogiques capables d'apporter le bien être et les résultats dans son travail

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux, encadrement

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Comprendre l'importance de la relation humaine et l'importance de l'autorité et de l'empathie dans la relation en face à face.

Partie 1 / Comment avoir confiance en soi, en son produit et en sa société.

- L'autorité et l'autoritarisme
- Ce qu'est la confiance en soi
- Identifier les obstacles à un échange constructif
- Comment travailler ses faiblesses méthodologiquement et ses angoisses face à l'argumentation structurée
- Identifier les messages facilitant et contraignant du client
- Travailler l'écoute active et non passive
- Travailler la reformulation par rapport aux styles sociaux du client

- Oser s'affirmer avec des supports marketing différent de la concurrence
- Comment éviter les mots et les formules qui tuent la relation
- La programmation neurolinguistique et ses applications comportementales
- Comment se rendre incontournable et fidéliser sa clientèle

CONCLUSION

Le stagiaire repart avec un programme progressif d'application

Il peut rester en contact avec le formateur pour analyser sa courbe de progression

Partie 2 / Quels sont les arguments forts qui font basculer une décision gagnant-gagnant

- S'affirmer par la méthode, les outils sur un registre visuel, auditif et kinesthésique
- Comment créer un lien de confiance durable dans la relation client

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT025D (TR378) - VERT, ORANGE, ROUGE...OBJECTIF RENEGOCIATION

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Faire accepter le prix marché
- Ne plus perdre son temps avec des biens invendables et accélérer les taux de transformation
- Développer le C.A avec un suivi du portefeuille

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux et responsables commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)Comment instaurer un suivi irréprochable, établir une relation de proximité et de confiance avec le vendeur pour lui faire accepter la réalité du marché. Objectif: baisse de prix et partenariat exclusif.

Partie 1 / Savoir anticiper la renégociation

- Comment apparaître comme LA référence immobilière à la rentrée du mandat
- La vision d'avenir
- Savoir déterminer le point de rupture du vendeur
- Comment faire accepter une négociation prix rapide
- Comment faire accepter une offre par anticipation

Partie 2 / La boîte à outils

- L'observatoire du marché
- L'argus des ventes
- La revue de presse
- L'outil de traçabilité
- Le Monopoly
- Castorus

Partie 3 / Inverser le rapport de force: transformer le vendeur en demandeur

- Le suivi hebdomadaire. Que dire s'il n'y a pas de visite
- Le compte-rendu après visite
- Le bilan de commercialisation à 1 mois, à 3 mois, à 6 mois
- Les erreurs à ne surtout pas commettre. Ce qu'il ne faut surtout pas dire

Partie 4 / L'entretien de renégociation

- Les étapes à respecter
- Comment apparaître comme un allié et pas comme un ennemi
- Comment se servir du futur projet pour faire accepter le bon prix
- Savoir utiliser la motivation pour faire accepter la réalité du marché

Partie 5 / La découverte : La combinaison du coffre fort

- Rendre le produit désirable par le concept de nouveauté
- Pourquoi la fermeté sur le prix est rassurante et optimise la réussite
- Pourquoi l'exclusivité accélère la vente
- L'exclusivité en chiffres

VT026D - (TR354) - LES NOUVELLES TENDANCES EN PUBLICITÉ POUR DYNAMISER VOTRE CA

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Ce stage s'adresse aussi bien à la transaction qu'à la gestion.
- Apprendre à maîtriser les nouveaux outils visuels qui vous donneront une longueur d'avance sur vos concurrents.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: charge de l'activité commerciale. Et managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

L'évolution des tendances Ce qui marche, Ce qui ne marche pas

PARTIE 1 /LES BANNIÈRES ET FLASH SUR VOTRE SITE INTERNET

- L'approche citoyenne
- Les espaces privatifs

PARTIE 2 / LA DYNAMIQUE TERRAIN

- Les nouveaux supports
- L'approche solidaire
- L'approche militaire

PARTIE 3 / L'APPROCHE POUR CONSTITUER DU STOCK

- Comment appâter les vendeurs
- Comment appâter les bailleurs
- Le street marketing

PARTIE 4 / L'ANIMATION DE LA VITRINE

- Les thermocollés new look
- L'approche VIP
- L'approche ALUR

PARTIE 5 / COMMENT METTRE EN VALEUR VOS PRODUITS ANNONCE

- En vitrine
- Sur vos publicités papier et internet

PARTIE 6 / Comment mettre en valeur vos produits annonce

- La dynamique visuelle
- Les messages productifs

PARTIE 7/ LES 4 CAMPAGNES THÉMATIQUES

- Noël
 - Février / Pâques
 - Vacances d'été
 - Rentrée scolaire
- } Quoi / comment

PARTIE 8/ LES SUPPORTS MARKETING

- Les supports d'image (plaquette, pochette...)
- Les supports d'aide à la vente

CONCLUSION

Un stage indispensable pour ceux qui veulent communiquer autrement.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT027D - La vente psychologique par la positive attitude ou comment aller chercher en soi des ressources cachées ?

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Placer la positive attitude au centre de la relation client.
- Aller chercher en soi des ressources cachées pour performer au quotidien.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Pourquoi les relations commerciales sont-elles tendues ?

L'impact de la positive attitude.

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / La préparation objective

- L'impact des mots positifs
- L'impact des locaux positifs
- L'impact de la tenue positive

Partie 2 / Le champ mental

- Le discours positif
- Les ancrages négatifs
- Les relations d'opposition sociale
- Les ouvertures de médiation

Partie 3 / La négociation face au refus

- Les objections et leur réponse en positive attitude
- L'ignorance du conflit
- L'ignorance des enjeux

Partie 4 / L'intérêt des croyances personnelles

- Se ressourcer chaque jour
- La stratégie des moments clés
- L'impact de la sophrologie

Partie 5 / Savoir se dépasser

- Comment aller au delà du possible ?
- S'imposer un rythme de performance
- L'exemple des sportifs de haut niveau

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Un stage qui surprendra par son contenu et son impact.

Réservé à ceux qui VEULENT s'ouvrir sur la remise en cause et le changement.

VT028D - LES TECHNIQUES MENTALES AU SERVICE DE LA PERFORMANCE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Développer votre savoir faire
- Acquérir de l'autorité et de la maîtrise

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tout public impliqué dans la relation client.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

- **INTRODUCTION:** En quoi le mental fait-il la différence ? Les sources de la performance dès le plus jeune âge

quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / LA CONFIANCE EN SOI

- Comment contrôler ses peurs et ses angoisses
- Leurs origines familiales et culturelles

PARTIE 2 / L'AUTORITE

- La différence entre autorité et autoritarisme
- Comment l'autorité « contre » le pouvoir du client (argent – décision)

PARTIE 3 / LE COURAGE

- L'implication et l'organisation
- L'acceptation et l'anticipation des « NON »

PARTIE 4 / LA STABILITE EMOTIONNELLE

- Comment cacher et maîtriser ses émotions
- L'art de l'empathie et de la conviction

PARTIE 5 / LES CYCLES DE PERFORMANCE

- Comment argumenter ses performances par une cohérence productivité / rentabilité
- Comment s'obliger à établir des priorités d'action

PARTIE 6 / LES RAPPORTS DE FORCE

- Jusqu'ou aller dans l'imposition d'un choix
- La différence entre choix et décision

CONCLUSION

- Un plan d'action par anticipation
- Un synthèse des prises de conscience

VT030D - (TR353) - RENTRER PLUS DE MANDATS EXCLUSIFS POUR VENDRE PLUS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Faire prendre conscience aux commerciaux de l'intérêt de développer le portefeuille d'exclusivité
- Assurer un CA régulier et pérenne

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux juniors et confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Le mandat exclusif pour maîtriser son CA

- Que rapporte le mandat exclusif pour le commercial, pour l'acquéreur, pour le vendeur ?
- Comment anticiper son CA grâce au mandat exclusif pour être serein ?
- Faut-il un stock produits qualitatif ou quantitatif ?
- Quel CA puis-je réaliser par rapport à mon portefeuille ?

Partie 2 / Les arguments forts pour le rentrer

- Savoir expliquer l'engouement-pénurie et le phénomène de rareté
- Savoir se servir d'ALUR pour convaincre avec la notion de transparence
- Comment démontrer que le mandat exclusif sécurise l'acquéreur et accélère la prise de décision ?
- Comment se servir de la conjoncture actuelle pour le rendre nécessaire ?

Partie 3 / La boîte à outils du vrai commercial

- L'observatoire du marché
- Le comparatif services
- La communication, la publicité, la vitrine
- Les témoignages vidéo : vendeurs, voisins, commerçants comme accélérateur de vente

Partie 4 / Avoir réponse à tout : savoir traiter les objections

- « L'exclusivité nous fait peur »
- « Nous ne voulons pas être pieds et poings liés avec vous »
- « Nous voulons multiplier les agences »
- « La mise en concurrence va accélérer la vente »
- « Vous serez plus combatif si vous n'êtes pas seul »

Partie 5 / Le suivi du mandat exclusif

- À quelle fréquence et sous quelle forme communiquer avec le vendeur ?
- Que dire et que faire s'il n'y a pas de visite ?
- Que faire si l'offre d'achat est inférieure au prix estimé ?
- L'obligation de moyen / l'obligation de réussite : que faire en cas d'échec ?

CONCLUSION

Avec quelques arguments chocs et des outils novateurs, nous vous permettons de rentrer « facilement » des mandats exclusifs.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Apparaître comme un professionnel respectable et respecté
- S'appuyer sur ALUR pour mettre en place une dynamique d'outils de méthode et de conseils inédits

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, Managers, Assistantes

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION:quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

1 / L'OBLIGATION DE SE FORMER

Asseoir son autorité de compétence en se servant de l'article 24 de la loi

2 / L'OBLIGATION DE TRANSPARENCE

Savoir se servir de l'extension de l'information due aux clients, au niveau :

- des honoraires
- des liens avec d'autres entreprises (organismes financiers, prestataires de services...)

3 / LA REMUNERATION DU PROFESSIONNEL

Comment se servir du terme « honoraires » et plus « commissions » pour justifier votre prestation de services

4 / L'ANNONCE IMMOBILIERE

Comment rédiger une annonce « légitime »
Savoir s'en servir pour prouver votre transparence

5 / L'OBLIGATION DE MOYENS

Comment définir l'exécution de votre mission pour un mandat exclusif

Comment définir la périodicité des comptes rendus pour un mandat exclusif

Comment s'en servir pour renégocier les prix

Comment transformer vos mandats simples en mandat exclusifs en utilisant l'énoncé des moyens employés

6/ L'OBLIGATION DE TRANSPARENCE RENFORCEE

Savoir l'utiliser pour :

- Prouver au vendeur que l'exclusivité est la meilleure solution pour vendre
- Démontrer à l'acquéreur que son choix est le plus pertinent

7 / L'EXTENSION DU DELAI DE RETRACTATION

Comment l'utiliser en tant qu'avantage et non de contrainte

VT034D - COMMENT DOUBLER SON CA GRÂCE À LA PROTECTION DE LA RETRAITE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Amener vos clients internes et externes à anticiper l'avenir
- Proposer des formules de placement locatif afin de sauver la future retraite

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ? Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Comment présenter une approche de vision future à vos clients

MATIN

Partie 1 / Les outils indispensables

- Le book Prompteur retraite
- Le support d'analyse du pouvoir d'achat
- La revue de presse Macro / Micro
- Le scénario des 6 cartes

Partie 2 / Comment se servir des outils

- La découverte patrimoniale
- La montée en conscience des clients

APRÈS-MIDI

Partie 2 (suite) / Comment se servir des outils

- Les différentes objections
- La présentation de la solution immobilière
- La démonstration de rentabilité et de pouvoir d'achat
- La démonstration financière

CONCLUSION

Faire la passerelle avec le service gestion et sécuriser le client

VT035D - SAVOIR VENDRE LE RENDEZ-VOUS DÉCOUVERTE AGENCE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Savoir utiliser des méthodes et des argumentaires opérationnels

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Le téléphone et le mail étant souvent la première source contact avec le client, il est donc nécessaire de savoir les utiliser.

Partie 1 / Le traitement des appels sur pub

- Règles générales
- La pré-découverte
- La découverte des besoins
- La méthode AIDA
- Savoir traiter les questions illégitimes et répondre aux objections
- Comment dire non
- Savoir asseoir son autorité
- Analyser et s'adapter à chaque type de client
- Gérer un interlocuteur directif

CONCLUSION

Savoir utiliser ces méthodes pour pouvoir vendre le rendez-vous découverte agence.

Partie 2 / Le traitement des demandes par mails

- Ce qu'il ne faut surtout pas faire
- Le mail traitement et accompagnement
- L'approche implicator et le profil feeling

VT036D - COMMENT DÉVELOPPER VOTRE SERVICE LOCATION DEPUIS L'ARRIVÉE DES NOUVELLES DISPOSITIONS ALUR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Ne pas subir de perte de CA en location et gestion
- Réinventer votre activité et rebondir encore mieux

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

L'explication du texte, l'impact psychologique des dispositions

Partie 1 / L'ORGANISATION DU SERVICE

- Les supports marketing
- Les supports de communication
- Les engagements / les garanties

Partie 2 / LE TRAVAIL AUPRÈS DES LOCATAIRES

- Comment justifier l'offre de service
- Comment ne pas perdre de temps avec les faux / vrais clients
- Comment faire d' ALUR un avantage

Partie 3 / METTRE EN AVANT DE NOUVEAUX SERVICES

- La stratégie des Packs
- La stratégie d'accompagnement
- Décomposer vos honoraires

Partie 4 / METTRE EN AVANT LES NOUVEAUX AGRÈMENTS

- Contrer les nouvelles objections
- Prouver l'intérêt du locatif
- Utiliser la peur de la retraite

CONCLUSION

Exploiter les contours d'un texte pour en faire un argument commercial favorable.

VT039D - LA BAGARRE DU PRIX FACE À DES VENDEURS RÉFRACTAIRES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Amener le vendeur à accepter le vrai prix
- Optimiser la réussite dans l'acceptation des offres en phase avec la réalité du marché

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

- Le contexte psychologique d'une vente
- La différence entre l'aspect affectif et l'aspect descriptif

Partie 1 / Comment savoir faire preuve d'autorité face au vendeur

- Les outils indispensables
- L'argus
- Le comparateur
- L'outil de traçabilité
- Comment montrer votre connaissance du marché
- Comment démontrer vos réussites
- Comment dimensionner la visite de prise de mandat
- La valise rentrée de mandat
- La stratégie XXL

CONCLUSION

Ne plus perdre du temps face à des vendeurs « rêveurs » et manipuler par la concurrence

Partie 2 / L'argumentation descriptive

- La démonstration sur la Plus Value
- La démonstration gagnant / gagnant
- La démonstration de l'échelle temps
- La démonstration micro / macro
- Comment faire accepter l'offre
- Comment négocier la contrepartie
- Comment défendre ses honoraires
- L'outil de traçabilité

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT040D (TR379) - RENTABILISER SON TEMPS ET NE PAS SE TROMPER DE CLIENT - VRAI OU FAUX CLIENT?

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Éviter de tomber dans le piège des faux clients
- Se consacrer et se concentrer sur les vrais clients, sérieux, solvables, fiables

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

- Les erreurs d'organisations classiques
- Les faiblesses comportementales en période de crise

Partie 1 / Comment déjouer le vrai / faux client

- La méthode des mails
- La méthode des 5 questions en speed dating
- La méthode du quiz

Partie 2 / Pourquoi et comment le client prend la main

- La notion de pouvoir client
- Comment dire non
- Comment se libérer des enjeux objectifs et argent

Partie 3 / La démarche implicator

- L'acheteur et profil feeling
- Le vendeur et check-up
- L'investisseur et vision d'avenir

Partie 4 / Le facteur temps et les questions clés

- Comment imposer JDHL
- Comment asseoir son autorité
- Comment maîtriser le verbe positif
- Comment utiliser les techniques de guidage

Partie 5 / L'organisation matérielle

- La notion de Bar en 7min chrono
- L'espace signature
- Les supports de verrouillage

CONCLUSION

Un stage idéal pour ceux qui veulent ne pas s'investir pour rien et ne pas rater des ventes

VT041D- COMMENT RÉALISER DES PUBLICITÉS « VENDEUSES »

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Mettre en place une nouvelle approche de présentation des publicités
 - Optimiser les appels et les passages entrant .
- Ne plus faire de gâche !

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Quelles sont les publicités qui ne marchent plus ? exemples et prise de conscience

Partie 1 / L'APPROCHE DESCRIPTIVE

- Pourquoi s'inspirer du modèle automobile
- La règle des 5 clés
- Quels arguments choisir en fonction de la cible
- Comment rédiger un « avis »

Partie 2 / LA CONSTITUTION DU DOSSIER PRÉLIMINAIRE

- La stratégie face au vendeur
- La planche photos
- La présentation homestaging
- La libération de l'espace

Partie 3 / LA MISE EN PRATIQUE

- Par groupe de deux : chacun construit sa publicité
- Comparatif et débriefing collectif
- Correction par le consultant

Partie 4 / LA NOTION DE FORME

- La technique pour la vitrine
- La technique pour internet
- La technique pour la presse
- La technique pour les mailings
- Remise des exemples et masques de publicité ,afin que chacun puisse au retour chez opérer les changements

CONCLUSION

Un stage « pratique » avec un « gros » travail d'échange et de conception en réel. En idéal les participants viennent avec leurs supports historiques

VT045D - COMMENT DOUBLER LE CHIFFRE D'AFFAIRES PAR LA DYNAMIQUE RÉSEAU ET FICHIER

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Ne pas sous estimer l'apport des fichiers internes et externes
- Optimiser son relationnel et les réseaux sociaux
- Doubler le CA, ne pas subir un retournement de marché

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous?

De l'intérêt d'utiliser ces deux niches. La démonstration par les chiffres.

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / LA DYNAMIQUE FICHIER

- Le fichier Bailleurs
- Anciens acheteurs
- Locataires
- Le fichier Vendeur en renégociation
- Estimation
- Le fichier Externe (artisans, commerçants, professions libérales, chefs d'entreprise)
- Les outils :
- Quel type de courrier faire ?
- Quel type de mailing ciblé faire ?
- Quel type de relance téléphonique faire ?
- L'organisation :
- Comment organiser les passerelles entre la gestion et la transaction ?
- Comment motiver les échanges ?

Partie 2 / L'EXPLOITATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

- L'approche réseau classique
- L'approche réseau High-Tech
- L'argumentaire face à cette approche
- Le Marketing associé pour cette approche

Partie 3 / L'APPROCHE PARRAINAGE

- L'intérêt du parrainage
- Les règles du parrainage
- Les offres possibles
- Le marketing associé
- Le déroulement des campagnes

CONCLUSION

Bilan de la journée / Tour de table

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT046D - LES 15 ACTIONS INCONTOURNABLES POUR DEVENIR UN CONSEILLER TRANSACTION IDÉAL ET OPTIMISER SON CHIFFRE D'AFFAIRES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Trouver les bons arguments et les bons outils face à la prudence des acheteurs et à l'inconscience des vendeurs.
- Apprendre à éviter les mois creux par la règle de l'anticipation et de l'exploitation du fichier

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Les erreurs qui sont commises lors d'un retournement de marché, les causes et les conséquences.
Préambule sur les respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

1. Comment avoir une approche micro/macro économique?
2. Comment exploiter, via les nouvelles techniques de communication, les revues de presse et les vidéos sur le marché ?
3. Comment parler de vision d'avenir et non pas d'éloignement ?
4. Comment amener un client à changer de priorité et à faire des concessions ?
5. Comment amener un client à augmenter son budget ?
6. Comment amener un vendeur à prendre conscience, par lui-même, de la réalité du marché ?
7. Comment exploiter un argus immobilier des ventes ?
8. Comment présenter un observatoire de la demande ?
9. Comment sécuriser un acheteur sur une éventuelle baisse des prix ?
10. Comment amener un acheteur à considérer son achat comme un investissement patrimonial ?
11. Comment sensibiliser vos clients du fichier sur le fait qu'il faut revendre afin de réinvestir ?
12. Comment se transformer en conseiller patrimonial ?
13. Quels sont les moyens de communication pour anticiper votre flux clients ?
14. Comment éviter les annulations en période S.R.U. ?
15. Comment se constituer 1000 prospects avec un seul (le classeur des noms) ?

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Un stage opérationnel visant à donner, aux agents immobiliers, des arguments et des outils, leur évitant de subir un changement de marché et un attentisme de la clientèle.

Un séminaire où vous allez apprendre à anticiper votre chiffre d'affaires et à optimiser la gestion de votre fichier.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT047D - LA PERFORMANCE RELATIONNELLE : ADAPTER SA COMMUNICATION A SON CLIENT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Eviter l'incompréhension avec le client
- S'adapter à chaque style de communication pour éviter la gêne client
- Communiquer plus efficacement

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, assistantes et responsables commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Comment faire pour mieux se comprendre et établir une communication efficace avec son client

Partie 1 / Les styles de communication

- Les 4 styles de communication
- Identifier le style de communication du client
- Les indicateurs de chaque style: mots, mode de décision
- Besoin relationnel adapté à chaque style

Partie 4 / La gestion des situations de tension

- Origine de l'incompréhension entre le client et moi
- Comment gérer son stress
- Comment traiter le conflit

Partie 2 / Identifier son style de communication

- Quel est mon style de communication privilégiée
- Mes points forts/ mes faiblesses

Partie 3 / L'effet miroir pour communiquer efficacement

- Adapter son mode à chaque client
- La synchronisation verbale et comportementale
- Traiter les objections en fonction du mode client

VT050D - COMMENT NE PAS SUBIR L'ÉROSION DES CONTACTS ACHETEURS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rester maître de son atelier
- Sécuriser vos acheteur

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous les commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Comprendre l'impact de la situation économique sur votre activité

- Partie 1 / DEROULEMENT : Qui sont vos futurs acheteurs ?

- Le bailleur
- Le retraité
- La famille
- Le primo accédant
- L'ancien acheteur
- Le locataire

Comment créer chez eux un réflexe d'acquisition ?

- L'argumentaire Micro / Macro économique
- Comment constituer une revue de presse et s'en servir ?
- Comment maîtriser les témoignages positifs ?
- L'utilisation d'un argus des prix et d'un observatoire marché
- Comment expliquer l'immobilier comme le bon choix sécurisant ?
- Comment sécuriser sur la plus value ?

- Comment argumenter face aux risques de moins value ?
- Comment présenter vos garanties ?
- Quelle attitude adopter pour éviter les annulations ?
- Comment démontrer l'achat gagnant par la technique de contre partie
- Comment accompagner l'acheteur Avant Pendant Après ?

CONCLUSION

Pour sécuriser vos acheteurs dans un marché qui leur fait peur

VT052D - LA PROSPECTION, UN RÉEL ATOUT POUR SAUVER SON ACTIVITÉ / LES 8 ÉTAPES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Apprendre à organiser une prospection rentable
- Apprendre à être le premier vendeur
- Ne plus avoir peur de frapper aux portes

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers. Responsables d'agences

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur les respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Les règles générales de l'organisation

Partie 1 / aménager son espace temps

- Hiérarchiser les tâches en terme de rentabilité
- Définir sa zone de productivité et un agenda « type »

Partie 2 / organiser son territoire de chasse

- Créer son observatoire marché
- Définir les zones de prospection par rentabilité

Partie 3 / les outils de la prospection physique

- Les cartes de visite visuelles
- La tenue de prospection
- La plaquette des services
- Les fiches de prospection
- Le classeur de synthèse

Partie 4 / l'argumentaire de prospection physique

- Ce qu'il ne faut jamais dire
- La méthode quizz enquête
- La méthode pré-passage

Partie 5 / l'identification des cibles

- L'approche des prescripteurs potentiels
- L'approche par B to B
- L'approche par les panneaux « décalés »

Partie 6 / la prospection téléphonique

- La mauvaise et la bonne méthode de pige
- La technique du phone marketing enquête

Partie 7 / le quadrillage du quartier

- La stratégie des panneaux (vendu / à vendre)
- L'opération « vos nouveaux voisins »

Partie 8 / l'exploitation des retours de prospection

- Le classeur de prospection
- Le suivi et la relance

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Ce stage s'adresse à ceux qui doutent de l'efficacité d'organiser une véritable approche de prospection. Elle leur permettra, grâce à des recettes approuvées, de rentrer en contact avant les autres avec des futurs acheteurs et/ou vendeurs.

Enfin, une approche efficace pour occuper le terrain et être les premiers face au vendeur.

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT053D - « MINE D'OR FICHER »

OU COMMENT « DOUBLER » SON CHIFFRE D'AFFAIRES GRÂCE AUX FICHIERS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rentabiliser ses fichiers.
- Augmenter le Chiffre d'Affaires
- Prendre 50% du CA ou plus grâce à son fichier
- Éviter les mois creux

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Chefs d'agences. Managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quiz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur les respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Faire prendre conscience des erreurs commises dans l'exploitation des fichiers.

Partie 1 / PRENDRE LA DIMENSION DU FICHER GÉNÉRAL DE L'AGENCE

- Ce qui est exploitable, ce qui ne l'est pas
- Organiser les passerelles inter-services
- L'archivage informatique
- Le classeur réactif chaud/ tiède/ froid

Partie 2 / COMMENT GÉRER SON FICHER D'ACHETEURS

- Les prospects
- Les acheteurs référencés

Partie 3 / COMMENT SAUVER LES VENTES AUXQUELLES VOUS NE CROYEZ PLUS

- La stratégie du croisement
- Les lettres de relances
- Les fiches de réactualisation de la recherche acheteur

Partie 4 / LE FICHER DE LA PIGE

- S'en servir pour rentrer du mandat exclusif
- La lettre « on n'est pas comme les autres »

Partie 5 / LE FICHER DES COMMERÇANTS

- Le mailing partenaire
- La carte « partenaire commerçant »

Partie 6 / LE FICHER DES ENTREPRISES

- Les mailings ciblés dirigeants et CE
- Les cartes « club avantage »

Partie 7 / LE FICHER DES VENDEURS

- Le mailing publicité info marché
- Le compte rendu d'activité
- Les lettres « coup de semonce »
- Le questionnaire enquête

Partie 8 / LE FICHER DES PROPRIÉTAIRES BAILLEURS

- Les mailings d'information
- Le club VIP
- Les quiz « bilan services »

Partie 9 / LE FICHER DES PROPRIÉTAIRES BAILLEURS

- Les mailings de sensibilisation
- Le bilan de satisfaction
- La lettre avantage

Partie 10 / LE FICHER DES ANCIENS CLIENTS

- Le club des ambassadeurs
- Les crémaillères

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Trop d'entreprises négligent cette richesse que constitue le fichier.

Une bonne exploitation des données peut vous faire doubler votre CA

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V21. Ce document est la propriété de V 21. Reproduction interdite

VT054D (TR032) - DÉFENDRE SES HONORAIRES ET PROTÉGER SA MARGE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Permettre au négociateur de rester maître de la situation.
- Ne pas céder au chantage prix
- Justifier la valeur de son produit, de son travail.
- Faire preuve d'une affirmation de soi face à des clients sans cesse plus exigeants et de plus en plus « négociateurs

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Responsables d'agence, Négociateurs.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quiz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur les respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle).

Dès que l'on parle d'argent, le client croit détenir le pouvoir. Comment se mettre à l'abri d'un chantage ?

Partie 1 / LA NOTION PSYCHOLOGIQUE DU CLIENT :

- Les éléments constitutifs du prix
- Le prix pour le négociateur
- Le prix pour le vendeur
- Le prix pour l'acheteur
- Le processus d'achat de l'acquéreur

Partie 2 / COMMENT CONVAINCRE L'ACQUÉREUR ?

- Grâce à une démarche structurée d'anticipation
- Explication du contexte économique marché, comment les prix se fixent ?

Partie 3 / COMMENT CONVAINCRE LE VENDEUR ?

- L'observatoire marché
- L'argus des ventes

Partie 4/ LA JUSTIFICATION DU PRIX :

- La notion de contrepartie
- La notion d'équivalence
- La notion de juste prix

Partie 5 / LES CONDITIONS POUR CONCLURE :

- Les cinq conditions pour conclure en faisant accepter le prix du bien ou les honoraires

Partie 6 / LES OBJECTIONS SUR LE PRIX :

- « La maison nous plaît, mais c'est trop cher »
- « C'est trop cher par rapport à la concurrence »
- « Je veux réfléchir », vos honoraires sont trop élevés »
- « J'hésite entre la votre à ... K€ et une autre identique à ... K€ »
- « Je veux faire une offre », etc.

Partie 7 / EN AVOIR PLUS QUE CE POUR QUOI ON PAYE

- La stratégie des petits plus « service » qui font passer le prix

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Pour beaucoup, l'argent est un sujet tabou. Nous apprenons à le vulgariser et à parler prix, remise, négociation avec autorité.

LES APPORTS DU STAGE : Une affirmation de soi face à des clients sans cesse plus exigeants et de plus en plus « négociateurs ».

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT056D - EN 2019 POUR OPTIMISER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES : Les 15 ACTIONS INCONTOURNABLES EN TRANSACTION

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Face à la prudence des acheteurs et à l'inconscience des vendeurs, il faut trouver les bons arguments et
- Apprendre à éviter les mois creux par la règle de l'anticipation et de l'exploitation du fichier

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quiz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Les règles générales de l'organisation

Pourquoi changer d'approche Commerciale

Les erreurs qui sont commises lors d'un retournement de marché, les causes et les conséquences.

1 / Comment avoir une approche micro/macro économique ?

2 / Comment exploiter, via les nouvelles techniques de communication, les revues de presse et les vidéos sur le marché ?

3 / Comment parler de vision d'avenir et non pas d'éloignement ?

4 / Comment amener un client à changer de priorité et à faire des concessions ?

5 / Comment amener un client à augmenter son budget ?

6 / Comment amener un vendeur à prendre conscience, par lui-même, de la réalité du marché ?

7 / Comment exploiter un argus immobilier des ventes ?

8 / Comment présenter un observatoire de la demande ?

9 / Comment sécuriser un acheteur sur une éventuelle baisse des prix ?

10 / Comment amener un acheteur à considérer son achat comme un investissement patrimonial ?

11 / Comment sensibiliser vos clients du fichier sur le fait qu'il faut revendre afin de réinvestir ?

12 / Comment se transformer en conseiller patrimonial ?

13 / Quels sont les moyens de communication pour anticiper votre flux clients ?

14 / Comment éviter les annulations en période S.R.U. ?

15 / Comment se constituer 1000 prospects avec un seul

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Un stage opérationnel visant à donner, aux agents immobiliers, des arguments et des outils leur évitant de subir un changement de marché et un attentisme de la clientèle.

Un séminaire où vous allez apprendre à anticiper votre chiffre d'affaires et à optimiser la gestion de votre fichier.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V21. Ce document est la propriété de V 21. Reproduction interdite

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Durant une journée les participants apprennent les fondamentaux qui font réussir les meilleurs et leur apportent une aisance financière.
- Faire de chaque participant des commerciaux performants. Éviter les mois forts et creux. Donner des clés simples aux managers.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous les managers qui souhaitent faire réussir leurs équipes et les commerciaux qui souhaitent gagner en efficacité.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pourquoi y a-t-il des pertes de chiffre ? La différence entre performance et résultat

- Détermination de l'organisation idéale d'un commercial.
- L'identification des pertes d'efficacité.
- Les astuces des meilleurs commerciaux.
- La méthode de la « croix de survie ».
- La méthode de l'affichage.
- La méthode de la performance à la place du résultat.

Partie 1 / JOUR 1: APRES MIDI

- ACTION 1 : la méthode des 6 mandats croyance.
- ACTION 2 : La méthode « profil feeling ».
- ACTION 3 : La méthode des classeurs chaud-tiède-froid.
- ACTION 4 : La méthode des échanges clients à deux mois.
- ACTION 5 : La méthode des « 5 » en conclusion.

Partie 2 / LES ACTIONS DE MOTIVATION :

- La mise en place d'un challenge sur le moteur de l'individu.
- La mise en place d'un système de réactivité client.
- La mise en place d'un outil de réactivité commerciale.
- La mise en place d'un outil de « confiance en soi ».
- La mise en place d'un outil d'imagerie mentale positive.

CONCLUSION

En une journée, les managers et les commerciaux auront acquis tous les fondamentaux pour asseoir leur équilibre financier et celui de l'entreprise. Fini les mois creux, vive la régularité ! Conseil et pacte d'application.

VT058D - (TR062) - COMMENT AVOIR LA MAIN MISE SUR SON QUARTIER ET « EXPLOSER » LE STOCK MANDAT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Être le premier à identifier le vendeur
- Être le seul à lui proposer vos services en exclusivité
- Rentrer du bon mandat au bon prix et en exclusivité

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs Responsables d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur les respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Le négociateur face au Particulier :

- Comment rentrer du mandat sur pige (méthode Tandem) ?
- Comment rentrer du mandat exclusif grâce à la pige (méthode Chevalier Blanc) ?

Partie 2 / Le négociateur dans la rue :

- Comment être intégrateur de vie et devenir l'ambassadeur du quartier ?
- Le réseau de prescripteurs : gardiens, retraités, anciens clients, etc.

Partie 3 / Le négociateur et l'occupation terrain :

- La prospection programmée et le quizz « enquête sociale »
- Les opérations « commando »

Partie 4 / Le négociateur et la visualisation :

- La stratégie des panneaux : à vendre, vendu, mon conseiller de quartier
- La stratégie « mon partenaire » et le panneau inédit

Partie 5 / Le négociateur et le téléphone :

- Se constituer un fichier « chaud » (vendeurs, prescripteurs)
- L'enquête téléphonique

Partie 6 / Le négociateur et les fichiers :

- Le fichier interne (acheteur, vendeur, locataire, propriétaire)
- Les fichiers externes sélectifs

Partie 7 / Le négociateur et son environnement:

- L'opération commerçants partenaires
- L'opération B to B entreprises

Partie 8 / Le négociateur et la presse :

- Comment communiquer pour attirer les vendeurs (fond, forme)
- Quel type de support choisir

Partie 9 / Le négociateur et la boîte aux lettres :

- Les mailings de proximité
- Les outils décalés

Partie 10 / Le négociateur et la vitrine :

- Savoir « enfin » rédiger une annonce vitrine en exclusivité ?
- Savoir communiquer sur les « prix barrés »

Partie 11 / Le négociateur face au marché :

- Créer un observatoire de la demande et des ventes
- Organisation d'une prospection ciblée et cadencée

Partie 12 / Le négociateur face à lui-même :

- La valise rentrée de mandat
- L'organisation idéale de son temps

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Destiné à tous ceux qui veulent augmenter leur stock mandat et rentrer du bon produit au bon prix, en exclusivité.
LES APPORTS DU STAGE : Ce stage, d'une journée, est réservé à ceux qui veulent devenir de véritables spécialistes de la rentrée de mandat. Il s'agit d'un stage avec des recettes pratiques, des outils opérationnels et qui a permis à des utilisateurs de rentrer jusqu'à 80% de stock en exclusivité.

VT059D - OPTIMISER SA PERFORMANCE RELATIONNELLE FACE AU CLIENT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Apprendre à se connaître et comprendre comment fonctionnent vos
- clients avec leurs différences culturelles et ethniques., s'adapter à son interlocuteur en pratiquant l'effet miroir pour augmenter ses performances commerciales.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Pour les amateurs de psychologie !

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et

Éthique professionnelle)

Les erreurs classiques de communication

Partie 1 / MATIN : LES TRANSACTIONS

L'Analyse Transactionnelle pour développer une communication plus efficace.

- C'est quoi l'Analyse Transactionnelle
- La communication verbale et non verbale
- Les Etats du Moi : Parent / Adulte/ Enfant
- Les relations interpersonnelles : les Transactions :
 - parallèles
 - croisées
 - cachées
- Les Transactions les plus efficaces ou l'art de s'adapter
 - Les « positions de vie »
 - Les 5 groupes de confort
 - Mise en situation et jeux de rôle

- Les registres sensoriels :
 - Le Visuel
 - L'auditif
 - Le kinesthésique
- Savoir créer une relation génératrice de compréhension mutuelle :
 - La calibration
 - La synchronisation
 - Maîtriser le recueil et le traitement de l'information :
 - La reformulation
 - Le recadrage de sens
 - Mise en situation et jeux de rôle

Partie 2 / APRES-MIDI : SE SYNCHRONISER SUR L'AUTRE

Savoir installer et maintenir une relation de qualité avec son client avec la Programmation Neuro Linguistique.

- C'est quoi la PNL ?
- Comment détecter les états émotionnels et le processus de pensée du client ?
- Étude du comportement externe :
- La gestuelle
- La clé oculaire

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Le Pacte de progression – L'échelle temps – Comment aboutir à une approche 360° ?

La relation commerciale étant avant tout une relation humaine, le « savoir communiquer permet d'accroître son CA. Le savoir-faire associé au savoir-être feront de vous des professionnels incontournables. Pour amateurs de remise en cause!!!

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT060D - LES COMPORTEMENTS OPTIMUM DE PERFORMANCE - C.P.O.

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Surprendre vos clients par une approche différente et professionnelle
- Agir comme un vrai « coach » face au client qui ne peut que vous accorder sa confiance

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers. Responsables d'agences

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous?

Que reprochent les clients français et étrangers à la profession ? Quelles erreurs sont commises sur le terrain ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / LA DÉFINITION DU C.P.O.

- Faire la différence lors de la prise de rendez-vous
- Faire la différence lors de la préparation du rendez-vous
- Faire la différence lors du rendez-vous

Durant la première partie de la journée, nous abordons la mise en place des outils C.P.O. et des arguments C.P.O.

La mise en pratique des C.P.O. dans l'acte commercial de suivi

- Faire la différence entre le R1 et le R2
- Faire la différence dans la mise sous pression du client
- Faire la différence dans la prise de décision

Partie 2 /

- Comment dimensionner l'entretien par une approche micro/macro économique ?
- Comment parler de vision d'avenir et d'éloignement ?
- Comment amener le client à augmenter son budget ou à faire des concessions ?
- Comment convaincre le client de vous écouter à l'heure du choix ?
- Comment rassurer le client dans sa prise de décision ?
- Comment amener le client à ne pas faire marche arrière durant le délai SRU ?

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Ce stage s'adresse à ceux qui doutent de l'efficacité d'organiser une véritable approche de prospection. Elle leur permettra, grâce à des recettes approuvées, de rentrer en contact avant les autres avec des futurs acheteurs et/ou vendeurs.

Enfin, une approche efficace pour occuper le terrain et être les premiers face au vendeur.

VT061D - LA MONTEE EN COMPETENCE POUR UN COMMERCIAL SENIOR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Acquérir des outils pratiques pour défendre vos prix et vos marges
- Intégrer des techniques opérationnelles pour faire face aux clients difficiles
- Optimiser la rentabilité commerciale

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux CONFIRMES

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Qu'est ce que la dimension ?

Partie 1 / Savoir vendre son entreprise :

- S'entraîner à présenter votre société et vos produits immobiliers
- Préparer le terrain pour éviter des objections,
- Être prêt à mettre de la Valeur à ce que vous présentez,
- Identifier ce qui vous différencie de la concurrence.

Partie 2 / Préparer son entretien :

- Déterminer clairement votre objectif,
- Intégrer la matrice des objectifs,
- Clarifier vos limites en terme de négociation,
- Préparer un argumentaire « au cas où »,
- S'approprier la méthode S.V.P. pour défendre vos prix.

Partie 3 / Valoriser votre Prix pour mieux le défendre :

- Être fier de votre prix,
- Savoir le justifier : qualité, contenu, SAV, expertise, etc.
- Comment « expliquer » votre Valeur Ajouté sans vous « justifier

Partie 4 / l'argumentaire de prospection physique

- « A prix égal et à qualité égale, c'est l'homme (commercial) qui fait la différence. »,
- Les 3 savoir-faire pour valoriser votre Image et votre Prix,
- Les 7 comportements clés qui rehaussent votre prestance,
- Comment vendre des « Bénéfices » et non pas un « Prix ».

Partie 5 / Être exemplaire pour convaincre :

- La rigueur professionnelle : l'art d'être précis,
- La transparence : l'art d'être clair,
- Le respect du client : l'art de l'écouter.

Partie 6 / Savoir contrer l'orgueil de l'acheteur,

- Dompter le « pouvoir de l'argent »,
- Dompter le « pouvoir de décision ».

Partie 7 /Traiter les objections Prix et conclure (vendre) :

- S'entraîner aux différentes techniques de traitement de l'objection Prix :
- reformulation, redéfinition, engagement, etc.
- Répondre à l'objection : empathie, reformulation, proposition,
- Savoir obtenir l'acquiescement

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Stage idéal pour ceux qui après plusieurs années d'expérience souhaitent redonner du « punch » à leur carrière

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT062D - L'UTILISATION DU TÉLÉPHONE POUR RENTRER DU BON MANDAT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Savoir utiliser le téléphone comme un outil efficace et rapide de rentrée de mandats.

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Les règles essentielles de l'usage du téléphone en « émetteur », les mots, le rythme, la voix.

Partie 1 / La pige classique :

- Quand appeler ?
- Comment appeler ?
- La stratégie du « binôme »
- La réponse aux objections
- Comment amener le vendeur au rendez-vous ?
- L'argumentation « structurée »

SIMULATION : Travail devant caméra (30') – débriefing

Partie 2 / L'enquête téléphonique :

- Comment répertorier les cibles vendeur ?
- Construire un questionnaire d'enquête
- Comment présenter le questionnaire d'enquête ?
- Les objections et leurs réponses
- Comment exploiter les informations ?

SIMULATION : Travail devant caméra (30') - débriefing

Partie 4 / Programmation individuelle du plan d'action au retour à l'agence :

- Comparaison des décisions prises
- Conseil du consultant

CONCLUSION

Simulations devant la caméra de 2 x 30' puis débriefing en groupe

Partie 3 / La stratégie du suivi et de l'exploitation chaud, tiède, froid :

- Le classeur de synthèse
- Le calendrier de relance
- Quels outils utiliser ?

VT063D - JEUX DE ROLES ou l'art de maîtriser la négociation par la pratique des « jeux de rôles »

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Durant une journée, les participants pratiquent des jeux de rôle issus de leur expérience terrain.
- Faire de chaque participant un commercial en confiance. Faire prendre conscience qu'un commercial est comme un sportif à l'entraînement

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants :

Minimum : 1 Maximum: 20

Public : Tous les commerciaux qui souhaitent mûrir en aisance commerciale.

Prérequis : aucun

Nos experts : Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI, et éthique professionnelle)

Recourir à des jeux de rôle en prise directe avec l'activité. Ces jeux sont déterminés après un tour de table.

- Détermination de deux équipes qui vont s'affronter en alternant les « joutes »
- Préparation des jeux de rôles par les équipes
-
- ACTION 1 : L'ACHETEUR et l'appel téléphonique
- ACTION 2 : LE VENDEUR et la prise de rendez-vous
- Débriefing par le consultant et arrêt sur image par enregistrement
-
- ACTION 3 : L'ACHETEUR et la découverte
- ACTION 4 : L'ACHETEUR et la visite
- ACTION 5 : L'ACHETEUR et la conclusion
- ACTION 6 : L'ACHETEUR et la discussion (prix honoraires)
- Débriefing des jeux de rôle et commentaires du formateur
-
- ACTION 7 : Le VENDEUR et le rendez-vous de repositionnement, renégociation
- ACTION 8 : Le VENDEUR et la prospection en face-à-face
- ACTION 9 : Le VENDEUR et le rendez-vous mandat
- ACTION 10 : Le VENDEUR et la visite
- ACTION 11 : Le VENDEUR et la discussion prix
- ACTION 12 : Le VENDEUR et l'exclusivité
- Débriefing des jeux de rôle et commentaires du formateur
-
- Attribution des points aux équipes
- Synthèse des erreurs commises
- Conseil du formateur
- Programme « action » pour donner confiance aux participants

CONCLUSION

- Mettre en place un pacte de progression, en une journée, les participants apprennent par la pratique à dompter la théorie.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT064D - (TR324) - FAIRE ACCEPTER L'OFFRE DE PRIX AU VENDEUR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de :

- Être capable de faire passer une offre de prix au vendeur sans le « braquer ».
- Éviter les refus de vente

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum : 20

Public: Négociateurs.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pourquoi les offres sont-elles souvent rejetées : causes et conséquences, erreurs commises.

- Analyse en sous-groupes
- Échange des expériences

Partie 1 / La préparation matérielle et mentale

- Comment préparer l'offre dès la rentrée de mandat ?
- Comment ne pas se mettre en situation de demandeur
- L'observatoire de l'immobilier - l'argus - les paliers de décompression
- Les outils qui vous seront indispensables pour apporter la preuve

Partie 2 / La stratégie de présentation

- La stratégie des « moments clés »
- Quelle offre de prix accepter ?
- Quand la présenter ?
- Comment la présenter ?
- Où et avec qui la présenter ?

Partie 3 / La négociation face au refus

- Les objections du vendeur et leur traitement
- Comment gérer le refus du vendeur ?
- Comment apporter de la contrepartie.

Partie 4 / Comment prouver au vendeur qu'il est gagnant

- Comment mettre la pression psychologique ?
- Savoir faire preuve d'autorité ?
- Savoir déceler la zone de rupture ?

Partie 5/ Comment éviter les retours en arrière

- Comment gérer l'acceptation de l'offre ?
- Comment gérer la contre offre ?

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Il s'agit d'un moment « clé » qui peut faire basculer la vente dans un sens ou dans un autre.

Nous préparons le négociateur comme un athlète avant une compétition importante.

VT066D - LA METHODE VIDEO SUR CAS CONCRET

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de :

- Améliorer son comportement et son discours

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs et responsables d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Le commercial « acteur » de théâtre. Identification des pudeurs / blocages

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

TRAINING VIDEO A : EXERCICES VIDEO ACQUEREURS

1/ Présentation du matériel et de la méthode pédagogique utilisée

2/ Jeux de rôle à partir de cas pratique

- « la découverte de l'acquéreur »
- « la découverte financière »
- « présentation de l'Agence et de ses services »
- « la proposition et l'argumentation »
- « le retour de visite »
- « le recueil de l'offre d'achat »
- « la transmission et la négociation d'une offre
- Débriefing de chaque scène pour chaque participants
- Plan d'actions

TRAINING VIDEO V : EXERCICES VIDEO VENDEUR

1/ Présentation du matériel et de la méthode pédagogique utilisée

2/ Jeux de rôle à partir de cas pratique

- « la découverte du vendeur »
- « le book vendeur et les outils de la négociation »
- « la vente du prix »
- « la mandat exclusif VS le mandant simple »
- « les entretiens de renégociation »
- « la transmission et la négociation d'une offre »
- Débriefing de chaque scène pour chaque participants
- Plan d'actions

Chaque acteur présent passe au moins une fois devant la caméra. Les autres débriefent avant le formateur.

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Un formidable révélateur des voies de progrès pour chaque négociateur en face à face avec des clients.

VT067D- CONQUÉRIR LE CLIENT VENDEUR OU ACHETEUR PAR LE BIAIS DU PHONING

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de :

- Gagner en temps et en efficacité grâce à l'utilisation du téléphone comme outil de prospection.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants :

Minimum : 1 Maximum: 20

Public : Négociateurs, Assistantes

Prérequis : aucun

Nos experts : Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée : 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques :

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Les règles de l'usage du téléphone, les bons moments, la voix, la diction, le sourire :

- Les erreurs classiques
- Comment s'organiser ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / L'art de la répartie systématique

- Ce qu'il ne faut pas faire ou dire au téléphone
- Les exemples de « réparties magiques »
- Se construire un guide

Partie 2 / Rentabiliser la pige

- Comment préparer ses appels ?
- La technique du binôme
- L'argumentaire face au vendeur
- L'exploitation des informations
- L'envoi de la lettre « différence »

Partie 3 / Les appels - sondages et enquêtes

- Comment préparer ses questionnaires ?
- L'argumentaire structuré
- Le closing A.I.D.A.
- La réponse aux objections
- L'exploitation des informations

Partie 4 /Le suivi

- A quel rythme relancer ?
- Comment relancer ses prospects ? (téléphone ou autres...)

NOTRE AVIS

Il s'agit ici de maîtriser un outil téléphone qui va vous faire gagner en temps et en efficacité... C'est plus rapide et aussi efficace que la prospection classique.

VT068D - L'APPROCHE « PROFIL FEELING » FACE AUX ACHETEURS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Pour les négociateurs qui veulent se familiariser avec une méthode de vente efficace simple et rapide
- Faire la différence dès le R1

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Comprendre qu'une « découverte » bien faite c'est une vente assurée

Comprendre que le client est de plus en plus exigeant et méfiant

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / La définition de l'autorité

- Les erreurs classiques constatées
- Comment se présenter avec dimension
- Comment préparer son rendez-vous

Partie 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

Partie 3 / L'utilisation des cartes « Feeling »

- Comment les présenter
- Comment déstabiliser les acheteurs méfiant

Partie 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

Partie 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

Partie 6 /Anticiper sur les objections de fin d'entretien

- La négociation
- La réflexion
- La comparaison
- L'intervention d'un tiers, etc.

Partie 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

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

VT072D - LE LANGAGE DES GESTES ET LES DRESS CODES PROPRES A CHAQUE POPULATION

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Ne pas se fier aveuglement au discours de son client : prêter attention à sa gestuelle peut s'avérer plus parlant et plus révélateur que son propos.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, Managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 /L'étude de son langage corporel

- Chaque mouvement du corps correspond à l'atmosphère qui prévaut dans le mental
- La gestuelle : traduction directe de notre langage inconscient
- De l'importance de l'étude du comportement de son client
- Jeux de rôle et analyse avec les participants

Partie 2 / Interprétation de la gestuelle de son client

- Les gestes et comportements d'ouverture
- Les attitudes fermées
- Les gestes propres à chaque culture
- Comment le client traduit une hésitation, un doute ?
- Savoir si le client a confiance en nous
- L'écoute est-elle plus importante que l'observation ?

Partie 3 / Apprendre à maîtriser son comportement

- Pourquoi la gestuelle doit être en rapport avec le discours ?
- Privilégier les attitudes corporelles qui valorisent
- Bannir les comportements qui disqualifient

Partie 4 /Les techniques de synchronisation comportementale

- Comment amener le client à changer son comportement ?
- Pratiquer l'empathie
- Exemples concrets et interprétations

NOTRE AVIS

Pour ceux qui veulent optimiser la communication quelque soit le profil du client.
Apprendre à optimiser ses ressources internes.

VT073D - L'ENTRETIEN FACE AU VENDEUR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Maîtriser un argumentaire. Faire preuve d'autorité.
- Obtenir le bon prix et l'exclusivité

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Les règles de la communication en face à face : déterminer le style social et le style de communication du vendeur ; savoir se faire accepter ; la règle de l'empathie ; les 4 composantes de l'autorité.

SIMULATION : travail de groupe (30') - débriefing

Partie 1 / premier rendez-vous chez le vendeur

- Savoir créer un climat
- Savoir fixer des règles du jeu
- Mettre en scène les outils de rentrée de mandat

SIMULATION : travail de groupe (30') - débriefing

Partie 2 / L'entretien découverte :

- L'historique du propriétaire
- Son projet de vente
- Sa connaissance du marché
- Ses peurs et ses angoisses
- Ses attentes

SIMULATION : travail de groupe (30') - débriefing

Partie 3 /Présenter son entreprise et ses services :

- Le book de présentation de la société
- La charte des 8 engagements
- Le trieur
- Comment manipuler ces outils ?

Partie 4 / Programmation individuelle du plan d'action au retour à l'agence :

- L'utilisation des 100 critères d'appréciation
- L'utilisation des supports marketing

Partie 5 / Le débriefing de visite

- La prise de conscience du client
- L'observatoire du marché
- L'argus des ventes

Partie 6/ Faire accepter le prix et le mandat exclusif

- La méthode du contournement
- La méthode du « chalus »
- Les visuels de proximité
- Les paliers de décompression
- La réponse aux objections fortes

NOTRE AVIS

Nous donnons au négociateur les « clés » pour faire la différence face à la concurrence.

Il doit apparaître comme un vrai « pro » avec une démarche et des outils structurés.

VT074D - LA STRATEGIE DU MANDAT EXCLUSIF AU BON PRIX

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Augmenter le chiffre d'affaires et assurer une rotation rapide des mandats.
- Pouvoir rentrer plus d'exclusivités.
- Connaître et appliquer les techniques et les méthodes qui permettent de convaincre les vendeurs de l'intérêt de l'exclusivité.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum : 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / L'organisation de l'activité

- Combien de temps consacrer à la recherche de biens ?
- L'agenda idéal pour augmenter la performance et la rentabilité
- Quels objectifs se fixer ? Quantitatifs ou qualitatifs ?
- L'argus / l'observatoire / les fichiers social market

Partie 2 La présence terrain : comment être en amont de la mise en vente ?

- La prospection : organiser son territoire de chasse, définir les zones d'intervention par rentabilité, le farming, l'ilotage
- Les mailings de proximité : le fond et la forme
- Le boîting
- La mise en place d'un réseau d'apporteurs d'affaires
- Les panneaux : leur importance et comment les utiliser au mieux

Partie 3 / Les autres sources :

- Exploiter les fichiers clients et acquéreurs
- La vitrine : comment l'optimiser
- La publicité et la communication
- Les témoignages clients
- La pige téléphonique : quel discours tenir ?
- Le téléphone enquête
- L'évènementiel

Partie 4 / Pourquoi le mandat exclusif avant tout ?

- Que rapporte-t-il au vendeur, à l'acquéreur et au conseiller ?
- Mandat exclusif = meilleur moyen d'accroître sa rentabilité et son chiffre d'affaires ? Pourquoi ?

Partie 5 / Quelles sont les difficultés pour l'obtenir ?

- Les freins psychologiques
- Les obstacles de la concurrence
- Les a priori du vendeur

Partie 6 / Savoir vendre le mandat exclusif : savoir se rendre indispensable :

- Les « plus » en matière de services, de publicités, de défense du prix, de résultats
- S'engager et garantir le résultat »
- La valise rentrée de mandats
- Donner de la dimension à son rôle et à l'entretien et faire la différence avec la concurrence
- Faire le comparatif avec le mandat simple pour amener le vendeur à choisir le mandat exclusif
- Savoir se servir de la loi S.R.U. pour renforcer l'intérêt et les avantages de l'exclusivité
- Les « plus » du mandat exclusif sur l'acquéreur

Partie 7 / Répondre aux objections majeures :

- « Plusieurs agences augmentent nos chances de vendre, j'ai déjà 4 agences, je ne veux pas être pieds et poings liés avec vous. »

Partie 8 / Faire accepter le prix :

- Comment amener le vendeur à accepter le prix du marché ?
- Comment amener le vendeur à baisser son prix ? La zone de rupture : jusqu'où est-il prêt à négocier ?
- Préparer la renégociation future du prix en cas de désaccord

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format* 52 44 04688 44

VT075D - NEGOCIATION IMMOBILIERE: DEMARRAGE RAPIDE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de :

- Inculquer des réflexes et une méthodologie commerciale.
- Organiser son activité.
- Acquérir une approche commerciale des vendeurs et des acheteurs.
- Permettre, aux nouveaux collaborateurs, d'être rapidement efficaces et performants.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, débutants ou confirmés.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

L'ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL :

- La planification des tâches
- Comment optimiser son efficacité ?
- Maîtriser son chiffre d'affaires et ne pas subir la conjoncture
- Optimiser sa performance

L'AMONT : le vendeur

Partie 1 /

- La sectorisation
- Les techniques de prospection : le porte à porte, le boîitage, le mailing, la pige, le relationnel, le partenariat, etc.
- Répondre aux objections : « Je ne veux pas d'agence, j'ai déjà 3 agences... »
- La mise en place d'un réseau d'apporteurs d'affaires
- Les panneaux : leur importance et comment les utiliser au mieux

Partie 2 /

- Les outils de négociation : la valise rentrée de mandats, l'observatoire du marché, l'argus des ventes, la méthode 100, etc.
- La découverte du vendeur : méthodologie commerciale, analyser son interlocuteur et s'adapter pour convaincre
- La présentation de l'agence et des services : Le book ou comment se rendre indispensable
- La découverte du bien et sa visite
- L'évolution et la négociation du prix : utilisation de l'argus et de l'observatoire marché
- Le traitement des objections : « votre confrère m'en propose d'avantage, j'en veux bien plus »

Partie 3 /

- Le suivi du stock : Comment ? A quelle fréquence ?
- Mise en place d'une stratégie de renégociation

L'AVAL : l'acheteur :

Partie 4 /

- Comment rédiger une bonne publicité et accroître les retours ?
- La réception des appels sur publicités : l'entretien au téléphone, la prise de rendez-vous

Partie 5 /

- L'accueil à l'agence
- Asseoir son autorité et donner de la dimension
- La découverte de l'acquéreur : la motivation, les besoins
- Comment accélérer la prise de décision et anticiper les objections finales ?
- La sélection des affaires : Quoi ? Comment ?
- La conduite de la visite et l'argumentation pour créer le besoin
- Détecter les signaux d'achat
- Débriefing et conclusion de la vente

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT077D - SE DONNER UNE DIMENSION COMMERCIALE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Identifier ses forces et ses faiblesses
- Exploiter son potentiel, acquérir une autorité relationnelle en donnant de la dimension à votre personnalité

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, négociateurs, assistants.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Qu'est-ce que la dimension commerciale ?

Les composantes de l'autorité : look, discours, comportement, compétence

Partie 1 / Apprendre à se connaître :

- La méthode 360
- Identifier ses forces et les exploiter
- Identifier les causes et les conséquences
- Identifier les « rackets » du passé

Partie 2 / Comment acquérir la dimension

- La confiance en soi
- Ne pas avoir peur de l'échec
- Savoir analyser ses erreurs
- Savoir élever votre personnage
- Avoir un discours engagé

Partie 3 / Les outils, méthodes et formules qui vous donnent de la dimension :

- Avoir réponse à tout
- Se doter d'un arsenal professionnel
- Suivre ces nouvelles technologies

Partie 4 / Oser être différent :

- Oser être différent des autres
- Acquérir un profil de consultant immobilier
- Se rendre incontournable sur le marché
- Aliéner et fidéliser la clientèle

Partie 5 / Comment affirmer son autorité :

- La différence entre autorité et autoritarisme
- S'affirmer en évitant le conflit
- Comment jouer sur les zones de rupture client

NOTRE AVIS

Pour ceux qui souhaitent devenir des commerciaux que l'on respecte et que l'on ne déstabilise jamais.

VT078D - COMMENT OPTIMISER SON CHIFFRE D'AFFAIRES GRÂCE À L'EXPLOITATION DU FICHER CLIENTS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rentabiliser ses fichiers.
- Augmenter le chiffre d'affaires. Éviter les mois creux.

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, Managers, assistantes.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Faire prendre conscience des erreurs commises dans l'exploitation des fichiers.

Partie 1 / Prendre la dimension du fichier général de l'agence

- services
- L'opération vis ma vie
- Ce qui est exploitable, ce qui ne l'est pas
- Organiser les passerelles inter

Partie 2 / Comment gérer son fichier d'acheteur

- Les prospects
- Les acheteurs référencés
- L'archivage informatique
- Le classeur réactif chaud/tiède/froid

Partie 3 / Comment sauver les ventes auxquelles vous ne croyez plus

- La stratégie du croisement
- Les lettres de relances
- Les fiches de réactualisation de la recherche acheteur

Partie 4 / Le fichier de la pige

- S'en servir pour rentrer du mandat exclusif
- La lettre « on n'est pas comme les autres »

Partie 5 / Le fichier des commerçants

- Le mailing partenaire
- La carte « partenaire commerçant »

Partie 6 / Le fichier des entreprises

- Les mailings ciblés dirigeants et CE
- Les cartes « club avantage »

Partie 7 / Le fichier des vendeurs

- Le mailing publicités info marché
- Le compte rendu d'activité
- Les lettres « coup de semonce »
- Le questionnaire enquête

Partie 8 / Le fichier des propriétaires bailleurs

- Les mailings d'information
- Le club VIP
- Les quizz « bilan services »

Partie 9 / Le fichier des locataires

- Les mailings de sensibilisation
- Le bilan de satisfaction
- La lettre avantage

Partie 10 / Le fichier des anciens clients

- Le club des ambassadeurs
- Les crémaillères

VT080D - SAVOIR RENTRER UN BON MANDAT AU BON PRIX

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Permettre au négociateur de rentrer de bons produits, au bon prix et si possible en exclusivité.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Responsables, Commerciaux, négociateurs.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Pourquoi le stock mandat détermine-t-il le C.A. ? Quelle stratégie avoir : l'exclusivité ou le mandat simple ?

Partie 1 / Comment satisfaire la demande :

- Avoir une approche marketing terrain
- L'observatoire de l'immobilier
- Identifier les bons produits
- Les techniques :
 - de pige téléphonique
 - de donneurs d'adresses
 - de prospection par quadrillage
 - d'utilisation des fichiers
 - de système d'enquête

clé » :

- Définition de fonction
- Rôle terrain

Partie 2 / Les outils de rentrée de mandat :

- La valise kit
- Le book rentrée de mandat
- Les fiches d'analyse produit
- Le carnet de confiance
- L'argus
- Les outils de suivi du vendeur

Partie 3 /La rencontre physique en rentrée de mandat

- Savoir présenter SRU
- Se faire accepter, se rendre indispensable
- L'état d'avancement du projet de vente
- Les conditions psychologiques et matérielles de vente
- L'argumentation par le book rentrée de mandat :
- présenter la société : les moyens publicitaires et marketing, le marché
 - la visite du bien
 - le débriefing
 - la bagarre sur les objections durant l'entretien
 - la prise de mandat (viser l'exclusivité)
 - la stratégie de partenariat, qu'apporter en plus
 - Le suivi du vendeur
 - La renégociation

Partie 4 /Les objections de départ

- « Amenez moi des clients, on verra après »,
- « On n'est pas pressé »,
- « On veut faire un coup »
- « Il faut que j'en parle à... »
- « Cela ne vous regarde pas, le prix d'achat »
- « On n'a pas le temps »
- « C'est juste pour des renseignements »
- « Il y a déjà 5 agences qui s'en occupe »
- « C'est mon Notaire qui gère le dossier ».
- Etc.

3.Les objections de fin :

- « On préfère mettre en location »,
- « On en veut tant, et c'est tout »
- « Je ne veux pas d'exclusivité »
- « L'autre agence m'en donne tant »
- « On essaye tout seul pendant 1 mois »
- Etc.

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Trop de négociateurs se plaignent d'avoir des acquéreurs et pas de produits à présenter.

Ce stage leur donne des atouts pour trouver et rentrer de bonnes affaires afin de vendre en « flux tendu ». Il leur permet de manier avec habileté la loi SRU pour obtenir de meilleurs mandats

VT082D - SAVOIR ANALYSER SON CLIENT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Comprendre le mode de fonctionnement du client pour accroître ses performances et ses résultats.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou confirmés.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Comprendre le corps et ses messages, les règles de morphologie.

Partie 1 / Identifier la bulle psychologique de son interlocuteur :

- Comprendre la bulle psychologique des clients
- Comment « amener » le client dans ma bulle ?
- Qui est le décideur ?

Partie 2 / PNL : analyse du registre sensoriel

- Visuel
- Auditif
- Kinesthésique
- De l'intérêt de l'analyse
- Synchronisation verbale et gestuelle

Partie 3 / Les styles sociaux : comment les identifier ?

- Promouvant
- Facilitant
- Contrôlant
- Analysant
- S'adapter à l'autre

Partie 4 / La gestuelle ou l'étude du langage corporel :

- Chaque mouvement du corps correspond à l'atmosphère qui prévaut dans le mental
- Exemples concrets

Partie 5 / L'analyse transactionnelle

- Les états du moi
- Leurs influences dans le discours
- Comment s'adapter à l'autre

Partie 6 / Les techniques de synchronisation :

- Verbale
- Comportementale

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Éviter de perdre du temps avec des clients pas en phase avec la réalité

VT083D - CARTOGRAPHIE SOCIALE : COMPRENDRE SON CLIENT OU L'ART DE S'ADAPTER AUX DIFFÉRENTES CULTURES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Maîtriser les outils modernes de décryptage de la personnalité du client.

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous les acteurs de l'entreprise.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Pourquoi faut-il connaître le style social de son interlocuteur les précautions à prendre les pièges à éviter

Partie 1 / Les règles de la vie

- Les tribus
- La connaissance de son propre style social
- Les effets positifs et négatifs sur votre travail
- Comment intégrer le processus de changement

Partie 2 / La définition des styles sociaux

- Les promoteurs
- Les facilitateurs
- Les analysants
- Les contrôlants

Partie 3 / Le mode de communication associé à chaque style

- Le processus d'achat / vente de chaque style
- Les forces et faiblesses de chaque style
- Les attentes de chaque style social en matière de conseil

Partie 4 / Comment doit se comporter un commercial face à chaque style:

- L'argumentation adaptée
- Le comportement adapté

Partie 5 / Apprendre à mieux conclure en utilisant la connaissance des styles sociaux

- Le traitement des objections

Doublon(VT083D) - CARTOGRAPHIE SOCIALE : TOUT COMPRENDRE CHEZ SON CLIENT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Maîtriser les outils modernes de décryptage de la personnalité du client

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous les acteurs de l'entreprise

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Pourquoi faut-il connaître le style social de son interlocuteur les précautions à prendre les pièges à éviter

Partie 1 / Les règles de la vie

- Les tribus
- La connaissance de son propre style social
- Les effets positifs et négatifs sur votre travail
- Comment intégrer le processus de changement

Partie 2 /La définition des styles sociaux

- Les promoteurs
- Les facilitants
- Les analysants
- Les contrôlant

Partie 3 / Le mode de communication associé à chaque style

- Le processus d'achat / vente de chaque style
- Les forces et faiblesses de chaque style
- Les attentes de chaque style social en matière de conseil

Partie 4 / Comment doit se comporter un commercial face à chaque style

- L'argumentation adaptée
- Le comportement adapté

Partie 5 / Apprendre à mieux conclure en utilisant la connaissance des styles sociaux

- Le traitement des objections

VT085D - DEVENIR UN NEGOCIATEUR "SENIOR"

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Se donner les moyens de faire la différence
- Maîtriser la technique de vente et la psychologie appliquée à la vente.
- Être un commercial assertif s'adaptant à chaque cas client.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Chefs d'Agence. Négociateurs confirmés.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie: où en êtes vous ?

Les petits plus qui feront toute la différence et feront de vous des négociateurs « seniors »

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pour le commercial

Partie 1 / Travail sur l'aspect psychologique des états ressources :

- Comment devenir assertif et optimiser la confiance en soi
- Développer la multi compétence ou l'art d'être indispensable et contrer le marché du particulier
- Donner de la dimension à son rôle de conseiller

Partie 2 /Avoir réponse à tout et éviter les fuites d'intérêt du client :

- Les « plus » des meilleurs commerciaux
- Être organisé afin d'anticiper et non pas subir les humeurs de la clientèle (Le Prompteur) découverte
- Les techniques de réparties « magiques »
- Le plan de travail « rythmé »

Partie 3 / Mettre en place une stratégie de vente personnalisée pour chaque cas client :

- L'approche par les socio styles
- Savoir se synchroniser sur chaque « type » de client

Pour le client :

Partie 4 / Adopter un langage positif :

- Déprogrammer son canal négatif
- Reprogrammer sa pensée, son langage

Partie 5 / Développer la technique des ancrages :

- Sécuriser le client sur l'enjeu et les conséquences de son acte d'achat
- Les ancrages du passé
- Et si tout se passait bien... sécuriser le client

Partie 6 / Développer les Techniques de guidage :

- Amener le client à prendre la bonne décision, faire le bon choix

Partie 7 / Rendre les clients dépendants :

- Le mailing partenaire
- La carte « partenaire commerçant »

VT088D - LA NOUVELLE MÉTHODE DE DÉCOUVERTE ACHETEUR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Se familiariser avec une méthode de vente efficace simple et rapide.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Comprendre qu'une « découverte » bien faite c'est une vente assurée.

Partie 1 / La définition du prompteur découverte :

- Les erreurs classiques constatées
- L'utilité d'un prompteur découverte,
- Avec quels outils le présenter ?

Partie 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 » dans l'intérêt d'une découverte interactive ?

Partie 3 / 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

Partie 4 / 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

Partie 5 / Anticiper sur les objections de fin d'entretien

- La négociation
- La réflexion
- La comparaison
- L'intervention d'un tiers, etc...

Partie 6 / 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 non la quantité

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

VT089D - LES OBJECTIONS : NE PLUS EN AVOIR PEUR, SAVOIR LES TRAITER

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- S'entraîner, de façon intensive, au traitement des objections.
- Avoir réponse à tout. Se sortir de chaque situation périlleuse. Repartir avec des arguments « clés ».

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Responsables, commerciaux, négociateurs

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Pourquoi a-t-on peur des objections ?

- Comment se mettre à l'abri ?

Partie 2 /Les principales erreurs commises :

- Ne pas se jeter sur une objection prétexte
- Donner de l'importance à une « fausse barbe »

Partie 3 / La méthode de traitement en 4 temps :

- La reformulation
- Le recadrage de sens
- La hiérarchisation
- La réponse

Partie 4 / Traiter les objections vendeur - acquéreur :

Les objections de départ :

- « Ce n'est pas pour tout de suite »
- « On n'est pas pressé »
- « On veut faire un coup »
- « Il faut que j'en parle à... »
- « Cela ne vous regarde pas »
- « On n'a pas le temps »
- « C'est juste pour des renseignements », etc.

Les objections de fin :

- « On veut faire une offre »
- « Il faut baisser vos honoraires »
- « C'est trop cher »
- « On va continuer à chercher »
- « On veut réfléchir »
- « Puisque c'est ça, on laisse tomber », etc

Comment transformer une objection en un élément de pré-conclusion

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

De nombreux négociateurs ne savent pas discerner une véritable objection d'une fausse barbe. Qui plus est, face à l'objection, ils perdent souvent leurs moyens et leur crédibilité. Nous les aidons donc à ne plus avoir peur et à se bâtir des argumentaires de réponses toutes prêtes.

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Apporter aux stagiaires des argumentaires, des phrases toutes prêtes, qu'ils pourront utiliser dès leur retour sur le terrain

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, Managers, assistantes.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ? Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI, et éthique professionnelle)

Partie 1 / Pourquoi se trouve t-on souvent déstabilisé verbalement ?

Partie 7 / Les principales réparties à maîtriser

Partie 2 / Les erreurs les plus souvent commises en terme de réponse

Partie 8 / Les argumentaires clés

Partie 3 / La technique de répartition

- Exemple de répartition :
 - « Vous êtes bien sûr de vous... Mr » ;
 - « Tout à fait, et c'est une chance ou une garantie pour vous ? Vous pourriez confier un projet aussi important à quelqu'un qui ne maîtrise pas son sujet, qui n'a pas confiance en lui ? Mon assurance, c'est votre sécurité... »

Partie 9 / Le vocabulaire idéal

Partie 10 / La « forme » idéale

Partie 11 / Ne pas mettre le client en cycle de maintenance

Partie 4 / Les exemples de terrain : chaque participant remet sa liste de questions/d'objections

Partie 12 / Comment manier l'art de l'empathie

Partie 5 / Exercice de répartition

en face à face
en face à face

Partie 13 / Apprendre à parler positif

Application concrète, jeu de rôle au téléphone

Partie 14 / Ne pas parler un langage réducteur

Partie 6 / Débriefing

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

A aucun moment un commercial ne doit montrer qu'il est déstabilisé.

Nous lui apprenons à ne jamais perdre la face.

Nous lui apprenons à avoir réponse à tout.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT092D - SAVOIR CONCLURE UNE VENTE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Ne plus rater vos ventes
- Savoir engager un client arrivé à maturité.
- Accroître le chiffre d'affaires..

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants et confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

Introduction: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie:

où en êtes vous ?

- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Pourquoi est-il difficile pour certains de conclure ?

- Les causes majeures de l'échec
- Les freins et les craintes de l'acheteur
- Positiver son discours et développer l'assertivité
- Les principaux écueils à la conclusion

Partie 2 /La conclusion se prépare à l'entretien de découverte :

- Anticipation des objections finales au R1
- Accélération de la prise de décision
- Comment amener le client à s'engager immédiatement et éviter les visites quantitatives ?

Partie 3 / Les 5 conditions pour conclure la vente :

- Le client a le désir de posséder le produit
- Le client a le pouvoir de décision
- Le client a compris la contre partie globale
- Le client peut justifier de sa décision

Partie 4 / Les signaux d'achat :

- Verbaux : de l'importance de l'écoute
- Comportementaux : de l'importance de l'observation

Partie 5 / La technique pour engager le client :

- Sécuriser le client sur l'enjeu et les conséquences de son acte d'achat
- Les ancrages du passé
- Et si tout se passait bien... sécuriser le client

Partie 6 / Savoir répondre aux objections finales :

- Amener le client à prendre la bonne décision, Méthodologie de traitement d'une objection : « On veut réfléchir »
- « On veut négocier le prix, vos honoraires »
- « On veut en voir d'autres » etc...

Partie 7 / Confrontation de la décision

- La loi SRU et le délai de réflexion
- Le suivi post-signature : le téléphone, le courrier de félicitation, la lettre témoignage
- Le bilan d'occupation : rendre l'acquéreur prescripteur, le fidéliser et l'inciter à faire d'autres affaires

VT095D- TRANSFORMER VOS CLIENTS EN INVESTISSEURS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Donner envie à vos clients de considérer la pierre comme un placement idéal en vue de réduire leurs impôts et de préparer l'avenir de leur retraite.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie:

où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

La prise de conscience de la pression fiscale galopante. L'avenir du système de protection sociale

Partie 1 /

- La pression fiscale et ses répercussions
- La classe moyenne et son endettement
- Ce que les experts pensent du vieillissement de la population ?
- La faillite future du système des retraites
- Ce que la presse nous dit
- Les simulations d'appauvrissement de la population dans les 20 ans
- Ce que peut rapporter l'option défiscalisation
- Comment faire un bilan patrimonial avec son client
- Comment toucher le maximum de cibles clients

NOTRE AVIS

Le fichier clients et prospects mérite d'être dynamisé en prouvant aux « cibles » que l'immobilier reste la valeur sûre, qui les protégera, eux et leurs proches, pour l'avenir et se substituera au déficient système des retraites.

Partie 2 /La définition des styles sociaux

- La pierre comme solution irremplaçable,
- Les différentes hypothèses d'investissement
- Le neuf et/ou l'ancien
- La construction du patrimoine idéal
- Comment sécuriser son client sur la gestion locative
- Le partenariat avec les experts de la défiscalisation

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT096D - COMMENT VENDRE LE PRODUIT IMMOBILIER COMME UN OUTIL DE SAUVETAGE DES RETRAITES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Donner envie à vos clients de considérer la pierre comme un placement idéal en vue de réduire leurs impôts et de préparer l'avenir de leur retraite.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ? Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Comment surfer sur la vague des retraites

La prise de conscience de la pression fiscale galopante. L'avenir du système de protection sociale.

Partie 1 /Comment exploiter les niches comme « Scellier, Bouvard...

- La pression fiscale et ses répercussions
- La classe moyenne et son endettement
- Ce que les experts pensent du vieillissement de la population ?
- La faillite future du système des retraites
- Ce que la presse nous dit
- Les simulations d'appauvrissement de la population dans les 20 ans
- Ce que peut rapporter l'option défiscalisation
- Comment faire un bilan patrimonial avec son client 'Check up »
- Comment toucher le maximum de cibles clients

NOTRE AVIS

Le fichier clients et prospects mérite d'être dynamisé en prouvant aux « cibles » que l'immobilier reste la valeur sûre, qui les protégera, eux et leurs proches, pour l'avenir et se substituera au déficient système des retraites.

Partie 2 /Savoir vendre du neuf et du placement

- La pierre comme solution irremplaçable,
- Les différentes hypothèses d'investissement
- Le neuf et/ou l'ancien
- La construction du patrimoine idéal
- Comment sécuriser son client sur la gestion locative
- Le partenariat avec les experts de la défiscalisation
- La démonstration « rentabilité »
- Comment créer un club « investisseurs »

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT098D - SAVOIR FAIRE VISITER UN BIEN

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Ne pas perdre son temps avec des visites inadaptées.
- accourcir les délais de réalisation. Éviter les « courses » à la visite.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants et confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ? Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Où situez-vous votre performance ? :

- 3 visites = 1 vente ou 10 visites = 1 vente ?
- Approche qualitative ou quantitative ?

Partie 2 / Verrouiller le rendez-vous avec le vendeur :

- Préparation psychologique : les commandements du vendeur
- Fixer les règles
- Comment valoriser les biens visités

Partie 3 / Les support

- Le dossier technique du bien : son contenu (à constituer dès la rentée du mandat)
- Le dossier de mise en valeur du bien : le fond et la forme
- La fiche de pré-closing
- L'appareil photo : pourquoi s'en servir pendant la visite ?

Partie 4 / La préparation mentale de l'acquéreur :

- Le conditionnement positif
- Comment sélectionner les biens à vendre ? Dans quel ordre les présenter ?
- La technique de l'avant-vente
- Que faut-il faire ? Que ne faut-il pas faire ?

Partie 5 / La visite du bien :

- Que dire pendant le trajet aller ?
- Validation de l'environnement, du quartier, de la rue, du voisinage immédiat, des extérieurs, des pièces
- Chronologie de la visite
- De quoi parler pendant la visite ? Argumenter ? Ne rien dire ?
- La technique de pré-closing
- Le cas S.O.N.C.A.S.
- Les registres sensoriels
- Adapter l'argumentation au profil social du client
- Les signaux d'achat

Partie 6 / Le débriefing à l'agence :

- Le trajet du retour ?
- L'entretien de débriefing : mots et expressions à utiliser, mots à bannir
- Comportement à adopter
- Amener le client à s'engager
- L'alternative en cas d'échec : proposer une autre affaire, convenir d'une nouvelle visite, différer l'engagement

Partie 7 / Le traitement des objections :

- « Je veux réfléchir ; je veux en voir d'autres ; on trouvera peut-être mieux demain ; je veux revisiter avec un maçon », etc.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Apporter les outils et les méthodes permettant de commercialiser des programmes neufs.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Faire prendre conscience des erreurs commises dans l'exploitation des fichiers.

1. Partie 1 / La vente de neuf et le profil :

- Des acheteurs
- Des investisseurs

Partie 2 / Les concours de la loi Besson et ses applications commerciales

Partie 3 / La réponse aux objections sur la rentabilité

Partie 4 / Les stratégies différenciées en fonction des cibles

- Investisseur patrimonial
- Investisseur défiscalisant

Partie 5 / Les outils de communication adaptés à la conquête du client

Partie 6 / Le guide de présentation des programmes

Partie 7 / Le guide de présentation des programmes

Partie 8 / Savoir argumenter en V.E.F.A.

Partie 9 / Savoir sécuriser le client à l'aide du « visualisateur »

Partie 10 / Savoir répondre aux objections (pas d'achat sur plan...etc.)

Partie 11 / Comment amener un client à prendre sa décision

Partie 12 / Comment conforter la vente et rendre le client prescripteur

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT100D - Créer une passerelle entre la transaction et la gestion

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Exploiter le fichier GESTION.
- Développer le chiffre d'affaires transaction par une exploitation du fichier administration de biens.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Toutes les personnes susceptibles de développer du CA dans l'entreprise.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / L'analyse du portefeuille client propriétaires et du portefeuille client locatif :

- Pourquoi cette cible est-elle intéressante ?
- Les moyens de la fidéliser
- Les outils pour lui donner envie de faire d'autres projets avec l'agence

Partie 2 /Le comité de pilotage mensuel :

- Une réunion entre service pour échanger de l'information :
- Comment mener cette réunion ?
- Qui y participe ?
- Combien de temps dure t-elle ?

Partie 3 /Le poste d'assistant(e) marketing communication

- Quel profil a cette assistante ?
- Quelles offres faire à la clientèle du fichier ?
- Sous quelle forme écrite ?
- Les lettres d'information
- Les lettres promotionnelles
- Les mailings cibles
- La revue trimestrielle
- Avec quelle périodicité ?

Partie 4 / Le rôle de la force commerciale :

- Peut-elle et doit-elle contacter les propriétaires en direct ?
- Quels arguments utiliser ?
- Comment s'assurer d'un bon accueil ?
- La stratégie des « affaires boule de neige »

NOTRE AVIS

Trop d'agences bénéficient d'un portefeuille clients qu'elles n'exploitent pas outre l'absence de politique service, il y a là un véritable manque à gagner !

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT109D – DEVENIR UN NÉGOCIATEUR CONFIRMÉ

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Donner de soi et de son entreprise une image différente de ce que le client a pu imaginer ou rencontrer.
- Asseoir, avec autorité, un langage professionnel basé sur l'engagement et la compétence.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants et confirmés.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Comment adopter un profil gagnant : asseoir son autorité

Les outils indispensables du négociateur

La mission générale du négociateur

Partie 1 / Les techniques de communication :

- Définir le style social du client : promouvant, analysant, facilitant et contrôlant
- Les techniques de synchronisation verbales et comportementales

2 / L'utilisation du téléphone :

- Le téléphone émis/reçu face au vendeur
- Le téléphone émis/reçu face à l'acquéreur
- Les objections au téléphone

Partie 3 / La démarche face à l'acheteur :

- La découverte
- La sélection
- La visite
- L'argumentation
- La réponse aux objections
- La conclusion
- La confortation

Partie 4 / La démarche face au vendeur :

- L'entretien préalable
- Le book rentré de mandat
- La présentation du marché
- La visite
- La présentation de l'argus
- La mise en avant des services différentiels
- La présentation des moyens publicitaires
- L'argumentation mandat exclusif
- La bagarre sur le prix

Partie 5 / L'organisation sur le terrain :

- Les méthodes de prospection
- Les outils de suivi / de gestion d'activité

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON:

Il s'agit, de passer en revue tous les réflexes de base que doit acquérir un négociateur. Nous lui donnons ainsi des points de repères, une méthode, un schéma directeur afin qu'il sache dès le début de son activité maîtriser au mieux un vendeur ou un acquéreur. Basés sur une démarche « Conseil », les principes étudiés permettront aux débutants d'asseoir leur efficacité et aux plus confirmés de rectifier ou d'actualiser certains réflexes acquis au fil des années ; Nous aborderons ainsi toutes les étapes de la vente immobilière.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT108D– LA DÉCOUVERTE DU LOCATAIRE AU CLOSING

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Connaître les fondamentaux sur l'accroche commerciale
- Booster le CA

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pourquoi une découverte locataire permet-elle de gagner du temps, d'être plus efficace, d'améliorer son taux de transformation et de développer son CA ?

Partie 1 / Savoir vendre le rendez-vous découverte

- Les grandes règles au téléphone
- Prendre la main et faire une pré découverte
- Vendre le rendez-vous agence avec AIDA

Partie 2 / L'accueil

- La règle des 4 x 20
- La bulle psychologique
- Les sociologues styles

Partie 3 / Éduquer le locataire

- Asseoir son autorité
- Savoir fixer la règle du jeu
- Dimensionner son rôle de conseil

Partie 4 / La découverte du locataire

- Les étapes à respecter
- Identifier la motivation
- La différence entre envies et besoins
- Savoir traiter les objections

Partie 5 / La sélection d'affaires

- Comment présenter les produits
- La technique de pré closing
- Rendre la proposition indispensable

Partie 6 / La visite

- Comment l'organiser
- Ce qu'il faut dire / ce qu'il ne faut pas dire
- Ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut pas faire
- L'argumentation structurée PPD
- Savoir identifier les signaux d'intérêt

Partie 7 / Le débriefing

- La technique du closing
- Le traitement des objections

VT101D - LA DECOUVERTE DE L'ACHETEUR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Gagner du temps et améliorer sa productivité. Détecter les véritables besoins du client.
- Amener le client sur les biens du portefeuille. Accélérer les prises de décision.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / De l'intérêt de la découverte :

- Degré de votre performance actuelle
- Taux de transformation idéal
- Prise de conscience de l'importance de l'application d'une méthodologie. commerciale rigoureuse

Partie 2 / Asseoir son rôle de conseiller :

- Passer du rôle de vendeur au stade de véritable spécialiste
- Donner de la dimension à l'entretien et élever le débat
- L'autorité : comment l'exprimer face au client
- Apparaître comme une véritable référence et se rendre indispensable dans le projet d'acquisition

Partie 3 / Savoir analyser son client pour s'adapter et se synchroniser :

- La cartographie sociale
- Les registres sensoriels
- Le S.O.N.C.A.S.E
- Le décideur / suiveur
- La synchronisation verbale et comportementale
- Le degré de maturité du client

Partie 4 / L'accueil et l'éducation du client

- La mise en confiance
- Briser la glace
- Fixer la règle du jeu et prendre le contrôle

Partie 5 / La motivation d'achat et les besoins du client :

- Comment les analyser et ne pas se laisser entraîner par les désirs du client ?
- Savoir ramener le client à la réalité du marché et éviter la recherche de la maison rêvée
- Faire accepter la nécessité de devoir faire des concessions
- La hiérarchisation des besoins

Partie 6 / La conclusion se prépare au 1er entretien

- Anticiper les objections finales : on veut réfléchir, on veut revisiter, on veut en voir d'autres avant de s'engager
- Comment accélérer la prise de décision et engager le client rapidement

Partie 7 / La découverte financière :

- Apprendre à parler d'argent sans complexe et sans tabou
- Comment amener le client à tout dire

Partie 8 / La présentation de l'agence, des engagements et des services :

- Savoir faire la différence avec les confrères
- Contrer le marché du particulier
- Développer l'art de se rendre indispensable

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT102D - COMMENT DÉMONTRER AU VENDEUR QU'IL RESTE GAGNANT EN ACCEPTANT LE VRAI PRIX

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rentrer et négocier du mandat de qualité au vrai prix
- Convaincre les vendeurs d'aller sur une approche descriptive et non plus affective

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION Comprendre le profil psychologique des vendeurs, se préparer mentalement à affronter l'élément « prix » Le coût d'une non vente + quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

- La concurrence communautaire
- L'impact du paupérisme
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Les outils

- Le book social marketing
- Le book micro/macro
- L'argus des prix
- L'observatoire de la demande
- Le classeur avant/après
- Le comparateur traçabilité

Partie 2 / La notion de plus value

- Plus value réelle
- Plus value virtuelle
- La démonstration du tunnel éco
- La démonstration des cycles Eco

Partie 3 / La culpabilisation

- L'impact des délais sur le prix
- L'impact du prix sur les délais

Partie 4 / La conviction

- Le parallèle somme placée / somme perdue
- Le placement pierre « futur positif »
- L'évolution et les phénomènes de mode
- La conformité du produit

Partie 5 / L'anticipation

- Préparer le vendeur à l'offre
- Éviter la contestation des honoraires

Conclusion :

Un stage intensif sur les arguments à mettre en avant afin de faire accepter votre logique prix.

VT102D - COMMENT DÉMONTRER AU VENDEUR QU'IL RESTE GAGNANT EN ACCEPTANT LE VRAI PRIX (possible en 2^{ème} journée)

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rentrer et négocier du mandat de qualité au vrai prix
- Convaincre les vendeurs d'aller sur une approche descriptive et non plus affective

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Comprendre le profil psychologique des vendeurs

Se préparer mentalement à affronter l'élément « prix »

Partie 1 / Les outils

- Jeux de rôle
- Débriefing

Partie 2 / La notion de plus value

- Jeux de rôle
- Débriefing

Partie 3 / La culpabilisation

- Jeux de rôle
- Débriefing

Partie 4 / La conviction

- Jeux de rôle
- Débriefing

Partie 5 / L'anticipation

- Jeux de rôle
- Débriefing

Chaque participant passe 2 fois

Les jeux de rôle reprennent les situations terrains apportées par les stagiaires

Conclusion :

Un stage intensif sur les arguments à mettre en avant afin de faire accepter votre logique prix.

VT103D - COMMENT CONVAINCRE L'ACHETEUR DE FRANCHIR LE PAS MALGRÉ LES CONTRADICTIONS DE SA BANQUE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Mettre en place des arguments irréfutables afin de convaincre des acheteurs hésitants
- Sécuriser l'acheteur dans un moment crucial. Décontaminer les objections classiques en période de crise

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Pourquoi les acheteurs sont méfiants ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Matin : L'approche économique

- Se constituer une bible presse
- L'argumentaire micro/macro
- L'anticipation sur les objections :
- Les prix vont baisser
- Mon banquier me dit d'attendre
- Un ami a perdu de l'argent en revendant
- La démonstration des cycles économiques
- La différence entre acte de consommation et d'investissement
- La culpabilisation par la situation présente
- Démontrer les arguments des banquiers

Partie 2 / La Après-midi

- La décomposition de la solution proposée
- La démonstration par l'équation $A + B + C$ (avantage / bénéfice)
- La notion de sécurisation financière
- La notion d'achat gagnant avec les 4 clés
- Comment éviter et répondre à l'objection « vous nous forcez la main »
- Comment éviter les annulations d'après compromis
- Comment rendre le client prescripteur
- Comment démontrer l'achat gagnant

SYNTHESE :

Plan d'action individuel

Les engagements sécurisants

Les garanties possibles

Conclusion :

Un stage idéale pour ceux qui veulent ne pas s'investir pour rien et ne pas rater des ventes

VT106D - RETRAITE FUTURE PROTÉGÉE COMMENT JUSTIFIER L'INVESTISSEMENT LOCATIF

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Travailler des niches qui sont sensibles à la sauvegarde de leur retraite.
- Doubler le CA, en sortant des petits produits, mais aussi en augmentant le volume du portefeuille gestion.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

De l'intérêt des niches qui s'inquiètent pour leur retraite. Quelles sont ces niches ?

Comment réorganiser l'agence en conséquence La répartition du temps

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / La dynamique des outils

- Se constituer une revue de presse
- Le book d'argumentation micro/macro
- Les outils social/marketing
- L'outil de check up

Plan d'action

mise en place du plan d'action idéal par structure
choix des priorités

Partie 2 / L'argumentation ciblée

- Le check up en 45 °
- L'approche retraite
- L'approche patrimoniale

Conclusion :

Un stage indispensable, pour ceux qui prennent conscience que l'axe des retraites est prioritaire.

Partie 3 / La présentation du marché locatif

- L'observatoire de la demande
- L'argus des prix
- Les services « plus »

Partie 4 /La conviction

- les engagements et garanties
- Les packs solutions
- la justification des honoraires

VT107D - LES 15 CLES POUR RÉUSSIR AU POSTE DE COMMERCIAL TRANSACTION FACE À L'ACHETEUR

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- De dimensionner son travail
- De gagner en temps et en efficacité
- De mériter le respect et l'admiration de son client acheteur

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Les erreurs d'organisation et d'argumentation + quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

- Tour de table /échanges
- Rappel des fondamentaux de la vente
- Les 5 erreurs classiques

Partie 1 / LES 3 CLES de la dimension : la vision, l'objectif, ne jamais subir

- Comment donner et avoir la vision (de soi , entreprise, client , méthode)
- Se présenter en 3D
- Les outils de valorisation
- L'utilisation des schémas et de l'écrit

Partie 2 / L'organisation PRODUCTIVE et ses 3 clés

- L'agenda productif terrain
- L'agenda productif rendez vous
- Les codes couleurs

Partie 3 / Déterminer le profil client en 2 clés

- L'analyse des styles sociaux
- La synchronisation verbale et comportementale

Partie 4 / La découverte en profil feeling en 3 priorités

- La démo par l'autoroute
- Le cas du contrôle technique
- Le milieu médical

Partie 5 / Comment bien sélectionner une affaire en 3 clés

- La méthode PPD
- La méthode des +/-
- La pré -vente

Partie 6 /Comment conduire une visite /vente

- L'ordre de la visite
- La fiche pré-closing, l'intervention des voisins
- Le dossier technique et les éléments de preuve

CONCLUSION : Comment conclure la vente

La conclusion sur place
Le retour agence
La confortation

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V21. Ce document est la propriété de V 21. Reproduction interdite

VT110D- COMMENT RENTRER UN SUPER MANDAT EXCLUSIF LES ARGUMENTS QUI FONT MOUCHE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- D'obtenir un stock 100% exclusif vendable
- De tenir un schéma d'argumentation clair
- De sortir des arguments classiques en optimisant l'impact de la culture générale

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Débutants ou confirmés / commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Viser le 100 % mandat exclu + quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

- Les erreurs classiques
- Tour de table et analyse des causes
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (traefin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Le mandat exclusif est dans la tête

- Pourquoi le mandat exclusif fait peur
- Dans la tête du client
- Dans la tête du commercial
- Les réponses sécurisantes

Partie 5 / La démonstration macro /micro économique

- Les cycles économiques
- Le tunnel économique
- La méthode « implicator »

Partie 2 / Comment rentrer le mandat par les outils terrain

- Les supports communautaires
- Le support efficacité prouvé
- Le parrainage
- L'outil expertise

Partie 6 /L'argumentation sur la plus / moins (value)

- Comment démontrer au client sa plus value
- Le cas d'une revente avec moins value

Partie 3 / Comment VENDRE l'exclusivité

- Le prompteur mode 100% réussite
- La revue de presse
- Le traceur produits
- L'argus des prix

CONCLUSION : Comment conclure la vente

- Le prix affectif /descriptif
- L'impact des honoraires

Partie 4 L'utilisation des exemples de la vie du client

- La démo par l'autoroute
- Le cas du contrôle technique
- Le milieu médical

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

VT111D- DEVENIR L'AGENCE ET L'EQUIPE

100% TERRAIN ET PROSPECTION

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Construire un agenda 100 % dédié efficacité terrain
- Rentabiliser la prospection et le « farming »
- Devenir incontournable sur son territoire

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux et managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : L'importance de l'agenda productif + quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

- Les erreurs d'organisation / tour de table
- Les conséquences des pertes de temps
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / L'agenda des couleurs

- Les plages productives
- La prospection en 3X2 heures
- Le farming en 2X2 heures

Partie 2 / Les outils du terrain

- Les flyers vendeurs
- Les flyers communautaires
- Les guides expertise
- Les supports parrainages

Partie 3 / Les méthodes productives

- La bâche « adoptez moi »
- L'impact des panneaux new look
- L'opération « info + »
- L'opération crémaillère et « pot de départ »

Partie 4 / Les méthodes pour aborder un client

- Jouer le service
- Jouer le rôle social
- Les mots et les phrases qui font mouches

Partie 5 / Le farming productif

- Les commerçants / artisans
- Les retraités et femmes au foyer
- Les apporteurs d'affaires et clients acquis

Partie 6 / Les techniques 100% efficaces

- Les 4 actions solidaires
- L'opération stop cambriolage

CONCLUSION : bâtir son plan TERRAIN

- Chaque participant détermine son plan action terrain en 10 points

SPÉCIAL VENTE

VT112D- LES AIGLES DE LA VENTE : MATCH POINT OU L'ART DE CIBLER JUSTE VOTRE CLIENT AVEC LES BONS MOTS ET LES BONNES FORMULES

OBJECTIFS

Après 1h30 consacrée à l'éthique et à la déontologie nous appuierons le discours sur la dimension professionnelle, le respect des lois et réglementations.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux et managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : L'importance de l'agenda productif et quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous :

- Les erreurs d'organisation / tour de table
- Les conséquences des pertes de temps

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

A / Les 25 questions essentiels à poser pour cadrer en amont vos clients acheteur et vendeur

B / Les 10 phrases clés d'autorité

C / Les 5 phrases de non vente

D / Les 5 phrases qui aliènent le client

E / Les 10 phrases qui vous valorisent

F / Les 5 phrases clés qui font basculer l'acheteur

G / Les 5 phrases clés qui font basculer Le vendeur

H / Les 5 phrases clés qui verrouillent l'aspect financier

I / Les 5 phrases clés qui verrouillent le débat honoraires

J / Les 5 phrases clés de conclusion

K / Les 20 points pour éviter une annulation de vente

CONCLUSION :

Les participants seront à même de ne pas connaître de blanc face aux questions et objections clients.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V21. Ce document est la propriété de V 21. Reproduction interdite

VT112D- LES AIGLES DE LA VENTE : MATCH POINT OU L'ART DE CIBLER JUSTE VOTRE CLIENT AVEC LES BONS MOTS ET LES BONNES FORMULES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de maîtriser toutes les techniques de questionnement et les réparties magiques.
Un stage pour s'affirmer et ne plus subir.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux et managers

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : L'importance de l'agenda productif

- Les erreurs d'organisation / tour de table
- Les conséquences des pertes de temps

Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

A / Les 25 questions essentiels à poser pour cadrer en amont vos clients acheteur et vendeur

B / Les 10 phrases clés d'autorité

C / Les 5 phrases de non vente

D / Les 5 phrases qui aliènent le client

E / Les 10 phrases qui vous valorisent

F / Les 5 phrases clés qui font basculer l'acheteur

G / Les 5 phrases clés qui font basculer Le vendeur

H / Les 5 phrases clés qui verrouillent l'aspect financier

I / Les 5 phrases clés qui verrouillent le débat honoraires

J / Les 5 phrases clés de conclusion

K/ Les 20 points pour éviter une annulation de vente

CONCLUSION :

A l'issue de la formation, le stagiaire prend conscience du champ de compétence qui s'offre à lui.

En connaissant par cœur ces phrases et formules il joue dans la cour des grands

© VISION 2I

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT114D - LE MENTAL VU PAR LES FORCES SPECIALES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation ou conférence, le stagiaire ou le participant

sera capable de:

- Développer son savoir faire
- Acquérir de l'autorité et de la maîtrise

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Public: Tout public impliqué dans la relation client.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers.

Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 8heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 /

LA CONFIANCE EN SOI FACE AUX SITUATIONS A RISQUE

PARTIE 2 /

L'AUTORITE ET NON L'AUTORITARISME DANS LES MESSAGES

PARTIE 3 /

LE COURAGE ET L'ESTIME DE SOI

PARTIE 4 /

LA STABILITE EMOTIONNELLE FACE AU DANGER ET A L'IMPREVU

PARTIE 5 /

LES CYCLES DE PERFORMANCE

LES ZONES DE PRODUCTIVITE

PARTIE 6 /

LES RAPPORTS DE FORCE JUSQU'OU ON PEUT ALLER

PARTIE 7 /

NE PAS SUBIR

AVOIR UN COUP D'AVANCE PAR L'ANTICIPATION

PARTIE 8 /

LE DESACCORD: ASSUMER SES CHOIX

PARTIE 9 /

L'ENGAGEMENT : ALLER JUSQU'AU BOUT DE LA CONVICTION

PARTIE 10 /

LA CLARTE UN ORDRE EST SMAC

PARTIE 11 /

LA METHODE PAR ANTICIPATION ET LA PROGRAMMATION

PARTIE 12 /

L'HUMILITE, LE PIRE ENNEMI DE LA NECESSITE C'EST DE LA CROIRE ETERNELLE

CONCLUSION

© VISION 2I

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT115D - SAVOIR CONCLURE EN MODE 4 COULEURS AVEC LES SOCIAUX STYLES

OBJECTIFS

Se servir des styles sociaux pour renforcer votre pouvoir de persuasion. Comprendre son client et connaître son mode de fonctionnement pour pouvoir s'adapter. Améliorer sa communication.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRECIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

INTRODUCTION: Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Bien comprendre le profil psychologique pour cibler JUSTE, vos arguments et votre solution

PROGRAMME

PARTIE 1/bien comprendre le profil psychologique pour cibler JUSTE, vos arguments et votre solution

- a) Identifier votre style } Jaune
Identifier le style client } vert
 } bleu
 } rouge

- b) Comprendre la courbe du comportement
c) Faire le rapprochement entre les expressions utilisées et le style social

PARTIE 2/ Quelles attentes le client a vis-à-vis du conseiller et ce en fonction de son style social

L'attente de chaque style
Quels comportements réponse à adopter

PARTIE 3/la conclusion en mode 4 couleurs

- Anticipation
- Action
- Décision
- L'impact du stress et de la peur

PARTIE 4/ la fermeté sur les prix et les honoraires en mode 4 couleurs

- Quelles objections par style
- Quelles réponses par style

PARTIE 5/ Présenter l'offre en mode 4 couleurs

- Faire ressortir les atouts et les avantages
- La méthode S.P.I.S

PARTIE 6/ COMMENT RENDRE UN CLIENT PARRAIN

- Le discours
 - Les outils
 - La fréquence
- } pour les 4 styles

CONCLUSION:

Programme individuel d'application
Calage de l'éthique et de la déontologie dans cette approche commerciale © VISION 21

© VISION 21

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT116D - L'ESTIME DE SOI

où comment repousser vos limites

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Gagner en confiance et en aisance

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, Commerciaux, Assistantes

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Avant d'aimer les autres il faut s'aimer soi-même. Faut-il être aimé ou respecté?

PARTIE 1 / IDENTIFIER VOS METABLOQUANTS DE L'ENFANCE

Faire le point sur son style de communication:

- Quels sont les messages contraignants
- Quels sont les messages cassants
- L'impact de l'AT dans la croyance en soi

PARTIE 2 / IDENTIFIER VOS PEURS

- La peur du face à face
- La peur de l'argent
- La peur du pouvoir client
- La peur de l'objection
- La peur de conclure

PARTIE 3 / COMPRENDRE LE STRESS

- Les 3 formes de stress
- Les 5 expressions du stress
- Les facteurs de stress

PARTIE 4 / COMPRENDRE LE CERVEAU GAUCHE ET DROIT

- Le cerveau de la mémoire
- Le cerveau de la créativité
- Lequel des deux vous fera le mieux réussir

PARTIE 5 / L'IMPORTANCE DE LA METHODE DANS LA CONFIANCE

- Pourquoi la méthode sécurise
- Qu'est ce qu'une bonne méthode
- Quelle est la manière de l'entretenir
- La méthode en 4 points : Argument – Schéma – Presse - outil

PARTIE 6 / APPRIVOISER L'ADRENALINE DE L'ENJEU

- Les ... anti stress
- Les solutions bien-être
- Pourquoi l'enjeu est productif

PARTIE 7 / LA MATRICE PUSH TO PUSH DE LA REUSSITE

- Comment se programmer chaque matin en mode « winner »
- Comment programmer l'agenda productif
- La méthode GO NO GO

PARTIE 8 / LES 5 CLES DE LA CONNAISSANCE DE SOI

- La matrice du bien
- L'anti « fresh form »

PARTIE 9 / LA METHODE A.T.R.O.C.E

- Signification en 6 points
- L'importance de la rigueur

PARTIE 10 / LA RECETTE DE LA COMMUNICATION CHEZ LES LEADERS

- Les 4 mythes qui font échouer
- Les 4 mythes qui font les Rois de la négociation
- Que disent les Maîtres de la communication

CONCLUSION : vie perso au pro

Grâce à ce stage, les participants ressortent grands et en confiance.

© VISION 21

POUR TOUT
RENSEIGNEMENT

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V21. Ce document est la propriété de V 21. Reproduction interdite

VT117D- TRAINING EXPERIENCE

SE FORMER PAR LES MISES EN SITUATION PRATIQUES

OBJECTIFS

1. Développer la performance de ses entretiens commerciaux en s'appuyant sur les mises en situations filmées.
2. Analyse des comportements et expressions du négociateur lors de la conduite de ses entretiens.(débriefe des situations filmées)
3. Développer sa capacité d'écoute
4. Progresser dans les techniques de négociation.

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateur

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, intervenant dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1/le premier contact avec le client: Mise en situation

- a) Sur un appel entrant ou passage en agence
- b) Sur un appel sortant

➡ Débriefe des mises en situation (tics verbaux, posture, discours)

PARTIE 2/Savoir mener un entretien de découverte efficace: Mise en situation

➡ Débriefe des mises en situation (tics verbaux, attitude, posture, discours)

PARTIE 3/Adapter son discours au style de communication de son client:

- a) Les différents styles de communication
- b) Comment créer la confiance

PARTIE 4/ L'accompagnement dans la prise de décision:

- a) Mener un bilan de visites
- b) Conclure / traiter les objections / gérer une offre

➡ Débriefe des mises en situation (tics verbaux, posture, discours)

CONCLUSION:

Grâce à cette formation, les participants pourront prendre conscience de leurs axes de progrès (apport de la vidéo) et seront en mesure de décoder le fonctionnement de leurs clients. © VISION 21

© VISION 21

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT118D - LE POUVOIR DU NON VERBAL DANS LA RELATION COMMERCIALE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Interpréter le non verbal chez le client
- Gagner en performance relationnelle
- Gagner en confiance et en aisance

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Bien comprendre l'impact du non verbal dans la communication

PROGRAMME

PARTIE 1/Qu'est-ce que la proxémie ?

- a) Situation de coopération
- b) Situation de compétition
- c) La distance intime
- d) La distance personnelle
- b) La distance sociale

PARTIE 2/La poignée de main

- a) Qu'en déduire
- b) Les différentes inclinaisons de la paume
- c) Les types de poignée de main

PARTIE 3/Les différentes façons de s'asseoir

- a) Les façons de se tenir : bras, jambes, mains
- b) Que faire pour que le client se sente à l'aise

PARTIE 4/ Les différentes formes de bureau

- a) Rectangulaire
- b) Ovale
- c) Rond
- d) Carré
- e) Où s'asseoir en fonction de la forme ?
- f) L'impact de l'assise

PARTIE 5/Que mettre sur le bureau ?

- a) Les supports
- b) Les outils
- c) Le bien-être du client
- d) Les messages FNAIM

PARTIE 6/La programmation neuro-linguistique (P.N.L)

- a) Les registres sensoriels:
 - Visuel
 - Auditif
 - Kinesthésique
- a) Comment les identifier ? Les test des 7
- b) Comment s'en servir: dans la communication / pendant et après la visite ?

PARTIE 7/La synchronisation

- a) Verbale
- b) Comportementale
- c) Pourquoi ? Comment ? Quoi ?

CONCLUSION:

Grâce à cette formation, les participants prendront conscience de l'importance du non verbal dans la relation commerciale.

Cadrage de l'éthique et de la déontologie.

© VISION 2I

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT119D - PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

➤ Vos réunions

➤ Vos assemblées de copropriété

VOUS NE LES MASSACREREZ PLUS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Apporter au public présent ,les outils et les méthodes pour dérouler un discours efficace
- Maîtriser le fond et la forme des messages sur scène et en public
- Asseoir sa crédibilité
- Faire passer les Messages Forts
- Gagner en confiance et en aisance

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, Commerciaux, Assistantes

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / PRENDRE LA PAROLE AVEC PLAISIR

Faire le point sur son style de communication :

- Vos forces
- Vos faiblesses
- Vos peurs
- Surmonter votre trac

Capitaliser sur ses atouts / qualités :

- Développer la confiance en soi
- Acquérir de l'autorité
- L'impact du visuel sur l'auditif

PARTIE 2 / APPRENDRE À S'AUTO-DISCIPLINER

- Soigner sa voix
- Soigner sa diction
- Savoir lire ses notes
- Savoir mémoriser

PARTIE 3 / APPRENDRE LA GESTUELLE ET LES POSTURES

- Comment se positionner
- Avec ou sans micro
- Comment utiliser le regard
- Comment utiliser ses mains

PARTIE 4 / SAVOIR CAPTER L'ATTENTION

- La règle des 4X20
- Le plan et les enjeux
- Impliquer l'auditoire
- Identifier un allié

PARTIE 5 / L'ART DE LA RÉPARTIE

- Savoir déjouer une agression par l'empathie
- Tourner le négatif en positif
- Utiliser le sourire et la joie
- Répondre aux objections imprévues

PARTIE 6 / SAVOIR ÉCRIRE SON TEXTE

- Les bons « mots »
- Le bon plan
- Le temps de parole
- Le support idéal de présentation

PARTIE 7 / COMMENT VERROUILLER L'AUDITOIRE ?

- La méthode de l'inversion
- La méthode de l'implication
- L'art des ancrages

PARTIE 8 / COMMENT CONCLURE UNE CONFÉRENCE ?

- La méthode C Q F R
- La Technique de la POSITIVITE
- La Technique du cœur

CONCLUSION

Grâce à ce stage, les participants n'auront plus « peur » d'affronter un public quelque soit l'importance et les enjeux du thème de leur conférence .

VT120D - RECO où l'art de travailler la recommandation

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Utiliser tout votre environnement pour DOUBLER votre chiffre d'affaire

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Pourquoi a-t-on la gâche client dans la peau

La peur du NON nous empêche d'aller chercher un OUI

PARTIE 1 / COMMENT BICHONNER SES CLIENTS

- Avant
- Pendant
- Après

PARTIE 2 / LES CONCEPTS DE NOTATION CLIENT

- Le Digital
- Le papier à chaud
- L'enquête annuelle

PARTIE 3 / L'ENVIRONNEMENT PERSONNEL DU COMMERCIAL

- Privé
- Ex professionnel
- Ses commerçants
- Ses partenaires
- Ses artisans

PARTIE 4 / LE FICHER PERSONNEL A 3 ANS

- Les vendeurs
- Les acheteurs
- Quand commence le suivi
- La stratégie des 3 NON

PARTIE 5 / LE FICHER DE L'AGENCE

- Bailleurs
- Copropriétaires
- Acheteurs
- Vendeurs
- Locataires

PARTIE 6 / LA TECHNIQUE DU PARRAINAGE

- Quel outil choisir
- Comment le diffuser
- Comment en parler
- Quelle somme consacrée

PARTIE 7 / L'ARGUMENTAIRE RECOMMANDATION AU TELEPHONE ET EN FACE A FACE

- La règle de l'AIDA

PARTIE 8 / LES OUTILS DE SUIVI DE LA RECOMMANDATION

- Digitalisation
- Classeurs des noms

CONCLUSION :

Débriefing et bilan d'action

Calage ou égard à l'éthique et la déontologie

© VISION 2I

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT121D - COMMENT ANIMER SON FACEBOOK PRO

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Montrer en continu votre présence et vos réussites
- Etre non seulement différent mais unique

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, Commerciaux, Assistantes

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Les aprioris sur Facebook

Les erreurs classiques

Ce pourquoi Facebook n'est pas fait

PARTIE 1 / LA PERIODICITE

- Quand devez-vous communiquer ?
- Le trop peu au le trop souvent : trouver le bon équilibre

PARTIE 2 / QUELS CONTENUS GENERAUX METTRE ?

- 90 % pro
- 10 % perso
- Quels sont les thèmes gagnants
- Faut-il mettre ou non des produits

PARTIE 3 / VALORISER VOS REUSSITES

- La mise en avant des services
- La mise en avant des personnes
- La mise en avant des newsletters
- La mise en avant des performances

PARTIE 4 / COMMENT ANIMER UN CLUB CLIENT SUR FACCEBOOK

- Les témoignages clients
- Les évènements agence
- Les partenaires

PARTIE 5 / JUSQU'OU PEUT ON ALLER SUR FACEBOOK

- L'exemple du Patron de TESLA
- Exit la politique / religion / le sexe
- Jusqu'ou peut-on s'exprimer

PARTIE 6 / CE QUI ATTEND LA COMMUNNAUTE FACEBOOK

- Le pouvoir de la curiosité
- L'impact des « Likes »
- Comprendre la communauté en France

CONCLUSION :

Débriefing

Message récurant

Trouver un PAC compatible avec l'éthique et la déontologie

Mettre en place son programme FACEBOOK

VT122D- LA NOUVELLE APPROCHE DU POURQUOI

Une autre façon de VENDRE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Apprendre à négocier comme les Leaders Américains de la vente

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

PROGRAMME

INTRODUCTION: la vidéo qui vous dit tout « un film qui sensibilise » - débat sur le changement d'approche commerciale

Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ? Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / INVERSER LES TECHNIQUES CLASSIQUES

Du pourquoi		quoi
Du comment		comment
Du pourquoi		quoi

PARTIE 2 / COMMENT SE SERVIR DES FICHES POURQUOI

- Pourquoi ?
- Je fais ce métier
- Nous faisons le même métier qu'un médecin
- Nous sommes différents
- Nous sommes uniques
- Nous sommes humains
- Nous sommes à la FNAIM

PARTIE 3 / COMPRENDRE L'INTERET DU SENS ET DE LA PASSION

- faire vivre son métier

PARTIE 4 / COMMENT COMPRENDRE PAR DES EXEMPLES

- Les frères WRIGHT
- APPLE
- L'immobilier

PARTIE 5 / COMMENT ARGUMENTER ET ALIENER LA SOLUTION AVEC LE POURQUOI

Les 5 règles d'aliénation

PARTIE 6 / COMMENT DEMONTRER AU CLIENT LE POURQUOI DES HONORAIRES

- Le schéma ICEBERG
- Le schéma du % et de la somme

CONCLUSION :

Tour de table / prise de conscience
Incorporation de l'éthique et la déontologie dans l'approche.
Conseils d'application pour changer les méthodes classiques qui ne marchent plus.

© VISION 21

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V21. Ce document est la propriété de V 21. Reproduction interdite

100

VT123D- RENDRE POSSIBLE L'IMPOSSIBLE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Gagner en performance relationnelle
- Gagner en confiance et en aisance

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

PROGRAMME

INTRODUCTION: Comprendre pourquoi les choses ne se font pas :

- Aspect mental
- Aspect compétences
- Aspect matériel

Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes-vous ? Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / COMMENT LES GENS ORDINAIRES FONT DES CHOSES EXTRAORDINAIRES

- La vision
- L'objectif
- Ne pas subir
- Le rôle de la volonté

PARTIE 2 / LES FICHES DE PRESENTATION DU POURQUOI

- Quand les présenter
- Comment argumenter
- La méthode: outil + article + schéma + argumentaire

PARTIE 3 / COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT D'UNE UNITE DES FORCES SPECIALES POUR S'EN INSPIRER

- La charte d'engagement
- L'organisation WARROOM
- La connaissance terrain
- La mobilité

PARTIE 4 /L'IMPORTANCE DE LA METHODE FACE AU STRESS

- D'où vient le stress
- Le cerveau gauche / droit
- L'organisation productive

PARTIE 5 /LES TECHNIQUES BIEN-ETRE POUVE ETRE PLUS EFFICACE

- Respi-relax
- L'imagerie positive
- L'impact du sens personnel

CONCLUSION :

- Bilan individuel
- Plan d'action

© VISION 2I

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT124D- OSER S’AFFIRMER Face aux autres

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Vaincre ses peurs et ses angoisses dans la relation avec les autres
- Apprendre à s'aimer et à se respecter

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: charge de l'activité commerciale. Et managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Les clés pour s'affirmer

Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / CONNAÎTRE SA PHOTOGRAPHIE RELATIONNELLE

- Découvrir son style assertif.
- Mettre en œuvre les clés pratiques d'attitude assertive.

PARTIE 2 / REPENDRE AUX COMPORTEMENTS DESTABILISANTS

- Faire face aux comportements de passivité, d'agressivité et de manipulation.
- Trouver les parades appropriées pour rester assertif.

PARTIE 3 / EXPRIMER UNE CRITIQUE CONSTRUCTIVE

- Préparer sa critique avec la méthode DESC.
- S'entraîner à la formule de façon assertive.

PARTIE 4 / GERER LES CRITIQUES

- Transformer les critiques en informations utiles.
- Utiliser les outils qui permettent la clarification et la transparence.

PARTIE 5 / SAVOIR S’AFFIRMER TRANQUILLEMENT DANS UNE RELATION

- Oser demander et savoir dire non lorsque c'est nécessaire.

PARTIE 6 / DEVELOPPER LA CONFIANCE EN SOI

- Transformer en positif les difficultés.
- Neutraliser l'impact des pensées négatives.

PARTIE 7 / RESOUDRE LES CONFLITS

- Repérer les sources de conflits.
- S'entraîner à sortir des conflits.

PARTIE 8/ NEGOCIER AU QUOTIDIEN AVEC REALISME

- Adopter des comportements gagnant-gagnant
- S'entraîner à construire des solutions négociées.

CONCLUSION

Comprendre l'énergie positive qui sommeille en chacun.

Se bâtir un programme progressif de confiance en soi.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT125D- ZERO STRESS

100% ESTIME DE SOI

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Donner ou redonner la confiance absolue en toute circonstance

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Groupe de 12 à 15 personnes

Public: Tous

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Comprendre d'où vient le stress

Phobie angoisse, etc ...

Comprendre pourquoi les gens ne s'aiment pas tels qu'ils sont

Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / LES 5 FACTEURS DE STRESS TRAC/ANXIÉTÉ/ANGOISSE/DEPRESSION/BURNOUT

- Le poids sociétal
- La mauvaise organisation
- La volonté de bienfaire

PARTIE 4 / LE POUVOIR DE LA CURIOSITÉ

- Le rôle de la chance
- Les formules qui changent notre vie
- Comment négocier ZEN

PARTIE 2 / L'IMPORTANCE CERVEAU GAUCHE/DROIT

- Le rôle de la méthode
- Les armes anti-stress
- Les solutions bien être

CONCLUSION

Se bâtir un programme individuel de confiance en soi

La maîtrise du succès

PARTIE 3 / LES 5 DIMENSIONS DE L'ESTIME DE SOI

- Pourquoi elle est indispensable
- La mauvaise estime de soi
- Les solutions internes/externes

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT126D- ANIMER ET DEVELOPPER SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Elaborer une stratégie de com digitale

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: charge de l'activité commerciale. Et managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Quels sont les choix à faire

- Omni canal
- Multi canal

Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / POURQUOI ANIMER EN INTERNE SON FB

- Qui doit le faire
- Quelles sont les grandes tendances
- Quelles sont les erreurs

PARTIE 2 / L'IMPORTANCE DE CO-BRANDING

- L'entreprise
- Le service concerné
- Le collaborateur

PARTIE 3 / BATIR UN PLAN MEDIA

- Quand/Comment/Avec qui
- Choisir le ton
- La stratégie Elon Musk

PARTIE 4 / LE POIDS DE LA VIDEO DANS LE DIGITAL

- Quel type de vidéo
- Qui/Comment
- Comment les faire circuler/à qui

PARTIE 5 / QUELS SONT LES AUTRES PISTES D'ACTION

- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Animer les blogs

CONCLUSION

Montrer son entreprise et ses services sur tous les canaux

Bâtir le plan de COM prioritaire

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT127D- DEVELOPPER VOTRE IMPACT PERSONNEL

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Utiliser toutes les techniques de communication que le corps et le cerveau mettent à notre disposition.

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: charge de l'activité commerciale. Et managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Pourquoi 50% de nous ne s'exprime jamais
Pourquoi nous n'osons pas

Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / Etablir une relation de succès.

- Travailler à l'analyse de soi et des style sociaux
- Comprendre l'importance de la synchronisation verbale et comportementale.
- Pourquoi et comment «Calibrer» votre interlocuteur

PARTIE 2 / ETABLIR UN CODE D'ACCES

- Mise en place du VAK
- Travailler les registres préférentiels
- L'Art du regard

PARTIE 3 / ETABLIR UN DIALOGUE SEREIN

- Le rôle de l'écoute active
- La technique du Metamodèle
- La technique du papier/écrit

PARTIE 4 / PRESENTER VOS IDEES POSITIVEMENT

- Le recadrage de sens
- La repartie
- La reformulation
- Faire adhérer l'autre

PARTIE 5 / LES SUPPORTS FACILITATEURS

- Le prompteur
- Les outils « implicators »

CONCLUSION

Chacun prend conscience du potentiel qui sommeil en lui/elle

Chacun se met à définir un programme d'évolution paramétré

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT128D- RÉUSSIR LES VENTES COMPLEXES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Sortir gagnant des négociations les plus difficiles
- Oser faire et dire ce que les autres ne font pas

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou remise à niveaux

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION :

La vente complexe et les clés de succès.
L'affrontement mental

Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Caractéristiques des ventes complexes qui peut les affronter

PARTIE 1 / QU'EST CE QU'UNE STRATEGIE DE VENTE COMPLEXE

- Le rôle de l'écrit
- L'approche PPD
- L'approche FAR

PARTIE 2 / COMMENT AMENER A UNE NEGOCIATION GAGNANTE

- Les outils d'aide a la décision
- Les 5 clés de la conclusion
- L'anticipation des objections
- La réponse aux objections

PARTIE 3 / COMMENT AFFIRMER SON MOI

- L'Art du Pitch
- Le positionnement social
- Le rôle des rencontres sociales

PARTIE 4 / COMMENT DENOUEUR UNE SITUATION

- La posture mentaliste
- Entrer dans la bulle client
- L'Art de la PNL

CONCLUSION

Prendre conscience que chaque vente se gagne avec la volonté et la méthode.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT129D- COMMENT PRENDRE LE POUVOIR DU TERRAIN SUR SON MARCHÉ

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Travailler la présence terrain avec régularité
- Imposer votre marque comme incontournable

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION :

Comment devenir le leader
Les erreurs, les pièges à éviter

Quiz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Caractéristiques des ventes complexes qui peut les affronter

PARTIE 1 / LA PROSPECTION

- Quand l'organiser et comment
- L'impact des 3 jours clés
- L'opération Commando
- Le rôle des panneaux
- Le questionnaire d'enquête
- Les supports terrain les plus efficaces

PARTIE 2 / LE FARMING

- Le rôle des 2 jours clés
- La stratégie parrainage
- L'armée des citoyens
- Le réseau B to B

PARTIE 3 / LES EVENEMENTS

- Les white days
- Les soirées ventes privées
- Le bilan mensuel des ventes
- Les opérations à thèmes (Noel, Collecte de jouets)
- Les actions solidaires
- Les actions communautaires

PARTIE 4 / LES ACTIONS D'ENVERGURE

- bus
- affichage
- Bâche
- Opération panneau MERCI
- sucettes

CONCLUSION

Ne pas laisser un pouce de terrain à vos concurrents.
Transformer votre nom en label.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 21 CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT130D- LES OUTILS DE VENTE ET LEUR POUVOIR DE PERSUASION

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Faire la différence face à la concurrence
- Avoir avec soi des supports qui vont maintenir l'attention du client
- Démontrer que tout ce qui est dit est écrit

PUBLIC. PRÉREQUIS. NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION :

Le pouvoir de l'écrit

Le fonctionnement analytique du cerveau

Le rôle des supports

Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Caractéristiques des ventes complexes qui peut les affronter

PARTIE 1 / LES SUPPORTS ACHETEUR

- Apprendre quand et comment se servir des supports
- Simulation – jeux de rôle
 - Les cartes profil feeling
 - Le book prompteur
 - La plaquette 13 clés
 - Les fiches découvertes
 - La fiche honoraires
 - La fiche visite et pré-closing
 - Les fiches objections
 - La fiche conclusion

PARTIE 2 / LES SUPPORTS VENDEUR

- Apprendre quand et comment se servir des supports
- Simulation – jeux de rôle
 - Le Book vendre en mode réussite
 - Les 7 péchés capitaux
 - Les 7 clés
 - L'argus des prix
 - L'observatoire marché
 - Les fiches vendeurs
 - La fiche mandat simple VS mandat exclu
 - Les fiches schémas
 - La fiche justification du prix

CONCLUSION

Programmer une nouvelle approche méthodique en clientèle.

Se constituer une bible du savoir économique, juridique et technique.

Classeur avant – après.

Revue de presse.

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite



LES PROGRAMMES SPECIAUX

2 MODULES PRÉSENTÉS

CECI N'EST QU'UN EXTRAIT DE NOTRE
CATALOGUE GLOBAL

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format* 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT113 - AVOIR REPONSE A TOUT : LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS / LES REPARTIES MAGIQUES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Être le premier à identifier le vendeur
- Être le seul à lui proposer vos services en exclusivité
- Rentrer du bon mandat au bon prix et en exclusivité

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs Responsables d'agence

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: ½ jour, 3 heures 30 min

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : L'objection est un paramètre inhérent à la vente et, à condition de savoir la traiter, permet de conclure plus rapidement

Partie 1 / La méthode de traitement en 4 temps :

- La reformulation positive
- Le recadrage de sens
- La hiérarchisation
- La réponse à apporter

- Partie 2 / Les principales erreurs commises :

- Comment se mettre à l'abri
- Ne pas traiter une fausse barbe : mode d'emploi
- Ne pas se jeter sur une objection prétexte

Partie 3 / Les exemples terrain :

- Chaque participant remet sa liste d'objections / réponses et traitement en direct avec le consultant

Partie 4 / Apprendre à parler positif :

- Pourquoi un discours positif pousse à l'action et pourquoi un discours négatif freine dans le processus
- Le vocabulaire idéal
- L'art de l'empathie
- Comment ne pas mettre le client en cycle de maintenance

LE POINT DE VUE DE LAURENT VERZELE

Destiné à tous ceux qui ne veulent plus être déstabilisés par les objections clients.

LES APPORTS DU STAGE : Ce stage, d'une 1/2 journée, est réservé à ceux qui veulent devenir de véritables spécialistes de la rhétorique. Il s'agit d'un stage avec des recettes pratiques, des modes d'emploi qui permettent de se sortir de situations à priori désespérées

© VISION 2I

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

VT114 - LE MENTAL VU PAR LES FORCES SPECIALES

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation ou conférence, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Développer son savoir faire
- Acquérir de l'autorité et de la maîtrise

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Public: Tout public impliqué dans la relation client.

Prérequis: aucun

Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers.
Évaluation des compétences par des ateliers pratiques;
études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

DURÉE ET MOYENS

Durée: 2heures

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

PARTIE 1 /

LA CONFIANCE EN SOI FACE AUX SITUATIONS A RISQUE

PARTIE 2 /

L'AUTORITE ET NON L'AUTORITARISME DANS LES MESSAGES

PARTIE 3 /

LE COURAGE ET L'ESTIME DE SOI

PARTIE 4 /

LA STABILITE EMOTIONNELLE FACE AU DANGER ET A L'IMPREVU

PARTIE 5 /

LES CYCLES DE PERFORMANCE

LES ZONES DE PRODUCTIVITE

PARTIE 6 /

LES RAPPORTS DE FORCE JUSQU'OU ON PEUT ALLER

PARTIE 7 /

NE PAS SUBIR
AVOIR UN COUP D'AVANCE PAR L'ANTICIPATION

PARTIE 8 /

LE DESACCORD: ASSUMER SES CHOIX

PARTIE 9 /

L'ENGAGEMENT : ALLER JUSQU'AU BOUT DE LA CONVICTION

PARTIE 10 /

LA CLARTE UN ORDRE EST SMAC

PARTIE 11 /

LA METHODE PAR ANTICIPATION ET LA PROGRAMMATION

PARTIE 12 /

L'HUMILITE, LE PIRE ENNEMI DE LA NECESSITE C'EST DE LA CROIRE ETERNELLE

CONCLUSION

© VISION 2I

**POUR TOUT
RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX

338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite