

# Professionnels de l'immobilier : négocier avec impact, l'art de convaincre tous les profils

## Lieu de formation :

> **CCI CAMPUS MOSELLE**  
5, rue Jean-Antoine CHAPTAL  
57070 METZ

## Horaires de formation :

De 9h00 à 12h00  
et de 13h00 à 17h00

## Fiche d'identité :

**CCI CAMPUS MOSELLE**  
5 rue Jean Antoine Chaptal  
57070 METZ

Siret : 185 722 022 00125 – APE : 8559A  
Iban : FR76 3008 7330 8600 0197 4270 295  
BIC : CMCIFRPP  
Nos formations sont en exonération de TVA  
conformément à l'article 261 du CGI

**7 heures soit 1 jour**

**Le vendredi 21 novembre 2025**

## INTERVENANT

**André DJURISIC**

CCI Campus Moselle

## OBJECTIF(S) OPERATIONNEL(S)

A l'issue de l'action de formation, le ou la participant(e) sera capable de :

- ✓ conduire une négociation efficace et adaptée aux différents profils de clients (acheteurs, vendeurs, bailleurs, locataires), afin de conclure plus de ventes ou locations dans un climat de confiance et de satisfaction mutuelle.

## OBJECTIF(S) DE L'ACTION DE FORMATION

- ✓ Identifier les différents profils de clients (analytique, directif, influent, stable...) à partir d'éléments comportementaux et verbaux.
- ✓ Adapter sa communication verbale et non verbale en fonction du profil de son interlocuteur pour instaurer une relation de confiance.
- ✓ Mener un entretien de découverte efficace afin de cerner les besoins, les freins et les leviers d'action du client.
- ✓ Utiliser les techniques de questionnement et d'écoute active pour renforcer l'engagement du client tout au long du processus de négociation.
- ✓ Formuler une argumentation percutante et ciblée, en valorisant les éléments clés d'un bien ou d'une offre, selon les motivations profondes du client.
- ✓ Répondre aux objections de manière constructive, en transformant les résistances en opportunités de conclure.
- ✓ Structurer une négociation gagnant-gagnant, en maîtrisant le timing, la reformulation et la conclusion de l'accord

## PUBLIC VISE

Cette formation est destinée à :

- ✓ Tout professionnel de l'immobilier

## PRÉREQUIS

- ✓ Personne majeure et francophone

## PROGRAMME DE LA FORMATION

### PARTIE 1 : TECHNIQUES DE VENTE ET RELATION CLIENT, L'ART DE NEGOCIER

Définitions : négociation, objectifs et utilités

#### L'ouverture de l'entretien : les 3 « A »

- ✓ **Accueil** : Techniques pour accueillir chaleureusement le client.
- ✓ **Attention** : Comment montrer de l'intérêt et écouter activement.
- ✓ **Accord** : Établir un terrain d'entente dès le début.

#### Établir et maintenir le contact en utilisant les techniques relationnelles

- ✓ **Techniques de communication** : Utilisation du langage corporel, du ton de la voix et des expressions faciales.
- ✓ **Écoute active** : Techniques pour écouter et comprendre les besoins du client.
- ✓ **Empathie** : Comment montrer de l'empathie et créer une connexion émotionnelle.

#### La détection des besoins principaux et les besoins cachés : la recherche du CIA

- ✓ **CIA (Contexte, Intention, Attentes)** : Méthodologie pour identifier les besoins explicites et implicites.
- ✓ **Questions ouvertes** : Techniques pour poser des questions qui révèlent les besoins cachés.
- ✓ **Analyse des réponses** : Comment interpréter les réponses pour détecter les besoins réels.

#### Communiquer au client toutes les informations nécessaires à la vente

- ✓ **Présentation des produits/services** : Techniques pour présenter de manière claire et convaincante.
- ✓ **Avantages et bénéfices** : Comment mettre en avant les avantages et bénéfices pour le client.
- ✓ **Transparence** : Importance de la transparence et de l'honnêteté dans la communication.

#### La reformulation pour obtenir le premier « oui »

- ✓ **Techniques de reformulation** : Comment reformuler les besoins et attentes du client.
- ✓ **Validation** : Techniques pour obtenir l'accord du client sur les points discutés.
- ✓ **Engagement** : Comment amener le client à s'engager progressivement.

#### La valorisation de son professionnalisme, de ses services et de ses solutions clients : le VRP

- ✓ **VRP (Valeur, Réputation, Preuve)** : Comment valoriser son professionnalisme et ses services.
- ✓ **Témoignages et références** : Utilisation de témoignages clients et références pour renforcer la crédibilité.
- ✓ **Solutions personnalisées** : Présentation de solutions adaptées aux besoins spécifiques du client.

#### La réponse aux objections

- ✓ **Techniques de gestion des objections** : Comment anticiper et répondre aux objections courantes.
- ✓ **Argumentation** : Techniques pour argumenter de manière convaincante.
- ✓ **Négociation** : Stratégies pour négocier et trouver des solutions gagnant-gagnant.

#### Mener l'entretien dans le respect des pratiques / usages de l'entreprise

- ✓ **Conformité aux politiques** : Importance de respecter les politiques et procédures de l'entreprise.
- ✓ **Éthique professionnelle** : Maintien d'une conduite éthique et professionnelle.
- ✓ **Feedback et amélioration continue** : Importance du feedback et de l'amélioration continue dans le processus de vente

## PARTIE 2 : REUSSIR SA NEGOCIATION, CONVAINCRE

Définitions : convaincre, objectifs et utilités

### Les 3 méthodes incitant le client à prendre sa décision

- ✓ **Méthode de l'urgence** : Créer un sentiment d'urgence pour inciter à la décision rapide.
- ✓ **Méthode des avantages** : Mettre en avant les bénéfices immédiats pour le client.
- ✓ **Méthode de la preuve sociale** : Utiliser des témoignages et des études de cas pour rassurer le client.

### La valorisation des engagements mutuels

- ✓ **Engagements réciproques** : Importance de l'engagement mutuel dans la relation client.
- ✓ **Clarté des engagements** : Comment clarifier et formaliser les engagements pris.
- ✓ **Suivi des engagements** : Techniques pour assurer le suivi et le respect des engagements.

### Être force de proposition pour donner une suite à l'entretien

- ✓ **Propositions concrètes** : Comment formuler des propositions concrètes et adaptées.
- ✓ **Plan d'action** : Élaborer un plan d'action pour la suite de l'entretien.
- ✓ **Suivi proactif** : Techniques pour assurer un suivi proactif et maintenir le contact.

### Les attitudes commerciales

- ✓ **Professionnalisme** : Maintenir une attitude professionnelle en toutes circonstances.
- ✓ **Empathie et écoute** : Importance de l'empathie et de l'écoute active.
- ✓ **Adaptabilité** : S'adapter aux différents types de clients et situations.

### Ce qu'il faut dire et ce qu'il faut faire

- ✓ **Discours commercial** : Techniques pour structurer et adapter son discours commercial.
- ✓ **Actions concrètes** : Comportements et actions à adopter pour convaincre le client.
- ✓ **Éviter les erreurs** : Les erreurs courantes à éviter dans la communication commerciale.

### Développer une assurance commerciale

- ✓ **Confiance en soi** : Techniques pour développer la confiance en soi.
- ✓ **Gestion du stress** : Comment gérer le stress et les situations difficiles.
- ✓ **Formation continue** : Importance de la formation continue pour renforcer ses compétences.

## FINANCEMENT DE LA FORMATION ET DELAIS D'ACCES

Inscription via notre site internet dédié : <https://udi.moselle.cci.fr/> au minimum quinze jours avant le début de la formation.

Si vous demandez une prise en charge par un OPCO : vous devez en faire la demande à votre OPCO un mois avant le démarrage de la session et nous fournir l'accord de prise en charge.

## EFFECTIF

Le nombre maximum participants par session est de 25 stagiaires

## MODALITES PEDAGOGIQUES

Un formateur accompagnera en permanence les stagiaires en présentiel ou en visio-conférence synchrone.  
Analyse des besoins et des attentes préalablement à l'action de formation par un entretien avec notre équipe de conseillers en formation.  
Alternance d'apports théoriques, d'exercices pratiques et de partages d'expériences.  
Salles équipées de micro-ordinateurs, vidéo-projection, support de cours délivré à chaque participant, travaux pratiques.

## MODALITES D'EVALUATION

Evaluation de la satisfaction, attestation de présence, attestation de fin de formation et de réalisation individualisées.

Des évaluations intermédiaires de contrôle d'acquisition des compétences permettront d'évaluer les acquis et de mesurer les progrès de chacun et son degré d'autonomie par rapport aux compétences nouvellement acquises. Les évaluations s'appuieront sur des exercices pratiques, des quiz et un feedback régulier par oral.

Une évaluation finale est réalisée en fin de formation (exemples : quiz, exercices pratiques, ...). Les modalités de cette évaluation finale sont communiquées en début de formation.

Taux de satisfaction de nos stagiaires en 2024 : 98 %

## PRISE EN CHARGE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP (PSH)

La formation est accessible à tous, y compris aux personnes en situation de handicap. Des aménagements pédagogiques et organisationnels peuvent être adaptés pour répondre aux besoins spécifiques en concertation avec Serge LAMPERT, référent handicap (s.lampert@moselle.cci.fr).

Pour accéder à la page dédiée à la prise en charge des personnes en situation de handicap notre site internet.

Suivez ce lien [CCI CAMPUS](https://www.cci-campus-moselle.fr/) ou scannez ce QR :



### CONTACT ET INFORMATIONS :

Dario PIGANI

d.pigani@moselle.cci.fr

06 08 02 37 98

### POUR ALLER PLUS LOIN :

- Fonctions spécifiques à l'Immobilier : nous consulter