

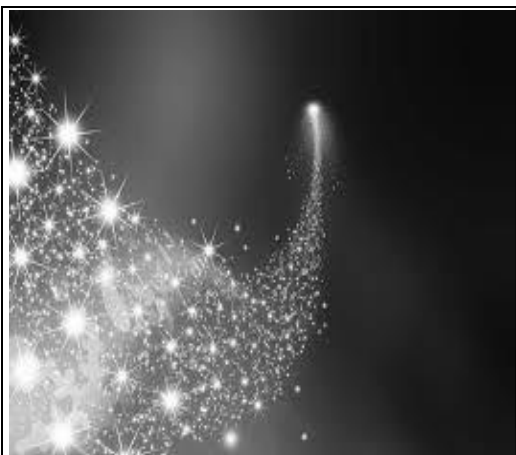
CODE D'HONNEUR

ACHETEURS

« Vos clients pour la VIE »

Guide du participant

Mise à jour le : 27 juillet 2015




louisedubé 
coach pour les courtiers & les immopreneurs

INTÉGRITÉ | DÉTERMINATION | EXCELLENCE

CE MANUEL DU PARTICIPANT EST LA PROPRIÉTÉ DE :

Décharge : J'autorise Les Productions Louise Dubé à utiliser les enregistrements audio et vidéo, ainsi que les photographies prises lors de l'événement dans la production d'outils de promotion, de formation et/ou dans la création de tous produits futurs. J'autorise Les Productions Louise Dubé à transmettre mes coordonnées aux commanditaires de l'événement à des fins de promotions et /ou information.

Révocation et renvoi : Les Productions Louise Dubé se réserve le droit de refuser l'entrée de toute personne et/ou d'expulser tout individu ayant un comportement dérangeant, désobéissant, perturbateur ou en désaccord avec toute loi.

Condition d'utilisation : le manuel du participant, toute information présentée et tout écrit fournis lors de cet événement sont sujets aux restrictions ci-dessous. La participation à cet événement et/ou l'utilisation de ce manuel, de l'information ou de tout autre écrit constitue votre acceptation aux conditions d'utilisation.

Vous ne pouvez utiliser le matériel fourni de l'événement 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 de l'éditeur.

NOTRE PROGRAMME

1. CESSEZ DE VENDRE..., LAISSEZ VOS CLIENTS VOUS ACHETER !
2. COMMENT TRAITER LE PREMIER CONTACT AVEC VOTRE ACHETEUR
3. LA CONSULTATION : VOTRE CODE D'HONNEUR
4. AIDER VOTRE CLIENT DANS SON PROCESSUS DE DÉCISION
5. PRÉSENTER UNE PROMESSE D'ACHAT ET LA NÉGOCIATION « GAGNANTE – GAGNANTE »

NOTES

PREMIÈRE PARTIE – 1^{ère} vidéo

CESSEZ DE VENDRE : « CRÉEZ DES VRAIES RELATIONS »

NOTES

Sortez du cadre :

Soyez conscient du pouvoir de votre client :

Il n'est plus le consommateur mais le :

Vous ne vendez pas de :

Votre acheteur est l'acteur principal, vous êtes :

Comment faites-vous pour laisser vos clients acheter vos services?

Recommandation du livre : « arrêtez de vendre, laissez vos clients vous acheter » Auteur : Vincent Fournier / Édition : Québec-Livres

SOYEZ OMNIPRÉSENT !

HUMANISEZ VOTRE EXPERTISE : L'EXPÉRIENCE CLIENT

Définir ce que vous souhaitez offrir à votre client acheteur durant son processus d'acheter sa propriété par votre intermédiaire.

AVANT :

PENDANT :

APRÈS :

Adaptez vos approches de communication pour chacune de vos sources de générations de contacts (leads)

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

OFFREZ DE LA VALEUR AJOUTÉE pour créer une relation et attirer vos acheteurs potentiels

NOTES

BROCHURE ou dépliant

Proposer votre plan de match « étape par étape »

KIOSQUES COMMERCIAUX

Organiser un concours ou offrez un guide utile pour l'achat d'une propriété

FACEBOOK ciblage local

Annoncez une promotion avec un commerçant de la région

PUBLIPOSTAGE aux locataires

Invitez vos prospects sur votre site web pour télécharger un guide de la SCHL ou de Genworth

VIDÉOS pour toucher le « cœur et la raison »

Raconter une histoire vécue

ATELIER PUBLIC

Offrez de l'éducation en matière d'habitation

SÉMINAIRE avec partenaires stratégiques

Offrez de l'éducation pour accompagner vos prospects à créer de la richesse...

7 RÈGLES POUR ATTIRER DES ACHETEURS POTENTIELS

Source et recommandation : www.immobilier2.0.com

NOTES

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

DEUXIÈME PARTIE – 1^{ère} vidéo

LE PREMIER CONTACT

NOTES

Une démarche qui exige de maîtriser l'art de poser les questions, POUR :

1.

IDENTIFIER LE :

2.

CONNAÎTRE SA :

3.

DÉFINIR et VALIDER SA :

4.

FIXER UN :

5.

VOIR VOTRE CLIENT EN :

L'ART DE POSER LES QUESTIONS – LE PRINCIPE

NOTES

UTILISEZ VOS :

CONCERNANT LA PROPRIÉTÉ POUR FORMULER :

QUI SERVIRA À DÉFINIR :

EXEMPLE DU PRINCIPE : « quelle est la dimension du terrain »?

RÉPONSE :

*Pour **cette** maison, nous avons 7800pc, **complètement aménagé avec une piscine creusée et chauffée** »*

QUESTION pour valider son profil :

Est-ce que la grandeur du terrain est une de vos priorités dans vos critères de recherche ?

LA TECHNIQUE – comment répondre aux questions :

Commencez par transmettre un :

Répondez AVANTAGEUSEMENT à la question spécifique :

Enchaînez immédiatement en formulant :

Pour valider le profil de votre client à l'aide de chacune de vos questions...

*prenez soin de noter toutes les informations du profil de votre client potentiel...

L'ART DE POSER LES QUESTIONS – Autre exemple

NOTES

EST-CE QUE LE PRIX QUE VOUS ANNONCEZ EST NÉGOCIABLE?

« **Les propriétaires de cette maison** demande actuellement 339,000\$. Habituellement, si mes clients acheteurs retiennent une maison qui répond à leurs besoins, mon objectif est d'obtenir un prix à sa juste valeur pour les acheteurs et les vendeurs... »

EST-CE QUE C'EST DANS VOTRE CATÉGORIE DE PRIX ?

Pour prendre un rendez-vous, vous devez vous rendre :

CLIENT : « j'appelle que les courtiers inscripteurs pour obtenir les informations des maisons qui m'intéressent... »

COURTIER : « je comprends et je respecte votre point de vue, mais au fait :

DEMANDEZ UN RENDEZ-VOUS
SINON, PASSEZ AU SUIVANT...!

TROISIÈME PARTIE – 2^{ème} vidéo

OBJECTIFS de la première CONSULTATION

NOTES

IDENTIFIER LE PROFIL D'UN ACHETEUR MOTIVÉ, QUALIFIÉ ET SÉRIEUX DANS SA DÉMARCHE...

MOTIVATION – « PAS PRESSÉ... PAS D'URGENCE »

INTENTION DE PASSER À L'ACTION : « c'est un signe, elle n'était pas pour moi... »

RESSOURCES FINANCIÈRES : « j'ai pas eu le temps de consulter ma banque... »

FICHE PROSPECT ACHETEUR

CONTACT EN DATE DU : _____ Rendez-vous confirmé le : _____

INFORMATIONS	ACHETEUR 1	ACHETEUR 2
NOM DES CLIENTS		
CELLULAIRE		
RÉSIDENCE		
BUREAU		
COURRIEL		
ADRESSE		

Source et provenance :

Ancien client
 Client Actuel
 Enseigne
 Visite Libre
 Web
 Référence client
 Autre

Référence partenaire :

Locataire
 Propriétaire
 Avec les parents
 Investisseur
 Autre :

Note:

Identification de la motivation du client :

Depuis combien de temps cherchez-vous?

Pourquoi déménagez-vous?

Quand devez-vous déménager?

Avez-vous vu des propriétés qui vous intéressaient?

Pourquoi n'avez-vous pas acheté?

Faites-vous affaire avec un courtier immobilier?

Avez-vous déjà pris des démarches auprès de votre banque pour évaluer votre capacité d'emprunter et vérifier toutes les options de votre financement hypothécaire? OUI NON RÉFÉRÉ À :

CRITÈRES DE RECHERCHE GÉNÉRAL

RÉSIDENTIEL
 CONDO
 À REVENUS
 INVESTISSEUR
 MAISON DE CAMPAGNE

AUTRES :

ÉTAT DE LA PROPRIÉTÉ : TRÈS BONNE CONDITION À RÉNOVER PEU IMPORTE

SECTEUR RECHERCHÉ :

BUDGET : _____ PAIEMENT/mois – maximum : _____ Mise de fonds : _____

CAC SDB TERRAIN GARAGE AUTRES :

SUIVI ET SUPERVISION DU PROSPECT (si pas de rendez-vous)

Enregistrement Prospect
 MERCIGRAMME
 CONTACT SUIVI LE : _____

CONTACT – PROPOSITION DE MES SERVICES :

TROISIÈME PARTIE – 3^{ième} vidéo

Les étapes pour une négociation « gagnante-gagnante »

NOTES

LA NÉGOCIATION EST UNE CONVERSATION :

1. PRÉPAREZ VOTRE DOSSIER*

2. PRÉSENTEZ-VOUS COMME UN ALLIÉ (e)*

3. DEMANDEZ AVEC ASSURANCE*

4. ACCEPTEZ LES PAUSES*

5. SAVOIR QUAND PRENDRE CONGÉ...*

*Détails de chacune des étapes à télécharger dans le fichier supplémentaire de la 3^{ième} vidéo de ce module.

Inspiration du livre : « A winner's guide to negotiating by Molly Fletcher et du résumé : getabstract

REMERCIEMENTS

Je profite de l'occasion pour remercier sincèrement les personnes qui ont apportées une très grande influence à l'intérieur de mon cheminement dans la réalisation de ma mission de vie professionnelle et de mes objectifs.

Je remercie également tous ceux et celles qui m'ont appris par leurs idées, leurs livres, leurs formations, coaching et leurs conseils, à devenir une «leader» inspiré et éclairé dans ma vie professionnelle en harmonie avec mes aspirations personnelles.

Finalement un merci sincère et du fond du cœur à tous mes collègues, partenaires, associé (e)s et particulièrement à TOUS MES CLIENTS qui ont participés indirectement au développement de la passion qui m'anime pour l'industrie des professionnels de l'immobilier et pour l'entrepreneuriat.

SOURCES, EXTRAITS, RÉFÉRENCES et BIBLIOGRAPHIE

TITRE	AUTEUR	NOTES
Heureux qui a trouvé sa mission	Groupement des chefs d'entreprise	27 ^e congrès annuel – Outil de réflexion
À chacun sa mission	Jean Monbourquette	Édition Novalis (2006)
MBA Top Chrono	Nicholas Bate	Éditions Transcontinental
Découvrez vos points forts	Marcus Buckingham et Donald Clifton	Pearson Education France (2008)
Ma Vision un carburant puissant	Groupement des chefs d'entreprises du QC	Développement économique IEQ
Faites votre marque	Catherine Kaputa	Magazine Premium – avril 2011
Libérez votre charisme	René Marchand	Edition : Capital Réussite
La Vente	Tom Hopkins	Éditions de l'homme
Le Champion de la vente	Michel Bélanger	Édition ProVente
Rendez-vous au sommet	Zig Ziglar	Un monde différent
Les Durs de la Vente	Albert Simon	www.albertsimon.com
Votre portrait de succès	Coach Davender	www.starupacademie.com
Arrêtez de vendre, laissez vos clients...	Vincent Fournier	Édition Québec Livres
JeudiConseils.com	Pascal Goaverts	Extraits d'articles du blog
Succès 101	Université Sutton	Extraits et notions générales
Business Model – Nouvelle Génération	Alexander Osterwalder et Pigneur	Édition Pearson

AVIS DE DÉCHARGE LÉGALE pour LES PRODUCTIONS LOUISE DUBÉ

Même si vous savez probablement déjà cela, nous nous devons de faire la précision suivante :

Nous ne croyons pas à la richesse rapide et aux solutions miracles. Notre programme n'a que pour objectif premier de vous partager les meilleures stratégies disponibles afin de vous permettre de partager votre message avec un maximum d'individu à titre de professionnel dans notre industrie.

Nous croyons d'abord que le succès émane d'un travail acharné où valeur ajoutée rime avec prospérité. Tel que stipule la loi, en faisant la promotion de ce programme, nous utilisons des chiffres à titre d'exemple, mais nous ne pouvons pas garantir que vous obtiendrez les mêmes résultats financiers. Nous voulons simplement être transparent avec vous et agir avec la plus grande intégrité. C'est la raison pour laquelle nous plaçons cette décharge légale sur cette page avant même de commencer nos enseignements.



À PROPOS DE LOUISE DUBÉ

Coach pour les courtiers et les « immopreneurs »

Depuis 1998, Louise Dubé a combiné sa profession de courtier immobilier à hypothécaire, elle a rempli des fonctions en marketing, de développement des affaires, des ressources humaines et de formation continue dans ses entreprises et auprès des organisations de son milieu professionnel. Par ailleurs, son talent de formatrice lui a permis de devenir l'auteure d'un programme de formation: "L'entrepreneur de l'immobilier" reconnu par le milieu et l'industrie du courtage immobilier.

Louise est une de ces personnes qui a fait ses classes sur le "terrain" et par le biais de formations professionnelles spécialisées. Elle apprécie et reconnaît le privilège de fréquenter la plus grande université en ce monde: "l'université de l'être humain".

Avec ses 25 ans d'expériences dans l'immobilier et l'entrepreneuriat, c'est en 2013 que Louise Dubé oriente sa mission vers l'accompagnement à titre de : Coach, consultante, conférencière et auteure d'un blog professionnel.

« En fait, j'aide le professionnel de l'immobilier à développer sa pleine capacité entrepreneuriale afin de passer à un niveau de croissance soutenue dans sa vie professionnelle. Accompagner, éduquer et encourager l'ambition du professionnel de l'immobilier par le biais de nos programmes de coaching afin d'atteindre des niveaux de performance en harmonie avec ses aspirations personnelles ».

MA RAISON D'ÊTRE :

Contribuer à un monde meilleur dans l'industrie du courtage immobilier et des services financiers afin de bâtir un modèle de leaders inspirés qui fera vibrer : INTÉGRITÉ, DÉTERMINATION, EXCELLENCE

LE CODE D'HONNEUR POUR LES IMMOPRENEURS :

1. Accepte de vivre le changement pour aller de l'avant et pour se réinventer
2. Croit au pouvoir de contribuer collectivement à un monde meilleur dans son milieu
3. Ose pratiquer de nouveaux modèles d'affaires pour créer la différence avec son image de marque
4. Contribue au sein de l'entrepreneuriat à bâtir un modèle de leadership inspiré et éclairé
5. A l'audace de provoquer une autre dynamique, et peu importe, où, avec qui et comment, revois ses stratégies avec des concepts de communication qui font vibrer « **le cœur et la raison** »

Présenter une PA – NÉGOCIATION

La négociation est une conversation:
C'EST UNE RELATION QUI EXIGE DE
PRENDRE LE TEMPS DE COMPRENDRE
L'AUTRE PARTIE: ses peurs, ses désirs,
ainsi que les limites de ce qu'ils feront
ou ne feront pas...

Ce n'est pas une confrontation...

NÉGOCIATION « gagnante-gagnante »

- 1 -

Préparer votre dossier et vous renseigner sur les données fondamentales représente la moitié de l'objectif dans une négociation réussie...

- 1 -

Préparez votre dossier

- IDENTIFIEZ CE QUI MOTIVE LA DÉCISION DES ACHETEURS ET DES VENDEURS
 - PRÉPAREZ ET PRÉSENTEZ VOTRE ANALYSE COMPARATIVE DU MARCHÉ POUR INFLUENCER L'ACHETEUR À OFFRIR LE JUSTE PRIX
 - PRENEZ NOTE DES DÉCLENCHEURS QUI ONT STIMULÉS LES ACHETEURS À FAIRE UNE OFFRE
 - PRENEZ AUSSI NOTE DE LEURS APPRÉHENSIONS, DES CONTRAINTES...
 - IDENTIFIEZ CE QUI DÉMONTRE QU'ILS ONT TOUT VOTRE SOUTIEN (gratuité, partenariat, etc...)
 - DÉMONTREZ VOTRE CODE D'ÉTHIQUE SI VOUS ÊTES INSCRIPTEUR
 -
 - EXPLIQUEZ VOTRE DÉMARCHE COMME COLLABORATEUR AVEC LE COURTIER INSCRIPTEUR
-

NÉGOCIATION « gagnante-gagnante »

- 2 -

PRÉSENTEZ-VOUS **COMME UN ALLIÉ**, face au propriétaire vendeur: votre rôle est de trouver un terrain d'entente en faveur des deux parties...

- 2 -

SOYEZ UN(e) ALLIÉ(e)

Avant de faire la présentation de la PA:

- Racontez l'histoire de votre acheteur...
 - Pourquoi il s'est arrêté sur cette maison...
 - Est-ce qu'il a hésité avec une autre maison
 - Expliquez votre processus de présentation...
 - MENTIONNEZ QUE VOUS AVEZ UN DOSSIER PRÉPARÉ POUR JUSTIFIER CHAQUE POINT MAJEUR DE LA PA
 - FAIRE COMPRENDRE que votre objectif est de réaliser les objectifs de chacun... intérêts communs
-

NÉGOCIATION « gagnante-gagnante »

- 3 -

DEMANDER AVEC ASSURANCE

et au moment opportun, ce que
vous souhaitez gagner dans votre
négociation...

- 3 -

Demandez avec assurance...

- DONNEZ LE CHOIX, des options
 - PROPOSEZ PLUSIEURS ALTERNATIVES DE MÊME QUALITÉ
 - FAITES VOTRE PRÉSENTATION EN PERSONNE
 - SOYEZ CONCIS
 - ENTRAINEZ-VOUS À PRENDRE UN TON ASSURÉ
 - NE VOUS SENTEZ PAS PERSONNELLEMENT VISÉ...
-

NÉGOCIATION « gagnante-gagnante »

- 4 -

ACCEPTEZ LES PAUSES...

« le premier qui parle... perd »

La pause la plus importante est lorsque vous avez terminée la présentation de votre PA.

NÉGOCIATION « gagnante-gagnante »

- 5 -

SAVOIR QUAND PRENDRE CONGÉ...

Assurez-vous que les intervenants ont reçu
tous les éléments importants pour
considérer votre PA...