

# Vendre son prix et défendre ses marges



## Publics

- Gestionnaire de clientèle vendeur de crédit immobilier



## Particuliers



Durée : 1 journée



## Objectifs de la formation

- Savoir adopter une démarche structurée pour négocier gagnant et savoir concrétiser une proposition comprenant la vente du crédit et les produits et services connexes
- Savoir détecter les motivations du client pour accélérer la vente et défendre son offre face à une ou des offres concurrentes



## Pré-requis

- Expérience de la vente de crédit immobilier
- Connaissance de la gamme des produits et services



## Eléments du programme

### LES POINTS CLES D'UNE DECOUVERTE EFFICACE

- Etudes de cas et mises en situation :
  - Le client à plusieurs propositions de la concurrence,
  - un prospect vient nous rencontrer,
  - Evaluation du potentiel client (selon l'adage « il vaut mieux être plusieurs sur une bonne affaire que tout seul sur une mauvaise ! »).

### L'OPTIMISATION DE LA PROPOSITION COMMERCIALE (GLOBALE, MAJEURE, ALTERNATIVE)

- Travaux en sous groupe puis restitution :
  - Apport du formateur,
  - Echanges d'expériences.

### L'ARGUMENTATION DE L'OFFRE A PARTIR DES PRIORITES DU CLIENT (MENSUALITE, COUT, DELAI...)

- Jeu collectif « Comment adapter l'argumentation aux motivations de l'interlocuteur » :
  - Quelle proposition achèteriez-vous ?

### LE TRAITEMENT DES PRINCIPALES OBJECTIONS

- Jeu « OBJECTOR » (recherche de réponse spontanée ; installation de réflexes) :
  - C'est trop cher,
  - Je veux réfléchir,
  - Je souhaite comparer,
  - Je veux en parler à mon conjoint...

### LES 5 REGLES D'OR EN NEGOCIATION COMMERCIALE ET LEUR UTILISATION POUR LA DEFENSE DES PRIX EN CREDIT IMMOBILIER OU CONSO.

- Etudes de cas et mises en situation pour s'approprier une méthode :
  - « La négociation intuitive en position de force »
  - « Utilisation de la méthode quand le client est en situation de force »,
  - « Son optimisation en situation neutre »,
  - « Son utilisation pour sortir en situations difficiles (remise d'IRA, renégociation de taux, remise en question des ventes associées) ».

### SAVOIR CONCLURE :

- Les leviers pour emporter l'adhésion du client,
- Le suivi du client ou du prospect,
- La relance du prospect qui refuse l'offre.