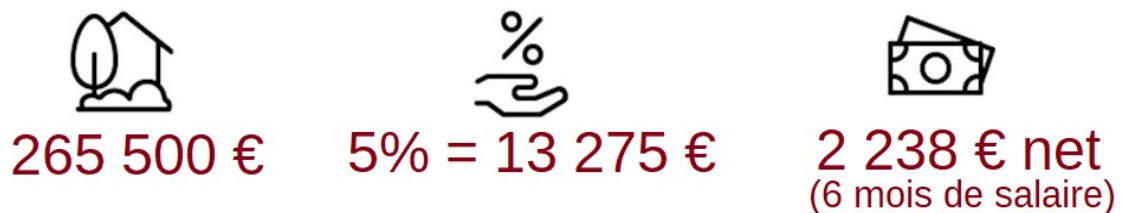
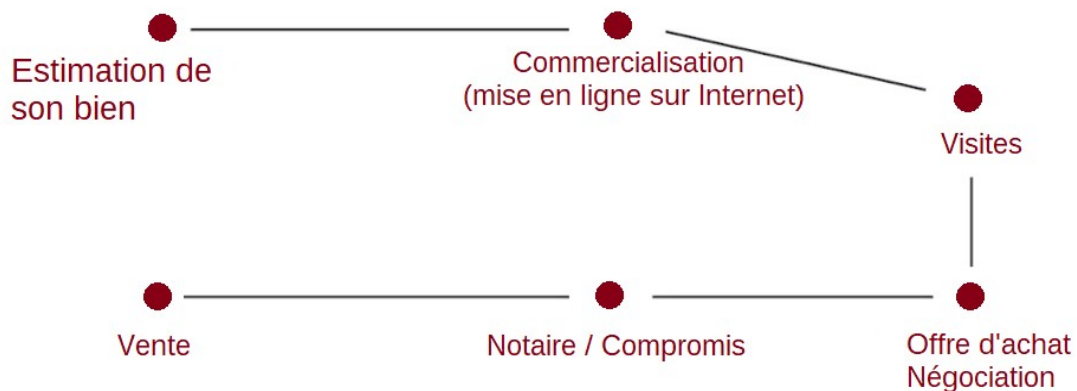


COMMENT CONVAINCRE UN PROPRIÉTAIRE DE NE PAS VENDRE TOUT SEUL

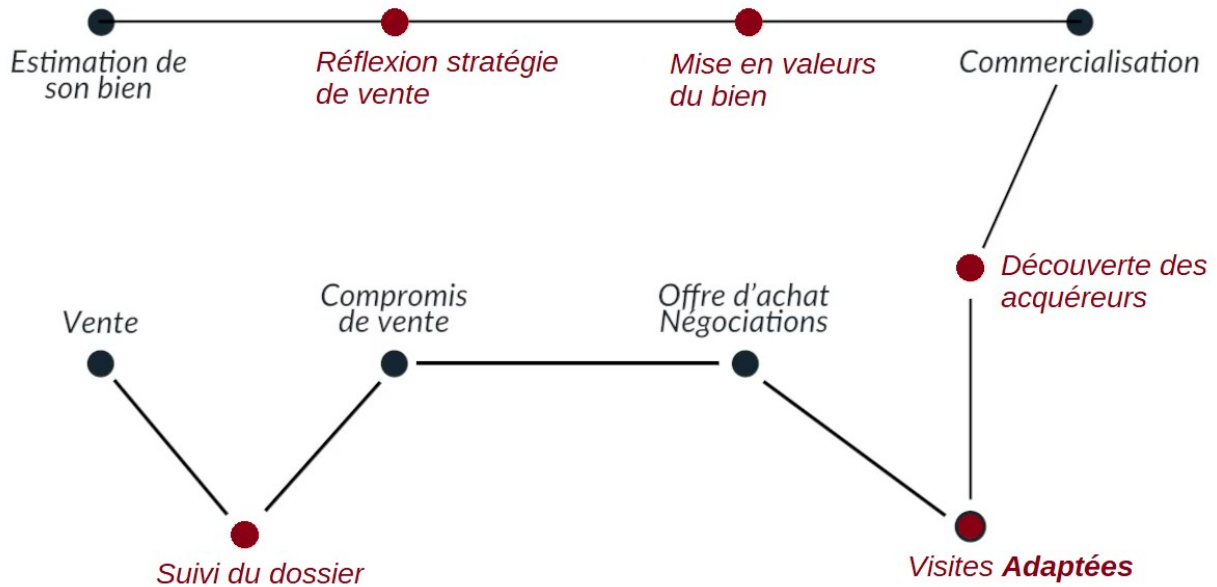
VENDRE SEUL ET ÉCONOMISER LES FRAIS D'AGENCE



Le parcours de vente imaginé **par le particulier**



LE PARCOURS DE VENTE PARTICULIER VS PROFESSIONNEL



LE PARCOURS DE VENTE

	<u>PARTICULIER</u>	<u>PROFESSIONNEL</u>
1. ESTIMATION	Bon prix = vente Pas de stratégie de vente, commercialisation directe	Stratégie de vente Déterminer la cible puis commercialiser
2. COMMERCIALISATION	Nb de photos minimum Site de PAP gratuit	Avantages : - Photos professionnelles - Visites virtuelles - Diffusion sur plusieurs portails - Vitrine - Réseaux sociaux

→ expliquer le bénéfice des outils que vous proposez

IMAGE 1



IMAGE 2



LA GESTION DES VISITES

<p><u>PROFESSIONNEL</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Réactivité à répondre aux appels - Découverte client : comprendre le projet de l'acquéreur <i>(visites qualifiées, moins de négociations, ...)</i> - Rôle d'intermédiaire
<p><u>PARTICULIER</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de réactivité : perte du contact ou de la qualité de relation - Présente ce qui est important POUR LUI : arguments sans impacts + effet inverse - Acquéreur a un filtre face au vendeur et n'ose pas émettre des objections

LE PROFESSIONNEL PENDANT LA NÉGOCIATION

1. Rôle d'intermédiaire

Connaître les besoins et envies de chaque partie et assurer le bon déroulement de la négociation

2. Historique de l'acquéreur

Arguments plus impactants s'il souhaite faire une offre basse

3. Rassurer l'acquéreur sur le prix

Montrer des exemples de biens vendus dans le secteur

4. Rôle du courtier

Vérification des financements, collaboration avec des courtiers

5. Le closing

- Service de compromis au sein de l'agence
- Travail avec des notaires donc délais plus rapides

1. Le client souhaite d'abord essayer seul

OPTION A :

Le client essaye seul, échoue puis appelle l'agence

 300K  PAS DE VENTE  15K

→ rediffusion du bien à 315K illogique donc
vente à 285K = **perte de 15K**

OPTION B :

Le client tente d'abord avec l'agence

 **315K**  fin du mandat,
nouvelle diffusion  **300K**

→ **rediffusion avec une baisse de prix**
= nouveauté, afflux de clients

2. Le vendeur se met à la place de l'acquéreur

 Le pro c'est **VOUS**

 L'immobilier n'est **PAS** une
science exacte

 Bonne diffusion / commercialisation
= **vente plus cher**

 Les acquéreurs cherchent un
projet de vie