

Négociateur Vendeur

MISSION :

Assurer l'ensemble des activités commerciales depuis l'accueil et l'information du client jusqu'à la signature du contrat de réservation (en fonction de sa délégation).

FORMATION

- Bac + 2 vente
- Brevet de technicien supérieur (BTS) nouvelles relations commerciales
- Certificat de qualification professionnelle (CQP) négociateur immobilier

EXPÉRIENCE

- Métier accessible à des débutants



ACTIVITÉS PRINCIPALES

AVANT-VENTE

- Prospection téléphonique (appels entrants ou utilisation de centres d'appels)
- Prise de rendez-vous avec le prospect
- Contrôle de l'état des stocks sur les programmes
- Accueil et information sur le programme
- Analyse du projet du prospect
- Évaluation de ses ressources
- Réalisation de simulations
- Mise à disposition des informations et documents nécessaires à la vente (plans, notices, contrat, toute documentation)
- Alimentation de la base de données prospects

VENTE

- Calcul de la capacité d'achat du client
- Conseil et vérification du financement
- Conseil fiscal, patrimonial
- Élaboration d'une simulation financière
- Présentation des plans des logements
- Éventuellement visite des logements témoins
- Calcul des remises commerciales
- Préparation du contrat de réservation
- Éventuellement signature du contrat (si délégation)

REPORTING

- Reporting sur les ventes effectuées, au directeur commercial, au responsable programmes ou au P.-D.G. (petites structures)
- Reporting des informations pouvant avoir un impact sur la politique commerciale

LOGISTIQUE COMMERCIALE

- Gestion du bureau de vente
- Gestion de la documentation commerciale
- Contrôle des prestations des sociétés de service
- Coordination de la logistique avec les autres vendeurs, hôtesses etc.



ANALYSE DES COMPÉTENCES

COMPÉTENCES TECHNIQUES

CŒUR DE MÉTIER

- Techniques de réglementations juridiques et fiscales
- Techniques de vente
- Techniques d'analyse du besoin client
- Techniques de négociation
- Techniques de gestion de la relation client / commerciale
- Techniques de communication

L'apprentissage et la maîtrise de ces techniques doivent permettre de :

- Analyser correctement le besoin du client
- Utiliser les logiciels de simulation informatique
- Tirer le meilleur parti des informations fournies en amont (centres d'appel...)
- Prendre en compte la spécificité du programme dans son argumentaire
- Évaluer la capacité d'achat, le potentiel et la motivation du prospect
- Mettre en œuvre une relation commerciale conforme à la culture de l'entreprise et aux attentes du client
- Élaborer et analyser un plan de financement
- Conseiller le client
- Valoriser les avantages de l'achat pour le client
- Appliquer les grilles de prix
- Finaliser la vente en montant les dossiers administratifs et financiers

COMPÉTENCES MÉTHODOLOGIQUES

- Analyser une situation professionnelle
- Analyser un comportement d'achat
- Personnaliser, adapter des argumentaires standards pour convaincre
- Décrypter le verbal et le non verbal, le non-dit
- Anticiper et traiter les objections
- Évaluer le niveau de compréhension et d'adhésion de son interlocuteur
- Évaluer le niveau d'acceptabilité d'une proposition

COMPÉTENCES ORGANISATIONNELLES

- Veiller à la bonne tenue des lieux de vente
- Gérer son agenda
- Se coordonner avec les différents acteurs de la vente
- Organiser ses rendez-vous en fonction des attentes, des contraintes de chacun
- Organiser et rendre accessible l'information
- Organiser le suivi administratif
- Appliquer les procédures de reporting
- Actualiser une base de données prospects
- Mettre à jour l'information commerciale en fonction des consignes

COMPÉTENCES RELATIONNELLES

- Représenter l'image, la culture et les intérêts de l'entreprise
- Instaurer un climat de confiance
- Mettre en œuvre des techniques d'accueil
- Établir une relation commerciale adaptée au client
- Faire preuve d'empathie (compréhension du projet du client)
- Vérifier régulièrement le niveau de compréhension : reformuler, faire reformuler
- Piloter l'entretien de vente
- Prendre en compte les réactions de l'interlocuteur
- Prendre en compte la dimension « conseil » de l'acte de vente
- Traiter les objections en temps réel
- Instaurer une relation dans le temps

