

TROUVER ET FAIRE VISITER DES MAISONS

TRANSFORMER LE RÊVE DE VOTRE ACHETEUR EN RÉALITÉ

SÉANCE INTENSIVE IGNITE N° 8

Dans ce chapitre...

- Trouver la maison appropriée à faire visiter
- Faire visiter les maisons comme un professionnel
- Obtenir un oui!



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
Le trajet	11
FAITES-EN UNE RÉALITÉ : TRAVAILLER AVEC LES ACHETEURS	13
1. Trouver les maisons	13
2. Visiter les maisons	16
3. Guider vos acheteurs vers une décision	24
Concentration de l'expérience du client	31
TOUT RASSEMBLER	33
Plan d'action	33
Préparation pour le prochain cours.....	34
Rappels	36
DE LA DÉCOUVERTE À LA RÉALISATION	37
AMÉLIOREZ VOTRE APPRENTISSAGE.....	38

Attentes d'aujourd'hui

Champions en formation

1. Apprendre des techniques pour qualifier les maisons que vous trouvez en ligne.
2. Développez vos compétences de visites.
3. Répétez des scénarios puissants qui aideront vos acheteurs lors du processus de prise de décision.

Formateur d'Ignite

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

1. Présentez les excellentes **vidéos** modèles en classe, au besoin.
2. Investir la majeure partie de leur temps envers des **activités** en classe.
3. Agir en tant que modèles de ce qu'il faut pour avoir beaucoup de succès. Guidez et soutenez les « Cappers » en formation en les tenant responsables de leur **10/4 quotidien** et leur **mission** et, lors de l'activité d'appels téléphoniques, effectuez 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. Fournissez vos révélations de la mission.
2. Annoncez les résultats de votre activité **10/4 quotidien** de la veille et révisez le tableau des classements. Célébrez les réussites!
3. Faites des **appels de situation réelle** en classe.

IGNITE	Mission 8
Faites cette mission avant d'assister à la session de réflexion 8 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. Préparez-vous à trouver et à faire visiter des résidences
	Regardez : <i>Trouver et montrer des résidences</i> (6 minutes 59 secondes)
TERMINÉ ✓ ☐	4. Suivi – sur la session de réflexion précédente
	Effectuez des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente
TERMINÉ ✓ ☐	5. Faites grandir votre base de données – avec vos contacts actuels
	Apportez votre liste de contacts préparée et votre ordinateur portable ou votre tablette au prochain cours Ignite
*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.	

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

Présentez un message d'affirmation à haute voix. « **Mon entreprise est en croissance lorsque ma base de données est en croissance!** »

1. Prenez votre téléphone et votre liste de contacts que vous avez préparée pour cette session. Cette semaine, vous communiquerez avec des gens **des secteurs de services personnels et professionnels** et toute **recommandation** que vous avez reçue.
2. Utilisez les scénarios inclus ici.
 - objectif n° 1 : Faites des appels pendant 20 minutes et **communiquez** avec autant de personnes que possible.
 - objectif n° 2 : Demandez toujours des **recommandations** de chaque contact et offrez votre **application**.
 - objectif n° 3 : Fixez un **rendez-vous**.
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. Rédigez une note à 2 à 3 personnes que vous avez appelées afin de les remercier de leur temps.

Durée : 20 minutes

Scénarios pour les appels aux secteurs de services personnels et professionnels.

LA CRÉATION DE PARTENARIATS DE RECOMMANDATIONS AVEC DES PROPRIÉTAIRES D'ENTREPRISES AVEC QUI VOUS AVEZ FAIT AFFAIRE

Bonjour _____ (*propriétaire de l'entreprise*), je suis _____ de Keller Williams Realty. Je crée actuellement une liste d'entreprises et de fournisseurs de services privilégiés pour donner à mes clients. Puisque les clients me demandent souvent pour un bon _____ (*dentiste, paysagiste ou autre entreprise*), je ne veux leur recommander que des entreprises de confiance. Puisque j'ai reçu un service excellent de vous, seriez-vous intéressé à ce que je vous inclue, ainsi que votre entreprise?

(Le cas échéant, continuez...)

Excellent! J'aimerais aussi établir ces partenariats de recommandations professionnelles pour aider à faire grandir nos entreprises mutuelles. Donc si je vous réfèrais des clients, voudriez-vous me référer vos clients qui cherchent à acheter ou vendre une résidente, avec l'assurance que je leur fournirai le niveau élevé de service à la clientèle dont vous vous attendez?

(Le cas échéant, continuez...)

Excellent! Que diriez-vous de confirmer nos coordonnées afin que nous puissions commencer?

LA CRÉATION DE PARTENARIATS DE RECOMMANDATIONS AVEC DES PROPRIÉTAIRES D'ENTREPRISES AVEC QUI VOUS N'AVEZ PAS FAIT AFFAIRE

Bonjour _____ (*propriétaire de l'entreprise*), je suis _____ de Keller Williams Realty et je crée actuellement une liste d'entreprises et de fournisseurs de services privilégiés pour donner à mes clients. Puisque les clients me demandent souvent pour un bon _____ (*dentiste, paysagiste ou autre entreprise*), je ne veux leur recommander que des entreprises de confiance. On m'a dit de bonnes choses au sujet de votre entreprise. Seriez-vous intéressé à ce que je vous inclue, ainsi que votre entreprise?

(Le cas échéant, continuez...)

Excellent! J'aimerais aussi établir ces partenariats de recommandations professionnelles pour aider à faire grandir nos entreprises mutuelles. Donc si je vous réfèrais des clients, voudriez-vous me référer vos clients qui cherchent à acheter ou vendre une résidente, avec l'assurance que je leur fournirai le niveau élevé de service à la clientèle dont vous vous attendez?

(Le cas échéant, continuez...)

Excellent! Que diriez-vous de confirmer nos coordonnées afin que nous puissions commencer?

Commencez du bon pied

Le trajet

Le trajet de la consultation de l'acheteur à l'offre est la partie la plus excitante et gratifiante du travail avec les acheteurs. Trouver la maison appropriée, aussi rapidement que possible, est une réussite pour l'acheteur ainsi que pour vous, puisque vous pouvez travailler avec plusieurs acheteurs.

Voici quelques statistiques qui vous aideront lors du processus de recherche d'une maison.

- 85 pour cent des acheteurs canadiens de maisons commencent leur recherche en ligne.
- Aujourd'hui, presque la moitié des acheteurs de maison (46 pour cent) font partie de la génération X, suivi de près par la génération Y (millénaires) à 38 pour cent.
- 86 pour cent des acheteurs estiment que la virtualisation des maisons modèles est un outil important et 89 pour cent utilisent les évaluations en ligne des clients pour prendre une décision quant à l'achat d'une maison.
- 68 pour cent des consommateurs estiment que les salles-penderies sont un élément non négociable de leur prochaine maison, et un nombre égal d'acheteurs indiquent que des appareils écoénergétiques sont les éléments « essentiels » les plus importants.
- Des préoccupations de santé et bien-être sont aussi en tête de liste en matière de préférences de la communauté, notant les sentiers pédestres, les pistes de bicyclettes, les parcs et la récréation comme les attraits les plus recherchés.
- Bien que 35 pour cent des répondants préféreraient une maison individuelle unifamiliale à deux étages comme prochaine maison, étonnamment, l'article le plus important pour lequel les acheteurs sont prêts à faire des compromis afin de réduire les coûts, c'est la taille (22 pour cent); aucun répondant n'était prêt à faire des compromis en matière de qualité ou de rendement énergétique.

* SOURCE : ENQUÊTE NATIONALE SUR LES PRÉFÉRENCES DES ACHETEURS DE ASSOCIATION CANADIENNE DES CONSTRUCTEURS D'HABITATIONS (CHBA), MAI 2015

Faites-en une réalité : travailler avec les acheteurs

Afin de réussir le processus de recherche d'une maison, concentrez-vous sur ces trois étapes :

1. **Trouver** les maisons appropriées
2. **Montrer** les maisons qui se qualifient
3. Guider vos acheteurs vers une **décision**

1. Trouver les maisons

LA VÉRITÉ

92 % des acheteurs utilisent Internet dans leur processus de recherche d'une maison.

Il n'y a aucun doute que vos acheteurs chercheront eux-mêmes sur Internet. Votre tâche est d'identifier les maisons qui méritent réellement une visite.

Votre consultation approfondie de l'acheteur aidera à établir exactement ce que les acheteurs recherchent dans leur maison de rêve. Utilisez ces critères sur les sites en ligne de recherche de propriétés afin de trouver plusieurs maisons à faire visiter par vos acheteurs.

1. Inscrivez-les sur un système de notification instantanée de l'acheteur (BINS) qui les avise lorsqu'une propriété qui concorde à leurs besoins se présente sur le marché.
2. Surveillez ce que vos acheteurs reçoivent à partir de votre site Web et votre application KW par le biais de vos outils administratifs.
3. Communiquez avec eux lorsque vous trouvez une propriété qu'ils devraient voir. De même, demandez-leur de communiquer immédiatement avec vous lorsqu'ils trouvent quelque chose qu'ils aimeraient voir.

4. Maintenez une communication périodique avec eux afin de déterminer ce que les acheteurs pensent des maisons de leurs recherches. Si aucune maison ne répond à leurs critères, une autre réunion sera peut-être nécessaire afin de réaligner leurs attentes.

Gardez la concentration de l'acheteur sur les cinq ou sept premières maisons que vous avez choisies pour eux, selon leurs besoins. Utilisez ce scénario :

SCRIPT

Rester axé sur les meilleures maisons

M./Mme Acheteur, lorsque nous trouverons la maison appropriée, nous devons agir rapidement, et je sais que vous aurez un sentiment de « Bien, est-ce qu'il y a quelque chose de mieux? » Mais je dois vous dire, les meilleures maisons se vendent immédiatement parce qu'elles sont les meilleures maisons.

Voulez-vous voir toutes les maisons, ou voulez-vous trouver rapidement la bonne?

Qualifier les maisons trouvées en ligne

Vous savez que vos acheteurs feront des recherches en ligne, donc lorsqu'ils communiquent avec vous et sont excités parce qu'ils ont trouvé « la bonne », rappelez-leur que vous devez qualifier la maison avant de sauter dans la voiture pour la visiter.

1. **Consultez** le service interagences (MLS) afin de vous assurer que la maison est toujours disponible.
2. **Comparez** les éléments de la maison à la liste de souhaits de l'acheteur et la feuille des **cinq éléments essentiels**.

Est-ce qu'elle convient bien, ou est-ce que les acheteurs permettent à un facteur émotionnel de fausser leur jugement? Si elle ne semble pas appropriée, prenez l'occasion d'affiner encore plus leurs désirs et leurs besoins. Deux ou trois questions peuvent vous économiser une heure de visite d'une maison qui ne respecte pas leurs critères.

Vous m'avez dit que _____ (élément) était un de vos cinq éléments essentiels. Deux des maisons que vous m'avez transmises n'ont pas _____ (élément). Est-ce quelque chose que vous êtes prêt à abandonner?

3. **Fixez un rendez-vous pour une visite.** Profitez de ce trajet en vérifiant s'il y a d'autres maisons comparables que votre acheteur voudrait visiter en même temps.

Votre tour : qualifier les propriétés

Choisissez les meilleures propriétés à faire visiter par vos acheteurs.

1. Choisissez un partenaire avec qui travailler. Un sera le représentant commercial et l'autre sera l'acheteur.
2. **Acheteur** : Décidez du type de maison que vous voulez acheter. Vous pouvez vous servir du modèle de votre maison actuelle, d'une ancienne maison, ou même de votre maison de rêve. Créez les critères suivants : fourchette de prix, quartier ou secteur, le nombre de chambres à coucher et de salles de bain. Est-ce qu'il y a d'autres éléments, ou des éléments spéciaux, que vous aimeriez dans une maison?
3. **Représentant commercial** : Ouvrez une session de votre service interagences (MLS) et entrez les critères de l'acheteur :
 - Fourchette de prix (utilisez la moyenne de votre région)
 - Quartier (choisissez un des plus populaire ou votre ferme géographique)
 - Nombre de chambres à coucher et de salles de bain
 - Éléments spéciaux (piscine, salle à manger formelle, sous-sol fini, etc.)
4. **Représentant commercial et acheteur** : Déterminez les cinq éléments essentiels.
5. **Représentant commercial et acheteur** : Selon le nombre de résultats de maisons de la recherche, raffinez leurs critères jusqu'à ce qu'il y ait 15 propriétés (ou moins) à consulter.
6. **Représentant commercial et acheteur** : À l'aide de ces 15 propriétés (ou moins), raffinez-les encore plus avec votre acheteur afin d'avoir un maximum de cinq à sept maisons.

Durée : 15 minutes

Découvertes de l'activité

- _____
- _____

2. Visiter les maisons

Organisation et la capacité de guider les acheteurs vers une décision qui donne des visites réussies.

Préparation des visites de maisons

- Regardez les instructions des visites sur le service interagences (MLS) afin de programmer les temps de visite.
- Appelez toujours le représentant commercial de l'inscription afin de déterminer si la maison est toujours disponible et s'il y a eu des offres.
- Établissez la date de la visite avec votre acheteur, en précisant l'heure de début et de fin.
- Essayez de donner 24 heures d'avis, si possible.
- Confirmez auprès de votre acheteur qu'ils ont les arrhes nécessaires, au besoin.
- Regardez les maisons au préalable afin d'éliminer celles qui ne répondent pas aux exigences.
- Préparez-vous et renseignez-vous au sujet des maisons et des caractéristiques; soyez la source d'informations.
- Déterminez quel chemin prendre, visitant toujours la meilleure maison en premier.
- Organisez une rencontre avec votre acheteur au bureau, ou devant la première maison que vous visiterez.
- Imprimez deux feuilles d'informations détaillées du service interagences (MLS) pour chaque propriété que vous prévoyez visiter avec votre acheteur.
- Placez les feuilles d'informations du service interagences (MLS) dans l'ordre que vous visiterez les propriétés et incluez la liste de contrôle de la visite de la maison pour chacun, afin que l'acheteur puisse y inscrire ses commentaires. Faites-en un jeu pour vous et un pour l'acheteur.

- Faites une copie de la feuille des cinq éléments essentiels qui a été remplie au cours de la consultation de l'acheteur, et incluez-la dans les listes de contrôle du service interagences (MLS) et de la visite de la maison que vous donnerez à vos acheteurs.

Aider les acheteurs à visiter les maisons

Une des parties les plus importantes de la préparation de vos acheteurs pour l'évaluation d'une maison est de les aider à comprendre les choses qu'ils devraient ignorer. Demandez les commentaires de vos acheteurs au sujet des maisons, aidez-les à reconnaître les choses qu'ils aiment des choses qu'ils n'aiment pas.

- S'ils n'aiment pas des choses comme la taille de l'arrière-cour ou la structure de la maison, soit des choses qui ne peuvent pas être facilement changées, demandez-leur s'il s'agit d'un brise-négociation.
- Lorsqu'il s'agit de choses comme la couleur d'un mur ou le peu de terrassement, discutez de solutions faciles, à faible coût et aidez les à regarder plus loin que ces problèmes.
- Demandez à vos acheteurs d'utiliser la **liste de contrôle de la visite de la maison** pour les guider quant à ce qu'il faut regarder dans la maison et pour y inscrire des commentaires.

Vous devriez aussi utiliser la liste de contrôle de la visite de la maison. N'oubliez pas : toutes les fois que vous sortez les acheteurs pour visiter une maison, vous regardez aussi la maison pour d'autres acheteurs potentiels. À titre de spécialiste en immobilier, vous devez être au courant de ce qui se trouve sur le marché.

LISTE DE CONTRÔLE DE LA VISITE DE LA MAISON			
Adresse de la propriété :			
Propriété	Commentaires	Extérieur	Commentaires
✓Vue		✓Fondation	
✓Taille du lot		✓Toit	
✓Terrassement		✓Style architectural	
✓Pieds carrés		✓Balcon/patio	
Intérieur	Commentaires	✓Piscine	
✓Nombre de chambres à coucher		✓Garage	
✓Nombres de salles de bain		✓État général de l'extérieur	
✓Salon		Lieu	Commentaires
✓Cuisine		✓Commodité pour le travail	
✓Salle à manger		✓Commodité pour le magasinage	
✓Salle de famille		✓Commodité pour les écoles	
✓Bureau		✓Commodité pour les garderies	
✓Foyer(s)		✓Récréation à proximité	
✓Ouverture		✓Apparence générale des maisons du secteur	
✓État général de l'intérieur		✓Valeur de la maison en relation au secteur	
✓Sous-sol		✓Autres	
Commentaires supplémentaires :			

Visite de la maison

1. Sonnez à la porte, même s'il y a un coffret garde-clé. Si la propriété est occupée, sonnez au moins deux fois à la porte avant d'entrer. Avant de passer l'entrée, dites à haute voix : « Bonjour, représentant commercial immobilier » à quelques reprises afin de vous assurer qu'il n'y a personne.
2. Inscrivez vos propres commentaires sur votre copie de la feuille du service interagences (MLS) pour chaque propriété, au moment où vous la visitez.
3. Demandez à vos acheteurs de donner des noms descriptifs afin de les aider à visualiser individuellement les maisons (p. ex., « la maison avec l'excellente vue », « la maison sur le ruisseau », « la maison avec la fontaine », « la maison qui sentait le chat »).
4. Lors des visites des propriétés, évitez de faire des commentaires. Laissez les acheteurs arriver à leurs propres conclusions. Posez plutôt des questions. Vous voulez savoir ce qu'ils pensent afin de déterminer si la maison concorde vraiment à ce qu'ils veulent. Essayez de demander : « Que changeriez-vous au sujet de cette maison? » Cela peut vous donner les informations qu'il vous faut pour leur trouver la maison idéale.
5. Aidez les acheteurs à identifier leur maison idéale en indiquant les avantages, non les éléments, qui sont en ligne avec les besoins, les désirs et les valeurs que vous avez déjà identifiés avec eux. Les éléments sont liés à la propriété; les avantages sont liés à l'acheteur. Par exemple, si la maison a des fenêtres neuves, indiquez l'avantage et non le fait qu'elles sont neuves : « Des fenêtres neuves signifient que vos factures de services seront plus basses; vous aurez donc plus d'argent à dépenser chaque mois. »
6. Demandez aux acheteurs de classer les maisons que vous avez visitées avec eux, de 1 à 5. Si vous travaillez avec un couple, demandez-leur de le faire en même temps pour voir s'ils sont d'accord. Cet exercice aidera à l'auto découverte par les acheteurs de ce qui est vraiment important pour eux dans leur nouvelle maison.
7. Enfin, demandez aux acheteurs : « Est-ce que vous vous voyez vivre ici? » Suivez avec : « Pourquoi? » ou « Pourquoi pas? » S'ils répondent par l'affirmative, demandez : « Êtes-vous prêt à faire une offre aujourd'hui? »

Protocole des visites de maisons

À titre de représentant commercial professionnel, il est important que vous observiez un protocole de base lorsque vous visitez des maisons avec vos acheteurs.

- Laissez la maison comme vous l'avez trouvée, y compris l'éclairage et la climatisation ou la chaleur.
- Assurez-vous de chercher et respecter toutes les remarques de visites dans le service interagences (MLS) ou qui vous ont été données par le représentant commercial de l'inscription.
- Faites attention aux animaux de compagnie lorsque vous ouvrez les portes vers l'extérieur ou que vous sortez dans l'arrière-cour (le vendeur ne réalise peut-être pas le danger de ses animaux de compagnie envers les étrangers, et vous ne voulez pas devoir chasser un animal dans le quartier alors que vos acheteurs attendent).
- Laissez une carte sur le comptoir afin d'aviser le vendeur que vous êtes passés (si l'inscription de la maison expire, il serait peut-être bon que le vendeur sache que vous avez réellement amené des visiteurs).
- Assurez-vous de bien fermer et verrouiller la maison lorsque vous partez.
- Avisez le représentant commercial de l'inscription si vous remarquez quelque chose qui ne va pas.
- _____
- _____
- _____

À vous la parole : Avantages

Souligner les avantages

1. En travaillant avec un partenaire, utilisez le tableau ci-dessous pour énumérer trois éléments courants dans une maison que vous aimeriez qu'un acheteur remarque (p. ex., un toit neuf, un foyer).
2. Énumérez les avantages de cet élément.
3. Lorsqu'on vous invitera, levez-vous et lisez les avantages de l'élément que vous avez inscrit, sans la nommer. La classe devinera de quel élément il s'agit. Utilisez l'espace supplémentaire fourni avant d'écrire ce que les autres groupes ont dit.

Élément	Avantage

Découvertes de l'activité

- _____
- _____

Durée : 10 minutes

Reconnaître les signaux d'achat alors que vous visitez la maison

Faites attention aux signaux d'achat de votre client alors que vous visitez les propriétés. Cela vous donnera le pouvoir qu'il vous faut pour aider l'acheteur à décider.

Lorsque vous saurez qui est le décideur d'une famille, concentrez-vous sur elle/lui, si possible.

Quelques signaux d'achat courants sont énumérés ci-dessous.

1. Langage corporel et expressions du visage (sourire, bonne humeur);
2. Poser des questions au sujet de motivations du vendeur;
3. Poser des questions détaillées; au sujet des divulgations du vendeur ou des taxes, par exemple;
4. Visualiser la disposition des meubles;
5. Comparer la maison à d'autres;
6. Discuter de nouvelle peinture ou de nouveau tapis;
7. S'asseoir dans la maison;
8. Devenir protecteur; ne pas vouloir que d'autres acheteurs visitent la propriété;
9. Demander une deuxième visite;
10. Soulever des objections.

Le numéro 10 pourrait vous surprendre. On croit à tort que des objections comme « Je n'aime pas _____ » signifient que l'acheteur n'est pas intéressé à la propriété. Les objections peuvent être d'importants signaux d'achat. Lorsque les acheteurs s'opposent à certains éléments de la maison, cela peut signifier qu'ils s'imaginent dans cette maison.

- _____
- _____
- _____

Objections courantes lors d'une visite d'une maison

SCRIPT

Objection : *Nous l'aimons, mais n'avons pas vu suffisamment de propriétés.*

M./Mme Acheteur, mon rôle à titre de votre spécialiste acheteur, et la raison que nous nous sommes réunis pour une consultation, est de trier les maisons qui respectent vos exigences et ne vous faire visiter que les meilleures maisons disponibles, soit la crème de la crème. Et les meilleures maisons sur le marché sont vendues rapidement, habituellement en une journée, parfois deux. Si vous aimez cette maison, il est possible que quelqu'un d'autre l'aime aussi! Êtes-vous prêt à perdre la maison idéale pour vous, votre maison « WOW », celle que vous aimez définitivement, simplement pour visiter toutes les autres?

SCRIPT

Objection : *Nous voulons vraiment une salle à manger formelle.*

M./Mme Acheteur, vous vous souvenez, lors de notre première rencontre, lorsque nous avons discuté que la maison 100 % n'existe pas? (Consultez la feuille des cinq éléments essentiels.) Nous avons identifié _____ comme les cinq éléments essentiels de votre nouvelle maison. Est-ce qu'une salle à manger formelle est rendue plus importante qu'un de ces éléments? Si oui, lequel? (Si oui, vous devrez commencer une nouvelle recherche.)

SCRIPT

Objection : *Nous n'aimons pas le tapis/la couleur de la peinture/le paysagement.*

Je vous comprends et cette maison vous offre la possibilité d'ajouter vos touches personnelles. Est-ce qu'il serait mieux de payer plus pour que le vendeur fasse les modifications, plutôt que refaire vous-même cette chose afin qu'elle réponde à vos besoins précis? Excellent!

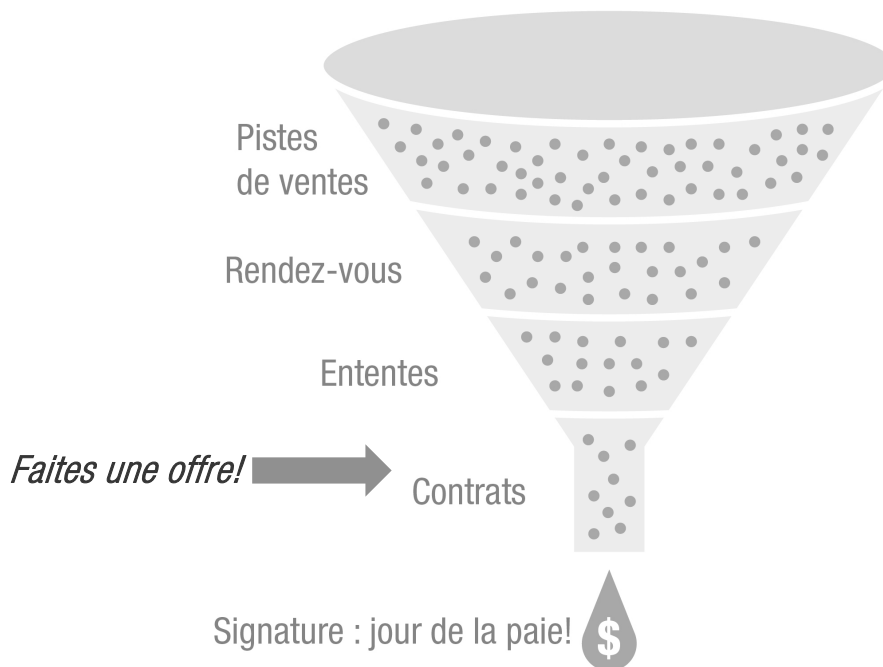
Plus vous leur faites visiter de maisons, moins compétent ils vous trouvent!

Tony DiCello, vice-président, Encadrement, recherche et développement, MAPS

3. Guider vos acheteurs vers une décision

N'oubliez pas; vous n'êtes pas un guide touristique possédant la clé d'un coffret garde-clé! Votre tâche, lorsque vous les avez aidés à trouver la maison appropriée, est de faciliter le processus de prise de décision pour vos acheteurs afin qu'ils puissent faire une offre et obtenir la maison qu'ils veulent, avant quelqu'un d'autre.

Il s'agit d'un jalon important dans le processus d'achat d'une maison.



Sans passion, il n'y a aucune vision.
Mo Anderson, vice-président du conseil, Keller Williams Realty

Le processus de prise de décision

1. Chaque fois que vous faites visiter une nouvelle **propriété**, demandez à votre acheteur de **classer cette propriété** sur une échelle de 1 à 10. Vous devriez inscrire ce chiffre sur vos listes de contrôle de visite de la maison. L'objectif est de continuellement décider quelle propriété tient la première place pour une offre. Demandez-leur pourquoi ils ont classé cette maison plus bas ou plus haut.
2. Après chaque visite, **demandez-leur s'ils veulent acheter cette maison**. Sinon, demandez-leur pourquoi. Il s'agit de votre occasion de comprendre davantage et de réévaluer les besoins, les désirs et les valeurs du client.
3. Lorsque vous avez terminé les visites des maisons, rassemblez toutes les feuilles du service interagences, selon leur classement. Éliminez-les toutes, à l'exception des **deux premières**.
4. Prenez la **maison classée en première place** et demandez : « Est-ce celle-ci votre préférée? Est-ce qu'elle sera votre nouvelle maison? Elle répond à tout ce qui se trouve sur votre liste de contrôle, n'est-ce pas? » Vous pouvez valider leur choix en ajoutant : « Je comprends pourquoi vous êtes aussi enthousiastes! »
5. Prenez la feuille du service interagences (MLS) de la première maison, tournez-la et dessinez une ligne du haut de la feuille au bas. Sur le côté gauche de la ligne, écrivez « pour » et de l'autre côté, « contre ». Posez des questions qui explorent en profondeur afin de découvrir ce qu'ils aiment et ce qu'ils n'aiment pas au sujet de la maison. De cette façon, vos acheteurs n'ont pas l'impression que vous les poussez à acheter et cela aide à isoler leurs objections.

P o u r	Con t r e
---------	-----------

6. Demandez-leur de **faire une offre**! Lorsqu'ils ont manifestement ciblé la maison en première place, aidez-les à cibler la prochaine étape, soit faire une offre, en demandant : « Est-ce qu'il serait donc sensé de retourner à mon bureau et faire un peu de recherche sur les prix des maisons dans le secteur afin de déterminer une bonne offre? »

Vidéo

Activité : Créer une urgence d'achat



- Regardez la vidéo « **Créer une urgence d'achat** » (3:29)
- Quelles sont vos découvertes?

Durée : 5 minutes

Quoi, aucune offre?

Si vos acheteurs ne veulent pas faire une offre sur une des propriétés visitées, assurez-vous d'en comprendre la raison. Ensuite, assurez-vous de fixer le prochain rendez-vous avant de partir. Même si vous n'avez pas encore une maison à faire visiter, ne partez jamais d'un rendez-vous sans fixer le prochain!

SCRIPT

Fixer le prochain rendez-vous

M./Mme Acheteur, avant de nous quitter, regardons nos calendriers et fixons notre prochain rendez-vous afin de trouver cette maison que vous voulez acheter. S'il n'y a rien qui vaille la peine de vous montrer sur le marché d'ici vendredi, je communiquerai avec vous et nous pourrons nous revoir le samedi suivant.

Surmonter la réticence de l'acheteur

Lorsque vous avez vu les meilleures maisons qui répondent aux critères du client, vous aurez peut-être à surmonter la réticence de l'acheteur. C'est un problème courant chez plusieurs personnes lorsqu'elles sont soudainement confrontées à la réalité de faire une offre pour un des investissements financiers les plus importants de leur vie!

Votre tâche n'est pas de tenter de vendre une maison à vos acheteurs qui ne leur convient pas, mais plutôt les aider à reconnaître lorsqu'une maison répond à leurs besoins, leurs désirs et leurs valeurs.

Lorsque les acheteurs sont sûrs d'aimer une maison, mais sont réticents de passer à la prochaine étape et faire une offre, rassurez-les que la simple étape de faire une offre n'est pas aussi contraignante qu'ils peuvent croire.

SCRIPT**Objection : *Et si le prix baisse?***

M./Mme Acheteur, êtes-vous plus préoccupé(e) par le prix de la maison, ou par le paiement mensuel de l'hypothèque?

Bien sûr, le paiement mensuel, je suis d'accord. Permettez-moi de vous poser une autre question : est-ce que les taux d'intérêt montent plus rapidement que les prix des maisons baissent? Que pensez-vous?

Oui, sans aucun doute. En réalité, les taux d'intérêt pourraient augmenter d'un pour cent demain, n'est-ce pas? Bien, il faudrait que les prix des maisons baissent de 10 pour cent pour combler une augmentation d'un pour cent des taux d'intérêt. Donc, si vous cherchez une maison à 200 000 \$, pensez-vous que les taux d'intérêt pourraient augmenter d'un pour cent avant que les prix des maisons baissent de 20 000 \$ dans votre fourchette de prix?

Je suis entièrement d'accord avec vous. Donc, poursuivons de la façon appropriée et faisons une offre aujourd'hui même, avant que les taux d'intérêt n'augmentent.

SCRIPT**Objection : *Nous voulons y penser jusqu'à demain.***

Vous avez raison. C'est une énorme décision. Cependant, je dois vous avertir, avec aussi peu de pression que possible. Si vous êtes prêts à faire une offre sur cette maison, d'autres acheteurs aussi le sont. Si vous êtes les premiers à présenter une offre, cela fait toute une différence pour la négociation du meilleur prix possible pour vous.

Est-ce qu'il y a quelque chose de précis qui vous retient? Comment puis-je vous être utile pour prendre votre décision?

S'ils veulent toujours attendre...

C'est bon. Je communiquerai avec le représentant commercial de l'inscription à la première heure demain matin afin de voir si la maison est toujours disponible, ensuite je communiquerai avec vous. Avez-vous des questions au sujet de la propriété pour lesquelles je peux trouver les réponses?

Avez-vous d'autres préoccupations d'achat pour lesquelles je peux vous aider?

Regrouper et repenser

Si vous avez fait visiter plus que le nombre moyen de maisons et que vos acheteurs n'ont pas fait une offre, c'est le temps de revenir au début.

Acceptez-le! Peu importe le problème, c'est le temps de corriger la situation. Asseyez-vous avec les acheteurs à votre bureau et révisez votre analyse des besoins; peut-être y avait-il des choses que vous n'avez pas découvertes la première fois. Consultez ensemble le service interagences (MLS) et raffinez votre recherche. Lorsqu'un nouvel ensemble de maisons se présentent, fixez immédiatement les rendez-vous pour les visiter.

S'il n'y a rien, il est préférable de vous rendre à la base rapidement et de poursuivre si vous n'obtenez pas les résultats voulus.

SCRIPT

Retour à la base avec vos acheteurs

M./Mme Acheteur, ce que vous cherchez n'existe pas. Donc, il nous faut décider :

1. Vous pouvez avancer dans un prix plus élevé.
2. Vous pouvez modifier vos attentes.
3. Vous pouvez vous retirer du processus d'achat d'une maison pour un an et voir ce qui se passera.

Quelle est la meilleure option pour vous?

S'ils sont prêts à modifier leurs attentes, faites une nouvelle recherche. Sinon, reclassez-les comme acheteur à faible priorité et arrêtez de leur consacrer du temps.

Gardez-les sur votre campagne et dites-leur de communiquer avec vous si une propriété se présente sur le marché qu'ils aimeraient voir.

À vous la parole : Objections de l'acheteur

Répéter les scénarios d'objections des acheteurs

- Avec un partenaire, répétez les scénarios sur les pages précédentes, en prenant des tours comme représentant commercial et acheteur.

Durée : 10 minutes

Découvertes de l'activité

- _____
- _____

Concentration de l'expérience du client

Gardez la concentration de vos acheteurs sur leur objectif : trouver une maison qui répond le plus près possible à leurs besoins et attentes, et ensuite faire une offre aussi rapidement que possible afin qu'elle devienne la leur!

Soyez proactif en matière de communications alors que vous tentez de trouver une maison sur Internet. Déterminez la façon dont ils aiment communiquer; c'est par courriel, téléphone ou messages texte? Discutez de la fréquence des contacts; est-ce toutes les fois qu'une nouvelle maison se présente sur le marché plus une communication hebdomadaire? Respectez ce qui est décidé!

De plus, vous passerez beaucoup de temps avec vos acheteurs, donc apportez suffisamment de ressources pour couvrir toute éventualité et créez une expérience aussi confortable que possible!

Articles à apporter			
	La paperasse (la liste des besoins et désirs du client, le contrat, les feuilles du service interagences)		Les produits papier (mouchoirs et papier hygiénique)
	Une carte		Les fournitures de bureau (stylos, crayons, bloc-note, ruban, agrafeuse)
	Une trousse de premiers soins		Des parapluies (2)
	Une lampe de poche		Des boissons et des collations
	Un ruban à mesurer, un niveau		Des divertissements pour les enfants (des cahiers à colorier avec crayons, des films)
	Un appareil photo numérique		

À vous la parole : Faire visiter des résidences

Visite « simulée » d'une maison

Répétez la visite d'une maison, tout en indiquant les avantages et en gérant les objections.

1. Votre faculté Ignite demandera deux volontaires; un « représentant commercial » et un « acheteur ».

Représentant commercial : Faites une simulation d'une visite en faisant semblant que la classe est la maison. Indiquez les éléments et les avantages qui répondent à l'analyse simulée des besoins de l'acheteur et en gérant les objections.

Présumez que l'analyse des besoins de l'acheteur a été effectuée, afin que vous puissiez consulter l'analyse simulée des besoins; par exemple : « Voici la salle à manger formelle pour les grands soupers que vous aimez organiser ».

- **Acheteur** : Soulevez les objections courantes lors de la « visite » de la maison. Des objections comme : « nous voulons une plus grande arrière-cour », « nous voulons voir d'autres propriétés », « je déteste le tapis » et « je veux y penser jusqu'à demain », etc.

Cinq éléments essentiels

1. Une grande cuisine séparée, inspirée par un chef
2. Une pièce pour un bureau
3. Un garage pour trois véhicules (pour leur bateau)
4. Une grande arrière-cour (pour les enfants et les chiens)
5. Clés en main

2. Tous les autres « Cappers » en formation : Observez les actions du « représentant commercial » et de « l'acheteur » et prenez des notes pour une rétroaction constructive.

Durée : 20 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
Faites votre 10/4 quotidien.	
Inscrivez des chiffres dans myTracker.	
Continuez de présenter et visiter des maisons pour mettre en pratique la visite et l'identification des éléments et des avantages.	
Répétez vos scénarios d'acheteur et la gestion des objections.	
Faites votre mission pour le prochain cours.	

Apportez votre téléphone, votre ordinateur portatif/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 9	
Faites cette mission avant d'assister à la session de réflexion 9 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		
TERMINÉ ✓	2. Approfondissez votre apprentissage		
☐	Exercez des scripts avec un partenaire		
TERMINÉ ✓	3. Préparez-vous à faire et à recevoir des offres		
☐	Regardez : Aider les acheteurs à faire une offre (2 minutes 14 secondes)		
☐	Regardez : Faire et recevoir des offres (9 minutes 38 secondes)		
TERMINÉ ✓	4. Suivi – sur la session de réflexion précédente		
☐	Effectuer des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente		
TERMINÉ ✓	5. Faites grandir votre base de données – avec vos contacts actuels		
☐	Apportez votre liste de contacts préparée et votre ordinateur portable ou votre tablette au prochain cours Ignite		

*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'appel pour le prochain cours
2. **Agir** : des appels réels seront effectués au prochain cours
3. **Entretien** – Rédigez des notes pour tous ceux que vous appelez en classe.

Préparer la liste

Pour le prochain cours, vous vous concentrerez sur des personnes que vous connaissez des **clubs** auxquels vous appartenez (sports, gyms, club de loisirs, sororité, etc.) et les personnes que vous connaissez des lieux de **culte**. Comme d'habitude, incluez les recommandations que vous avez reçues.

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

Rappels

Comment devriez-vous qualifier des maisons trouvées en ligne?

Pourquoi est-il important de ne faire aucun commentaire lors de la visite d'une maison avec vos acheteurs?

Quelle est la différence entre des avantages et des éléments?

Pourquoi considère-t-on les objections comme un signal d'achat?

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

Combien de contacts avez-vous aujourd'hui? _____

De la découverte à la réalisation

DÉCOUVERTES

Quelles sont vos révélations?

COMPORTEMENTS

Quels comportements avez-vous l'intention de changer?

OUTILS

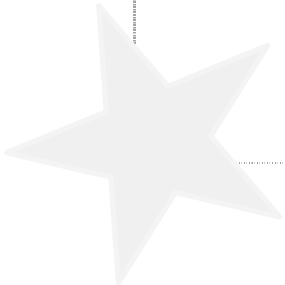
Quels outils utiliserez-vous?

RESPONSABILITÉ

Quelle forme prend la responsabilité pour ceci?

RÉALISATIONS

Que ferez-vous?



Améliorez votre apprentissage

Utilisez des outils

Liste de vérification de la visite de la résidence

Les cinq éléments essentiels

Connexion sur les médias sociaux

Page Facebook de Keller Williams - <https://www.facebook.com/KellerWilliamsRealty>

Blogue de KW - <http://blog.kw.com/>

Inman - <http://www.inman.com/>

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