

VENDEZ VOS INSCRIPTIONS

LES ENSEIGNES « À VENDRE » NE PAIENT PAS VOS FACTURES.
LES ENSEIGNES « VENDU », OUI!

SESSION DE RÉFLEXION IGNITE N° 6

Dans ce chapitre...

- Mettez en valeur, commercialisez et communiquez comme un méga agent
- Soyez reconnu comme représentant des ventes qui fait vendre les inscriptions
- Gagnez des clients pour la vie et obtenez des références

Table des matières

ATTENTES D'AUJOURD'HUI.....	5
RÉVÉLATION DE L'ACTION	6
Rapport sur le 10/4 quotidien.....	7
COMMENCEZ DU BON PIED	11
CONCRÈTEMENT : ANNONCER ET GÉRER VOS INSCRIPTIONS	12
1. Mettre en valeur la résidence.....	13
2. Présenter l'inscription	16
3. Communiquer avec les vendeurs.....	21
Expérience du client	23
TOUT RASSEMBLER	27
Plan d'action	27
Préparation pour le prochain cours.....	28
Rappels	30
DE LA DÉCOUVERTE À LA RÉALISATION	31
RÉALISATIONS DE LA SEMAINE	32
AMÉLIOREZ VOTRE APPRENTISSAGE.....	34

Attentes d'aujourd'hui

Champions en formation

1. Découvrez les techniques et les avantages de la mise en valeur d'une inscription pour obtenir une vente.
2. Repassez les éléments de votre plan de marketing en 14 points en action.
3. Apprenez les ingrédients essentiels d'un excellent service aux vendeurs, à partir du moment où ils signent l'entente d'inscription jusqu'à la conclusion et après.
4. Étudiez des stratégies et des conseils pour une excellente communication et une résolution de problèmes hors pair.

Formateur d'Ignite

Pour optimiser votre apprentissage, vos formateurs d'Ignite s'engagent à :

1. Investir la majeure partie de leur temps envers des **activités** en classe.
2. Vous montrer d'excellentes **vidéos** de modèles en classe.
3. Agir en tant que modèles de ce qu'il faut pour avoir beaucoup de succès. Guidez et appuyez les champions en formation en les tenant responsables de leur **10/4 quotidien** et de la **mission** préalable au travail et, pendant l'activité de l'**appel téléphonique**, faire des appels avec la classe.

Révélation de l'action

Il y a trois volets à la révélation de l'action :

1. Examinez les attributions de **mission** et obtenez des réponses.
 - a. Répondez à des questions sur les vidéos visionnées.
 - b. Préparez vos découvertes de la mission.
2. Annoncez les résultats de votre activité **10/4 quotidienne** depuis le jour avant le cours et examinez le classement des meneurs. Célébrez les réussites!
3. Faites des **appels de situation réelle** en classe.

IGNITE		Mission 6	
Faites cette mission avant d'assister à la session de réflexion 6 d'Ignite			
TERMINÉ ✓	1. 10/4 quotidien – développez une habitude de production de piste		
☐	Faites votre 10/4 quotidien!		
☐	Écrivez des notes sur les résidences que vous avez examinées et apportez-les en classe pour les partager		
☐	Préparez votre compte rendu – soyez prêt à faire part de vos résultats quotidiens de 10/4 en classe		
☐	Apportez des cartes de note, des cartes de visite et des étampes pour les notes écrites		
TERMINÉ ✓	2. Approfondissez votre apprentissage		
☐	Exercez des scénarios avec un partenaire		
TERMINÉ ✓	3. Obtenez vos outils		
☐	Créez une liste des personnes à appeler dans la session de réflexion 6 et pour la situation réelle, et apportez-la en classe		
☐	Téléchargez la vidéo sur la liste de vérification « Se préparer pour la visite libre » pour les vendeurs		
TERMINÉ ✓	4. Gérer l'inscription		
☐	Regardez la série de vidéos sur KWLS et Greensheet		
☐	Regardez : <i>Série Mise en valeur d'une résidence</i> (33 minutes 28 secondes) 		
☐	Regardez : <i>Soyez prêt pour votre visite libre</i> (7 minutes 16 secondes) 		
TERMINÉ ✓	5. Suivi – sur la session de réflexion précédente		
☐	Effectuer des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente		

*Accédez à des vidéos de KWUConnect.com. Ignite. Besoin d'aide? Communiquez avec votre coordonnateur de la technologie ou ambassadeur technique de votre centre d'affaires ou envoyez un courriel à support@kw.com.



© 2015 Keller Williams Realty, Inc. Ignite v4.1

Rapport sur le 10/4 quotidien

Remarque : Pour obtenir de l'aide avec l'utilisation de myTracker, consultez les instructions au dos de la page de la mission.

Rendez compte de vos activités sur le 10/4 quotidien

Le **10/4 quotidien** est l'activité la plus importante pour vos affaires!

Faites le suivi sur vos progrès et celui des autres champions en formation et célébrez leurs réussites!

Champion en formation	10 contacts ajoutés	10 connexions	10 notes	Résidences examinées
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				

À vous la parole : production d'indices pour les affaires

Situation réelle d'un 10/4 quotidien réel

Commencez en disant un message affirmatif à voix haute : « **Mon entreprise prospère à un rythme fulgurant!** »

1. Prenez votre téléphone et votre liste de contacts que vous avez préparée pour cette session. Cette semaine, vous allez appeler vos contacts dans les médias sociaux et toute référence que vous avez reçue jusqu'à maintenant.
2. Utilisez les scripts déjà fournis dans les sessions de réflexion 1 à 3 pour les appels.
 - objectif n° 1 : Faites des appels pendant **20 minutes** et entrez en contact avec autant de gens que possible.
 - objectif n° 2 : Demandez la clientèle, c'est-à-dire un **rendez-vous**, si la piste est solide.
 - objectif n° 3 : Demandez des **références** à chaque contact et offrez votre application KW.
3. Inscrivez vos résultats ci-dessous et faites-en part à la fin de l'appel.

Résultats				
Nom	Numéro de téléphone	Application ✓	Nom de la référence	Résultat de l'appel
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				

4. Écrivez une note à deux ou trois personnes que vous avez appelées pour les remercier de leur temps.

Durée : 20 minutes

À vous la parole : notes manuscrites

10/4 quotidien – Notes écrites à la main

1. Écrivez une note à **deux ou trois personnes** que vous avez appelées pour les remercier de leur temps.

PERSONNES RENCONTRÉES

Merci d'avoir pris le temps de me parler aujourd'hui. Je suis très content d'avoir eu de vos nouvelles et de vous parler de mon entreprise à mon tour. Je suis très emballé de travailler avec Keller Williams et je suis disponible pour vous en tout temps pour servir de conseiller et de ressource, ainsi qu'à votre famille et vos amis. N'hésitez pas à m'appeler si vous avez des questions ou si vous avez besoin de me parler. Je vais rester en contact. Je suis content de vous connaître et je vous transmets mes meilleurs vœux.

RÉFÉRENCES

Merci d'avoir pris le temps de me parler aujourd'hui. Je suis content d'avoir fait votre connaissance et j'ai hâte de pouvoir vous offrir mon aide, peu importe la forme. Sachez que je suis disponible pour vous, votre famille et vos amis en tout temps, en tant que ressource et conseiller précieux. N'hésitez pas à m'appeler si vous avez des questions ou si vous avez besoin de me parler. Je vais rester en contact. Je vous transmets mes meilleurs vœux!

2. Joignez une carte de visite dans chaque note, affranchissez-la et envoyez-la à partir de votre centre d'affaires.

Durée : 5 minutes

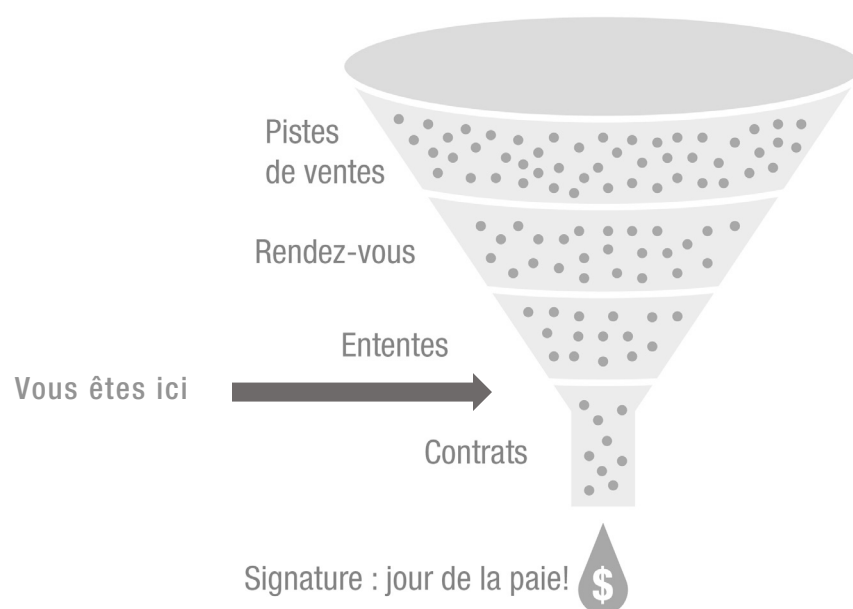
Commencez du bon pied

Jusqu'à maintenant, vous avez travaillé dur pour trouver les clients et obtenir un rendez-vous. Une fois que vous avez obtenu un rendez-vous, vous avez montré au vendeur votre valeur comme représentant des ventes inscripteur et il a signé une entente d'inscription avec vous.

Et ensuite?

Il est temps de respecter la promesse que vous avez faite aux vendeurs dans votre présentation de l'inscription! Il faut faire plus que simplement mettre une enseigne sur le terrain. Bien présenter et gérer une inscription est très important pour votre client et pourrait vous procurer des avantages favorables à long terme :

1. Faites en sorte que votre inscription se vende en attirant les acheteurs.
 - Relevez ce défi et vous obtiendrez également des acheteurs additionnels qui achèteront d'autres inscriptions et des vendeurs qui verront en vous un représentant des ventes d'inscription efficace.
2. Répondez aux besoins des vendeurs de façon ciblée et en gardant la communication ouverte.
 - Vous vous ferez ainsi une réputation comme représentant des ventes expert en inscriptions dont les clients reviennent fréquemment et qui obtient des références de ce vendeur, en plus d'augmenter considérablement le nombre de jours de paie.



Concrètement : Annoncer et gérer vos inscriptions

Votre service aux vendeurs commence dès l'instant où le vendeur signe une entente d'inscription avec vous. Vous défendez maintenant leurs intérêts, vous êtes leur représentant des ventes et leur **fiduciaire**.

Fiduciaire

Personne à qui l'on confie une responsabilité légale ou éthique de gérer de l'argent ou des biens entre deux ou plusieurs parties.

Être le fiduciaire du vendeur signifie gérer la vente et la commercialisation de sa résidence de la façon la plus efficace possible.

Il y a trois étapes dans cette phase cruciale de la relation d'inscription que vous avez avec un vendeur :

1. **Mettre en valeur la résidence**
2. **Annoncer l'inscription**
3. **Communiquer avec les vendeurs**

1. Mettre en valeur la résidence

Imaginez que vous achetez une voiture. Lorsque vous regardez en ligne ou voyez une voiture à vendre dans un stationnement, qu'est-ce qui vous attire le plus? La nouvelle voiture étincelante avec de nouveaux pneus? Ou la voiture sale, rouillée avec des pneus usés? Évidemment, vous vous demanderez aussi « quel est le prix? » C'est donc une question de prix *et* d'état, pas vrai? Vous seriez prêt à faire plus de conciliations sur l'état si le prix était bon!

C'est la même chose avec les résidences, surtout dans un marché concurrentiel. Les résidences dans un état optimal au bon prix partent rapidement, et c'est ce que vous voulez pour vos vendeurs!

La plupart des propriétaires savent qu'il importe de garder une maison propre, éclairée et non encombrée pendant qu'elle est sur le marché. Parfois, faire l'effort supplémentaire de mettre une résidence en valeur peut faire la différence dans l'évaluation qu'en fait l'acheteur, le prix qu'un vendeur pourrait obtenir et la rapidité de la vente.

But de la mise en valeur

- Montrer la résidence sous son meilleur jour.
- Optimiser l'espace de la résidence.
- Permettre aux visiteurs de se voir dans la résidence au lieu de voir le vendeur dans tous les recoins.
- _____
- _____

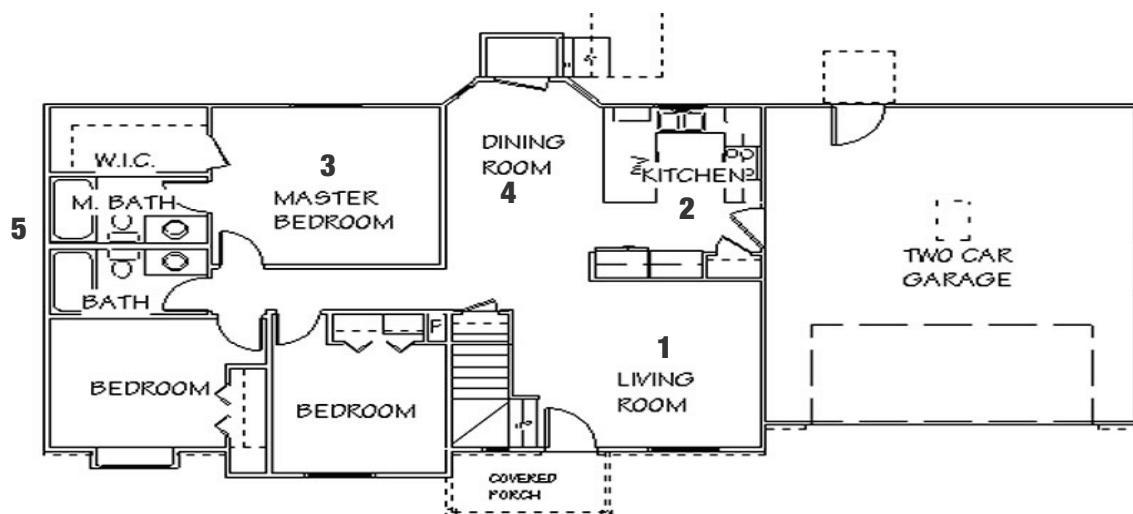
Comment la mise en valeur peut-elle engendrer une offre élevée?

Les agences immobilières qui travaillent avec des acheteurs disent que la plupart sont prêts à offrir plus d'argent pour une résidence mise en valeur. Combien?

Discussion – La pertinence de la mise en valeur

1. Pourquoi la mise en valeur peut-elle engendrer une offre plus élevée?
2. Quelles sont les pièces qui rapportent le plus quand vient le temps de les mettre en valeur?

Qu'en pensez-vous?



Selon la plupart des représentants aux ventes, le jardinage et l'aménagement paysager rapportent; les projets qui augmentent l'attrait extérieur sont évalués parmi les plus lucratifs des projets d'amélioration domiciliaire. Un extérieur agréable avec des plantations d'arbrisseaux bien entretenues peut vraiment faire en sorte que votre résidence se démarque.

L'importance de la mise en valeur

Même si vous avez parlé de la mise en valeur dans votre consultation sur l'inscription, lorsque vient le temps de passer à l'acte, certains vendeurs pourraient faire preuve de réserves et manifester de l'opposition. Insistez sur l'importance de l'apparence de la résidence pour vendre plus rapidement et augmenter le prix.

Oppositions à la mise en valeur

Comment aborderiez-vous les oppositions suivantes?

- Je ne vois pas pourquoi c'est si important.

- Devons-nous vraiment faire cette réparation?

- Pourquoi ne pouvons-nous pas vendre la maison « telle quelle »?

Durée : 15 minutes

2. Présenter l'inscription

Mettez votre inscription sur le radar de vos acheteurs. Votre **Plan de marketing en 14 étapes**, que vous avez présenté à vos vendeurs dans votre consultation sur l'inscription, conçue pour engendrer rapidement une exposition maximum et vous permettre d'attirer autant qu'acheteurs que possible.

1. Fixez un prix concurrentiel avec le marché actuel et les tendances en matière de prix.
2. Conseillez les vendeurs sur les moyens d'attirer les acheteurs en montrant leur résidence sous son meilleur jour.
3. Placez des enseignes « À vendre » avec des dépliants sur la propriété facilement accessibles aux acheteurs qui passent.
4. Répondez à toutes les demandes d'information des acheteurs immédiatement.
5. Optimisez la présence sur Internet de la résidence en affichant la propriété dans le système Keller Williams Listing System (KWLS), un système SIA local et global et dans les médias sociaux, avec amplement de photographies et une description de la propriété.
6. Affichez la résidence sur de nombreux sites Web, dont votre propre site, votre bureau local KW et les sites nationaux de KW pour attirer les acheteurs locaux et extérieurs.
7. Affichez la résidence sur votre application KW.
8. Créez des dépliants et des cartes de commentaires pour les acheteurs potentiels qui consultent la propriété.
9. Distribuez les avis « Nouvelle inscription » à des voisins, en les encourageant à parler de la résidence à des amis et à des membres de la famille.
10. Ciblez votre marketing vers des agents immobiliers actifs qui se spécialisent dans la vente de résidences dans ce quartier.
11. Ajoutez la résidence à vos visites d'entreprise et SIA pour permettre à d'autres agents de voir la résidence eux-mêmes.
12. Créez un calendrier de visites libres, annoncez-les et tenez-les pour promouvoir la résidence auprès d'acheteurs potentiels.
13. Ciblez les acheteurs et investisseurs actifs dans votre base de données qui recherchent des résidences dans cet intervalle de prix et cette région.
14. Fournissez au vendeur des mises à jour hebdomadaires qui expliquent en détail vos efforts de promotion, dont des commentaires des acheteurs potentiels et de représentants aux ventes qui ont visité la résidence.

À vous la parole : mesures concrètes de marketing

Analysez une résidence déjà examinée

1. Choisissez l'une des résidences de votre 10/4 quotidien que vous avez examinées récemment.
2. Évaluez les caractéristiques de cette propriété en tenant compte des points dans votre plan de marketing en 14 étapes. Écrivez des commentaires sur chaque point ci-dessous et soyez prêt à faire part de vos impressions à la classe.

Établissement du prix : La résidence est-elle fixée au prix qui correspond aux comparables du marché? Dans le cas contraire, est-elle trop chère ou pas assez chère? Qu'est-ce qui vous ferait penser cela?
Affichage : Doit être installé selon les restrictions des associations de propriétaires et les tendances de circulation locales. Où vos enseignes seront-elles installées?
Mise en valeur : La maison a-t-elle été adéquatement mise en valeur? Qu'auriez-vous pu faire autrement? Comment auriez-vous pu persuader adéquatement les vendeurs?
Images : Quelles caractéristiques de la résidence voulez-vous souligner dans des photos en ligne et dans la visite virtuelle?
Profil de l'acheteur : Quel est le profil de l'acheteur pour la résidence que vous avez choisie? Des premiers acheteurs? De jeunes familles? Une famille nombreuse qui déménage pour des raisons professionnelles? Comment pourriez-vous adapter votre promotion en fonction de ces situations précises?

Durée : 20 minutes

Découvertes de l'activité

- _____
- _____

Organiser une visite libre réussie

Votre stratégie de marketing et l'une des 14 étapes consistent à faire une bonne promotion de la propriété entre autres avec une visite libre. Organiser une visite libre est un excellent moyen de présenter votre inscription et vous-même en tant qu'expert de l'immobilier.

Les visites libres profitent aux vendeurs en attirant les acheteurs dans leur résidence.

- Plus une résidence attire de visites, plus elle se vendra rapidement.
- Les acheteurs adorent les visites libres.

Les visites libres sont avantageuses pour le représentant des ventes qui les organise et sont une stratégie primordiale de production de pistes car...

- Elles offrent un contexte de vente relativement sécuritaire et non agressif.
- Elles offrent une bonne occasion de rechercher des clients en personne.
- La visite libre, ainsi que le temps qui la précède et qui la suit, vous offre l'occasion de bâtir des relations, d'associer votre nom à un secteur géographique et d'augmenter la notoriété du quartier.

Consultez votre trousse d'outils d'Ignite pour vous guider : **Préparation pour une visite libre.**

Vidéo

Activité : Organiser une visite libre réussie



- Regardez la vidéo : « **Organiser une visite libre réussie** ».
- Quelles sont vos découvertes?

Durée : 10 minutes

Faites passer le mot

Voyez une visite libre en tant qu'événement MAJEUR! Traitez-la comme une campagne de marketing massif; donnez libre court à toute votre créativité en génération de pistes.

Invitez les gens directement à votre visite libre en cherchant activement à mousser l'achalandage. C'est une activité de production de pistes critique qui garnira votre base de données et vous placera en tant qu'expert du quartier.

Frapper aux portes

Dans SHIFT, Gary Keller recommande de frapper à 100 portes environnantes. Pourquoi tant de portes? Parce qu'aviser les voisins de votre visite libres augmentera l'achalandage et vous permettra également de générer des pistes pour les acheteurs et les vendeurs et d'examiner d'autres maisons à vendre dans le quartier. Assurez-vous d'inclure tout immeuble de logements locatifs à proximité, car ce pourrait être une occasion de générer des pistes auprès de locataires qui pourraient envisager un achat.

Misez sur Internet

De nombreux acheteurs utilisent Internet pour obtenir de l'information sur les visites libres.

Médias sociaux

Utilisez les médias sociaux pour faire passer le mot. Créez un événement Facebook et invitez tout le monde. Annoncez l'événement en tant qu'activité emballante. Affichez votre visite libre sur des groupes et babillards du quartier. Faites passer le mot à autant de groupes et babillards que possible.

CONSEIL

En ce qui concerne Facebook, n'utilisez pas votre compte Facebook personnel pour vos services immobiliers. Pourquoi? C'est un manque de professionnalisme. Créez un compte Facebook professionnel pour votre entreprise immobilière.

Twitter est un autre moyen extraordinaire de rester en contact avec vos clients. Twitter vous donne 140 caractères (ou moins) pour faire des mises à jour à vos abonnés sur votre visite libre. Vous pouvez utiliser des mots-clic pour entrer en contact avec votre marché et étendre la portée de votre annonce au-delà de vos abonnés qui vous suivent. Utilisez-le pour entrer en contact avec des gens et renforcer vos relations.

Idées pour les médias sociaux

- Utilisez des images lorsque vous publiez dans Facebook.
- Écrivez des tweets sur le déménagement et la mise en valeur.
- Vous annoncez une nouvelle inscription immobilière? Créez un babillard Pinterest pour vos inscriptions.
- Utilisez les médias sociaux activement pour les biens immobiliers. Servez-vous de concours et de tirages.
- _____
- _____

Sites Web communautaires

De nombreux quartiers ont des sites Web communautaires et des pages Facebook, c'est un excellent moyen de diffuser l'information sur votre visite libre.

Misez sur votre base de données

Allez chercher le nom des personnes que vous avez rencontrées dans votre base de données et appelez les gens qui pourraient être intéressés par la visite libre ou qui connaîtraient quelqu'un qui le serait. Envoyez un courriel à votre base de données pour annoncer la visite libre et de l'information au sujet de la résidence et du voisinage en tant qu'incitatif.

3. Communiquer avec les vendeurs

Rappelez-vous que vous avez dit aux vendeurs qu'ils étaient au cœur du processus et que vous leur avez promis une expérience client 10++ hors pair. Vous vous êtes engagé à communiquer avec des moyens qui fonctionnent pour les vendeurs, que ce soit une fois par semaine ou par jour, par téléphone, par courriel ou par message texte.

Faites souvent le point avec vos vendeurs, de l'inscription à la conclusion, dont le statut de vos efforts de marketing, la rétroaction issue des visites de la résidence, des offres sur la table et les étapes qui mènent à une conclusion réussie une fois une offre acceptée.

Assurez-vous de réserver du temps dans votre calendrier pour cette mise au point avec vos vendeurs et que ces mises à jour se font souvent, même s'il n'y a rien à signaler!



Ce pourrait avoir l'air de simples paroles, mais il s'agit en fait de l'engagement ou de l'entente que vous avez pris avec vos vendeurs. Une excellente communication ne consiste pas uniquement à s'entendre sur ce que vous avez dit, mais aussi sur la façon dont vous communiquerez et le moment choisi.

Vous ne pouvez jamais trop communiquer lorsque vient le temps d'offrir un service exemplaire à vos clients!

Liste de vérification sur la communication

Quelle valeur chacun de ces conseils de communication donne-t-il au client?

Conseils de communication	Valeur pour le client
Suivez les préférences : Toujours demander et apprendre la méthode et le moment de communication préférés du client : est-ce le téléphone, le courriel ou un message texte? Deux fois par semaine?	
Adoptez leur style de communication : En personne ou au téléphone, cherchez toujours à associer leur style de communication.	
Ne jamais cesser de faire des mises à jour : Vous devriez faire des mises à jour même s'il n'y a pas de nouveaux renseignements à signaler. S'il n'y a rien de neuf, demandez-vous si vous devez modifier les conditions, le prix ou les deux.	
Soyez prompt : Répondez toujours dès que possible ou au moment prévu.	
Ne jamais être condescendant : Communiquez toujours comme un partenaire avec votre client.	
Tenez un journal : Tenez un journal de communication dans votre base de données eEdge pour toujours avoir à l'esprit ce qui a été dit dans le dernier contact. Lisez votre journal avant votre appel.	
Accent sur les décideurs : Toujours inclure tous les décideurs.	
Excellente attitude : Soyez toujours enthousiaste et positif.	

Expérience du client

Les clients font des affaires avec vous en raison de votre service et de la valeur perçue qu'ils obtiennent de vous. Ils veulent faire des affaires avec des gens qui les aident à se sentir à l'aise avec l'une des plus importantes décisions de leur vie.

LA VÉRITÉ

Un excellent service à la clientèle vous distinguera!

Promettez toujours moins que ce que vous faites

Cette idée devrait être le sceau de votre entreprise. Voici des exemples :

- Si vous dites que vous allez communiquer une fois par semaine, communiquez deux fois par semaine ou jusqu'à ce que votre vendeur vous demande de réduire la fréquence!
- Dites que votre expert en mise en valeur entrera en contact avec les vendeurs cette semaine et assurez-vous qu'il les appelle le lendemain.
- _____
- _____
- _____

Privilégiez les solutions

Affinez vos compétences en résolution de problèmes. Prenez l'habitude de ne jamais communiquer avec un client au sujet d'un problème sans avoir une ou plusieurs solutions à recommander. Vos clients se fient que vous soyez un expert et que vous avez des réponses.

Quels types de problèmes potentiels pourriez-vous avoir pour lesquels vous avez des solutions qui vous permettront d'être perçu comme que le héros du client?

Développez des ressources de mise en valeur

Vous découvrirez qu'en vous exerçant un peu, vous pouvez devenir un excellent conseiller en mise en valeur de premier rang. Toutefois, il est également conseillé de connaître quelques professionnels qui travailleront avec vous et qui amélioreront votre réputation professionnelle.

Qui vous aidera avec la mise en valeur?

Vidéo

Activité : Créer une expérience IMPRESSIONNANTE



- Regardez la vidéo : « **Créer une expérience IMPRESSIONNANTE** ».
- Quelles sont vos découvertes?

Durée : 10 minutes

SUPER Service

Offrir une excellente expérience client est le ciment qui consolide une excellente relation d'affaires avec un vendeur.

SUPER est un bon acronyme pour se souvenir des dimensions essentielles d'un excellent service.

Conseils de communication

Sincerity (Sincérité) – Soyez honnête et fiable.

Understanding (Compréhension) – Concentrez-vous sur ses besoins, ses désirs et ses valeurs.

Predictability (Prévisibilité) – Offrez ce qui a été promis et attendu.

Exceptionality (Caractère exceptionnel) – Offrez l'extraordinaire et le peu commun.

Responsiveness (Réactivité) – Transmettez de l'information rapidement et de façon fiable.

Offrir un SUPER service tisse des liens avec des clients qui sont le fondement de la croissance de votre entreprise, dont :

- Les clients récurrents
- Références

Restez en contact avec vos vendeurs avec les campagnes de prise de contact dans eEdge, dont les contacts personnels, et vous pouvez devenir leur ressource « **en tête de liste** » en matière d'immobilier pour de nombreuses années à venir. Le but est devenir leur représentant en immobilier pour la vie.

La relation transcende une transaction.

À vous la parole : présentation sur l'inscription II

C'est en forgeant (davantage) qu'on devient forgeron :
votre présentation de l'inscription

1. Formez des groupes de deux (travaillez avec un autre partenaire que celui avec lequel vous avez exercé votre présentation d'écoute).
2. À tour de rôle, exercez la présentation de l'inscription du vendeur.
 - Exercer la présentation de l'inscription fera en sorte qu'elle aura l'air harmonieux devant des clients potentiels.
 - Incorporez ce que vous avez appris aujourd'hui pour communiquer les avantages de la mise en valeur, votre plan de marketing et vos communications.
 - Continuer d'exercer cette présentation de l'inscription avec votre partenaire de responsabilité/de script.

Durée : 30 minutes

Découvertes de l'activité

- _____
- _____

Tout rassembler

1. **Plan d'action**
2. **Préparation pour le prochain cours**
3. **Rappels**

Plan d'action

Récapitulez toutes les affectations d'aujourd'hui et en préparation pour le prochain cours.

Action	Date butoir/échéance
Réservez du temps pour exercer votre présentation de l'inscription du vendeur et vos scripts.	
Parlez à d'autres représentants aux ventes des ressources et de professionnels de mise en valeur.	
Créez des idées de marketing pour vos inscriptions ou vos inscriptions futures.	
Créez des billets dans les médias sociaux sur une inscription que vous pourriez avoir ou afin de promouvoir l'inscription d'un collègue de votre centre d'affaires (demandez-lui l'autorisation avant!).	
Préparez votre prochain cours avec votre prochaine mission.	

Apportez votre téléphone, votre ordinateur portable/tablette et votre base de données à tous les cours.

Préparation pour le prochain cours

Préparez-vous pour votre prochain cours en faisant la mission avant la prochaine session de réflexion Ignite prévue.

Téléchargez votre **Mission** pour le prochain cours d'Ignite dans KWUConnect.

IGNITE		Mission 7	
Faites cette mission avant d'assister à la session de réflexion 7 d'Ignite			
TERMINÉ ✓	1. 10/4 quotidien – développez une habitude de production de piste		
☐	Faites votre 10/4 quotidien!		
☐	Écrivez des notes sur les résidences que vous avez examinées et apportez-les en classe pour les partager		
☐	Préparez votre compte rendu – soyez prêt à faire part de vos résultats quotidiens de 10/4 en classe		
☐	Apportez des cartes de note, des cartes de visite et des étampes pour les notes écrites		
TERMINÉ ✓	2. Approfondissez votre apprentissage		
☐	Exercez des scripts avec un partenaire		
TERMINÉ ✓	3. Rassemblez vos outils – et apportez-les en classe		
☐	Créez une liste des personnes à appeler dans la session de réflexion 7 et pour la situation réelle, et apportez-la en classe		
☐	Faites votre recherche sur vos statistiques sur le marché local et apportez-les en classe : 1. Nombre moyen de jours sur le marché dans deux fourchettes de prix différentes 2. Nombre de résidences à vendre dans les deux mêmes fourchettes de prix		
☐	Demandez une copie d'une entente de représentation des acheteurs de votre centre d'affaires		
☐	Téléchargez et imprimez la présentation sur l'inscription d'Ignite pour les vendeurs d'Ignite dans KWUConnect		
☐	Téléchargez et imprimez le Questionnaire d'analyse des besoins des acheteurs d'Ignite – sur Ignite, dans KWUConnect		
TERMINÉ ✓	4. Préparez-vous pour la consultation avec l'acheteur		
☐	Regardez : Situation réelle : réponse à une demande de renseignements sur une enseigne À vendre (1 minute 47 secondes)		
☐	Regardez : Consultation avec les acheteurs (5 minutes 31 secondes)		
☐	Regardez : Organisez une consultation avec les acheteurs (1 minute 56 secondes)		
☐	Regardez : Faites en sorte que les acheteurs signent l'entente (1 minute 59 secondes)		
☐	Regardez : Conclusion avec les acheteurs (2 minutes 20 secondes)		
TERMINÉ ✓	5. Suivi – sur la session de réflexion précédente		
☐	Effectuer des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente		

*Accédez à des vidéos de KWUConnect.com, Ignite. Besoin d'aide? Communiquez avec votre coordonnateur de la technologie ou ambassadeur technique de votre centre d'affaires ou envoyez un courriel à support@kw.com.

© 2015 Keller Williams Realty, Inc. Ignite v4.1



À vous la parole - Préparez-vous

Recherche de clients ciblée

Chaque jour en classe, vous ferez des appels à des groupes cibles précis. Nous suivrons le processus en trois étapes chaque fois.

1. **Préparer** – Créez votre liste d'appels pour le prochain cours.
2. **Passez à l'action** – Les appels en situation réelle seront faits au prochain cours.
3. **Entretien** – Rédigez des notes pour tous ceux que vous appelez en classe.

Préparer la liste

Dans votre prochain cours, vous vous concentrerez sur les **premiers propriétaires** et **locataires**, ainsi que les nombreuses **références** que vous aurez obtenues en appelant les personnes rencontrées.

Industrie	Nom(s) et numéro(s) de téléphone

Rappels

Quelles sont les trois premières phases de votre relation d'inscription avec un vendeur?

Pourquoi la mise en valeur est-elle importante?

Pourquoi le prix est-il en tête de liste du plan de marketing en 14 points?

Quels sont les cinq éléments du SUPER Service?

Combien de contacts sont dans votre base de données eEdge de KW à la fin d'Ignite? ____

Combien de nouveaux contacts avez-vous aujourd'hui? _____

De la découverte à la réalisation

DÉCOUVERTES

Quelles sont vos découvertes?

COMPORTEMENTS

Quels comportements avez-vous l'intention de changer?

OUTILS

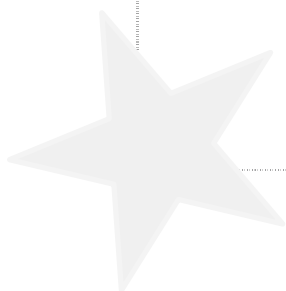
Quels outils utiliserez-vous?

RESPONSABILITÉ

Quelle forme prend la responsabilité pour ceci?

RÉALISATIONS

Que ferez-vous?



Réalisations de la semaine

Vous continuez de grandir dans votre deuxième semaine d'Ignore. Vous acquérez et adoptez de nouvelles compétences. Vous devrez continuer d'appliquer ces nouvelles compétences et de travailler à les maîtriser.

Prochaine compétence	Début Mise en place	Continuer de la maîtriser en...
Utilisez la trousse préalable à l'inscription		
Offrez votre présentation sur l'inscription du vendeur		
Demander la clientèle		
Découvrir des stratégies d'établissement de prix		
Préparer une ACM		
Apprendre les scripts d'établissement de prix et d'oppositions		
Apprenez l'importance de la mise en valeur		
Mettez en place le plan de marketing en 14 points		
Communiquez efficacement avec vos clients		
Offrez une excellente expérience en service à la clientèle		
Combien de contacts avez-vous ajoutés à votre base de données cette semaine?		

Utilisez le tableau ci-dessous pour suivre votre progrès.

Améliorez votre apprentissage

Regardez dans KWUConnect

- Utilisez Facebook pour vos affaires
- Obtenez des pistes lors de votre visite libre
- Suivi sur la visite libre et technologie KW
- Annoncer et gérer ses inscriptions, partie 1
- Annoncer et gérer ses inscriptions, partie 2

Utilisez des outils

Liste de vérification sur la communication

Préparation pour une visite libre

Les neuf étapes de la mise en valeur

Web

Trousse d'outils de marketing personnel en ligne de la revue REALTORMD –
<http://realtormag.realtor.org/tool-kit/personal-marketing>

Formation additionnelle de KWU

Expérience du client

Corrections/journal des suggestions d'Ignite

Votre nom : _____

Centre d'affaires : _____

Date : _____

Numéro de page	Changement

Numériser et envoyer par courriel des corrections ou des changements au cours à : rhonda.whatley@kw.com.

Ou envoyer par la poste à :

Keller Williams University
1221 South MoPac Expressway, Suite 400
Austin, Texas 78746