



# PROGRAMME DE FORMATION

Organisme de formation : UN + Formations - SIRET 81949915300057

Référence et Intitulé : CV155-1 - Savoir "radiographier" ses clients vendeurs, acquéreurs et bailleurs : étape de la négociation

Durée : 7h00

Type : Classe Virtuelle

## Public

Managers, Collaborateurs intervenant en transaction

## Objectifs pédagogiques

- Maîtriser la découverte efficace des besoins techniques, psychologiques et financiers.
- Savoir qualifier les prospects acquéreurs afin de déterminer les actions à entreprendre en priorité.
- Répondre aux attentes des clients en gérant mieux leur projet de vente, d'achat, de mise en location.
- Savoir utiliser tant avec efficacité et de façon structurée les éléments de la découverte des prospects, clients vendeurs, acquéreurs et bailleurs.

## Pré-requis

Etre un professionnel de l'immobilier

## Programme

### 1 - INTRODUCTION :

- Pose du problème, définition, éléments de diagnostic.

### 2 - L'OPTIMISATION DES TAUX DE TRANSFORMATION

L'analyse des « ratios commerciaux »..

La nécessaire prise de conscience du préalable avant toute négociation.

### 3 - LES TECHNIQUES DE DIALOGUE ET DE QUESTIONNEMENTS

Un préalable : la « mise en confiance »

Se familiariser avec la technique du « F.O.R.A.I. »

la pratique de « l'écoute active »

### 4 - QUAND ? OU ET COMMENT RADIOGRAPHIER les prospects vendeurs et bailleurs ?



Document établi via  
la Plateforme F Immobilier  
[www.plateformef.com](http://www.plateformef.com)

Editeur accrédité : Meelk  
40 Rue du Louvre - 75001 Paris  
SIREN 844 282 863 RCS Paris

SAS au capital de 5 000 €  
APE : 6201Z  
TVA Intra. : FR 24 844282863  
ICS : FR63ZZZ85B0FE



# PROGRAMME DE FORMATION

- La mini-découverte dès le contact initial
- La découverte des motivations et des attentes du client
- Que doit-on savoir d'un prospect vendeur, d'un prospect bailleur ?
- Au plans technique, psychologique et financier,
- Quels constats doit-on faire en fin de radiographie
- Savoir identifier les clients « vraiment vendeurs »
- Ne pas commencer à argumenter avant de savoir ce qu'attend le client de l'agence.

## 5 - LES OUTILS DE LA RADIOGRAPHIE EFFICACE AVEC L'ACQUEREUR

- La pré-découverte au téléphone, objectif, moyens, durée
- La découverte technique, psychologique (SONCAS, VAK, etc.), financière
- Distinction et prise en compte du projet, des besoins, attentes, motivations, mode de vie
- L'intérêt d'une découverte en mode terrain
- Quand utiliser le mandat de recherche ?
- Comment identifier l'acheteur prêt à s'engager et se débarrasser des acquéreurs « mangeurs de temps »

## 6 - L'INDISPENSABLE QUALIFICATION DES ACQUEREURS

- Que faut-il savoir en fin de radiographie ?
- Le verrouillage de la radiographie
- Savoir affiner la découverte par la visite et le debriefing en retour de visite

## 7 - CONCLUSION :

- synthèse du stage.

### Moyens pédagogiques

Séance de formation en classe virtuelle.

Support pédagogique disponible en ligne via l'espace utilisateur de chaque apprenant sur [www.unplus.fr](http://www.unplus.fr)

### Moyens d'évaluation

Validation de l'acquisition des connaissances via un quiz à l'issue de la classe virtuelle directement via l'espace utilisateur de chaque apprenant sur [www.unplus.fr](http://www.unplus.fr)

Taux de bonnes réponses minimum à obtenir : 80 %.

Coordonnées pour support :

- e-mail : [contact@unplus.fr](mailto:contact@unplus.fr)

### Matériel nécessaire

Ordinateur ou tablette avec connexion internet.

Navigateur préconisé : Chrome.

