

COMMENT AVOIR LA MAINMISE SUR SON QUARTIER ET « EXPLOSER » LE STOCK MANDAT

TR062

**1 jour
(7 h)**

- Cas pratiques
- Support pédagogique
- Quiz d'évaluation finale

Tarif : **220 € HT**

SPÉCIALISATION

OBJECTIFS :

- Identifier le vendeur, le seul à lui proposer vos services en exclusivité

NIVEAU & PUBLIC :

Négociateurs, responsables d'agence
Prérequis : aucun

MATÉRIEL NÉCESSAIRE :

Vidéo projecteur, paper-board
Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S) :

Formateur : Professionnel spécialisé en techniques commerciales appliquées à l'immobilier
Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

 Programme accessible aux personnes en situation de handicap

PROGRAMME

I – 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) ?

II – 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.

III – LE NÉGOCIATEUR ET L'OCCUPATION TERRAIN

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

IV – LE NÉGOCIATEUR ET LA VISUALISATION

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

V – LE NÉGOCIATEUR ET LE TÉLÉPHONE

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

VI – LE NÉGOCIATEUR ET LES FICHIERS

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

VII – LE NÉGOCIATEUR ET SON ENVIRONNEMENT

- L'opération commerçants partenaires
- L'opération BtoB entreprises

VIII – LE NÉGOCIATEUR ET LA PRESSE

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

IX – LE NÉGOCIATEUR ET LA BOÎTE AUX LETTRES

- Les mailings de proximité
- Les outils décalés

X – LE NÉGOCIATEUR ET LA VITRINE

- « Enfin » rédiger une annonce vitrine en exclusivité ?
- Communiquer sur les « prix barrés »

XI – LE NÉGOCIATEUR FACE AU MARCHÉ

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

XII – LE NÉGOCIATEUR FACE À LUI-MÊME

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