LA PREPARATION DU RV VENTE

Film Tiger Wood : « Que naisse la légende »

Le golfeur seul face à sa balle / Le conseiller seul face à son RV

INTRODUCTION

Les nécessités de préparer ses RV

1°) Nécessités juridiques - Statut CIF

« Le CIF doit remettre au client ses conclusions par écrit »

Pour que ces conclusions aient un sens, il faut qu'elles soient argumentées.

2°) Nécessités commerciales

Objectif d'un RV Vente ? Repartir avec une signature.

a) Pour que le conseiller soit performant

Sans préparation, pas de performance.

« Qui oublie de se préparer se prépare à être oublié »

Image de l'acteur qui répète et répète sans cesse.

b) Pour que l'argumentation soit adaptée au client

- Adaptation technique

  Savoir ≠ Savoir faire

  « Pour gagner du bien, le savoir faire est plus important que le savoir »
  Beaumarchais

  Préparation = Savoir faire

- Adaptation « commerciale »

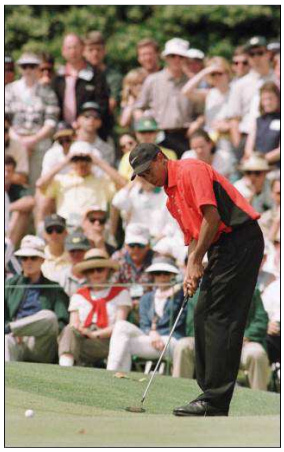
  Chaque client est différent, donc chaque message doit être différent.

3°) Jouer pour gagner

La préparation écrite est l'outil fondamental de la réussite.

« Le succès ne s'achète pas à crédit, il faut le payer d'avance »

Film Tiger Wood : « La volonté de gagner » (3 min).



DE L'INTERET PERSONNEL POUR LE CONSEILLER DE PREPARER SES RV

1°) Les 3 cerveaux

- Le reptilien : réactions à chaud, réflexes
- Le limbique : émotions
- Le cortical : raison

Ex : décaler un RV parce qu'il n'est pas préparé, c'est faire appel au cortical.

2°) Quel cerveau pour un RV ?

Un RV Vente ne se traite qu'avec le cortical

Intérêt de la préparation :

- dynamise sa créativité
- aide à maîtriser les émotions
- augmente la capacité d'adaptation
- raccourci les délais de réalisation
- augmente la qualité de la prestation

La préparation permet de se positionner sur le cortical, siège de la raison.
La préparation permet d'éviter le stress et augmente donc la performance.

Il faut *« Réfléchir en homme d'action et agir en homme de réflexion » H. Bergson*

DE L'INTERET VIS-A-VIS DU CLIENT DE PREPARER SES RV

1°) Les problèmes de communication

Entre Ce que je pense
Ce que je veux dire
Ce que je crois dire
Ce que je dis
Ce que vous voulez entendre
Ce que vous entendez
Ce que vous voulez comprendre
Ce que vous comprenez

Il y au moins 9 possibilité de ne pas se comprendre !

La préparation écrite permet de réduire les distorsions.

Sur 100 % d'un message… au final on en retient que 10 %
Tout le monde ne retiendra pas les mêmes 10 % :

- 40 % sont visuels
- 40 % sont auditifs
- 20 % sont kinesthésiques

La préparation comme les visuels commerciaux permettent répondre à toutes les attentes :

- Les visuels auront des « écrits » sur lesquels s'appuyer
- Les auditifs vous écouteront développer un argumentaire préparé et donc « percutant »
- Les kinesthésiques auront un « bon ressenti » car vous êtes préparé

Quand on ne prépare pas par écrit, on devient victime des mots et phrases parasites.

2°) Les différents « profils » d'interlocuteurs

Le PICASSO :

Possession
Inertie
Confort
Amour
Social
Sécurité
Orgueil

Les principaux profils :

Possession
- Gloire
- Argent
- Jouissance

Orgueil
- Gloire
- Argent
- Jouissance

Sécurité
- Gloire
- Argent

Préparer son RV, c'est adapter son message au profil du client, c'est donc rendre l'argumentaire plus « percutant » !

« Si vous voulez récolter du miel, ne bousculez pas la ruche »

3°) La gestion de la motivation client

Que le client ait une motivation ou que vous vouliez créer la motivation….

Mac Gregor : Les travailleurs sont sans ambition et fainéants mais prêts à se mobiliser dès qu'on leur donne une responsabilité et une **vision.**

→ Il faut donc donner une ***vision*** à son client

Maslow : La motivation se définit en 3 étapes
a) détermination ou acceptation d'un objectif
b) décision d'engager des efforts et d'appliquer une stratégie
c) persévérer dans l'effort et avoir un retour d'info pour voir le chemin parcouru

C'est un bon résumé de la relation qui nous lie à un client… du premier RV aux suivis !

6 phases pour que l'objectif soit motivant et aboutisse :
a) accepter l'objectif (1er RV, RV Vente et Suivi)
b) je pense que je suis capable de l'atteindre (RV Vente)
c) je sais quelle satisfaction je vais en tirer (RV Vente)
d) je passe de l'intention à l'action (RV Vente)
e) je reçois en cours de route des information utiles sur mes efforts (Suivi)
f) je révise et confirme à la hausse ou à la baisse mes objectifs (Suivi)

La préparation du RV Vente doit donc répondre aux 4 premières phases !
Pour résumer, un objectif doit être MALIN :
Motivant
Atteignable
Logique
Individuel
Négocié (négociable)

La RV Vente doit faire ressortir ces éléments, d'où l'intérêt de le préparer.

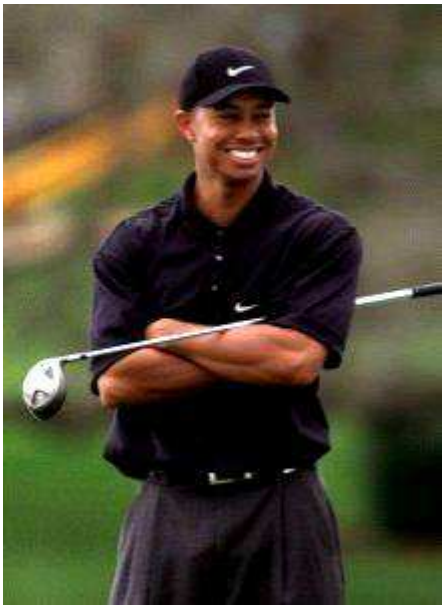
Les risques de démotivation (et donc de « non signature ») :

- Si le client n'est pas convaincu que l'effort va permettre d'atteindre l'objectif
- Si le client n'a pas une bonne perception du lien entre l'effort et la récompense
- Si le client oublie l'intérêt d'atteindre l'objectif

Ces risques ne sont que la résultante d'un RV Vente ou d'un Suivi mal préparé. Ils peuvent aussi être la résultante d'un premier RV mal mené (mauvaise fermeture, objectif pas MALIN)

Attention : On ne peut pas signer à chaque fois, on peut ne pas être toujours « performant », mais chaque RV doit être une source d'information et d'enrichissement pour le RV suivant.

Film Tiger Wood : « Apprendre à chaque partie »



LES QUESTIONS DE PARCOURS ET LES OBJECTIONS

1°) Différence entre question de parcours et objection

Définition question de parcours

Définition objection

Doit-on en avoir peur ?

2°) Les questions de parcours

Méthode de traitement d'une question de parcours :

- Recul / Silence
- Faire préciser
- Répondre : Passé → revenir
  Présent → répondre
  Futur → reporter

Exercice participatif de traitement de questions de parcours (argumentaire immobilier)

3°) Les objections

« Certains sentent la pluie à l'avance, d'autres se contentent d'être mouillés » H. Miller

Attention : on a souvent les objections qu'on mérite !!!

Méthode de traitement d'une objection :

- Recul / Silence
- Faire préciser
- Vérifier (sonder)
- Isoler
- Répondre :
  - Questions déstabilisatrices
  - Images
  - Technique

Exercice de traitement d'objections

- Vos frais sont chers
- C'est risqué
- La bourse est haute
- L'immobilier est cher en ce moment
- C'est loin, vous n'auriez pas un programme plus proche ?

Conclusion intermédiaire : Réussir un RV Vente demande du travail, du travail et encore du travail. Plus vous préparerez, plus vous réussirez, et moins vous aurez à travailler à moyen long terme !!!

Film Tiger Wood : « Travail et entraînement »

LA PREPARATION ECRITE DU RV VENTE

« Le succès est une conséquence et non un but » G. Flaubert

1°) Les outils à disposition pour préparer son RV Vente

Lister tous les outils sur lesquels s'appuyer :

- Analyse patrimoniale
- Documents client
- Savoir
- AD'Twister
- Ordinateur
- Powerpoint
- Check-list préparation commerciale RV Vente
- Excel répartition patrimoine
- Internet
- Méthodes
- Modèle de préparation type
- Etc.

2°) Ce que je dois laisser au client

Lister tous les documents que je dois ou peux laisser au client :

- Contrats
- Fiches techniques FCP
- Documents légaux
- Argumentaire + conclusions écrites
- Etc.

Lister les outils dont je peux me servir pour chacun de ces éléments

3°) La construction du RV Vente

Le plan type : Introduction - Argumentation - Conclusion

- L'introduction :

Les 5 premières minutes (règle des 3x5)
Le préambule ou mise en garde

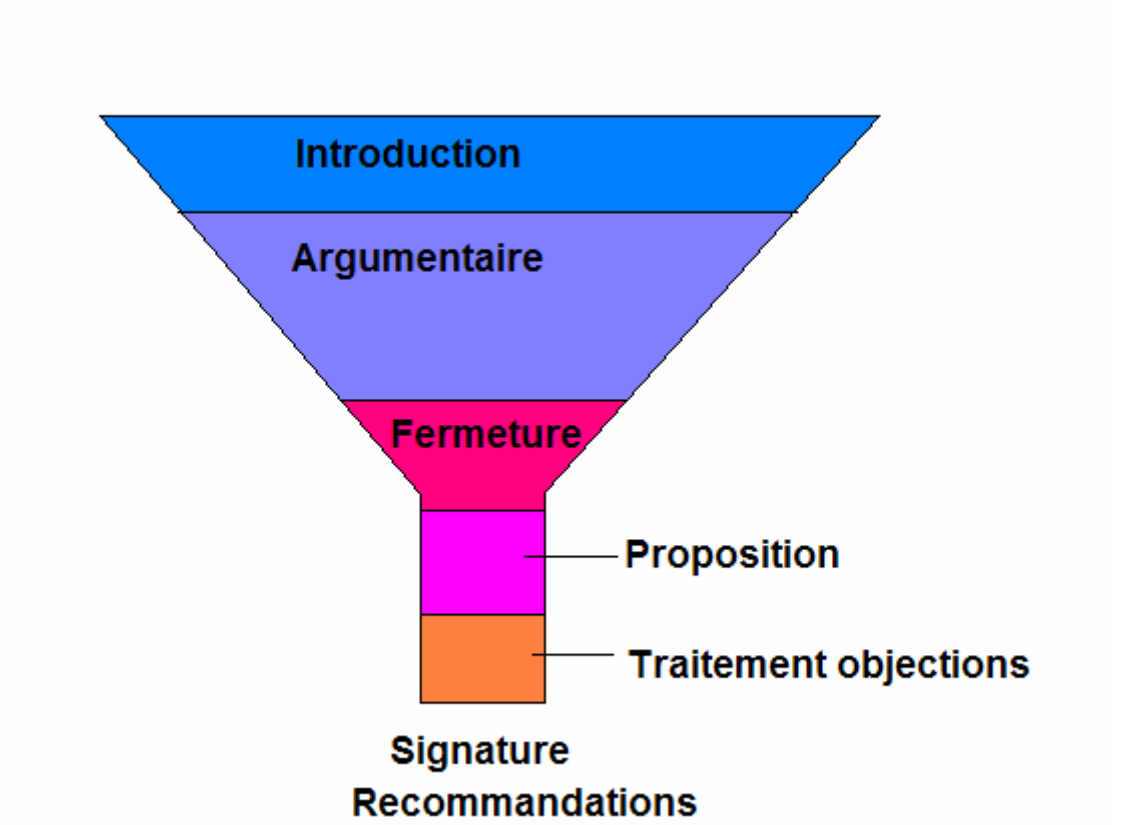
- L'argumentation :

C’est l’analyse et la réflexion patrimoniale qui s’appuie sur mon savoir et mon savoir faire tout en étant orientée vers l’objectif client

- La conclusion :

C’est ma fermeture, la proposition et la signature (+ la prise de recommandations)

La construction en entonnoir



« La chance n’existe pas. Ce que vous appelez chance, c’est l’attention aux détails »
Sir W. Churchill

EXERCICE

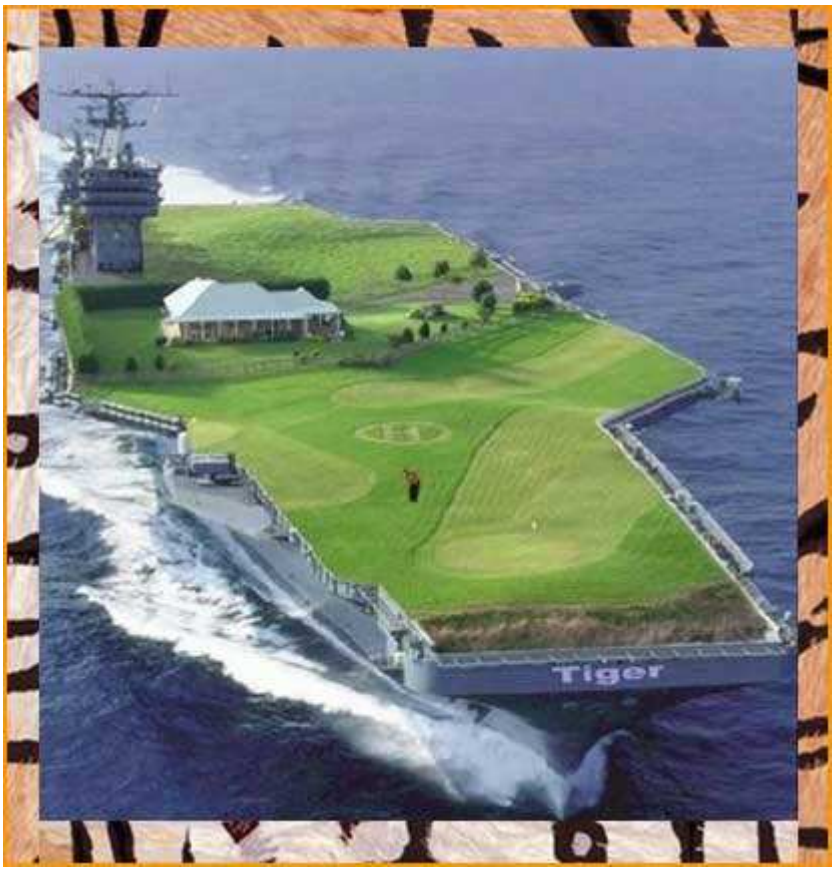
Préparation écrite simple d'un RV Vente à partir d'une analyse de patrimoine

Simulation jouée du RV Vente par un « auditeur »

Débriefing

CONCLUSION

« Je crois beaucoup en la chance ; et je constate que plus je travaille et plus la chance me sourit »

« L'art commence où l'imitation finit »

Film Tiger Wood : « Final - Que la légende se développe »