



## L'Observatoire de l'Immobilier®

Cycle séminaires de formation continue

### NEGOCIATIONS IMMOBILIERES

- Octobre 2024 -

**Intervenant : Thibault de la Raîtrie**

## **Séquence 1: Conquérir des parts de marché par le développement quantitatif et qualitatif de l'offre de biens.**

### Les principes de base :

- Le positionnement du transactionnaire : processus usuel/processus qualitatif.
- Les chiffres du marché immobilier.
- L'expérience de Stockholm.

### ◇ 1<sup>er</sup> volet du développement de l'offre: Rechercher l'information et créer le contact vendeur.

- Les 13 axes de travail du négociateur.
  - La Zone d'Investigation Privilégiée (ZIP).
  - La prospection directe en VAV.
  - Le panneautage (2 + 2)
  - La pige téléphonique.
  - Le boitage (5).
  - La ressource acquéreurs.
  - L'opération Portes Ouvertes.
  - Les prescripteurs.
  - Le repêchage des mandats « vendus ».
  - Le parrainage.
  - La veille & le réveil de vos anciens clients acquéreurs.
  - Les modules Obs 974 sur les réseaux sociaux.
  - La règle des 3 S.
- Les objections du vendeur à la prise de RDV et leur traitement.
  - Les différents types d'objection.
  - Les principes du traitement.
  - Traitement pratique des objections récurrentes.
  - Mise en situation des participants.

### ◇ 2<sup>ème</sup> volet du développement de l'offre : La négociation qualitative de chaque mandat.

- Les outils de la négociation :
  - Le book agence.
  - Le livret de zone.
  - L'activité de l'agence sur la zone.
  - Les supports de l'Observatoire : Analyse EASY, attractivité du bien, IMMI, analyse de positionnement.

- Le RDV vendeur :
  - La découverte du bien (R1)
  - La découverte personnelle (R1)
  - La négociation du prix de mise en vente (R1 ou R2)
  - La présentation de l'agence et la valorisation de ses méthodes de travail (R1 ou R2)
  - La négociation des conditions du mandat dans un objectif d'exclusivité.

- le Top-Départ :
  - La diffusion interne de l'information.
  - La définition du PSC.
  - L'activation du fichier acquéreur.
  - La mise en place des différentes actions commerciales.
  - La mise en oeuvre de ses engagements commerciaux.

◇ 3<sup>ème</sup> volet du développement de l'offre : Gérer le mandat dans le temps pour l'optimiser.

- L'information permanente du vendeur.
  - L'application du PSC
  - Le principe une action/une information.
  - Le choix stratégique du média.
  - L'analyse de positionnement (mensuelle).
  - Le support de l'IMMI (selon indicateurs).
- Le suivi systématique et réactif du vendeur.
  - La progression du vendeur sur sa courbe.
  - Le constat partagé.
- La négociation régulière des conditions du mandat.
  - Les trois axes de la négociation : nature/prix/visites.
  - Les modalités de la négociation.

## Séquence 2 : Transformer le contact en vente.

### Préambule : Quelques fondamentaux appliqués à l'immobilier.

- La PNL.
- La courbe d'appétence de l'acquéreur.
- La notion de "Juste à temps".

- Le traitement du contact :

- Le filtre de la préqualification du prospect.
- Les objectifs de la qualification du prospect : typologie et déterminismes.
- Les freins psychologiques à la prise de décision.
- Le principe de la prise d'autorité initiale.

- L'entretien de découverte :

- Le déroulé chronologique de l'entretien.
- La méthode d'investigation Logement/Personne.
- Les questions fondamentales.
- L'analyse du positionnement du prospect sur sa courbe.
- Le plan de financement : un préalable indispensable.
- La présentation de l'agence et de ses méthodes de travail.
- Présentation de l'IMMI : positionnement du négociateur/conditionnement de l'acquéreur.
- Les conditions d'une visite éventuelle.

- La sélection des biens et l'organisation des visites :

- L'adéquation totale sélection des biens/courbe d'appétence.
- La logistique.
- Le déroulé des visites.
- Le comportement à adopter en visite.

- Le débriefing agence :

- L'adéquation nécessaire souhaits/marché.
- Susciter la modification du cahier des charges.
- Développer un argumentaire personnalisé.

- Le traitement des objections récurrentes :

- La gestion de l'acquéreur dans le temps :

- Gérer un fichier qualifié et actualisé.
- Développer une analyse permanente de son client.
- Agir comme force de proposition alternative.

- La conclusion et la confortation :
  - Le retour sur investissement de l'entretien de découverte : motivation et déterminismes.
  - Faire appel à une seconde main éventuelle.
  - Obtenir une offre optimum de l'acquéreur (voir IMMI selon indicateurs).
- Transformer l'offre d'achat en vente :
  - Le conditionnement du vendeur et la préparation du RDV.
  - Les 3 étapes du RDV vendeur.
  - La négociation optimum du prix (et de l'intégrité des honoraires !).
- Du compromis à l'acte : le suivi de l'acquéreur.
- Le bilan et les objectifs personnels des participants.

## ANNEXE

Afin de faciliter une mise en place rapide des différents axes de développement préconisés dans ce séminaire, nous vous proposerons les outils suivants :

- le book agence
- la fiche technique vendeur (A, M).
- la fiche de suivi vendeur (pour agence travaillant sans logiciel de transaction).
- la fiche de suivi vendeur (pour agence travaillant avec logiciel de transaction).
- l'attestation de valeur.
- le mailing « j'ai vendu ».
- le mailing vendeur-mandant.
- le mailing vendeur-prospect.
- les mailing vendeur actions commerciales.
- le courrier d'accompagnement du CRV.
- le CRV.
- le mailing de recherche d'acquéreurs.
- la matrice du mandat de négociation.
- la fiche technique acquéreur.
- l'étude financière personnalisée.
- la fiche de suivi acquéreur.
- le tableau des engagements commerciaux de l'agence.
- le processus de traitement Contact Acquéreur
- le Plan Stratégique de Communication



## CONVENTION DE FORMATION

**La Sarl Synergimmo Développement**, sise Moulin de Kerharo 29770 Cléden Cap Sizun, inscrite au RCS de Quimper sous le numéro 500358890, prestataire de formation déclaré en Préfecture sous le N° 53290824429, porteuse de la marque « **L'Observatoire de l'Immobilier®** » et représentée par **Monsieur Olivier PARIS**, Gérant, nommée **le prestataire**, d'une part,

**La société** \_\_\_\_\_, sise \_\_\_\_\_ (Réunion) et représentée par \_\_\_\_\_, nommée **le client**, d'autre part,

arrêtent la convention suivante:

### 1 - Objet :

Le prestataire organisera un séminaire de formation intitulé « Négociations Immobilières » auquel participeront les collaborateurs suivants :

Prénom et Nom	Ancienneté dans la fonction	Séquence 1 et/ou 2

### 2 - Modalités de réalisation :

Cette action de formation se déroulera aux dates suivantes :

- Séquence 1, dédiée à l'offre de biens : 7, 8, 9 Octobre de 9H à 12H30
- Séquence 2, dédiée à la demande de biens : 14, 15, 16 Octobre de 9H à 12H30

Au Golf du bassin bleu (Villèle).

### 3 - Programme et animation du séminaire :

Le programme du séminaire est joint en annexe. L'animation est assurée par Thibault de la Raîtrie, gérant de l'agence LNA (Saint-Denis) et membre éminent & historique de l'Observatoire.

### 4 - Conditions financières :

- Séquence 1 : coût par participant de 425 euros HT.
- Séquence 2 : coût par participant de 425 euros HT.
- Séquence 1 & 2 : coût par participant de 795 euros HT.

Organisme agréé, **nos prestations sont bien entendu prises en compte dans le cadre de l'obligation de formation loi Alur**. Par contre, **nous avons décidé de ne pas nous soumettre au dispositif Qualiopi** qui place les organisme de formation sous la dépendance de sociétés tierces : nos séminaires n'ouvrent donc plus droit à la participation financière des Opco.

Fait à \_\_\_\_\_, le \_\_\_\_\_ 2024.

**Le Client**

**Le Prestataire**