

# SE DIFFÉRENCIER

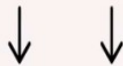
Le marché immobilier en quelques chiffres



## ÉVOLUTION DU MARCHÉ IMMOBILIER



2017 / 2018 : Années records en nombre de transactions immobilières



1 millions de transactions chaque année



Quel rapport un français entretient-il avec le monde de l'immobilier ?

Le marché immobilier en quelques chiffres



**2018**



1 MILLIONS DE TRANSACTIONS



RÉALISÉES PAR UN PROFESSIONNEL

PARTICULIERS QUI TENTENT DE VENDRE LE BIEN DIRECTEMENT



**72% VENDENT FINALEMENT GRÂCE AU PROFESSIONNEL**

## LE RÔLE D'ACCOMPAGNATEUR DE PROJET




*GAGNEZ LA CONFIANCE DE VOS CLIENTS*



Savoir faire ou Savoir être ?



### ANALYSE D'UNE ERREUR SOUVENT COMMISE

- Argumentaire commercial 
- Rendez-vous d'une heure 
- 45 minutes consacrées à son argumentaire 



- Prendre le temps de s'intéresser à la vie du client et créer un sentiment de confiance

## L'impact de l'image

### AUGMENTER SA VISIBILITÉ



### S’AFFICHER PERMET DE RETENIR L’ATTENTION ET INSTAURE UN SENTIMENT DE CONFIANCE

#### Définir les actions à mettre en place



### UNE COMMUNICATION VISUELLE



La vidéo est un excellent référencement pour votre entreprise et votre site

Se mettre en avant rassure vos clients



Les photos doivent sublimer votre communication et être diffusées sur plusieurs portails

Définir les actions à mettre en place



## LA GESTION DU SUCCÈS<sup>👑</sup>

- ⌚ Prendre le temps de mettre en avant ses succès
- 🏠 Se présenter à la copropriété comme étant le référent de la vente



Cela accroît vos chances d'être contacté pour une prochaine vente



Valoriser ses avis clients

## COMMENT TROUVER DE NOUVEAUX CLIENTS ?



VENDEUR



ACHETEUR

Mettre en avant  
ses annonces de  
recherche

← BUDGET  
AGENCE

90% des  
dépenses

## PHASE DE COMMERCIALISATION DU BIEN



**RELANCE DE SON FICHER  
ACQUÉREUR**



**DISTRIBUTION SUR LES  
DIFFÉRENTS SUPPORTS  
PUBLICITAIRES  
(PHOTOS, VIDÉOS, FLYERS,...)**



**FAIRE SYSTÉMATIQUEMENT UN  
RENDU D'ACTIVITÉ AU CLIENT**

### **REMINDER**

*- UN MANDAT EXCLUSIF SE  
TRAVAILLE DANS LE TEMPS*

*- SE DIFFÉRENCIER EN  
DONNANT DE L'IMPORTANCE  
AU CLIENT*

## CE QUE JE PEUX FAIRE POUR VOUS :

- 1 | ESTIMATION DU BIEN
- 2 | COMMUNICATION
- 3 | VISITES
- 4 | SUIVI DU DOSSIER
- 5 | FINANCEMENT DE L'ACHETEUR
- 6 | RÉDACTION DU COMPROMIS

## CLIENT ?

**V**ISUEL

**A**UDITIF

**K**INE

## UNE VISITE EN DEUX TEMPS

### UNE ARGUMENTATION POSÉE

Les phases d'écoute sont les plus importantes  
Savoir écouter au lieu de parler trop

### LE DÉBRIEF

Comprendre les critères d'un client afin de  
personnaliser la visite

**V**isuel : Recherche le volume, la luminosité

**A**uditif : Recherche le calme

**K**inesthésique : Besoin de s'approprier le lieu

## ÊTRE LE MANAGER DE LA VISITE

- ⊕ Choisir l'ordre des pièces à visiter
- ⊕ Maîtriser le bien, avoir toutes les données techniques
- ⊕ Ne pas répondre à toutes les questions
- ⊕ Proposer de revenir sur les questions à la fin de la visite
- ⊕ Débrief dans la pièce la plus importante

### Les outils de demain

**S O C I A L M E D I A**



### À QUOI SERVENT-ILS ?

**ENTREtenir une PROXIMITÉ AVEC SES PROSPECTS**

**DEVENIR UN RÉFÉRENT LOGEMENT**

**ÊTRE DÉCALÉ TOUT EN RESTANT PROFESSIONNEL**

**APPORTER DE LA NOUVEAUTÉ À SES SERVICES**

## LA VITRINE : L'OUTIL DE DEMAIN

⌚ L'horloge tourne, le bien ne se vend pas :

### CLIENTS DÉMARCHÉS

⌚ Se tournent vers les professionnels qui les ont démarché

### CLIENTS IMPATIENTS

⌚ Recherchent une agence de proximité

### CRÉER UNE DIFFÉRENCE PAR LE BIAIS DE SA VITRINE :

- ⊕ Proposer un service différent
- ⊕ Être ultra présent
- ⊕ Utiliser un format différent
- ⊕ Un message percutant
- ⊕ Montrer au client que vous êtes le meilleur
- ⊕ Communiquer sur ses succès