

PRIX POUR LA VENTE AVEC L'ACM

LA COMPÉTENCE CONCURRENTIELLE DE L'ÉTABLISSEMENT D'UN
PRIX

SESSION DE RÉFLEXION IGNITE 5

Dans ce chapitre...

- Apprendre des stratégies d'établissement de prix d'influence
- Établir une analyse des comparables sur le marché inébranlable
- Traiter les oppositions aux prix comme un expert

Table des matières

ATTENTES D'AUJOURD'HUI.....	5
RÉVÉLATION DE L'ACTION	6
Rapport sur le 10/4 quotidien.....	7
COMMENCEZ DU BON PIED	10
CONCRÈTEMENT : L'ÉTABLISSEMENT DU PRIX	11
1. Comment fonctionnent les marchés.....	11
2. Les conditions du marché local	12
3. Les critères d'établissement des prix.....	12
Principes et stratégies d'établissement de prix.....	14
LE ACM : ANALYSE COMPARATIVE DU MARCHÉ.....	20
Recommandations en matière de prix	21
TOUT RASSEMBLER	27
Plan d'action	27
Préparation pour le prochain cours.....	28
Rappels	30
DE LA DÉCOUVERTE À LA RÉALISATION	31
AMÉLIOREZ VOTRE APPRENTISSAGE.....	33
Scripts de l'ACM.....	35
Oppositions au prix.....	36
Script de conclusion de l'entente	37

Attentes d'aujourd'hui

Champion en formation

1. Étudier les concepts fondamentaux du marché pour découvrir les principales stratégies d'établissement de prix pour fixer un prix à toute propriété.
2. Apprendre à préparer une analyse des comparables sur le marché (ACM) qui appuiera facilement votre méthode d'établissement de prix.
3. Apprenez des scripts de présentation des prix et des stratégies pour affronter les oppositions aux prix qui seront profitables pour vous et vos clients potentiels.
4. Découvrez des normes et des techniques pour offrir une excellente ACM et votre recommandation de prix.

Formateur d'Ignite

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

1. Investir la majeure partie du temps en classe à des **activités**.
2. Agir en tant que modèles de ce qu'il faut pour avoir beaucoup de succès. Guider et appuyer 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 5
Faites cette MISSION avant d'assister à la session de réflexion 5 d'Ignite	
TERMINÉ ✓ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	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 ✓ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	2. Approfondissez votre apprentissage Étudiez vos statistiques du marché local et soyez prêt à en discuter en cours Exercez des scripts avec un partenaire
TERMINÉ ✓ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	3. Obtenez vos outils Créez une liste des personnes à appeler dans la session de réflexion 5 et pour la situation réelle, et apportez-la en classe Apportez votre ordinateur portable/tablette en classe; vous l'utiliserez pour accéder à votre SIA pour créer une ACM ou analyser des comparables sur le marché.
TERMINÉ ✓ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	4. Préparez-vous à un rendez-vous d'inscription II Regardez : <i>Aider les vendeurs à fixer le prix</i> (2 minutes 7 secondes)  Regardez la vidéo <i>Camp des méga vendeurs de 2014</i> (29 minutes 25 secondes) – (dans la case de recherche, tapez « mega camp 2014 », puis cherchez « Mega Agent Panels - Sellers ») 
TERMINÉ ✓ <input type="checkbox"/>	5. Suivi – sur la session de réflexion précédente Effectuer des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente
<small>*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.</small>	
	
<small>© 2015 Keller Williams Realty, Inc. Ignite v4.1</small>	

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

Simulation d'un 10/4 quotidien réel

Commencez en disant un message affirmatif à voix haute : « **J'adore les résultats que procure la génération de pistes quotidiennes!** »

1. Prenez votre téléphone et votre liste de contacts que vous avez préparée pour cette session. Cette semaine, vous allez appeler **inscriptions expirées, inscriptions retirées** et tout nom de **recommandations** que vous avez reçu jusqu'à présent.
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.
 - But n° 4 : Offrez votre **application mobile KW** à chaque contact.
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.				

Durée : 20 minutes

À vous la parole : notes manuscrites

1. Écrivez à **2 ou 3 personnes** que vous avez appelées afin de les remercier du temps qu'elles vous ont consacré.

EXPIRÉ OU RETIRÉ

Merci d'avoir pris le temps de me parler aujourd'hui. J'ai beaucoup apprécié en apprendre davantage au sujet de votre propriété et j'ai hâte de pouvoir vous offrir mon aide, peu importe la forme. Sachez que je suis disponible pour vous en tout temps, en tant que ressource et conseiller. N'hésitez pas à m'appeler si vous avez des questions ou un besoin et si vous n'y voyez pas d'inconvénient, je resterai en contact avec vous pour voir si je peux vous aider. 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 depuis votre centre d'affaires.

Durée : 5 minutes

Commencez du bon pied

Aider les vendeurs à déterminer le bon prix pour leur propriété fait partie de la valeur que vous leur offrez. Il peut être facile d'établir le prix avec une analyse des comparables sur le marché (ACM) bien préparée. Présenter votre ACM et discuter des prix avec le vendeur sont deux principales composantes du rendez-vous de l'inscription.

Vous avez déjà appris le rôle dominant que joue votre état d'esprit dans la réussite en ventes en immobilier. C'est la même chose avec votre vendeur!

LA VÉRITÉ

L'établissement d'un prix est une question importante de mentalités, pour vous et le vendeur.

L'établissement d'un prix est un processus. Apprendre à le maîtriser exige également de connaître les stratégies d'établissement de prix selon les principes qui sous-tendent les marchés. Il faut également connaître les tactiques d'établissement des prix, comme bâtir et présenter une analyse des comparables sur le marché et les scripts qui les accompagnent.

Vous utiliserez vos connaissances et votre expertise dans l'établissement de prix et la présentation pour obtenir l'approbation du vendeur liée au prix de l'inscription, le prix qui fera vendre leur résidence.



Concrètement : l'établissement du prix

L'établissement d'un prix est l'une des compétences absolues pour la réussite en immobilier. Pour maîtriser le prix, vous devez comprendre :

1. **Comment fonctionnent les marchés**
2. **Les conditions du marché local**
3. **Les critères d'établissement des prix**

1. Comment fonctionnent les marchés

Deux principes au sujet des marchés et de la valeur donnent une excellente base pour l'établissement d'un prix pour tout bien immobilier :

- **Dynamique du marché** : Les marchés fonctionnent selon la loi de l'offre et de la demande. Lorsque l'offre est élevée et que la demande est faible, les prix baissent. Lorsque l'offre est faible et la demande est forte, les prix montent.

- **Détermination de la valeur** : La valeur est établie selon une entente entre un vendeur consentant et un acheteur consentant. Le bras de fer se joue toujours entre ce que le vendeur veut obtenir et ce que l'acheteur est prêt à payer.

2. Les conditions du marché local

Pour fixer le bon prix et fixer un prix pour vendre, vous devez continuellement étudier les conditions dans votre marché local et dans les quartiers précis où vous voulez vous spécialiser. Voici quelques facteurs de base à surveiller :

- **Inventaire** : La quantité à vendre et la question de savoir si l'inventaire est à la hausse ou à la baisse
- **Jours sur le marché (JSM)** : Combien de temps faut-il pour qu'une propriété se vende
- **Prix par mètre carré** : Un bon indicateur comparatif des prix; applicable lorsqu'un groupe de propriétés a des qualités et des caractéristiques communes
- **Changements au paysage local** : Être à l'affût de changements parmi les employeurs principaux, les magasins, les écoles, d'autres services dans la communauté et des changements aux lois locales qui touchent l'immobilier

3. Les critères d'établissement des prix

Obtenir les faits sur les prix signifie évaluer une propriété donnée par rapport aux autres propriétés comparables. Cela signifie qu'il faut comparer la propriété de 20 ans avec trois chambres à coucher et deux salles de bain de votre client avec des résidences de construction semblable dans un quartier où ces résidences se sont vendues récemment et dont le prix correspond parfaitement ou de très près aux détails de la propriété du client.

Les facteurs suivants entrent en ligne de compte lorsque vous cherchez des propriétés comparables.

- Lieu
- Taille
- Services
- Conditions

À vous la parole : statistiques sur le marché

Vos statistiques du marché local

1. Quelles sont les statistiques de votre marché local dans vos zones cibles?

■ Jours sur le marché : _____

■ Prix moyen par pied carré : _____

■ Combien de résidences sont sur le marché maintenant? _____

2. Quelles sont vos sources de statistiques sur le marché locales?

■ _____

■ _____

Durée : 10 minutes

Découvertes de l'activité

■ _____

■ _____

Principes et stratégies d'établissement de prix

Il est très important de saisir les six stratégies critiques suivantes qui préparent le terrain pour utiliser efficacement les critères d'établissement de prix. Ces stratégies sont des normes que vous devez garder à l'esprit lorsque vous voulez établir le prix d'une propriété.

Avec la pratique, vous les intégrerez et vous vous les approprierez. Elles s'intégreront à l'agent immobilier que vous êtes et feront de vous un conseiller hors pair pour les acheteurs et les vendeurs.

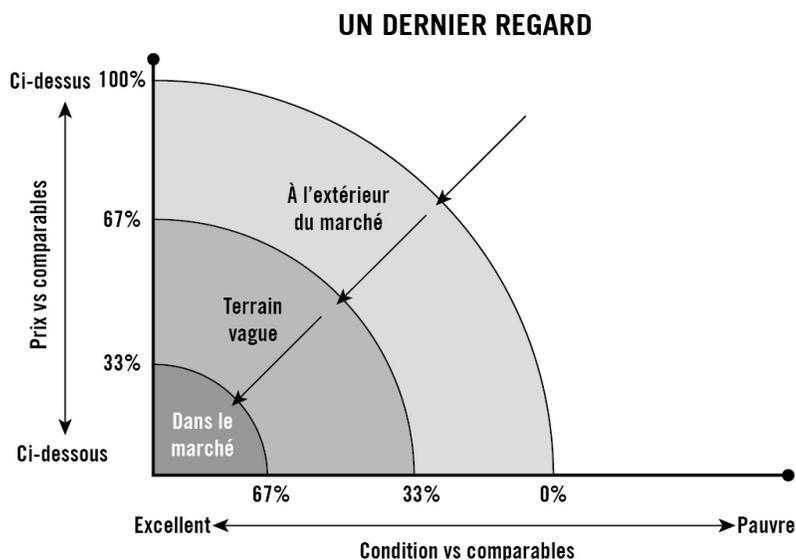
1. Savoir ce qui se vend

Il est inutile d'obtenir une inscription si elle ne se vend pas. Pour qu'une résidence se vende au prix le plus élevé possible dans le moins de temps possible, il faut lui attribuer un prix « **selon le marché** ». Pour ce faire, il y a deux facteurs déterminants :

- Le prix
- Conditions

Une propriété à prix concurrentiel doit être présentée dans les meilleures conditions possibles, à l'extérieur et à l'intérieur.

Le graphique suivant montre le pouvoir de vente combinée du bon prix et d'une propriété en excellent état.



Le pourcentage des acheteurs qui vont regarder une propriété augmente et diminue en corrélation directe avec le prix de la propriété par rapport à la valeur sur le marché. Fixer le prix au-delà de la valeur sur le marché ne vous donne pas de visites, mais le fixer à la valeur sur le marché ou tout juste en dessous, oui.

Source : SHIFT

2. Savoir ce que le vendeur (et vous) pouvez et ne pouvez pas contrôler

Une partie importante du processus d'établissement de prix consiste à aider vos vendeurs à comprendre que les agents et les vendeurs ne déterminent pas le prix d'achat de leur résidence. C'est le marché qui détermine le prix.

Établir un prix propice à la vente suppose d'abord une connaissance de ce qui se vend. Utilisez le simple dialogue ci-dessous :

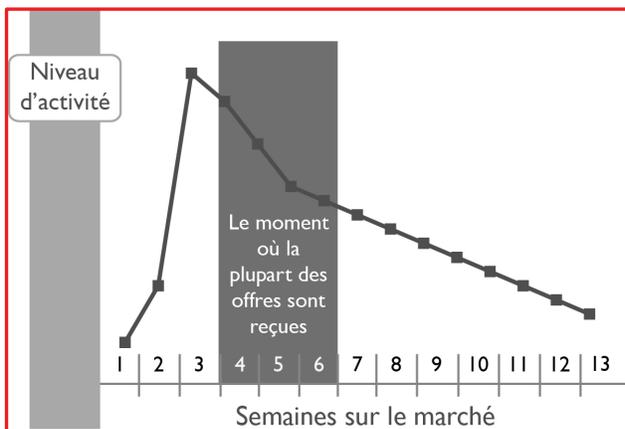
SCRIPT :

M. Vendeur/Mme Vendeuse, vous pouvez contrôler certaines choses pendant le processus de vente, comme l'état de votre propriété, la disponibilité de votre résidence pour des visites et votre position sur le marché. Au final, la valeur est déterminée uniquement par ce qu'un acheteur est disposé à payer sur le marché actuel, en comparant votre résidence à d'autres résidences actuellement sur le marché. Je ne détermine pas la valeur et vous non plus. C'est le marché qui détermine la valeur. Est-ce que ça vous semble raisonnable?

3. Comprendre les occasions de vente

La meilleure chance de vendre une résidence est lorsqu'elle est affichée sur le marché!

Les vendeurs doivent bien comprendre cela; cette occasion de vente se présente rapidement et disparaît tout aussi rapidement! Le graphique ci-dessous représente comment l'intérêt des acheteurs grimpe rapidement lorsqu'une inscription arrive sur le marché et diminue après le premier mois.



Les premières semaines sont la période « ça passe ou ça casse » pour la plupart des inscriptions.

Source : eEdge Listing Consultation Guide

4. Fixer un prix selon les fluctuations du marché

Fixer un prix requiert des faits et des chiffres, mais c'est aussi un art, soit l'art de la persuasion. Choisir les bonnes propriétés comparables est une importante étape dans la bonne direction. Mais c'est beaucoup plus que ça. Votre travail en tant qu'agent souscripteur est d'aider les vendeurs à comprendre comment le bon prix touche la négociabilité et la possibilité de vente de leur résidence.

La négociabilité et la possibilité de vente sont également déterminées par ce qui suit :

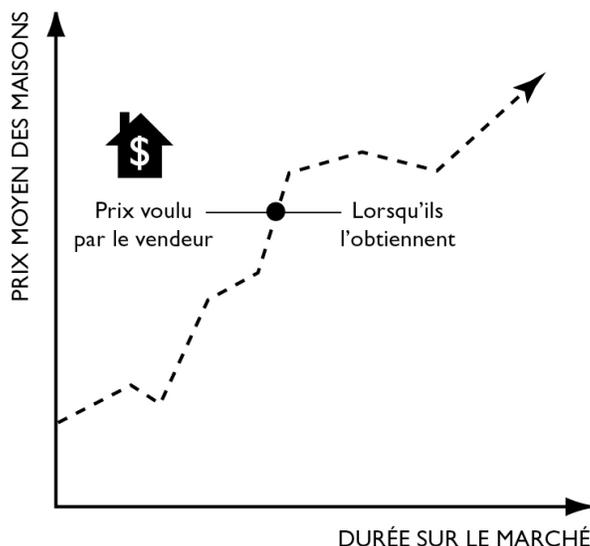
1. **L'orientation du marché** : La question de savoir si le marché est en hausse ou en repli
2. **La rapidité de la fluctuation du marché** : La rapidité à laquelle les prix changent et quelle est la vitesse du changement

5. Ne poursuivez pas le marché : Fixez votre prix en l'anticipant

Votre capacité de vous renseigner sur le marché actuel rapporte beaucoup en ce qui concerne tout type de marché en évolution, qu'il soit en hausse (appréciation) ou à la baisse (dépréciation), et même s'il est stable.

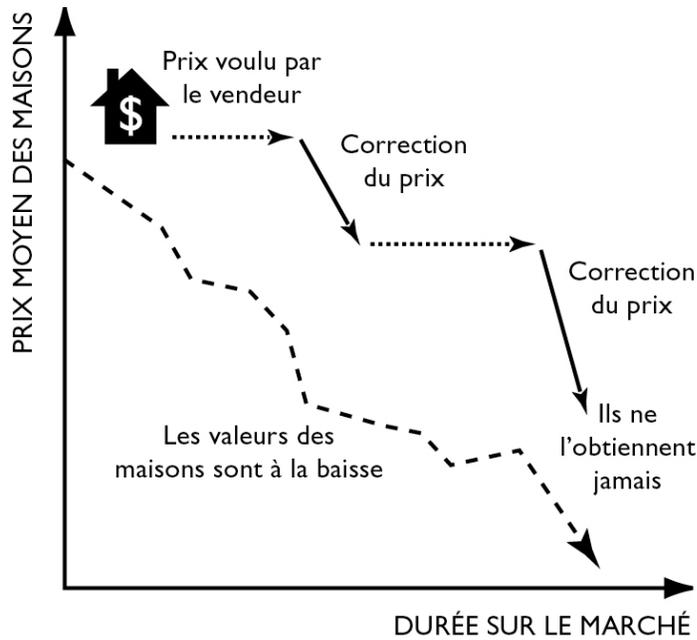
Marché en hausse

Dans un marché à la hausse, les vendeurs qui estiment que le temps est de leur côté pourraient établir le prix au-delà du marché actuel et espérer que le marché « suivra » et leur offrira le prix qu'ils souhaitent avoir, à condition que le marché continue d'être en hausse. Les vendeurs qui veulent tirer profit des prix qui s'améliorent dans un marché en hausse seraient tout de même avisés de proposer le prix sur le marché pour obtenir une vente immédiate et passer à la prochaine étape de leur vie.



Marché en repli

Lorsque les prix chutent, les vendeurs font l'énorme erreur de fixer le prix trop haut, en espérant attirer l'offre qu'ils veulent, en pensant qu'ils baisseront le prix plus tard si cette stratégie ne fonctionne pas. La réalité, c'est que la plupart des vendeurs qui optent pour cette stratégie ne rectifient jamais assez le tir pour rattraper la réalité des prix. Les vendeurs qui fixent un bon prix attirent les acheteurs, tandis que les inscriptions qui « suivent la baisse du marché » prendront plus de temps à se vendre.



6. N'ayez pas peur de donner votre franc avis d'expert

Établir le bon prix est complexe. Mais cela vaut la peine, car ainsi, vos vendeurs atteignent leur but et votre entreprise fait des profits.

L'honnêteté professionnelle est votre meilleure stratégie. Vous devez comprendre ce qui motive les clients et faire preuve d'assez de professionnalisme pour agir dans leurs intérêts et leur dire la vérité sur des sujets difficiles, comme :

1. Les conditions du marché
2. L'état de la propriété, ses caractéristiques, les services et l'emplacement
3. Rétroaction de l'acheteur et de l'agent de l'acheteur
4. Ventes de propriétés comparables

Soyez honnête

Voici un court script qui aborde l'honnêteté au moment d'établir le prix.

AGENT :

Vouslez-vous que je vous dise la vérité ou ce que vous voulez entendre?

Si un vendeur insiste pour proposer un prix plus élevé que le marché, entendez-vous avec lui maintenant sur le fait que vous réduirez le prix à ce que vous recommandez si vous n'obtenez pas d'offre en bonne et due forme dans une (courte) période raisonnable.

AGENT :

Les premières semaines où votre résidence est sur le marché sont les plus cruciales et attireront les acheteurs les plus sérieux. Si nous n'obtenons pas d'offre en bonne et due forme dans cette période, c'est le marché qui nous dit que le prix est trop élevé. Si c'est bel et bien la situation après trois semaines, êtes-vous d'accord pour réduire le prix à mon prix recommandé pour répondre aux demandes du marché?

À vous la parole : stratégies d'établissement de prix

L'établissement du prix : Dans vos propres mots

1. Travaillez avec un partenaire.
2. Formulez dans vos propres mots l'essentiel des stratégies principales d'établissement des prix. Passez tout au plus une minute pour expliquer chaque point. Lancez-vous le défi de communiquer uniquement l'idée générale. Consultez les pages précédentes au besoin.

- Les facteurs qui motivent le prix

- Ce qui se vend

- Ce que le vendeur peut et ne peut pas contrôler

- Les occasions de vente

- Le prix dépend des fluctuations du marché

- Ne poursuivez pas le marché

3. Évaluez la présentation de votre partenaire et faites des suggestions pour des améliorations.

Durée : 10 minutes

Découvertes de l'activité

- _____

- _____

Le ACM : analyse comparative du marché

L'ACM est un processus où une propriété à inscrire est évaluée par rapport à d'autres propriétés comparables pour déterminer un prix d'inscription recommandé. Utilisez l'ACM pour présenter l'information afin d'aider les vendeurs à comprendre et à accepter le bon prix pour sa demeure.

Le processus d'ACM comprend ce qui suit :

1. **Recherche** : Cherchez dans le SIA pour trouver des propriétés qui correspondent à la « propriété cible » (celle dont vous fixez le prix) avec les quatre principaux critères : le lieu, la taille, les services et l'état.
2. **Sélectionnez** : Sélectionnez un petit nombre de propriétés récemment vendues et de propriétés en attente d'une vente qui, selon vous, représentent les comparaisons les plus près avec la propriété de votre vendeur. Le nombre de propriétés comparables offertes dépendra des conditions du marché.
3. **Décidez** : Décidez d'un prix à recommander à votre vendeur qui tient compte de :
 - a. Les comparables
 - b. La motivation et les buts de votre vendeur
4. **Examinez** : Examinez les données, en format simple et lisible, avec votre vendeur pour montrer pourquoi vous avez choisi le prix que vous recommandez et en quoi sa propriété s'y compare.

Recommandations en matière de prix

Présentez votre recommandation en matière de prix en montrant aux vendeurs les pages suivantes de votre présentation de l'inscription qui illustrent votre conclusion :

1. Liste des inscriptions et ventes récentes les plus comparables à leur propre propriété, inscriptions vendues, en suspens et actives de leur voisinage immédiat, qui couvrent une période récente, habituellement dans les 30 jours.
2. Détails sur chacune de vos sélections : fiches de détails pour les propriétés comparables.

Conseil : Imprimer à partir du SIA.

3. Conclusion : Une page sommaire (voir l'exemple dans votre Guide sur la présentation de l'inscription) qui rassemble vos conclusions à l'appui de votre recommandation de prix.

Pour le vendeur, votre recommandation de prix devrait prendre les allures d'une conclusion que vous avez faite ensemble après avoir examiné les données sur les résidences comparables.

Conseil n° 1 :

Lorsque les vendeurs veulent aller au-delà de votre prix recommandé, assurez-vous qu'ils sachent que toute offre qu'ils acceptent doit satisfaire au critère de l'évaluation professionnelle de l'acheteur. Un prix non étayé par l'évaluation exigera plus de fonds de la part de l'acheteur.

Conseil n° 2 :

Le prix par mètre carré peut être un outil précieux, mais uniquement lorsque les comparables sont très semblables en matière de caractéristiques, d'âge, d'état et d'emplacement; les propriétés dans une nouvelle subdivision seraient un bon exemple.

UN GUIDE POUR **VENDRE** VOTRE MAISON

Prix recommandé pour votre maison

Ma recommandation est fondée sur ce qui suit.

- Une analyse détaillée et personnalisée du marché
- Les caractéristiques uniques de votre maison et son emplacement
- Mon expertise dans le marché immobilier

Mon objectif principal est de vous donner le meilleur bénéfice net possible. Et je crois que ce plan d'établissement de prix, agencé à mon plan de commercialisation de 14 étapes, attirera les représentants aux ventes et les acheteurs à votre maison, et la placera comme une propriété très attrayante et concurrentielle.

- Prix de vente moyen : \$
- Prix de vente moyen (\$/pi²) : \$
- Prix recommandé de l'inscription : \$
- Prix de vente recommandé (\$/pi²) : \$

À vous la parole : ACM

Faites votre propre analyse des comparables sur le marché

En travaillant en groupes de trois ou quatre, le but de cet exercice est de déterminer un prix recommandé pour une propriété que vous propose votre formateur. Suivez la méthode de l'ACM décrite dans cette session.

1. Évaluez la propriété choisie par rapport à des comparables selon les quatre principaux facteurs déterminants du prix :
 - a. Lieu
 - b. Taille
 - c. Services
 - d. Conditions
2. Notez au moins un facteur dans chaque catégorie qui a eu un effet sur votre évaluation par rapport aux propriétés concurrentes. Avez-vous attribué une valeur monétaire à ces facteurs? Dans l'affirmative, quelle était-elle? (utiliser la feuille de travail d'établissements de prix des propriétés à la page suivante)
3. Formez votre conclusion en matière de prix (avec la page « Prix recommandé pour votre résidence » de la présentation de l'inscription) et vous serez ainsi prêt à la justifier devant la classe, dont les éléments sur lesquels il y avait consensus ou désaccord dans votre équipe dans l'établissement du prix.

Durée : 30 minutes

Découvertes de l'activité

- _____
- _____

Remarques

Feuille de travail d'établissement des prix de la propriété

Propriété	Lieu	Chambres à coucher, salles de bain, mètres carrés	Services	Conditions	Le prix	JSM
Propriété cible						
Propriétés comparables						

Cette page a été laissée vierge intentionnellement

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.	
Exercez-vous à extraire des comparables pour différentes propriétés.	
Exercez vos scripts d'établissement de prix et d'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 6
Faites cette MISSION avant d'assister à la session de réflexion 6 d'Ignite	
TERMINÉ ↓ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	1. 10/4 quotidien – développez une habitude de production de piste <hr/> Faites votre 10/4 quotidien! <hr/> Écrivez des notes sur les résidences que vous avez examinées et apportez-les en classe pour les partager <hr/> Préparez votre compte rendu – soyez prêt à faire part de vos résultats quotidiens de 10/4 en classe <hr/> Apportez des cartes de note, des cartes de visite et des étampes pour les notes écrites
TERMINÉ ↓ <input type="checkbox"/>	2. Approfondissez votre apprentissage <hr/> Exercez des scripts avec un partenaire
TERMINÉ ↓ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	3. Obtenez vos outils <hr/> Créez une liste des personnes à appeler dans la session de réflexion 6 et pour la situation réelle, et apportez-la en classe <hr/> Téléchargez la vidéo sur la liste de vérification « Se préparer pour la visite libre » pour les vendeurs
TERMINÉ ↓ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	4. Gérer l'inscription <hr/> Regardez la série de vidéos sur KWLS et Greensheet <hr/> Regardez : <i>Série Mise en valeur d'une résidence</i> (33 minutes 28 secondes)  <hr/> Regardez : <i>Soyez prêt pour votre visite libre</i> (7 minutes 16 secondes) 
TERMINÉ ↓ <input type="checkbox"/>	5. Suivi – sur la session de réflexion précédente <hr/> Effectuer des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente
<small>*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.</small>	
	
<small>© 2015 Keller Williams Realty, Inc. Ignite v4.1</small>	

Rappels

Pourquoi est-il important de fixer un bon prix de vente à une résidence?

Quels quatre facteurs influencent le prix?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Qu'est-ce qu'il importe de retenir au sujet de l'occasion de vente?

Pourquoi une ACM est-elle importante?

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

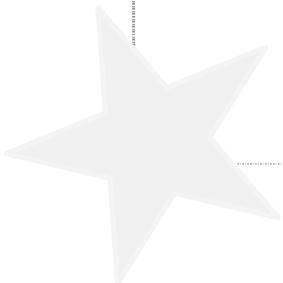
Quels outils utiliserez-vous?

RESPONSABILITÉ

Quelle forme prend la responsabilité pour ceci?

RÉALISATIONS

Que ferez-vous?



Améliorez votre apprentissage

Regardez dans KWUConnect

Enregistrement sonore Exercez des scripts avec des vendeurs (avec Jodie Boxer, agente KW) sur Agent Mountain

Affronter l'opposition – Réductions du prix, partie 2

Utilisez des outils

Liste de vérification des stratégies d'établissement de prix

Moyens de communiquer

Trousse préalable à l'inscription du vendeur

Présentation de l'inscription du vendeur

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/>

La page Facebook de votre centre d'affaires

Scripts de l'ACM

Expliquer l'ACM

AGENT :

M. Vendeur/Mme Vendeuse, aimeriez-vous obtenir le prix le plus élevé possible pour votre propriété?

Dans la négative, approfondissez. Dans l'affirmative, continuez.

Pour obtenir le prix le plus élevé possible, vous devez être exposé au maximum au marché. La décision la plus importante que vous allez prendre à cet égard est le niveau de prix que vous allez choisir. La façon dont la plupart des vendeurs établissent leur prix d'inscription est une analyse des comparables sur le marché, ou l'ACM. (*prendre les pages sur l'ACM*)

Comme vous pouvez le voir à partir de cette ACM, la durée totale sur le marché dans notre secteur est de 60 jours*. Cela signifie que si vous voulez vendre votre propriété en moins de 60 jours, vous devez figurer parmi les 50 premiers en termes de prix et de l'état de la propriété. Pour vendre dans les 30* jours, vous devez figurer parmi les premiers 10 à 15 pour cent en matière de prix et d'état du marché.

**Vous devrez déterminer les bons chiffres pour votre marché et personnaliser ce script.*

Déterminer le prix de l'inscription

AGENT :

M. Vendeur/Mme Vendeuse, la décision la plus importante que vous allez prendre est le niveau de prix de votre propriété. Établir le prix à la juste valeur marchande attirera plus d'acheteurs. Attirer plus d'acheteurs entraîne normalement un prix d'achat plus élevé. Attribuer un prix trop élevé à votre demeure se solde par une période prolongée sur le marché et peut-être un prix inférieur.

Voulez-vous attribuer un prix pour que votre propriété se vende rapidement ou un prix qui fera en sorte que la vente prendra plus de temps? Le choix vous appartient. Qu'aimeriez-vous faire?

Oppositions au prix

Opposition 1 : *Nous avons besoin d'un certain montant de cette vente pour acheter notre prochaine demeure.*

AGENT :

En tant qu'acheteur, allez-vous payer ce que veut le vendeur parce que c'est le prix dont il a besoin? Non; vous allez payer la juste valeur, n'est-ce pas? C'est ce que vos acheteurs feront aussi.

Opposition 2 : *Pouvons-nous établir un prix un peu plus élevé et descendre par la suite?*

AGENT :

Option 1 :

Voici ce qui me fait peur avec un prix plus élevé. Les gens qui ont vu de nombreuses résidences trouveront la vôtre, mais ils ne s'y arrêteront pas à cause du prix. Nous ne voulons pas éloigner les acheteurs, nous voulons les attirer. Nous voulons qu'ils fassent une offre. Est-ce que ça vous semble raisonnable?

Option 2 :

C'est dans les trois premières semaines que le nombre de visites est le plus élevé. Si on estime que le prix de votre résidence est trop élevé, on n'y reviendra pas. Faisons en sorte qu'un acheteur ou plus fasse une offre immédiatement. Si plus d'un acheteur aime votre prix, ils pourraient même se livrer concurrence et augmenter le prix. Ce serait formidable, non?

Opposition 3 : *Comment pouvons-nous être assurés que le prix que vous recommandez est le bon prix?*

AGENT :

L'immobilier propose des produits axés sur les marchés, comme à la bourse. Si vous avez déjà acheté des actions, comment pouvez-vous en déterminer la valeur? Si vous vendez une action, même si vous savez combien vous l'avez payée, le marché en fait peu de cas. De même, c'est le marché qui dicte combien vaut votre maison. Pourquoi un acheteur paierait-il plus que ce que dicte le marché?

Script de conclusion de l'entente

AGENT :

Après avoir étudié les comparables, compte tenu des caractéristiques uniques de votre résidence et de sa configuration, ainsi que de vos connaissances sur les moyennes du quartier, j'ai préparé ma recommandation.

Rappelez-vous que mon but principal est de vous permettre d'obtenir le plus d'argent net possible. Je crois fermement que ce plan d'établissement de prix, assorti à mon plan de marketing en 14 étapes, attirera les agents et les acheteurs à votre demeure et vous positionnera de manière intéressante et hautement concurrentielle.

AGENT :

Après avoir regardé tout ce que j'ai présenté au sujet de l'état et du prix, qu'en pensez-vous? Êtes-vous d'accord avec cette recommandation de prix? Est-ce le prix auquel vous souhaitez inscrire votre résidence? Êtes-vous prêt à ce que nous travaillions ensemble?

Dans l'affirmative :

Excellent, on dirait que nous avons un prix et que nous sommes prêts à mettre une enseigne sur le terrain. Vendons votre résidence!

