



Objectif principal

Devenir confortable à répondre aux objections les plus courantes durant vos activités de prospection dans le but d'aider votre prospect à avancer dans son processus de décision.

LA BONNE NOUVELLE ...

Ce sont toujours les mêmes objections qui reviennent, donc: vous n'avez PAS à apprendre une tonne de réponses aux objections par Coeur !

Cette formation N'EST SURTOUT PAS la présentation d'une série d'objections pour savoir quoi dire juste avec les MOTS ou les scripts...

DANS CE WEBINAIRE notre PLAN en (5) PARTIES:

1. Les notions essentielles pour faire face aux objections;
2. Les 4 catégories d'objections communes à maîtriser;
3. 7 étapes pour répondre aux objections
4. Comment se synchroniser avec le profil de votre client potentiel pour faciliter votre communication
5. Résumé et recommandations incluant un bonus complémentaire pour le suivi de vos prospects.



PREMIÈRE PARTIE

Les notions essentielles pour faire face aux objections

Dans cette première partie:

- 
- Comprendre la nature des objections
 - Distinguer l'objection mineure d'une VRAIE objection
 - L'approche de la mise en scène pour désamorcer l'objection mineure

QU'EST-CE QU'UNE OBJECTION ?



En général, **une objection...** c'est: un déclencheur qui provoque une discussion en prenant en considération **le** point de vue du prospect à chaque étape de son processus de décision.

Le prospect a des objections à chaque étape de son processus de décision

Que ce soit pour: conclure un rendez-vous et un contrat de courtage ou négocier une transaction...

Les principales raisons d'un client potentiel d'avoir une objection...

1. Il ne comprend pas l'argumentation du courtier
 2. Le client cherche à se défendre à cause de ses préjugés
 3. Il est inquiet et cherche à se rassurer
 4. Il n'est pas d'accord
 5. Il cherche à prendre du recul pour faire le tri de ses pensées
 6. Il cherche à obtenir des avantages de votre part
 7. Il a peur de se faire avoir...
- Etc... etc... etc..

Vous devez comprendre la **nature** des OBJECTIONS pour :

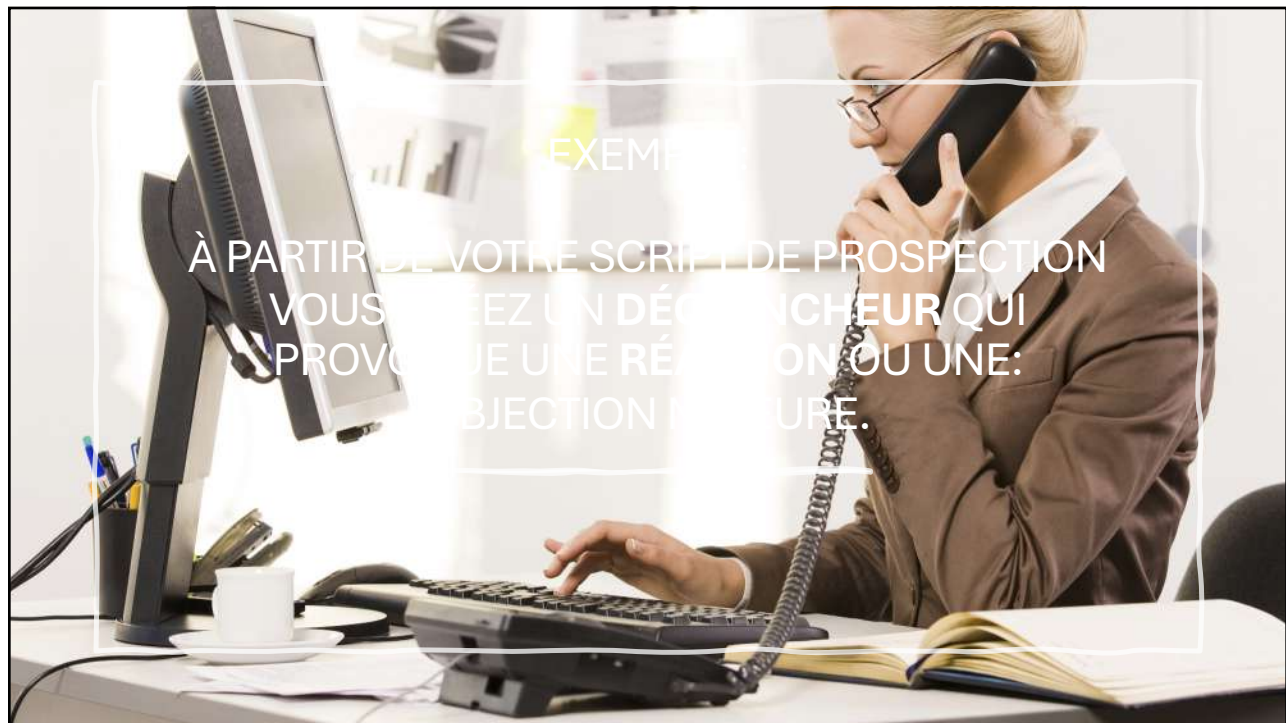
1. Mettre en perspective les commentaires, questions ou blocages durant une intervention pour mieux répondre aux VRAIES objections
2. Faire une distinction entre une objection MAJEURE et une objection MINEURE

RÉACTION
traitée comme une
OBJECTION MINEURE ?

Apprendre à faire la distinction pour créer une relation de confiance.

La réaction du prospect représente souvent une OBJECTION MINEURE, exprimée par un simple commentaire, question, blocage ou même une condition du prospect pour **ralentir le processus de réflexion ou de décision**

En général... une majorité d'objections mineures sont traitées durant les activités de prospection ce qui permet de réduire le nombre d'objections durant le rendez-vous.



EXEMPLE :

À PARTIR DE VOTRE SCRIPT DE PROSPECTION
VOUS CREEZ UN DÉCLENCHEUR QUI
PROVOQUE UNE RÉACTION OU UNE:
OBJECTION TYPE.

SCÉNARIO: propriétaire ciblé autour d'un vendu
Note - extrait de la formation: approches de prospection

Vous êtes le propriétaire ?...Bonjour... moi c'est: votre courtier immobilier du secteur !

J'ai pensé vous remettre les infos de la dernière inscription (vendue ou à vendre)...

Je cherche des propriétaires qui souhaitent connaître la valeur de leur propriété pour faire un changement, parce que, soit:

« La maison est devenue trop grande, pour d'autres trop petite ou ils ont besoin de changer leur mode de vie et parfois, ils aimeraient réaliser un projet en particulier »

Puis-je vous demander **si dans les conditions idéales** vous souhaitez vendre votre propriété dans la prochaine année ?



*Je ne veux pas vendre ou acheter...
parce que: bla... bla... bla...*

C'est une **AFFIRMATION** qu'il n'y a **AUCUNE MOTIVATION** d'améliorer ses conditions actuelles...
MERCI ET NEXT... !

Reconnaître l'indice de la **RÉACTION** dans la réponse du prospect:
Objection mineure: il réagit à votre intervention, vous devez agir !

OUI... mais: avez-vous un acheteur ?

Peut-être...: si je trouve ma propriété de rêve !

Ça dépend de...: prix et conditions

L'approche de: **LA MISE EN SCÈNE...**

Pour désamorcer l'objection mineure

Comment **mettre en contexte** vers une situation souhaitable et rassurante



Mise en contexte avec: *ET SI...*

L'approche est pour soulever une hypothèse, et sortir du mode réaction...

Cette approche de mise en contexte ou de « MISE EN SCÈNE » peut influencer le prospect à s'imaginer qu'il existe potentiellement une solution... ou une option intéressante.

L'approche du ET Si... en d'autres mots

Advenant que...

Admettons que...

Dans l'éventualité où

Imaginez si...

Dans le cas où

S'il arrive que..

ÇA DÉPEND DE... : *prix et conditions*

Mettre en contexte (Prospect vendeur):

ET... SI un acheteur sérieux qui cherche une propriété comme la vôtre qui serait prêt à vous offrir un prix qui vous convient dans les meilleures conditions, seriez-vous ouvert à en discuter ou à recevoir une évaluation de votre propriété ?

DEUXIÈME PARTIE

Les catégories d'objections à maîtriser et les erreurs à éviter

Nous verrons dans cette 2^{ième} partie

- Les 3 erreurs à éviter durant le traitement des objections
- Les questions clés pour éviter les 3 erreurs
- Définir les catégories d'objections majeures avec les principaux enjeux qui ralentit le processus de décision de vos prospects.

Qu'est-ce qu'une objection MAJEURE ?

*Rappel: une **objection mineure** est un commentaire, une question, un blocage ou une condition du prospect qui ralentit le processus de décision.*

Une OBJECTION MAJEURE, est une préoccupation ou une réserve exprimée par un prospect qui représente un **OBSTACLE SIGNIFICATIF** à son processus de décision.

Les principaux enjeux qui déclenchent une objection majeure

- La confiance avec le courtier
- La peur de faire une erreur
- Divergences d'opinion sur le prix
- La valeur perçue du service
- Le bon timing
- La motivation et les croyances

TROIS (3) erreurs

À ÉVITER DURANT LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS

ERREUR no. 1: IGNORER L'OBJECTION

Ne pas prendre au sérieux ou ignorer les objections peut faire sentir au client que ses préoccupations ne sont pas importantes.

ERREUR no. 2: RÉAGIR DÉFENSIVEMENT

Répondre de manière défensive à une objection peut entraîner une confrontation inutile et réduire la confiance du client.

ERREUR no. 3: NE PAS CLARIFIER L'OBJECTION

Ne pas demander des précisions pour s'assurer de comprendre l'objection peut conduire à des réponses inadéquates qui ne règlent pas le problème du client.

Les questions CLÉS

Pour éviter ces 3 erreurs durant le traitement des objections

POURQUOI LES
QUESTIONS ?
C'est pour:



Discerner les objections mineures ou majeures



Garder le contrôle de la situation



Apprendre à connaître votre prospect



Recevoir des micros-consentements



Vous assurez de la prochaine étape

*Quelle est **l'objection majeure** que tu reçois et qui t'ébranle, te rend inconfortable ou tout simplement que tu trouves difficile à répondre...*

QUESTION ?

Votre réponse dans le CHAT...



OBJECTIONS COURANTES

RÉSULTAT D'UN SONDAGE

OBJECTIONS avant le rendez-vous

- J'ai déjà fait affaire avec un courtier et j'ai eu une mauvaise expérience
- Je n'ai pas besoin d'un courtier; je veux la vendre moi-même; j'ai déjà l'expérience de vendre sans courtier
- Amenez-moi un acheteur et je vous donnerai un %
- J'ai un ami dans l'immobilier
- Je ne vends plus ma propriété
- Je viens de payer des frais sur DuProprio donc honnêtement je ne suis pas intéressé
- On veut magasiner d'abord pour voir si on peut trouver notre maison
- Ça dépend... on n'est pas certain d'avoir notre prix.

OBJECTIONS À PRÉVOIR...

- D'après un autre courtier ma maison vaut beaucoup plus que l'évaluation que vous en faites...
- Si ma maison ne vaut pas plus que ça je vais la garder...
- Je veux un courtier d'expériences..., je préfère choisir le leader du secteur...
- J'aimerais comparer avec d'autres courtiers... est-ce que votre commission est négociable ?
- Nous allons réfléchir à votre stratégie..., je veux y penser !

OBJECTIONS DE LA PEUR

- Inquiétude face à l'économie et les **taux d'intérêt**
- Inquiétude quant à l'**impact financier** des frais de clôture, des frais d'inspection et des autres dépenses liées à la vente: la rétribution, le déménagement, etc...
- Inquiétude de **perdre sa négociation** avec une concurrence entre les acheteurs féroce et les guerres d'enchères encore relativement actives.

LES CATÉGORIES D'OBJECTIONS

APPRENDRE À MAITRISER LES CATÉGORIES D'OBJECTIONS AU LIEU D'UNE TONNE DE RÉPONSES AUX OBJECTIONS

LES FACTEURS QUI INFLUENCENT LES OBJECTIONS...

Les **réactions** et les **objections** généralement formulées par vos prospects remettent en cause les facteurs suivants:

- CRÉDIBILITÉ - CONFIANCE
- SÉCURITÉ - PEUR
- PRIX – RÉTRIBUTION
- TEMPS – MOTIVATION - CROYANCES

LES OBJECTIONS en 4 groupes

CRÉDIBILITÉ - CONFIANCE

« Je n'ai pas remarqué la présence de votre agence ou de vos enseignes... »

« Vous avez l'air jeune ou vous commencez dans l'immobilier ? »

« Si on vend... on va choisir le leader du secteur... »

SÉCURITÉ (PEUR)

« J'ai besoin de trouver l'autre propriété avant de mettre à vendre ma maison »

« Le marché\$ et les taux d'intérêt%... »

PRIX - RÉTRIBUTION

« Je ne veux pas de courtier ou je veux essayer moi-même, vous êtes trop cher % »

« Je veux comparer avec d'autres courtiers (l'évaluation, la rétribution...) »

TEMPS – MOTIVATION - CROYANCES

« Ça ne m'intéresse pas... ou

Je ne vends plus

Je vais y penser

Je ne suis pas pressé »



TROISIÈME PARTIE

Découvrir une méthode infallible pour répondre aux objections



7 ÉTAPES pour répondre aux objections

**GÉRER LES OBJECTIONS... SANS apprendre par coeur
une tonne de réponses automatisées...**

7 étapes pour répondre aux objections

1 - ÉCOUTEZ VRAIMENT L'OBJECTION DU PROSPECT

2 - ANALYSEZ SON OBJECTION

3 - RASSUREZ VOTRE PROSPECT

4 - RÉPONDEZ À L'OBJECTION

5 - OBTENEZ L'ACCORD DE VOTRE PROSPECT

6 - ENCHAÎNEZ AVEC UNE PROPOSITION ou OPTION

7 - DEMANDEZ UN RENDEZ-VOUS ou enchaînez à l'étape suivante



ÉTAPE NO. 1

ÉCOUTEZ VRAIMENT L'OBJECTION

ÉTAPE NO.1 ÉCOUTEZ VRAIMENT L'OBJECTION

- Écoutez vraiment ce qu'il vous dit et comment il le dit.
- Sur quel ton le dit-il? Est-il convaincu de ce qu'il dit ?
- Profitez de ce moment pour connecter avec son **type de personnalité**.

ÉCOUTEZ VRAIMENT L'OBJECTION

Le moyen le plus efficace, ce sont les questions ouvertes:

- *Qu'est-ce qui s'est passé ?*
- *Qu'est-ce que vous voulez dire exactement ?*
- *Qu'est-ce qui vous inquiète ?*

“ La chose la plus importante en matière de communication est d’entendre ce qui n’est pas dit ”

– Peter F Drucker

ASTUCE: la technique du perroquet ! **La pratique de l’écoute active**

Courtier: *Souhaitez-vous vendre dans les prochains mois ?*

Prospect: *Ça dépend...*

Courtier: **Ça dépend... ???**

Prospect: *Je ne suis pas certain d’avoir mon prix...*

Courtier: **Si j’ai bien compris...**

ÉTAPE NO. 2

ANALYSEZ SON OBJECTION

ÉTAPE NO.2 - ANALYSEZ SON OBJECTION

- Faites-en sorte que l'objection devienne quelque chose de spécifique...
- Demandez des précisions pour isoler l'objection
- Est-ce un malentendu, un doute, un préjugé, une excuse, un commentaire, un blocage, une simple question, une condition... ?

**« J'ai eu une
mauvaise
expérience
avec les
courtiers »**



Sur quel point exactement ?



Pouvez-vous m'en dire plus à
ce sujet...



Qu'entendez-vous par...

RÉPERTOIRE DE QUESTIONS

Que voulez-vous dire par...?

Qu'est-ce qui compte le plus pour vous ?

Qu'entendez-vous par ?

Qu'est-ce qui vous fait dire que ?

Qu'est-ce qui vous incite à penser que ?

Qu'est-ce qui motive votre intérêt envers ?

Qu'est-ce qui importe le plus pour vous ?



Analysez l'objection

AUTRES EXEMPLES



« *Je ne vends plus* »

- Avez-vous renoncé à vos projets ou si vous les avez remis à plus tard ?
- Est-ce que vous avez déjà reçu l'explication pourquoi votre maison ne s'est pas vendue ?

« *Je veux attendre... je dois y penser !* »

C'est parce que vous n'êtes pas prêt pour le moment ?

« *Si on vend notre maison... on va choisir le leader no 1...* »

- Qu'entendez-vous par NO 1 ?
- Puis-je vous demander pour quelle raison envisagez-vous de choisir votre courtier ou la bannière sur le critère de la part de marché ?

ÉTAPE NO. 3

RASSUREZ VOTRE PROSPECT AVEC BIENVEILLANCE

ÉTAPE NO.3 – Rassurez votre prospect

Recevez l'objection et faites toujours preuve d'empathie

Acceptez les objections comme des préoccupations légitimes

Évitez d'être sur la défensive...

- *Bien sûr, je comprends votre point de vue...*
- *Si j'étais à votre place, j'aurais probablement la même réaction...*
- *Je respecte votre position...*
- *Je peux imaginer ce que vous ressentez...*
- *Plusieurs de mes clients ont eu cette préoccupation...*

Rassurez votre prospect avec bienveillance



Je comprends pourquoi vous êtes si confiant de prendre en charge la vente de votre maison...



Vous avez certainement raison ou besoin de prendre une pause...



C'est normal de prendre le temps pour penser à votre projet de vendre...

Utilisez l'approche du ET Si...

Pour influencer le prospect à s'imaginer qu'il existe potentiellement une solution... ou une option intéressante.

- Advenant que...
- Admettons que...
- Dans l'éventualité où
- Imaginez si...
- Dans le cas où
- S'il arrive que..

ÉTAPE NO. 4

RÉPONDRE À L'OBJECTION

Personnaliser les réponses par catégorie ou groupe d'objections

Les **PRÉ-REQUIS** pour des réponses puissantes...

- Êtes-vous convaincu ? Croyez-vous à votre valeur ajoutée ?
- Est-ce que vous méritez vos honoraires ?
- Qu'est-ce qui est non négociable (valeurs)
- Êtes-vous en mesure de proposer des solutions ?
- Avez-vous une méthode pour présenter vos services avec des stratégies pour démontrer votre expertise ?

Important: ne perdez pas de vue l'objectif !

Après avoir répondu à l'objection:

- Obtenir un rendez-vous pour créer une relation
ou
- Faire avancer le processus de décision à l'étape suivante
ou
- Un rendez-vous pour présenter vos services

LES FACTEURS QUI INFLUENCENT LES OBJECTIONS...

- PRIX – RÉTRIBUTION
- TEMPS – MOTIVATION – CROYANCE
- CRÉDIBILITÉ – CONFIANCE
- SÉCURITÉ - PEUR

LES OBJECTIONS en 4 groupes

CRÉDIBILITÉ - CONFIANCE

« Je n'ai pas remarqué la présence de votre agence ou de vos enseignes... »
 « Vous avez l'air jeune ou vous commencez dans l'immobilier ? »
 « Si on vend... on va choisir le leader du secteur... »

SÉCURITÉ - PEUR

« J'ai besoin de trouver l'autre propriété avant de mettre à vendre ma maison »
 « Le marché\$ et les taux d'intérêt%... »

PRIX - RÉTRIBUTION

« Je ne veux pas d'agent ou je veux essayer moi-même, vous êtes trop cher »
 « Je veux comparer avec d'autres agents (l'évaluation, la rétribution...) »
 « Avez-vous un acheteur à mon prix ! »

TEMPS - MOTIVATION - CROYANCE

« Ça ne m'intéresse pas... ou
 Je ne vends plus
 Je vais y penser
 Je ne suis pas pressé »

PRIX - RÉTRIBUTION

“Je veux mon prix ... je ne veux pas payer de commission”

DANS LE CAS OÙ..., j'arrive à déterminer une solution pour réaliser votre objectif de vendre, avec un prix qui correspond à:

- AU MOINS L'ÉQUIVALENT.
- SINON PLUS D'ARGENT...
- INCLUANT MES HONORAIRES DE COURTAGE

Puis-je vous demander une rencontre, pour évaluer (ou considérer) le plan que je propose aux propriétaires comme vous ... ?

Exemple – Enchaînement 1-2-3-4

« *Je ne veux pas d'agent immobilier* »



(1) Écouter (recevoir)



(2) Analyser



(3) Rassurer



(4) Répondre et obtenir l'accord

« *Je ne veux pas d'agent immobilier* »

(1) Écoutez (recevoir), et (2) analysez l'objection

Je respecte votre position. J'imagine que c'est parce que vous cherchez à sauver une commission ?

« Je ne veux pas d'agent immobilier »

(3) RASSUREZ:

Et Si... l'acheteur, lui, veut un courtier pour l'accompagner dans sa démarche, est-ce que vous êtes ouvert pour discuter de vos conditions et de votre prix incluant nos honoraires de courtage ?

« Je ne veux pas d'agent immobilier »

(4) Répondre à l'objection...

Prospect: Je suis ouvert... si vous avez un acheteur... **AVEZ-VOUS UN ACHETEUR ?**

Je ne veux surtout pas vous laisser croire que NOUS avons un acheteur sérieux sans avoir visité votre maison, et sans connaître votre position sur les conditions de la vente de votre propriété.

L'objectif pour l'instant, c'est de vous rencontrer pour connaître votre propriété et votre projet de vendre.

« *Je ne veux pas d'agent immobilier* »

(5) obtenir l'accord:

*Et si c'est Ok pour vous, je profiterais de l'occasion, pour vous présenter ma méthode de travail pour avoir accès à un **maximum d'acheteurs qualifiés** avec l'intention de **vous offrir le meilleur prix incluant nos honoraires de courtage.***



LA QUESTION DÉGUISÉE

QUI SOUS-ENTEND UNE OBJECTION...

« OUI mais... avez-vous un acheteur pour ma maison ? »

Répondre à l'objection conditionnelle – suite

Est-ce que je peux me permettre de vous donner l'heure juste ?

Avec moi... on se dit toujours les vraies affaires !

Permettez-moi de vous expliquer pourquoi... :

JAMAIS, je vous amènerai un acheteur qualifié et motivé,

a) s'il n'est pas représenté par un courtier ou un contrat CC

b) si je ne connais pas votre propriété,

c) ni vos objectifs de vendre.

LA QUESTION QUI TUE !

Combien votre %

Rassurez votre prospect...

Soyez rassuré... mon objectif pour cette première rencontre est de voir si je peux réaliser la vente de votre maison, au juste prix et aux meilleures conditions pour vous, INCLUANT nos honoraires de courtage.

Répondre à la question qui sous-entend l'objection:

ET c'est une excellente question que nous aurons l'occasion de discuter davantage durant notre rencontre...

La bonne nouvelle c'est que j'inscris gratuitement votre propriété avec une mise en marché efficace pour réaliser vos objectifs de vendre.

C'est moi qui prends le risque, **sans rien vous demander malgré les frais que ça implique pour une mise en marché efficace**. NOUS sommes payés seulement si vous décidez d'accepter l'offre avec le prix et les conditions que NOS acheteurs proposent pour votre maison...

Obtenir son accord ou enchaînez pour une prise de rendez-vous:

Est-ce que c'est toujours correct pour vous, de vous rencontrer **mardi à 19h30** ou si vous préférez **20h00** ?

Votre % est plus élevé que votre concurrent et il est d'accord d'afficher mon prix de vente...

C'est bien de prendre le temps de se poser les bonnes questions et de comparer ce qui est proposé par différents courtiers. J'appelle ça: être prudent avant de prendre la bonne décision.

« Ce que je vous ai présenté c'est mon offre de services V.I.P. avec une stratégie pour obtenir les meilleures conditions et, un prix que les acheteurs sont prêts à payer maintenant incluant nos honoraires de courtage. »

Pour maximiser vos chances de succès, examinons (ou résumons) ensemble le positionnement de votre propriété sur le marché et notre stratégie pour réaliser la vente de votre propriété dans les meilleures conditions et au meilleur prix.



LES OBJECTIONS en 4 groupes

CRÉDIBILITÉ - CONFIANCE

« Je n'ai pas remarqué la présence de votre agence ou de vos enseignes... »
 « Vous avez l'air jeune ou vous commencez dans l'immobilier ? »
 « Si on vend... on va choisir le leader du secteur... »

SÉCURITÉ - PEUR

« J'ai besoin de trouver l'autre propriété avant de mettre à vendre ma maison »
 « Le marché\$ et les taux d'intérêt%... »

PRIX - RÉTRIBUTION

« Je ne veux pas de courtier ou je veux essayer moi-même, vous êtes trop cher % »
 « Je veux comparer avec d'autres courtiers (l'évaluation, la rétribution...) »
 « Si vous avez un acheteur à mon prix »

TEMPS - MOTIVATION - CROYANCE

« Ça ne m'intéresse pas... ou
 Je ne vends plus
 Je vais y penser
 Je ne suis pas pressé »



LE TEMPS

ET SI... je vous démontre que vous pouvez réaliser votre projet (vendre et/ou acheter)

Plus rapidement, OU à votre rythme, sans la pression du marché actuel,

Êtes-vous ouvert à une rencontre pour en discuter davantage ?

« Je ne suis pas pressé... je veux prendre mon temps... peut-être dans un an »

ET SI...

*je vous démontre que vous pouvez réaliser votre projet **plus rapidement**, ou **à votre rythme**, sans la pression du marché actuel, êtes-vous ouvert à une rencontre pour en discuter davantage ?*

« Je ne vends plus... »

Est-ce que vous avez déjà reçu l'explication pourquoi votre maison ne s'est pas vendue ? Avez-vous renoncé à vos projets ou si vous les avez remis à plus tard ?

Répondre à l'objection:

Si vous étiez absolument certain que votre propriété se vendrait rapidement à un juste prix pour vous et aux meilleures conditions, seriez-vous prêt à la remettre sur le marché ?

« J'ai besoin d'y penser »...

(en mode rendez-vous)

Parfait... c'est une décision importante et je comprends votre besoin de prendre le temps avant d'aller de l'avant dans votre projet.

Prenons ensemble quelques minutes pour faire un résumé de notre rencontre pour vous aider dans vos réflexions...

Je veux y penser... ! ***Évitez d'utiliser ces expressions:***

- Je comprends, prenez votre temps
- Très bien... de combien de temps avez-vous besoin ?
- Quand est-ce que vous allez me donner des nouvelles ?
- À quoi vous voulez réfléchir ?
- Est-ce qu'il y a des questions auxquelles je n'ai pas répondu ?
- Qu'est-ce qui vous fait hésiter ?
- Qu'est-ce que je peux faire de plus ?
- Comment peut-on conclure ça aujourd'hui

LES OBJECTIONS en 4 groupes

CRÉDIBILITÉ - CONFIANCE

« Je n'ai pas remarqué la présence de votre agence ou de vos enseignes... »
« Vous avez l'air jeune ou vous commencez dans l'immobilier ? »
« Si on vend... on va choisir le leader du secteur... »

SÉCURITÉ - PEUR

« J'ai besoin de trouver l'autre propriété avant de mettre à vendre ma maison »
« Le marché\$ et les taux d'intérêt%... »

PRIX - RÉTRIBUTION

« Je ne veux pas de courtier ou je veux essayer moi-même, vous êtes trop cher % »
« Je veux comparer avec d'autres courtiers (l'évaluation, la rétribution...) »
« Si vous avez un acheteur à mon prix »

TEMPS - MOTIVATION - CROYANCE

« Ça ne m'intéresse pas... ou
Je ne vends plus
Je vais y penser
Je ne suis pas pressé »

« Si on vend notre maison... on va choisir le leader no 1... »

Qu'entendez-vous par leader No. 1 ?

ET SI... je propose de vous montrer mon programme VIP... incluant tous les bénéfices de ma stratégie...

Avec la **garantie exclusive** d'une mise en marché pour vendre aussi bien que le leader no. 1 mais avec une qualité de service exceptionnel pour réaliser vos objectifs...

Êtes-vous ouvert à une rencontre pour en discuter ou **au mieux pour comparer...** ?

Question déguisée du prospect: *Pourquoi je vous choisirais au lieu de votre concurrent ?*

L'astuce de la patate chaude:

- Qu'est-ce que vous recherchez exactement ?
- Et pourquoi ces éléments sont si importants pour vous ?
- Permettez-moi de vous démontrer (mentionnez ce qu'il recherche) avec les bénéfices de votre programme ou vos services.

On veut comparer avec d'autres courtiers...

« Écoutez, je respecte que vous ayez besoin de comparer avec d'autres courtiers. Maintenant, aujourd'hui, sur une échelle de 1 à 10, quelle est la probabilité que je puisse vous accompagner à réaliser votre projet (de vendre ou d'acheter) ? »

Cette question vous permet de désamorcer la résistance à la décision et de mesurer l'envie réelle de votre client à travailler avec vous, ou non. Ensuite, en fonction de la note (1 à 10) qu'il vous donne, vous avez une deuxième question :

« Parfait... je comprends très bien. Maintenant, qu'est-ce qui vous donnerait envie, ou qu'est-ce qui vous permettrait d'atteindre une note de 10 sur 10 ? »

Là, votre client va vous donner les éléments pour le convaincre à 200 % de travailler avec vous.

Vous êtes TOUS pareil les agents immobiliers ! Pourquoi VOUS ?

Mise en scène racontée: répondre à la question qui sous-entend l'objection d'un EXPIRÉ

Je vais vous faire une réponse qui va vous étonner. Vous avez raison !

*Nous avons tous à peu près les mêmes ingrédients de la recette, **sauf que nous n'avons pas tous la même manière de la cuisiner...***

ADMETTONS QUE vous me donnez tous les ingrédients pour une recette de cuisine et que mon concurrent utilise les mêmes ingrédients, vous n'obtiendrez pas le même plat au sortir du four...

*Là où je veux en venir, c'est que le plus important, ce n'est pas l'agence ou la marque, ni les stratégies utilisées, **c'est la qualité, l'engagement et le professionnalisme de votre courtier immobilier...***

Est-ce que c'est correct pour vous de prendre connaissance de ma meilleure recette pour réaliser vos objectifs de vendre ou d'acheter votre propriété ?

LES OBJECTIONS en 4 groupes

CRÉDIBILITÉ - CONFIANCE

« Je n'ai pas remarqué la présence de votre agence ou de vos enseignes... »

« Vous avez l'air jeune ou vous commencez dans l'immobilier ? »

« Si on vend... on va choisir le leader du secteur... »

SÉCURITÉ - PEUR

« J'ai besoin de trouver l'autre propriété avant de mettre à vendre ma maison »

« Le marché\$ et les taux d'intérêt%... »

PRIX - RÉTRIBUTION

« Je ne veux pas de courtier ou je veux essayer moi-même, vous êtes trop cher % »

« Je veux comparer avec d'autres courtiers (l'évaluation, la rétribution...) »

« Si vous avez un acheteur à mon prix »

TEMPS - MOTIVATION - CROYANCE

« Ça ne m'intéresse pas... ou

Je ne vends plus

Je vais y penser

Je ne suis pas pressé »

“J’ai peur de vendre sans avoir trouvé ce que je recherche...”

ET SI... dans l'éventualité, et seulement SI:

ON trouve la propriété que vous recherchez à un prix qui vous convient...

dans les meilleures conditions pour vous....

Seriez-vous prêt à en discuter davantage ?

PERSONNALISEZ VOTRE RÉPONSE...

- Inspirez-vous de l’angle (ou modèle) d’une réponse qui a retenu votre attention
- Adaptez votre réponse à la personnalité de votre prospect
- Prenez en considération votre position (prospection, 1^{er} rendez-vous, etc...)
- Restez dans votre INTENTION (posture, débit, intonation, etc..)
- Ayez du plaisir !



ÉTAPE NO. 5

OBTENEZ L'ACCORD DE VOTRE PROSPECT

ÉTAPE NO.5 OBTENEZ L'ACCORD DE VOTRE PROSPECT



Assurez-vous que votre PROSPECT a accepté ou bien compris votre réponse et qu'il est à l'aise ou intéressé à aller de l'avant...

Est-ce que c'est correct pour vous... Si...?

Avez-vous des questions... on peut continuer ?

On peut commencer à lire la déclaration (DV) ?

Au besoin: faites un résumé avant d'aller à l'étape suivante

ÉTAPE NO. 6

ENCHÂNEZ AVEC UNE PROPOSITION

ÉTAPE NO.6 – ENCHAÎNEZ AVEC UNE PROPOSITION (une option ou une alternative)



JE VOUS PROPOSE



*SANS FRAIS, SANS
OBLIGATION...*



*QUE DIRIEZ-VOUS...
SI*

Faire avancer le processus vers l'objectif

« Je vous propose, sans obligation, une rencontre pour visiter votre propriété et connaître vos objectifs de vendre.

*Je regarde mon agenda à l'instant, et **j'ai une place demain en début de soirée ou attendez, si vous préférez, j'ai aussi de la disponibilité le jour, comme mercredi ou vendredi**, est-ce qu'il y a un moment qui vous convient le mieux ? »*

“Je vous avertis... je ne signe rien”

La vision du LÂCHER PRISE

L'ARGUMENT DU LÂCHER PRISE...

🧘 À suivre l'approche du détachement en toute zénitude ! 🧘

« M., et Mme Charlie, parce que j'ai les compétences, plusieurs de mes clients me consulte pour une opinion en tant qu'expert concernant leurs chances de vendre et/ou d'acheter, aux meilleures conditions... »

« Et lorsque je présente mon expertise pour trouver des acheteurs qualifiés, il y a UNE des 3 choses suivantes qui peuvent se présenter... : »

VOTRE INTENTION...

1. *Il est probable que vous soyez agréablement surpris du résultat*
2. *Mais, il est aussi possible que vous remettiez en question votre réflexion ou votre décision*
3. *Je peux aussi décider de NE PAS prendre d'engagement pour vous accompagner dans votre projet..., et si c'est le cas, je prendrai soin de vous expliquer pourquoi...*

**MON INTENTION EST DE VOUS DONNER L'HEURE JUSTE ET AVEC VOTRE PERMISSION,
VOUS DIRE LES VRAIES AFFAIRES...**

**EST-CE QUE C'EST TOUJOURS OK POUR VOUS, SI:
CONFIRMATION D'UN RENDEZ-VOUS DE QUALITÉ ou PERMISSION D'ALLER À L'ÉTAPE SUIVANTE**



ÉTAPE NO. 7

**N'OUBLIEZ JAMAIS QUE VOTRE OBJECTIF
EST D'OBTENIR UN RENDEZ-VOUS... ou de faire avancer le
processus**

ÉTAPE 7 – DEMANDEZ UN RENDEZ-VOUS ou faites avancer le processus de décision...

- *Ce que je propose, c'est une simple rencontre, sans obligation... Est-ce que vous avez un courriel pour vous envoyer les étapes de notre rencontre*
- *Est-ce que je peux compter sur la présence de votre conjoint pour notre rendez-vous ?*
- *Vous avez d'excellentes questions au sujet de mes stratégies, voici ce que j'ai préparé pour vous (la valeur de votre solution personnalisée). EST-CE QUE C'EST OK ? On peut continuer ? Pas de question à ce sujet ?*

Le modèle C.R.A.C.

SYNTHÈSE pour encadrer les 7 étapes

Le modèle C.R.A.C.

CREUSER: (1) écoutez et (2) analysez l'objection

RASSURER: (3) rassurez votre prospect (ET Si... une solution souhaitable)

ARGUMENTER: (4) répondez à l'objection et (5) obtenir l'accord

CONTRÔLER: (6) enchaînez une proposition ou des options et (7) avancez vers la Conclusion

« Je ne veux pas d'agent immobilier »

CREUSER: (1) Écoutez (recevoir), et (2) analysez l'objection et/ou

Je respecte votre position. J'imagine que c'est parce que vous cherchez à sauver une commission ?

RASSURER: (3) *Et SI... l'acheteur, lui, veut un courtier pour l'accompagner dans sa démarche, est-ce que vous êtes ouvert pour en discuter ?*

ARGUMENTER: (4) Répondre à l'objection, (5) obtenir l'accord:

Prospect: Je suis ouvert... si vous avez un acheteur... AVEZ-VOUS UN ACHETEUR ?

Je ne veux surtout pas vous laisser croire que NOUS avons un acheteur sérieux sans avoir visité votre maison, et sans connaître votre position sur les conditions de la vente de votre propriété. L'objectif pour l'instant, c'est de vous rencontrer pour connaître votre propriété et votre projet de vendre.

*Et si c'est Ok pour vous, je profiterais de l'occasion, pour vous présenter ma méthode de travail pour avoir accès à un **maximum d'acheteurs qualifiés** avec l'intention de **vous offrir le meilleur prix incluant mes honoraires de courtage**.*

CONTRÔLER: (6) Proposition et enchaînez pour une (7) prise de rendez-vous:

Ce que je propose, c'est une simple rencontre, sans obligation... Est-ce que mardi vous convient ou si vous préférez jeudi vers 19h30 ?

Comme un artiste, vous devez travailler vos palettes de couleurs (argumentaires) pour devenir à l'aise sur la toile des objections.

VOUS AUREZ BESOIN D'ÊTRE PRÊT

P pour pratiquer

R pour répéter

E pour entraîner votre méthode

T pour travailler votre mise en scène



QUATRIÈME PARTIE

Comment se synchroniser avec le profil de votre client potentiel pour faciliter votre communication...

Pour vous permettre de:

Décrypter facilement non pas seulement la personnalité, mais la façon dont un individu interagit avec son environnement et donc prend ses décisions.

SYNCHRONISER AVEC LA NATURE DE VOTRE PROSPECT...

C'est apprendre à:

- Discerner sans juger le comportement de votre client et davantage le rassurer dans sa démarche;
- Quoi éviter, quoi dire et quoi faire pour connecter avec la nature profonde de votre prospect;
- Essayez de comprendre votre prospect avec sa façon d'interagir ou de RÉAGIR pour mieux évaluer sa façon de prendre ses décisions...

Pourquoi c'est important...d'**humaniser** vos interventions:



Pour faciliter les échanges en déterminant les types de personnalité



Pour mieux prévoir le fonctionnement de vos prospects



Pour construire vos réponses ou vos arguments en fonction de leur personnalité

De quelle couleur êtes - vous ?



Le modèle DISC est un système d'évaluation comportementale développé par deux psychologues américains, John Geier et William M. Marston.

Le modèle DISC aide à mieux comprendre les styles de communication des individus et leurs stratégies d'interaction avec les autres.

CONSULTEZ VOTRE BONUS À TÉLÉCHARGER POUR:

GÉRER LES OBJECTIONS D'UN:
ROUGE | JAUNE | VERT | BLEU



Le modèle:
D.I.S.C.

D. = DOMINANT

I. = INFLUENT

S. = STABILITÉ

C. = CONFORMISTE

Type D – Dominant (orienté résultats, direct, décideur)

Client : *Je veux comparer avec d'autres courtiers...*

Courtier: *Je comprends votre besoin. Vous voulez prendre une décision rapide, efficace, avec un maximum de résultats. Alors permettez-moi d'aller droit au but : est-ce que vous sentez que je suis la personne qui peut vendre votre propriété rapidement, avec une stratégie solide et une exécution efficace?*

Si la réponse est oui, pourquoi perdre du temps? Chaque jour sans action, c'est un jour de moins sur le marché. Vous voulez des résultats concrets — je suis prête à livrer. Est-ce qu'on avance ensemble maintenant?

Type I – Influent (relationnel, enthousiaste, aime connecter)

Client : *Je veux comparer avec d'autres courtiers...*

Courtier: *Je comprends, vous voulez vous sentir à l'aise avec la personne à qui vous confiez la vente de votre maison. Et vous avez raison c'est plus qu'une transaction, c'est une relation de confiance*

Alors posez-vous cette question : est-ce que vous vous sentez bien accompagné avec moi? Est-ce que vous ressentez une bonne énergie, une bonne connexion?

Parfois, on croit qu'on doit comparer, mais en réalité, on cherche juste à confirmer ce que l'on ressent déjà. Si vous avez un bon feeling, pourquoi attendre? Je suis là pour vous simplifier la vie et rendre cette étape agréable et réussie. On y va ensemble?

Type S – Stable (prudent, calme, loyal, recherche la sécurité)

Client : *Je veux comparer avec d'autres courtiers...*

Courtier: *Je comprends tout à fait. C'est une décision importante pour vous, et vous voulez être sûr de vous sentir bien, en sécurité, sans pression. C'est exactement ce que je vous propose : un accompagnement respectueux, fluide, où chaque étape est claire.*

Alors ma question est simple : est-ce que vous vous sentez écouté et bien accompagné avec moi?

Souvent, on veut comparer par souci de prudence, mais si au fond de vous, vous sentez que vous pouvez me faire confiance, il n'est peut-être pas nécessaire de repousser davantage. Je suis là, à votre rythme, pour faire de cette démarche une réussite douce et bien encadrée.

Type C – Conscientieux (analytique, structuré, recherche la logique)

Client : *Je veux comparer avec d'autres courtiers....*

Courtier: *Je comprends. Vous voulez faire une analyse complète avant de prendre une décision. Vous cherchez des faits, des données concrètes, une structure claire. C'est très professionnel de votre part.*

Vous avez en main la stratégie que je vous propose, mes résultats concrets, la façon dont je vais structurer la mise en marché et vous tenir informé à chaque étape. Il est fort probable que vous retrouviez certains éléments ailleurs, mais rarement avec ce niveau de rigueur, de constance et de transparence.

Alors, en toute objectivité : pensez-vous avoir les éléments nécessaires pour faire un choix éclairé dès maintenant? Si oui, nous pouvons débiter sans attendre, avec une démarche structurée, efficace, et respectueuse de vos standards élevés.

TABLEAU SOMMAIRE

Type DISC	Style	Ce qu'il cherche	Ton approche clé
D – Dominant	Décideur, orienté résultats	Efficacité, rapidité, performance	Allez droit au but. Montrez que vous êtes prêt à livrer maintenant.
I – Influent	Social, expressif, intuitif	Feeling, connexion, enthousiasme	Créez une relation. Appuyez sur le ressenti et l'énergie positive.
S – Stable	Calme, loyal, prudent	Confiance, sécurité, rythme confortable	Rassurez. Montrez que vous respectez leur rythme et offrez un cadre stable.
C – Conscientieux	Logique, précis, analytique	Détails, structure, clarté	Montrez vos données, votre rigueur et offrez une démarche structurée.



CINQUIÈME PARTIE

Résumé et recommandations



QUALIFICATION DU PROSPECT

Pour valider le **ET SI...** vous aurez besoin de poser des questions pour qualifier la motivation du prospect et évaluer **SI** vous serez en mesure de réaliser les objectifs de vendre et/ou d'acheter du prospect.



CONNAÎTRE SON PROSPECT

Posez-vous la question : « ***quels sont les renseignements qui m'ont été fournis qui pourraient me permettre de mieux comprendre la situation de mon client dans son ensemble*** ».



DES QUESTIONS PAYANTES !

Avez-vous une liste de questions avant de préparer votre rendez-vous ?

LES ÉLÉMENTS ESSENTIELS À SAVOIR LORS D'UN PREMIER CONTACT

Avez-vous qualifié la motivation de votre prospect ?



LEURS ATTENTES



LEURS MOTIVATIONS



LA PROPRIÉTÉ (caractéristiques, émotions, améliorations, etc..)



LEURS INTENTIONS



LEURS EXPÉRIENCES ANTÉRIEURES

À retenir...:

1. Que dans les objections des prospects: il y a des questions, des peurs, de l'incompréhension;
2. L'objection est souvent un « passage obligé » pour encourager votre prospect à passer à l'action.
3. L'empathie est un atout pour accepter et recevoir les objections;
4. Créer une relation de confiance à partir du premier contact est une condition essentielle pour rassurer votre prospect;
5. Une implication de votre prospect fait toute la différence dans l'art de répondre aux objections;

Recommandations:



Prenez la décision de vous entraîner à répondre aux objections;



Créer l'habitude de remarquer et de noter les objections courantes de vos prospects et de les classer par catégorie pour améliorer vos réflexes;



Commencez par mettre en pratique la technique de la mise en contexte avec le ET SI... dans le processus des réponses aux objections

MERCI pour votre participation !

PRÊT POUR VOTRE BONUS NO. 1

CONDITIONS D'UTILISATION

Le présent guide PDF, toute information présentée et tout écrit fournis lors de cet formation, sont sujets aux restrictions ci-dessous. La participation à cette formation et/ou l'utilisation de ce guide, de l'information ou de tout autre écrit constitue votre acceptation aux conditions d'utilisation.

Vous ne pouvez utiliser le matériel fourni de la formation qu'à des fins personnelles ou éducatives. Tout usage relatif à des fins professionnelles et au coaching est strictement interdit. Vous ne pouvez pas modifier ni utiliser le matériel à d'autres fins sans le consentement exprès et écrite de Les Productions Louise Dubé.

Toute publication, diffusion, distribution, vente ou revente de l'information ou des écrits est strictement interdite. Il est donc interdit de reproduire ou de transmettre le matériel de quelque façon que ce soit; ils ne peuvent être photocopiés, enregistrés sans le consentement préalable écrit des Productions Louise Dubé.

