

# Vendre du Neuf en 2026

## Se motiver et s'adapter dans le contexte actuel

### *Programme détaillé*

#### **1. LE CONTEXTE ACTUEL DE LA VENTE DE LOGEMENTS NEUFS**

- Les nouveaux comportements des acquéreurs notamment ceux provenant par internet et les difficultés à prendre en compte.
- Comment vendre à des niveaux de prix élevés, à des clients attentistes dans un environnement économique incertain ?
- Les nouvelles qualités à développer et les comportements à adopter.

#### **2. LES EVOLUTIONS DANS LA METHODE DE VENTE IMMOBILIERE**

- Quelles différences il y a t'il entre informer, conseiller, renseigner et vendre ?
- Pourquoi c'est au commercial de vendre et non au client d'acheter ?
- Comment limiter le nombre de rendez-vous avec le même client ?
- Comment la méthode de vente permet d'anticiper toutes les objections rencontrées dans la vente immobilière ?

#### **3. QUELLES SONT LES ETAPES INCONTOURNABLES DE LA METHODE DE VENTE IMMOBILIERE ?**

- **Comment réussir l'accueil ou la prise de contact**
  - Comment prendre le contrôle de la situation avec un prospect qui veut mener l'entretien ?
  - Comment répondre aux questions : "Quels sont vos prix au m2 ", "J'ai vu un plan sur internet", "Montrez-nous ce que vous avez "
- **Comment réaliser la découverte ?**
  - Quelles sont les différences entre la découverte des besoins des clients et celle des caractéristiques des produits ?
  - Comment faire évoluer les perceptions du client vers les caractéristiques du produit et éviter les modifications ?
  - Comment préparer les argumentaires clients et anticiper les objections lors de la découverte ?
  - Comment préparer la conclusion dès l'étape découverte ?
- **Comment justifier la découverte financière ?**
  - Pourquoi il est indispensable de calculer le budget potentiel du client avant toute proposition ?
  - Comment justifier la découverte financière auprès du client et ne pas prendre pour argent comptant le budget calculé par la banque du client ?
  - Comment traiter les objections ? : "Je fais mon affaire du financement" ? "Montrez-nous d'abord ce que vous faites, on verra après pour le financement" "L'argent ce n'est pas un problème".....
- **Comment sélectionner l'offre la mieux adaptée ?**
  - Comment déceler les paramètres prioritaires ?
  - Comment hiérarchiser et gérer les contradictions du prospect
  - Comment le préparer à faire des choix donc à renoncer

- **Comment valoriser le client à travers le site ?**

- Selon que l'on s'adresse à un utilisateur ou à un investisseur,
- Selon les modes de vie et les modes de projection du client dans le site.
- Comment traiter les objections concernant le site telles que « c'est trop loin », « le quartier est en devenir » ?

- **Comment valoriser le client à travers la résidence**

- Selon que l'on s'adresse à un utilisateur ou à un investisseur,
- Selon les modes de vie et les modes de projection du client dans la résidence.
- Comment traiter les objections concernant la résidence, telles que « trop de logements », « logements sociaux », « vis à vis trop proche », « proximité d'une nuisance »

- **Comment valoriser le client à travers le modèle ?**

- Selon que l'on s'adresse à un utilisateur ou un investisseur,
- Selon les modes de vie et les modes de projection du client dans le logement.
- Comment traiter les objections concernant l'appartement telles que « trop petit » « mal disposé », « prestations basiques »

- **Comment présenter le prix et le financement**

- Comment présenter le prix comme un élément du financement ?
- Comment justifier les niveaux de prix actuels, démontrer au client que les prix ne peuvent pas baisser et sécuriser la revente ?
- Comment gérer les objections lors de la présentation du prix et du financement : "C'est trop cher", "Je vais voir ma banque", "Je fais le tour de la concurrence" ? "Vos concurrents nous offrent telle chose", "Je n'achète qu'avec un rabais"

- **Comment vérifier la disponibilité et justifier la décision immédiate ?**

- Comment accélérer la prise de décision du client y compris face à des concurrents qui font des offres promotionnelles ?
- Comment provoquer la prise du 2ème rendez-vous lors de la vérification de la disponibilité ?

- **Comment conclure le rendez-vous ?**

- Comment provoquer la prise d'un nouveau rendez-vous
- Comment vérifier la maturité dans la prise de décision ?
- Comment justifier le moment d'acheter et vaincre l'attentisme ?

- **Différence entre la conclusion et le closing**

- Comment préparer la décision immédiate dès le début de l'entretien ?
- Comment justifier et provoquer la décision immédiate ?
- Quels sont les accélérateurs de décision ?
- Comment traiter les objections lors de la prise de décision : "Je veux réfléchir, on vous téléphonerait, jamais la première fois, la nuit porte conseil" ?

- **Comment conforter la décision immédiate ?**

- Que ce soit en cas de décision immédiate ou de prise d'un nouveau rendez-vous.
- Comment gérer le délai de réflexion et éviter les annulations ?
- Comment anticiper les objections à l'égard du maintien de la décision ?

#### **4. SYNTHÈSE, ÉVALUATION DE LA FORMATION**

## Les modalités de participation

- ✓ DUREE : 14 heures
- ✓ PRESENTIEL :  
2 sessions de 7h
- ✓ DISTANCIEL :  
4 sessions de 3h30
- ✓ DATES : nous consulter
- ✓ DELAIS : accès à la formation  
après proposition, 2 mois maximum
- ✓ INDICATEUR DE RESULTAT :  
Satisfaction client 2025 : 98%  
Taux d'abandon : 0%
- ✓ HORAIRES :  
9h00-12h30 et/ou 13h30-17h

Multiscore est certifié Qualiopi

## Si l'une de ces bonnes raisons vous concerne... (Objectifs de la formation)

- **Connaitre** les méthodes et les techniques utilisées par les commerciaux les plus performants dans le marché actuel.
- **Maitriser** les fondamentaux de la méthode de vente.
- **S'adapter** au ralentissement de la demande et à une concurrence plus nombreuse.
- **Faire adopter** aux commerciaux les nouvelles techniques et attitudes adaptées aux évolutions du marché et à celles de la concurrence.
- **Entraîner** les commerciaux à l'acquisition de nouveaux réflexes.

## ... inscrivez-vous dès maintenant !

### Tarification comprenant :

- La préparation de l'animation
- Les phases d'animation
- Les déplacements du consultant (si formation présentielle)
- Les aspects administratifs
- Les remises d'attestations individuelles loi Alur

**Le nombre de participants est limité à 8 en distanciel et 10 en présentiel pour des raisons d'efficacité d'interactions et pédagogiques.**

### Les participants (Public visé et prérequis)

- **Les vendeurs débutants** pour qui il est important dès le départ d'avoir de bonnes bases.
- **Les vendeurs confirmés** qui, de par les évolutions liées au marché actuel, doivent renforcer leur compétence.
- **Les chefs de vente ou responsables** de programmes désireux de relayer la formation à leurs vendeurs, de les animer et de les suivre à partir d'une méthodologie claire et précise.
- **Et tous ceux** qui veulent développer leur niveau de professionnalisme face à l'évolution du marché et degré d'exigence de la clientèle actuelle.

### Animation

Un consultant spécialisé dans l'animation des méthodes de vente Multiscore.

## MULTISCORE

91, rue du Faubourg-Saint-Honoré

75008 PARIS

Tél : 01 44 71 36 07

e-mail :

[info@multiscoretgs.fr](mailto:info@multiscoretgs.fr)

[www.multiscore-formation.fr](http://www.multiscore-formation.fr)

N° Organisme : 11754870675

### Référents :

Pédagogique, administratif et handicap

Philippe Fauré

[philippe.fauré@multiscoretgs.fr](mailto:philippe.fauré@multiscoretgs.fr)

Connection (formations distanciel)

Gino Lazzaro

[gino.lazzaro@multiscoretgs.fr](mailto:gino.lazzaro@multiscoretgs.fr)

## Méthodes et Moyens pédagogiques

- des exposés faits par l'animateur.
- des discussions de groupes.
- des exercices d'application
- exposés de cas concrets
- travail sur les situations rencontrées par les participants
- questionnaires d'évaluation de la formation.
- (présentiel) une feuille de présence sera signée par chacun des participants permettant d'attester de l'exécution de l'action de formation
- (distanciel) une attestation d'assiduité sera transmise à chacun des participants permettant d'attester de l'exécution de l'action de formation

## Document remis

Support de formation

## Formule à Distance

La formation à distance est effectuée via le logiciel ZOOM.

L'ouverture d'un compte gratuit permet au participant d'accéder à la formation. Les liens de connexion à la formation sont communiqués au préalable aux participants.

## A l'issue de la formation, une attestation de formation\* éligible loi Alur vous sera délivrée

*\* L'obligation de formation continue instaurée par la loi **ALUR**, définie (décret du 18 février 2016, JO du 21/02/2016) un volume de formation obligatoire de 14 heures par an (ou 42 heures sur trois ans)*