

# Le closing dans l'immobilier

Le terme **closing** fait référence à l'étape décisive où l'on concrétise un accord, que ce soit pour obtenir un mandat de vente ou pour faire signer une offre d'achat. Dans le secteur immobilier, le closing est particulièrement important car il couronne souvent un travail de prospection, de négociation et de valorisation du bien.

Dans ce cours, nous aborderons :

1. Les principes et l'importance du closing en immobilier
2. Les différentes méthodes de closing
3. Les qualités d'un bon « closer »
4. Des exemples concrets de closing :
  - Au moment de la prise de mandat (côté vendeur)
  - En sortie de visite (côté acquéreur) pour obtenir une offre d'achat

## 1. Les principes et l'importance du closing en immobilier

### 1. Concrétiser les efforts de prospection et de négociation

L'aboutissement de la relation commerciale se joue souvent dans les dernières minutes d'un rendez-vous. Un closing raté peut faire perdre un mandat précieux ou un acheteur motivé.

### 2. Gagner la confiance de son interlocuteur

Le closing repose sur un climat de confiance, une bonne compréhension des besoins et un sentiment de sécurité.

En immobilier, il s'agit d'un engagement financier et affectif important (pour un vendeur, céder son bien ; pour un acquéreur, se lancer dans un projet de vie).

### 3. Éviter la procrastination et les doutes

Le prospect (vendeur ou acquéreur) peut être tenté de repousser la décision, souvent par peur ou manque de clarté. Le rôle du closer est d'écarter les incertitudes et de provoquer une action concrète.

## 2. Les différentes méthodes de closing

### 2.1. Le closing « assumptif » ou « closing par supposition »

- **Principe** : vous agissez comme si la décision était déjà prise, sans laisser la place au doute.

- **Exemple** : « Parfait, je note que nous allons signer le mandat exclusif, nous pouvons passer en revue les dernières formalités dès maintenant. »

## 2.2. Le closing « par alternative »

- **Principe** : présenter deux options à votre interlocuteur, le conduisant à choisir l'une d'elles plutôt que de s'interroger sur la validité même de la décision.
- **Exemple** (pour un mandat) : « Préférez-vous signer le mandat ce soir à l'agence ou plutôt vendredi en fin de journée chez vous ? »

## 2.3. Le closing « résumé »

- **Principe** : récapituler tous les avantages, les points d'accord et les bénéfices avant de demander la signature.
- **Exemple** : « Nous sommes d'accord sur le prix de vente de 250 000€, vous appréciez notre marketing ciblé et nos honoraires sont conformes à votre budget. On finalise tout de suite ? »

## 2.4. Le closing « maintenant ou jamais » (Urgency or scarcity)

- **Principe** : mettre en avant un facteur d'urgence ou de rareté pour inciter à la décision immédiate.
- **Exemple** (pour un acheteur) : « Nous avons reçu plusieurs demandes de visites sur ce bien ; si vous souhaitez vraiment l'obtenir, il est préférable de faire une offre rapidement. »

## 2.5. Le closing « par l'accord progressif »

- **Principe** : obtenir une série de « oui » ou de validations partielles (prix, calendrier, type de mandat, etc.) pour rendre naturelle la décision finale.
- **Exemple** : « Vous êtes d'accord pour proposer ce prix ? Vous convenez que nous mettrons les photos en ligne dès lundi ? Vous pensez qu'un mandat exclusif nous permettra de mieux valoriser le bien ? Alors signons. »

## 3. Comment être un bon closer en immobilier

### 1. Préparation et maîtrise des arguments

Connaître les atouts du bien, les tendances du marché, les points sensibles de la négociation. Anticiper les objections et préparer des réponses adaptées.

### 2. Écoute active et empathie

Savoir reformuler les besoins, comprendre les motivations profondes (ex. : besoin rapide de liquidités, projet familial, achat coup de cœur, etc.). Se mettre à la place du vendeur ou de l'acheteur pour identifier les leviers d'action.

### 3. Clarté et confiance en soi

Parler avec assurance, adopter un discours positif, regarder son interlocuteur dans les yeux.

Ne pas hésiter à conclure quand tous les feux sont au vert (éviter la sur-négociation ou la sur-explication qui peut faire douter le prospect).

### 4. Gestion du temps et des silences

Savoir repérer le moment propice (quand l'interlocuteur est prêt) et ne pas multiplier les arguments une fois qu'il est convaincu.

Laisser l'autre réfléchir quelques secondes, sans combler systématiquement les silences, pour lui permettre de formaliser son accord.

### 5. Alignement éthique

- Proposer un closing sincère, sans manipulation abusive.
- Respecter la décision du client si vraiment il exprime un « non » clair et définitif.

## 4. Exemples de closing en situation réelle

### 4.1. Exemple de closing lors de la prise de mandat

**Contexte :** Vous venez de présenter votre service à un propriétaire qui souhaite vendre son appartement. Vous avez détaillé votre méthode de commercialisation, votre connaissance du marché et vos honoraires.

- **Méthode utilisée :** Closing résume + alternative
- **Discours possible :**

*« Nous avons bien revu ensemble le prix conseillé pour votre bien, qui se situe autour de 250 000 € selon les dernières transactions du quartier. Vous appréciez notre plan marketing avec la visite virtuelle, la diffusion sur les principaux portails et le suivi hebdomadaire que nous mettrons en place. Nos honoraires sont dans la fourchette que vous estimiez raisonnable.*

*Préférez-vous signer le mandat exclusif dès maintenant pour démarrer la campagne dès lundi, ou préférez-vous passer à l'agence demain après-midi pour finaliser ? »*

- **Biais :** récapitulation des points d'accord (closing résumé) et utilisation d'une alternative pour enclencher la signature.

### 4.2. Exemple de closing en sortie de visite pour obtenir une offre d'achat



**Contexte :** Vous avez fait visiter une maison à des acquéreurs potentiels. Ils semblent intéressés, ont posé des questions sur les travaux éventuels et ont mentionné que le quartier leur plaît.

- **Méthode utilisée :** Closing assumptif

- **Discours possible :**

« Je vois que cette maison correspond à la plupart de vos critères : un beau jardin pour vos enfants, une cuisine récente et un espace bureau pour télétravailler. Comme vous disiez vouloir emménager avant la rentrée scolaire, c'est le moment idéal pour vous positionner.

Nous pouvons passer à l'agence maintenant pour rédiger une offre d'achat, et ainsi être prioritaires auprès du vendeur. Cela vous convient ? »

- **Biais :** le fait d'assumer que les acheteurs sont déjà prêts et de leur rappeler leur motivation (emménager avant la rentrée) les pousse à concrétiser.

Le **closing** en immobilier est le moment décisif où le vendeur signe un mandat ou l'acheteur formalise une offre d'achat. Pour être un bon closer, il convient de maîtriser plusieurs méthodes de conclusion (assumptive, alternative, résumé, urgence, accord progressif) et d'adapter son approche à la situation et à l'interlocuteur.

Le secret réside dans une préparation solide, une écoute active, et la capacité à repérer le bon moment pour conclure. En respectant les principes d'éthique et de transparence, vous donnerez confiance à vos clients, ce qui facilitera la décision finale et pérennisera la relation sur le long terme.



## QCM : Le Closing en Immobilier

Voici un questionnaire à choix multiples pour évaluer votre compréhension du cours sur le **closing dans l'immobilier**. Lisez attentivement chaque question et sélectionnez la (ou les) réponse(s) la plus appropriée. Les réponses se trouvent en fin de document.

---

### 1. Qu'appelle-t-on « closing » en immobilier ?

- A. Le fait d'accueillir un nouveau client et de lui faire visiter l'agence
- B. L'étape décisive où l'on conclut un accord (mandat de vente, offre d'achat)
- C. La négociation des honoraires avec le vendeur ou l'acheteur
- D. Le moment où l'on fixe le prix de vente définitif avec le notaire

---

### 2. Quel est l'objectif principal du closing « assumptif » (ou « assumptive close ») ?

- A. Laisser le choix au client entre plusieurs dates de rendez-vous
- B. Confronter directement le client à un dilemme éthique

- C. Agir comme si la décision était déjà prise, incitant ainsi l'interlocuteur à signer
  - D. Proposer un récapitulatif détaillé de tous les avantages avant la signature
- 

**3. La méthode de closing « par alternative » consiste à :**

- A. Fournir au client des justificatifs légaux pour chaque étape de la transaction
  - B. Présenter deux options pour orienter le choix du prospect vers la signature
  - C. Mettre en avant les inconvénients de la non-signature pour créer un sentiment de culpabilité
  - D. Ne jamais proposer de rendez-vous à l'interlocuteur, pour le laisser faire le premier pas
- 

**4. Quel est l'avantage du closing « par résumé » ?**

- A. Il repose uniquement sur l'urgence ou la rareté
  - B. Il met le prospect face à un choix binaire « oui » ou « non »
  - C. Il permet de rappeler et valider tous les points d'accord avant de demander l'engagement final
  - D. Il se fonde sur l'idée de changer radicalement le prix pour convaincre le vendeur ou l'acheteur
- 

**5. Parmi les qualités suivantes, laquelle n'est pas mentionnée comme essentielle pour être un bon closer en immobilier ?**

- A. La préparation et la maîtrise des arguments
  - B. L'empathie et l'écoute active
  - C. La réactivité pour répondre à des contre-offres
  - D. Le sens de la manipulation mensongère pour forcer la signature
- 

**6. Dans le contexte d'un acheteur intéressé, le closing « maintenant ou jamais » (urgency/scarcity) peut être illustré par :**

- A. « Prenez votre temps, cette maison n'intéresse personne d'autre dans l'immédiat. »
  - B. « Vous avez vu tous les avantages ; je vous propose de réfléchir encore quelques semaines. »
  - C. « D'autres personnes souhaitent également faire une offre rapidement, c'est l'occasion de sécuriser votre achat aujourd'hui. »
  - D. « Proposez un prix nettement inférieur pour faire reculer les autres acheteurs potentiels. »
- 

**7. À quel moment l'étape du closing intervient-elle généralement dans le processus de vente immobilière ?**

- A. Au tout début de la prospection téléphonique
  - B. Juste après la signature de l'acte chez le notaire
  - C. Lorsque tous les points (prix, délais, conditions) ont été discutés et validés
  - D. Pendant la phase d'estimation du bien, avant d'avoir échangé sur les besoins du client
-

**8. Lorsque l'on conclut un mandat de vente, pourquoi est-il préférable d'appliquer une méthode de closing (par exemple « assumptive » ou « alternative ») plutôt que de poser une question ouverte du type « Voulez-vous signer ? » ?**

- A. Pour forcer la main du propriétaire en le mettant face à un choix illusoire
  - B. Pour montrer que la signature est la seule issue légale possible
  - C. Pour cadrer la discussion sur la manière de signer plutôt que sur l'idée de signer ou non
  - D. Pour éviter de mentionner les honoraires d'agence
- 

**9. Quel est l'enjeu majeur du closing en sortie de visite avec un acquéreur ?**

- A. Démontrer l'inutilité d'un prêt immobilier
  - B. Obliger l'acheteur à signer un mandat de recherche
  - C. Conclure avec une offre d'achat ou un engagement clair
  - D. Convaincre l'acquéreur de visiter d'autres biens plus chers
- 

**10. Lors d'un closing réussi, comment doit se sentir votre interlocuteur (vendeur ou acheteur) ?**

- A. Contraint et pressé, subissant la signature
- B. Sécurisé, confiant et convaincu par la décision
- C. Indécis, car il manque encore des informations
- D. Coupable d'avoir cédé trop vite à la pression



The logo for FamiCity Immobilier features three stylized human figures in pink, orange, and yellow above the text 'FamiCity' in a large, rounded font, with 'Immobilier' in a smaller, green font below it.

---

### Correction du QCM

1. **B** – Le closing correspond à l'étape de conclusion d'un accord (mandat, offre d'achat).
2. **C** – Le closing assumptif part du principe que la décision est déjà acquise, incitant naturellement à signer.
3. **B** – La méthode par alternative propose deux options afin d'orienter la décision vers la signature.
4. **C** – Le closing résumé permet de valider tous les avantages et points d'accord avant la conclusion.



5. **D** – Le sens de la manipulation mensongère n’est pas recommandé ; l’éthique et la transparence sont essentielles.
6. **C** – Faire valoir l’urgence (« plusieurs visites », « offre imminente ») aide à déclencher une décision rapide.
7. **C** – Le closing a lieu généralement quand tous les points clés ont été discutés et validés, juste avant la signature.
8. **C** – Orienter la discussion vers « comment signer » plutôt que « voulez-vous signer » réduit la probabilité d’un refus.
9. **C** – Obtenir une offre d’achat (ou un engagement ferme) est l’enjeu final après une visite concluante.
10. **B** – L’interlocuteur doit se sentir rassuré, impliqué dans la décision et satisfait de s’engager.

