

Installer une relation commerciale

Livrable 1 : élaborer un plan de questionnement

- Parlez-moi un peu de vous, quels moyens de communication utilise votre agence actuellement ?
- Quel est votre principal atout ? Votre principale faiblesse ?
- Quels objectifs de communication recherchez-vous dans ce projet de communication ?
- Quels sont les points importants à prendre en compte pour répondre à ces objectifs ?
- Quelles sont vos attentes ?
- Quels types de biens vendez-vous ?
- Quelle cible désirez-vous atteindre ?
- De quel budget disposez-vous ?
- Avez-vous déjà eu à faire à une agence de communication ? Si oui, avez-vous été satisfait ?
- Par rapport à votre profil, nous vous proposons de réaliser une campagne d'annonce presse. Cela vous convient-il ?

Livrable 2 : élaborer un argumentaire CAP / SONCAS

	Caractéristiques	Avantages	Preuves
Orgueil	Une annonce presse montrant les biens les plus prestigieux de l'agence immobilière.	Attirer les CSP+.	Nous avons travaillé avec d'autres agences immobilières. Les retours clients ont été plus que favorables.
Nouveauté	Mettre en avant les services offerts par l'agence immobilière : déménagement et emménagement, estimation des biens... + proposer un home staging.	Se démarquer des concurrents en proposant des services inattendus et gratuits.	Nous avons réalisé une étude : aucune agence de la région ne propose ces services.

Objections	Réfutations
Malgré les moyens dont nous disposons pour mener cette campagne d'annonce presse, je trouve votre prestation onéreuse par rapport à ce que vous nous proposer.	L'originalité a un prix. C'est celui à payer si vous désirez vous démarquer de vos concurrents.
Les délais sont beaucoup trop longs.	Certes, nos délais sont longs mais nous privilégions la qualité. Nos annonceurs sont d'ailleurs très satisfaits des prestations que nous leur proposons.
Qu'est-ce qui me prouve de la qualité de vos services ?	Nous avons déjà eu l'occasion de travailler avec des prestataires prestigieux, proposant des biens et services de luxe. Leurs retours sont favorables.

Comment certifiez-vous votre professionnalisme ?	Regardez notre page officiel internet, de nombreux avis de nos clients y sont présents, vous en déduirez ainsi notre professionnalisme.
--	---

Livrable 3 : rédigez une grille d'argumentation

Reformulation du besoin	Avantage de la caractéristique	Preuve	Bénéfice client	Question de contrôle
Vous m'avez dit tout à l'heure que nos délais étaient longs, comparés aux autres agences immobilières.	Nos prestations sont de qualités. Et ne sont jamais bâclées, contrairement à ce que peuvent faire certaines agences.	Nos annonceurs sont fidèles et généralement satisfaits de notre travail.	Grace à une annonce soignée, vos prospects se rappelleront de votre campagne presse et cela vous rendra crédible.	Est-ce que cela vous satisfait ?
Si je comprends bien, par cette campagne d'annonce presse, vous souhaitez valoriser votre image tout en vous démarquant de vos concurrents ?	Une mise en avant des services gratuits que votre agence propose, montrera votre dévouement envers vos clients ainsi que votre originalité et vous démarquera donc de vos concurrents.	Les clients et prospects désirent qu'on s'occupe d'eux et aime être accompagnés tout au long de leurs projets. Votre type de clientèle est d'autant plus exigeante à ce niveau-là. Une étude à d'ailleurs été menée à ce sujet.	Vous valorisez l'image de la marque en montrant que le client est roi et vous démontrez son originalité en révélant les services que vous proposez.	Cela répond-t-il à votre demande ?