

GROUPE  
**V2.i**

N°1 DU CONSEIL DE PROXIMITÉ

RH & AGENCE DE COM

V2 oct.2021

© VISION 2I

Source: Yann SIMON

# L'ACADÉMIE RÉUSSITE IMMOBILIÈRE

Plus de 50  
MODULES de  
formation

LE **K**ATALOGUE DES  
FORMATIONS DE  
**VISION2I CONSEIL**

**VISION 2I CONSEIL BY MIX**

4 rue du Printemps - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48

Mail. [vision2i@vision2i.fr](mailto:vision2i@vision2i.fr) / [www.vision2i.fr](http://www.vision2i.fr)

RCS Nantes - SIREN 483 552 584

# L'ACADÉMIE PÉDAGOGIQUE MODE D'EMPLOI



Spécialiste du **Conseil immobilier** depuis plus de **25 ans**, nous accompagnons aujourd'hui plus de 1500 points de vente dans leur développement.

Le **K**atalogue Formation que vous allez découvrir est le fruit de nos inventions sur mesure et de nos actions de formations.

Bien sûr chaque thème peut être personnalisé en fonction du profil de votre entreprise.

Bonne découverte,

---

*Yann Simon*

Dirigeant de V2i Conseil





INFOS

# GENERALES

A SAVOIR

- **DUREE :**  
1 Jour - 8 Heures (présentiel)  
1 jour – 7 Heures (distanciel)
- **MODALITES ET DELAIS D'ACCES :**  
Sur demandes par téléphone, par mail, par bulletin d'inscription (formation INTER)  
Délais pour les sessions intra : à convenir ensemble.  
Délais pour les sessions inter : 2 jours avant le début de la formation suivant la disponibilité des places.  
Aucune formation dispensée dans les locaux de Vision2i Conseil by Mix
- **TYPES DE FORMATION :**  
Présentielle  
Intra (1 seule entreprise) ou Inter (multi-entreprise)  
**Moyens pédagogiques:**
  - Supports pédagogiques
  - Animation par vidéoprojecteur
  - Échanges
  - We Transfert de synthèse

Webinaire  
Intra ou Inter

**Moyens pédagogiques:**
  - Supports pédagogiques en prompteur écran
  - Animation par ZOOM
  - Échanges
  - We Transfert de synthèse
- **ACCESSIBILITE :**  
Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation d'handicap (1 document sera remis à votre demande).  
Nous contacter pour réaliser une étude personnalisée (registre public d'accessibilité disponible sur demande).  
**!! Le client est responsable des conditions d'accueil de la salle et doit s'assurer de l'accessibilité en fonction de ses participants.**  
Registre public d'accessibilité disponible : <http://vision2i.fr/wp-content/uploads/Guide-aide-registre-public-accessibilite-3-1.pdf>
- **TARIFS :**  
INTRA : à partir de 1290 € HT la journée (hors frais de déplacement)  
INTER : à partir de 99 € HT par personne la ½ journée
- **MODALITES MOBILISEES :**  
Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques ; études de cas et mises en situation.  
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.  
*Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)*
- **PRE-REQUIS ET CONSEILS PRATIQUES :**  
Pré-requis : savoir comprendre et parler le français ou être accompagné d'un traducteur (les formations sont uniquement dispensées en français)  
Conseils pratiques : un ordinateur par participant (pour les formations en distanciel)
- **MODALITES :**  
QUIZZ (QCM)

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

## FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 52440468844 auprès du préfet de Région  
PAYS DE LOIRE

### 1. OBJET ET CHAMP CONTRACTUEL

- 1.1. Les présentes conditions générales de vente (CGV) ont pour objet de fixer les conditions dans lesquelles l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX s'engage à vendre une prestation de formation dans le cadre de la formation professionnelle continue.
- 1.2. Elles s'appliquent quelles que soient les clauses qui figurent dans les documents du client et notamment dans ses conditions générales d'achat.
- 1.3. Pour certaines formations, des conditions particulières de vente précisent ou complètent les présentes CGV. Les conditions particulières de vente peuvent figurer à la suite des présentes CGV ou sur le devis ou le bon de commande ou être transmises au client en accompagnement de l'un de ces documents. En cas de contradiction entre les conditions particulières de vente et les présentes CGV, les dispositions des conditions particulières de vente priment. Dans le cas où l'une quelconque des dispositions des présentes CGV serait déclarée nulle ou non écrite, les autres dispositions resteront intégralement en vigueur et seront interprétées de façon à respecter l'intention originelle des parties.
- 1.4. l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX peut modifier à tout moment les présentes CGV. Les CGV applicables sont celles qui ont été remises au client et acceptées par ce dernier.

### 2. DÉFINITIONS

- Formation interentreprises : formation dont le contenu est décrit dans un catalogue, réalisée en distanciel ou dans une salle externe (location ou mise à disposition client)
- Formation intra-entreprise : formation réalisée sur mesure pour le compte d'un client sur le site du client ou dans d'autres locaux ;
- Client : personne morale ou physique qui achète la prestation ;
- Stagiaire : personne physique qui bénéficie de la formation.

### 3. PRISE EN COMPTE DES INSCRIPTIONS

- 3.1. Pour les clients personnes morales : l'inscription n'est validée qu'à réception, d'une part, de l'acompte de 30% du prix de la formation, s'il y a lieu (montant indiqué sur la convention de formation ou le bon de commande valant convention de formation) et, d'autre part, de la convention ou du bon de commande valant autorisation de formation, signé et revêtu du cachet de l'entreprise.
- 3.2. Pour les personnes physiques : l'inscription n'est validée qu'à réception, d'une part, du contrat de formation signé et, d'autre part, d'un acompte de 30% du prix de la formation s'il y a lieu (montant indiqué sur la convention de formation ou le bon de commande valant convention de formation). Le versement de cet acompte ne peut être exigé qu'à l'expiration du délai de rétractation de 10 jours qui court à compter de la signature de ce contrat.

### 4. RESPONSABILITÉ

- 4.1. Toute inscription à une formation implique le respect par le stagiaire du règlement intérieur applicable aux locaux concernés, lequel est porté à sa connaissance.
- 4.2. L'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX ne peut être tenue responsable d'aucun dommage ou perte d'objets et effets personnels apportés par les stagiaires.
- 4.3. Il appartient au client/stagiaire de vérifier que son assurance personnelle et/ou professionnelle le couvre lors de sa formation.

### 5. PRIX - MODALITÉS DE FACTURATION ET DE PAIEMENT

- 5.1. Les prix sont indiqués sur le bon de commande et/ou la convention et/ou le contrat de formation. Ils sont HT l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX étant assujettie à la TVA par application de l'art. 278 du code général des impôts) du Code général des impôts.
- 5.2. Les modalités de facturation et de paiement sont précisées sur le bon de commande et/ou la convention et/ou le contrat de formation.
- 5.3. MODIFICATION DE FACTURES :  
Pour toute modification administrative d'une facture cédée à notre société d'affacturage, VISION 2i se réserve le droit de refacturer, au client, les frais de gestion liés aux avoirs et autres frais techniques. Nous tenons à vous informer que nous avons signé un contrat d'affacturage avec la société :  
Bibby Factor – Open 6, 158 avenue Thiers, CS 70033, 69454 Lyon Cedex 06,  
Dans le cadre de notre développement, nous avons décidé de confier la gestion de notre poste "clients" et l'encaissement de nos factures à BIBBY FACTOR. Ce nouveau mode d'organisation nous permettra de conforter nos relations et de mieux répondre encore à vos attentes commerciales et techniques. Nous attirons votre attention sur le fait que nos factures porteront, désormais, une mention vous demandant d'en effectuer le règlement directement à BIBBY FACTOR, aux conditions convenues entre nous.  
Seuls vos règlements à BIBBY FACTOR que nous avons subrogés, seront considérés comme libératoires et ceci, sans distinction, pour toutes les factures émises par notre entreprise jusqu'à nouvel avis conjoint de BIBBY FACTOR et de nous-mêmes.

### 6. PRISE EN CHARGE PAR UN ORGANISME TIERS

- 6.1. Lorsque la formation est prise en charge par un organisme tiers (OPCO...), il appartient au client/stagiaire :
  - de faire la demande de prise en charge avant le début de la formation et de s'assurer de la bonne fin de cette demande et du paiement par l'organisme qu'il a désigné ;
  - d'indiquer explicitement sur le bon de commande et/ou la convention et/ou le contrat de formation quel sera l'organisme tiers à facturer, en indiquant précisément son nom et son adresse.
- 6.2. Si le dossier de prise en charge de l'organisme tiers ne parvient pas à l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX avant le premier jour de la formation, les frais de formation sont intégralement facturés au client. En cas de prise en charge partielle par un organisme tiers, le reliquat est facturé au client.
- 6.3. Dans le cas où l'organisme tiers n'accepte pas de payer la charge qui aurait été la sienne suite à des absences, un abandon ou pour quelque raison que ce soit, le client est redevable de l'intégralité du prix de la formation, qui lui est donc facturé.

### 7. PÉNALITÉS DE RETARD ET SANCTIONS EN CAS DE DÉFAUT DE PAIEMENT

- 7.1. Toute somme non payée à l'échéance donne lieu au paiement par le client de pénalités de retard calculé au taux BCE majoré de 10 points. Ces pénalités sont exigibles de plein droit sans qu'aucun rappel ne soit nécessaire le jour suivant la date de paiement prévue.
- 7.2. Une indemnité forfaitaire de 40 euros est due pour frais de recouvrement en cas de retard de paiement, sauf s'il s'agit de particuliers.
- 7.3. En cas de non-paiement intégral d'une facture venue à échéance, après mise en demeure restée sans effet dans les 5 jours calendaires, l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX se réserve la faculté de suspendre toute formation en cours et /ou à venir.

## 1. CONVOCATION ET ATTESTATION DE PRESENCE

- 1.1. Une lettre de convocation indiquant le lieu exact et les horaires de la formation est adressée au client. L'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX ne peut être tenue responsable de la non réception de celle-ci par les destinataires, notamment en cas d'absence du stagiaire à la formation.
- 1.2. Une attestation de présence ou un certificat de réalisation, établi(e) en conformité avec les feuilles d'émargement, sera adressé(e) au client et/ou au stagiaire après chaque formation suite à la réception du règlement et des documents obligatoires de fin de formation demandés.

## 2. ANNULATION – REPORT – CESSATION ANTICIPÉE- ABSENCES

Toute annulation doit faire l'objet d'une demande écrite (e-mail, courrier).

### 2.1. Par le client personne morale

- Lorsque la demande d'annulation est reçue par l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX entre 30 et 15 jours calendaires avant le début de la formation, l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX retient l'acompte (ou le facture s'il n'a pas été payé).
- Dans le cas où la demande est reçue entre 15 et 1 jours calendaires avant le début de la formation, l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX retient l'acompte (ou le facture s'il n'a pas été payé) et facture 50 % du prix total de la formation à titre d'indemnisation, déduction faite le cas échéant des sommes déjà facturées et/ou payées.
- Toute annulation à la date du début de la formation ou non présentation du stagiaire entraîne la facturation du prix total de la formation à titre d'indemnisation, déduction faite le cas échéant des sommes déjà facturées et/ou payées.
- Une fois la formation commencée, toute annulation ou interruption entraîne la facturation du prix total de la formation, déduction faite le cas échéant des sommes déjà facturées et/ou payées.
- Les sommes dues par le client à titre d'indemnisation sont mentionnées comme telles sur la facture. Elles ne peuvent en aucun cas être imputées sur le montant de la participation au développement de la formation professionnelle.

### 2.2. Par le client personne physique

- Lorsque la demande d'annulation est reçue par l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX après l'expiration du délai de rétractation et avant le début de la formation, l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX retient l'acompte (ou le facture s'il n'a pas été perçu), s'il y a lieu, sauf cas de force majeure.
- Une fois la formation commencée, lorsque, par suite de cas de force majeure dûment reconnu (événement imprévisible, insurmontable et étranger à la personne), le client personne physique est dans l'impossibilité de poursuivre la formation, le contrat est résilié de plein droit et les prestations de formation effectivement dispensées sont facturées au *pro rata temporis* de leur valeur prévue au contrat, déduction faite le cas échéant des sommes déjà facturées et/ou payées. En l'absence de force majeure, une fois la formation commencée, toute annulation, abandon ou interruption entraîne la facturation du prix total de la formation, déduction faite le cas échéant des sommes déjà facturées et/ou payées.
- Les sommes dues par le client à titre d'indemnisation sont mentionnées comme telles sur la facture.

## 9.4 Par l'entreprise

- l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX se réserve le droit d'annuler ou de reporter une session de formation si le nombre minimal de participants n'est pas atteint.
- En cas d'annulation par l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX., les sommes versées sont remboursées au client. - En cas de report, l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX propose de nouvelles dates : si le client les accepte, les sommes déjà versées sont imputées sur le prix de la nouvelle session de stage ; si le client les refuse, ces sommes lui sont remboursées.
- En cas de cessation anticipée de la formation par l'établissement pour un motif indépendant de sa volonté, le contrat est résilié de plein droit et les prestations de formation effectivement dispensées sont facturées au *pro rata temporis* de leur valeur prévue au contrat, déduction faite le cas échéant des sommes déjà facturées et/ou payées.
- Dans tous les cas, l'annulation ou le report du stage de formation ne peut donner lieu au versement de dommages et intérêts à quelque titre que ce soit.

## 3. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

L'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX est seule titulaire des droits de propriété intellectuelle sur l'ensemble des formations qu'elle propose à ses clients. Tous les contenus et supports pédagogiques, quelle qu'en soit la forme (papier, numérique, ...), utilisés dans le cadre des formations, appartiennent à titre exclusif à l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX. Toute utilisation, représentation, reproduction intégrale ou partielle, traduction, transformation et, plus généralement, toute exploitation non expressément autorisée par l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX est illicite et pourra donner à des poursuites civiles et/ou pénales sur le fondement du code de la propriété intellectuelle.

## 4. CONFIDENTIALITÉ

L'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX, le client et le stagiaire s'engagent réciproquement à garder confidentiels les informations et documents, quelles que soient leur forme et leur nature (économiques, techniques, commerciaux, ...), auxquels ils pourraient avoir eu accès dans le cadre de l'exécution de la prestation de formation ou à l'occasion des échanges intervenus antérieurement à la conclusion du contrat.

## 5. INFORMATIQUE ET LIBERTES

Des données à caractère personnel sont collectées afin de pouvoir répondre à la demande du client et du stagiaire et de les tenir informés des offres de service de l'entreprise VISION2I VONSEIL BY MIX; aucune information personnelle n'est cédée à des tiers. Conformément à la loi informatique et libertés du 6 janvier 1978 et son adaptation dans la loi 2018-493 RGPD du 20 juin 2018 relative à la protection des données, le client et le stagiaire disposent d'un droit d'accès qu'ils peuvent exercer auprès du correspondant à la protection des données à caractère personnel. Ils disposent également d'un droit de modification, de rectification et de suppression des données à caractère personnel les concernant qu'ils peuvent exercer auprès du service en charge de la formation ou, en cas de difficulté, auprès de L'ENTREPRISE de VISION2I VONSEIL BY MIX à l'adresse courriel [vision2i@vision2i.fr](mailto:vision2i@vision2i.fr)

## 6. DROIT APPLICABLE-TRIBUNAUX COMPÉTENTS

Toutes les contestations relatives aux ventes de biens et services conclus par L'ENTREPRISE de VISION2I VONSEIL BY MIX, ainsi qu'à l'application ou à l'interprétation des présentes conditions générales de vente sont régies par la loi française. Tout litige relatif aux contrats ou conventions de formation fera l'objet au préalable d'une concertation afin de trouver une solution amiable, à défaut la partie la plus diligente saisira le tribunal compétent.

## 7. RELATION CLIENTS

Pour toute information, question ou réclamation, le client peut s'adresser au 0240947048 du lundi au vendredi, de 09h à 13h et de 14h à 18h30 ou transmettre un courriel à [vision2i@vision2i.fr](mailto:vision2i@vision2i.fr)

Signature :

## POURQUOI ABORDER L'ETHIQUE ET LA DEONTOLOGIE

### Préambule sur le respect de la législation et la déontologie

- La loi ALUR impose le respect d'un code d'éthique et déontologie afin d'élaborer un code de conduite basé sur l'écoute, la transparence et la lisibilité des informations.
- L'enjeu est uniformiser les pratiques en les rendant compatibles avec l'exercice commercial de la profession d'agent immobilier désormais reconnue.
- Le CNTGI est l'organisme qui veille au respect des règles et des normes afin que les comportements déviant soient exclus de toute relation face au client.
- Pour ce faire, le Comité des sages veille au respect de la loi TRACFIN, à la parfaite lisibilité des annonces, à la compréhension des honoraires.
- Désormais le loi sur la non-discrimination amène les professionnels à maîtriser toutes les formes de discrimination directes et indirectes qu'il s'agisse de location ou de vente.
- **C'est pourquoi durant 1heure, nous allons parcourir les obligations qui s'imposent à vous et les nombreux pièges dans lesquels vous pourriez tomber juste par simple méconnaissance.**

# LAPRISE

# EN CHARGE

## LE DÉROULEMENT



- Chez **Vision 2i**, nos services vous fournissent **TOUTE** la logistique pour la prise en charge de vos actions de formation.
- Notre organisme étant **agrée QUALIOPF** et reconnu par les instances compétentes, toutes nos formations sont susceptibles d'être prises en charge financièrement dans le cadre de vos droits et de vos obligations pour la carte professionnelle.

## LA PÉDAGOGIE

- Interactive, participative, notre animation est avant tout orientée sur l'application immédiate et le retour sur investissement.

Vidéo training, jeux de rôle, quizz interactif etc... permettent aux participants de prendre conscience de leur points forts et faiblesses, pour aboutir à la mise en place d'un programme de monter en compétence valorisant.

Mais Vision2i se singularise par la mise en place de supports marketing d'application.

COMMENT

DYNAMISER

LE PERSONNEL



VOUS SOUHAITEZ AVOIR UNE ÉQUIPE  
100% PRODUCTIVE GRÂCE À LA  
FORMATION IL FAUT :

- ANIMER CHAQUE SERVICE COMME DE VRAIS CENTRES DE PROFITS COMMERCIAUX
- ANALYSER CHAQUE POSTE ET DÉTERMINER LA PRODUCTIVITÉ DU POSTE
- ANALYSER CHAQUE ACTEUR ET SON POTENTIEL NON EXPLOITÉ
- METTRE LA QUALITÉ DE SERVICE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE
- FORMER LES ÉQUIPES SUR DES RÉFLEXES COMMERCIAUX IRRÉPROCHABLES
- APPRENDRE AUX ÉQUIPES À TRAVAILLER SUR UNE ORGANISATION PRODUCTIVE
- NE PAS OUBLIER LA FORMATION SUR LE MENTAL ET LE SAVOIR ÊTRE



SI «UNE MAUVAISE MÉTHODE VAUT MIEUX QUE PAS DE MÉTHODE DU TOUT», DE NOTRE COTÉ NOUS VOUS APPORTONS LES MÉTHODES QUI FONT DE NOS CLIENTS DES LEADERS RECONNUS

# L'ANIMATION DE L'AGENCE



## IL FAUT DONNER DU RYTHME DANS LE TRAVAIL DU COLLABORATEUR COACHÉ / FORMÉ

SUR QUOI DONNER DU RYTHME	QUAND	COMMENT
EXIGER LA LECTURE DES SUPPORTS DE FORMATION	30' CHAQUE SEMAINE	AVEC LES CLÉS USB OU AVEC LES VIDÉOS TUTO
	15' AVANT UN RDV IMPORTANT	
EXIGER UN ENREGISTREMENT DE LA FORMATION	A CHAQUE FORMATION	LE COMMERCIAL ENREGISTRE DES POINTS CLÉS
EXIGER L'ENREGISTREMENT D'UN ENTRETIEN	1 FOIS PAR SEMAINE	AVEC SON IPHONE
TESTER LES CONNAISSANCES	30' UNE FOIS PAR SEMAINE	QUIZZ ÉCRIT SUR UN THÈME
ACCOMPAGNEMENT TERRAIN	1 FOIS PAR MOIS	SUR UN CLIENT CIBLE EN RDV
TRAVAILLER LE MENTAL ET JOUER LE MOTEUR	CHAQUE JOUR	RAPPEL DU POURQUOI ON SE BAT POUR FAIRE DU CHIFFRE
RECHERCHE INTERNET	CHAQUE MATIN	LA REVUE PRESSE
ENGAGEMENT MENSUEL ET CHANGEMENT	CHAQUE MOIS	2 PRIORITÉS SE + SF
S'ENGAGER SUR 4 MANDATS CROYANCE	CHAQUE MOIS	LES EXCLUSIVITÉS
S'ENGAGER CHAQUE SEMAINE SUR UNE PERFORMANCE, UN RÉSULTAT	SEMAINE	ME + V + CA



# LES PROGRAMMES MANAGERS

## VM006D- (MDG179): LE MANAGEMENT PRODUCTIF EN 8 LECONS

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- S'assurer d'une implication individuelle et collective des équipes afin d'avoir une motivation continue au sein des collaborateurs.
- Bâtir une organisation opérationnelle et productive afin de réaliser les objectifs quantitatifs et qualitatifs.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers et chefs d'entreprises

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

- Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
- À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
99 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

Le Management efficace ne s'improvise pas. Il repose sur des techniques et méthodes. Quelles sont les erreurs constatées dans les agences ? Ce stage va vous permettre de structurer l'animation commerciale de votre équipe.

Préambule sur les respect de la législation et la déontologie (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

### Partie 1 / L'équipe

- Comment différencier les alliés et opposants
- La cartographie sociale
- La différence entre coacher et manager

### Partie 2 / La motivation

- Comment entretenir la motivation
- La rémunération
- Les challenges
- La montée en compétences
- Identifier la bonne foi / la mauvaise foi: l'échelle de PORTER
- Comment valoriser celui qui réussit
- Comment remotiver celui qui est en échec

### Partie 3 / La conduite de réunion

- La réunion journalière
- La réunion hebdomadaire
- La réunion mensuelle
- La réunion trimestrielle

### Partie 4 / Les entretiens individuels

- La technique d'entretien
- Ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut surtout pas faire
- L'entretien hebdomadaire
- L'entretien mensuel
- L'entretien annuel de fixation d'objectifs
- L'entretien de recadrage
- L'entretien de gestion de conflit interne

### Partie 5 / L'accompagnement terrain

- Comment le faire et à quelle fréquence
- Le débriefing et la prise de conscience des erreurs: ORDRE
- Le pacte de progression: OMMDC

### Partie 6 / Les outils de suivi de contrôle

- La fiche de suivi journalier
- La fiche d'activité hebdomadaire
- Le passeport gagnant
- La fiche mensuelle d'atteinte d'objectifs
- Le Pilotim Performance
- La fiche d'auto-analyse mensuelle
- Le quizz connaissances professionnelles

### Partie 7 / Les objectifs

- Les objectifs quantitatifs
- Les objectifs qualitatifs
- Comment les présenter
- Que faire en cas de dépassement

### Partie 8 / L'organisation idéale

- L'important / l'urgent / les priorités
- L'organisation de l'équipe : l'agenda rythmé
- L'organisation du manager: la répartition production / animation.

### Conclusion :

Idées retenues / plan d'action

## VM016D - LE MANAGEMENT DES HOMMES

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Devenir un manager agile et accepter la remise en cause afin d'affronter un retournement de marché
- Comprendre que les méthodes et outils de suivi sont indispensables afin d'assurer la performance et d'éviter le turn-over en entreprise

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers et chefs d'entreprises

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION,

- Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
- À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
100 %  
2020-2021

### INTRODUCTION:

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)  
Attentes de la formation / échanges

## PROGRAMME

### PARTIE 1 / LES NOUVELLES APPROCHES MARKETING

### PARTIE 6 / OUVRIR DES MULTI-SITES

### PARTIE 2 / LES SUPPORTS DE PROXIMITÉ DU MANAGER

### PARTIE 7 / LE COUTEAU SUISSE DU MANAGER

### PARTIE 3 / LA COHESION D'EQUIPES

### PARTIE 8 / LE SYSTÈME DE RÉMUNÉRATION

### PARTIE 4 / SE PREPARER AU CHANGEMENT

### PARTIE 9 / LE PROGRAMME DE SUIVI DES COLLABORATEURS

### PARTIE 5 / LE PARCOURS CLIENT

## VM019D - COMMENT RECRUTER LA GENERATION FUTURE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Mettre en place un plan de recrutement fiable afin de ne pas perdre de temps et subir un turn-over
- Bâtir un programme d'intégration et d'organisation afin de faciliter la réussite des collaborateurs.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers et chefs d'entreprises

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
100 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION :

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

- Pourquoi les méthodes de recrutement classiques ne marchent plus ?
- Quelles sont les erreurs commises dans le recrutement et dans l'intégration ?
- Ce que coûte le turn-over

### LE RECRUTEMENT REUSSITE

#### 1 / Bâtir une annonce alléchante

#### 2 / Identifier – chasser – coopter les meilleurs

#### 3 / L'entretien de recrutement

- Méthode et outils

#### 4 / L'intégration globale

- Statut
- salaire
- référence

#### 5 / Le cursus réussite

- La formation
- Le travail collectif
- Les valeurs
- L'état d'esprit

#### 6 / Le programme productif

- l'organisation interne
- L'utilisation de la vision / reporting

### CONCLUSION :

Les 5 messages forts retenus.

Ce que vous allez mettre en place

## VM035D- SAVOIR FIXER DES OBJECTIFS ET LES ATTEINDRE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Mettre en place de vrais objectifs « SMAC » afin qu'ils soient compris et acceptés.
- Mettre en place une politique RH de proximité afin de permettre à chaque collaborateur de réussir son parcours dans l'entreprise.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Chefs d'entreprises, encadrants

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
97 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Preamble sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)  
Attentes et difficultés

### PARTIE 1 / QU'EST-CE QU'UN OBJECTIF INDIVIDUEL ET COLLECTIF ?

- Les ratios à respecter

### PARTIE 2 / LES ERREURS À NE PAS COMMETTRE

- Ce qu'il ne faut jamais faire
- Comment présenter un objectif ?
- La méthode S.M.A.C.

### PARTIE 3 / LES OBJECTIFS QUANTITATIFS, QUALITATIFS

- Transaction
  - Location
  - Gestion
- Exemples concrets

### PARTIE 4 / COMMENT S'ASSURER QU'UN OBJECTIF SERA ATTEINT ?

- Le challenge personnel
  - Le challenge collectif
- Les systèmes de rémunération adaptés

### PARTIE 5 / COMMENT SUIVRE L'ÉTAT D'AVANCEMENT ?

- Les tableaux de bord
- Le Visio gramme d'implication
- Le Visio gramme d'application

### PARTIE 6 / COMMENT REMETTRE UN ACTEUR SUR LES « RAILS » ?

- La carte scoring
  - L'entretien d'activité
  - L'entretien de recadrage, la méthode
  - ORDRE :
- Que faire en cas de non atteinte ?  
Que faire en cas d'atteinte, de dépassement ?  
L'échelle de PORTER

### CONCLUSION :

Idées retenues  
Actions programmées

### LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Un objectif, souvent, n'est pas atteint parce qu'il est mal fixé, mal expliqué ou mal contrôlé.  
Nous vous donnons donc les recettes pour atteindre et dépasser vos objectifs et faire en sorte que vos commerciaux atteignent les leurs.

## VM042D - L'AGENCE 100% PRODUCTIVE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Mettre en place une organisation interne et externe afin d'éviter la perte de temps, d'énergie et d'argent
- Bâtir une stratégie gagnante en terme de choix marketing et communication, les priorités et la budgétisation afin de rentabiliser les investissements.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, patrons

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
96 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION :

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

- Bilan d'application
- Tour de table des actions mises en place
- Attentes et problèmes
- Difficultés actuelles

### MATIN :

#### PARTIE 1 / L'ORGANISATION PRODUCTIVE

- La notion de passerelle entre services de l'agence
- Gérer des multi-sites
- L'exploitation des fichiers et la fidélisation
- L'organisation terrain idéale
- L'armée des citoyens prescripteurs et le parrainage

### CONCLUSION:

Les patrons s'engagent sur un process.  
V2 i crée pour eux un lien de suivi qui les met en relation soutenue avec le formateur.  
Choix des actions prioritaires  
Programmation des priorités

### APRES-MIDI :

#### PARTIE 2 / L'AGENCE DIFFÉRENTE ET LE LEADERSHIP

- L'agence communautaire
- Le choix du print, du net, des réseaux sociaux et de la vidéo
- Le street-marketing
- L'agence solidaire
- Le budget et sa ventilation
- Les outils de retour / investissement

# VM043D – LE LEADERSHIP : LE MANAGEMENT VU PAR LES FORCES SPECIALES

## OBJECTIFS

- Mettre en place les solutions de management issues des unités d'élite afin de comprendre que c'est l'art du détail qui fait toute la différence.
- Travailler la charte d'engagement en 12 points afin de faire comprendre au manager que c'est lui qui est en avant tout responsable et non ses collaborateurs.

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, patrons

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
95 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION : Bilan d'application

- Tour de table des actions mises en place

- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie

professionnelle (Tacfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### 1 / LA VISION

- Donner la vision du projet d'entreprise
- Déterminer votre stratégie en mode 100% productif

### 2 / L'OBJECTIF

- Se fixer des objectifs rapprochés : mensuels, hebdomadaires, journaliers

### 3/NE PAS SUBIR

- Etre toujours dans l'anticipation : Quand ? Sur quoi? Comment ?
- Travailler la préparation

### 4/LA RESPONSABILITE

- Etre à la hauteur à 100% des attentes clients et collaborateurs
- La qualité de service

### 5/LA REDEVABILITE

- Mériter les outils et méthodes mis à dispositions par l'application des CPO
- Les utiliser à 100 %

### 6/LA CONFIANCE

- Donner la confiance et mériter la confiance
- La confiance n'exclue pas le contrôle

### 7/LA VULNERABILITE

- Celui qui n'ose pas n'avance pas : il faut donc faire des choix novateurs
- Accepter le courage et le risque dans les actes

### 8/LE DESACCORD

- Accepter le fait d'imposer ses idées tout en cherchant des accords collectifs
- Le collectif prime sur l'individuel

### 9/L'ENGAGEMENT

- Ne pas faillir en tant que leader et montrer ce qu'est un leadership effectif
- Etre exemplaire sur les fondamentaux

### 10/ LA CLARTE

- Un ordre ou une mission doit être compréhensible avec un objectif SMAC
- Aller droit au but

### 11/ LA METHODE

- La réussite repose sur l'expertise et l'expérience et chaque acte nécessite une méthode
- Activation cerveau droit / gauche

### 12/ L'HUMILITE

- Rien n'est jamais acquis, il faut instaurer le changement et la remise en cause, il n'y a pas de pire danger que celui qui croit en la réussite éternelle

### CONCLUSION:

Durant 1 heure en synthèse nous aborderons, l'éthique et la déontologie. L'importance du respect des textes et règlements.

# VM044D- LA NEGOCIATION VU PAR LES LEADERS

## LE SYSTEME DE LA PENSEE INVERSEE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable :

- Connaître les règles de base de la négociation, les outils et méthodes indispensables pour gagner en temps et en efficacité et acquérir une autorité de compétence
- Connaître les astuces provoquées par les meilleurs commerciaux afin d'optimiser leur performance commerciale

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, patrons

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
96 %  
2020-2021

### INTRODUCTION :

La leçon des grands hommes : GANDHI - HENRI IV - TALLEYRAND

Attentes des participants / difficultés actuelles

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( traefin, CNTGI et éthique professionnelle)

## PROGRAMME

### PARTIE 1/LES REGLES DE BASE DE LA NEGOCIATION

- Le B.A.BA de la renégociation
- comment rendre votre produit ADDICTIF

### PARTIE 2/ L'APPROCHE IMPLICATOR

- L'approche SPIS
- Rejoindre la Tribu des MENTOR
- La préparation mentale

### PARTIE 3/ LA CROYANCE

- Réveiller le leader qui est en vous

### PARTIE 4/ POURQUOI LES CHOSES NE SE DEROULENT PAS COMME PREVU

- Le cercle d'or
- Pourquoi
- Comment
- Quoi
- Comment avoir un système de pensée INVERSEE pour réussir

### PARTIE 5/ ETRE DIFFERENT ET UNIQUE

- l'importance de la conviction
- L'importance de la croyance
- L'importance du naturel et de l'âme

### PARTIE 6/ LA LOI DES POURCENTAGES

- 3% de créateurs
  - 37% d'utilisateurs précoces
  - 30% de trainards
  - 30% de suiveurs
- } comment activer ces pourcentages de clients

### PARTIE 7/ COMMENT REDEMARRER UN PRODUIT APRES PLUSIEURS MOIS SUR LE MARCHÉ ?

- Photos
  - Texte
  - accroche
- } pour un nouveau mandat

### PARTIE 8/ LES FORMULES GAGNANTES QUI VONT CHANGER VOTRE VIE DE NÉGOCIATEUR

- Avec l'acheteur
- Avec le vendeur

### CONCLUSION:

Comment comprendre l'application dans votre métier  
Comment utiliser cette approche avec éthique et déontologie.  
Idées retenues / application

# VM046D- MANAGER ET DEVELOPPER SON AGENCE EN CENTRE DE PROFIT

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Savoir quelle stratégie globale un manager doit-il mettre en place afin de devenir leader, de réveiller son activité et de surmotiver ses troupes
- Acquérir une autorité et un leadership afin de faire de lui en interne et en externe, une personne reconnue et respectée

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, patrons

**Tous services:** Gestion, Syndic, transaction

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

Satisfaction  
du module  
100 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION:** les erreurs et peurs du manager, ce que pensent de vous les collaborateurs

### PARTIE 1 / LE MANAGEMENT PRODUCTIF

- L'organisation de passerelles fichiers
- Comment booster le service
- Comment attirer et recruter le bon profil
- Quelle stratégie COM opérationnelle adopter

### PARTIE 2 / LE LEADERSHIP TRANSFORMATIONNEL

- Les 3 pistes d'action
- Comment gérer une équipe

### PARTIE 3 /COMMENT REVEILLER UNE ACTIVITE QUI DORT

- Par le service
- Par la qualité de service
- Par les applications digitales

### PARTIE 4 / COMMENT FAIRE EVOLUER VOS COLLABORATEURS

- Le pouvoir de la curiosité
- Le Q12 du collaborateur
- La motivation par le moteur
- L'impact de la passion

### PARTIE 5 /LE MANAGEMENT PAR LA VISION

- Les tableaux
- L'entretien individuel
- La newsletter
- Le courrier

### PARTIE 6 /LES FORMULES DE MANAGEMENT QUI VOUS FONT UNE REFERENCE

- Les 24 formules d'excellence

### PARTIE 7 /LA STRATEGIE GAGNANTE

- L'océan rouge
- L'océan bleu

### PARTIE 8 /L'IMPORTANCE DE LA CERTITUDE

- Chez vous
- Chez vos collaborateurs
- Chez vos clients

### CONCLUSION :

Grâce à ce stage, les participants prennent de la hauteur.

Ils prennent conscience qu'il faut sortir du cadre et de sa zone de confort

Idées retenues

Priorités d'actions



# LES PROGRAMMES TECHNIQUES DE VENTE

## VT005D - COMMENT RENTRER UN MANDAT EN 100 % EXCLUSIF ET AU VRAI PRIX

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Comprendre l'approche du mandat exclusif afin d'améliorer son scoring et de ne pas être sujet aux négociations des acheteurs
- Apprendre à utiliser une approche macro et micro économique afin de faire comprendre au vendeur la logique du PMX

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux débutants et confirmés, managers et Patrons

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
99 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)  
Quelle panoplie doit avoir un commercial « expert », la dimension matérielle.

### PARTIE 1 / LA DIMENSION PSYCHOLOGIQUE

- Comment lever les freins sur l'exclusivité ?
- Comment persuader que le mandat simple ne sert à rien ?
- S'appuyer sur la loi Hoguet
- Afficher les chiffres et statistiques

### PARTIE 2 / COMMENT TROUVER UN BON PROSPECT VENDEUR

- L'exploitation CRM des fichiers
- L'approche prospection
- L'approche parrainage
- Quels outils sont nécessaires ?

### PARTIE 3 / ARGUMENTER AVEC UNE REVUE DE PRESSE

- Le discours micro/macro Eco
- L'explication des cycles Eco- L'approche parrainage
- L'argumentation en année électorale

### PARTIE 4 / VENDRE L'EXCLUSIVITÉ À 100%

- La démonstration Dior/Foirfouille
- L'argumentation vrai-faux
- La méthode de l'écran
- Déjouer les objections majeures

### PARTIE 5 / OBTENIR LE VRAI PRIX

- Marges de prix
- Le comparateur produits
- La mise en concurrence
- L'impact de la transition énergétique

### PARTIE 6 / L'UTILISATION DES OUTILS DE CONVICTIONS INDISPENSABLES A TOUTES LES ETAPES

### PARTIE 7 / LES OBJECTIONS DE CIRCONSTANCE ET LEUR REPONSE

### PARTIE 8 / COMMENT FAIRE FLECHIR LE VENDEUR ET RENEGOCIER

### LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Le 100 % exclu est la meilleure « arme » pour ne pas subir les baisses de C.A.

## VT006D (TR377) - LES 10 SECRETS DES MEILLEURS CONSEILLERS

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Maîtriser tout le processus de la relation commerciale avec les vendeurs et les acheteurs afin de gagner en temps et en efficacité
- Maîtriser les étapes successives de la vente afin d'y apporter une dimension, une technicité et une relation de confiance

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** équipe commerciale

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
97 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)  
Les secrets des meilleurs commerciaux sont développés et expliqués pour augmenter la performance commerciale.

### PARTIE 1 / Suivre un processus structuré

- La règle des 4x20
- L'écoute active
- Savoir poser les bonnes questions
- Avantages/bénéfices - conséquences / utilisations

### PARTIE 2 / Vaincre ses propres peurs

- Identifier ses freins /peurs
- Chercher des solutions
- Le chef d'orchestre de l'entreprise
- Appliquer des solutions
- L'humilité

### PARTIE 3 / Le client est un ami

- Rendre service
- L'enthousiasme
- Être centré sur l'autre et pas sur soi
- La conviction d'être quelqu'un de bien
- Gagner de l'argent n'est pas honteux

### PARTIE 4 / Se vendre soi

- Son rayonnement
- Son style et son environnement matériel
- Son ouverture à l'autre
- Sa volonté de satisfaire
- Sa capacité à rassure

### PARTIE 5 / Savoir se présenter : le pitch

- Ce que j'apporte / ma différence
- Mes références / ce que les clients apprécient
- Nos services
- Mon rôle

### PARTIE 6/ Savoir faire acheter plutôt que vendre

- L'intérêt d'une bonne découverte
- L'art du questionnement
- Les facteurs clés de décisions

### PARTIE 7 / La découverte : La combinaison du coffre fort

- Besoins implicites
- Besoins explicites
- Besoins collatéraux
- Besoins organisés

### PARTIE 8 / L'acquisition comme enrichissement

- Ce qu'apporte la solution
- L'adéquation solution / besoin
- Enjeux pour le client

### PARTIE 9 / Savoir gérer les peurs clients

- Anticiper les peurs
- Découvrir le fondement des peurs
- Savoir les traiter

### PARTIE 10 / Anticiper le closing

- Inverser le rapport de force
- Asseoir sa légitimité
- Identifier les leviers décisionnels
- Le traitement des objections

### CONCLUSION

Ce stage pragmatique et concret, permettra aux adeptes de remise en cause et en question, de vendre mieux et plus.

## VT020D - Les méthodes de communication en face à face le mode interpersonnel et le social profilage en entreprise

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Apprendre à maîtriser tous les canaux de communication verbal et non verbal afin d'optimiser l'échange et la confiance.
- Comprendre que les styles personnels vont influencer les choix et décisions, il faut donc analyser et se synchroniser sur le client afin d'aller à la conclusion sans trop d'objections.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Tous les acteurs de l'entreprise

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
99 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

La communication en face à face et ses erreurs

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1 / LES RÈGLES GÉNÉRALES

- A quelle tribu appartient-on
- Quel est notre style communicant
- L'influence du passé et de l'éducation
- Les messages facilitants / contraignants

### PARTIE 2 / L'ANALYSE DES STYLES

- A quelle tribu appartient-on
- Quel est notre style communicant
- L'influence du passé et de l'éducation
- Les messages facilitants / contraignants

### PARTIE 3 / LES TECHNIQUES DE SYNCHRONISATION

- Verbales : PBL
- Comportementales : PNL

### PARTIE 4 / L'INFLUENCE DES STYLES SUR LE SCHEMA DE DÉCISION

- Les objections dues au style
- Comment présenter une décision
- Comment conclure

### PARTIE 5 / LES RÉPONSES AUX OBJECTIONS

Les objections :

- Facilitant
- Promouvant
- Analysant
- Contrôlant
- La reformulation empathique et positive

### PARTIE 6 / COMMENT FAIRE ÉVOLUER SON STYLE POUR UN MEILLEUR DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

- Les résistances aux changements
- Le parcours réussite
- L'apprentissage

### LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Apporter à l'équipe commerciale des argumentaires préparés, pour leur permettant de se sortir de tous les mauvais pas.

## VT023D - DE LA DÉCOUVERTE ACHETEUR À LA CONCLUSION POUR LES AIGLES

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Avoir une approche structurée pour gagner en efficacité.
- Gagner en confiance afin d'augmenter le nombre de ventes.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux débutants ou remise à niveau

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
100 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION:** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Attentes du groupe

Quel est le contexte psychologique d'un investissement ? Comment accélérer le processus de décision ? Comment sécuriser l'achat ? Comment obtenir l'accord ? (...) Ce stage apporte des réponses précises pour que les commerciaux gagnent en efficacité

### PARTIE 1 / L'accueil

- La règle des 4X20
- La notion de première bonne impression
- La bulle psychologique
- La cartographie sociale

### PARTIE 2 / L'éducation de l'acheteur

- La fixation de la règle du jeu
- Asseoir son autorité : L'autorité naturelle / l'autorité de compétence
- Savoir dimensionner son rôle de conseil

### PARTIE 3 / La découverte de l'acheteur

- Le prompteur et les étapes à respecter
- La motivation d'achat : Comment l'identifier ? Vrai/faux client ?
- La différence entre les envies et les besoins
- Savoir répondre aux objections : « on n'est pas pressé », « on va négocier », « on veut en visiter un maximum », « vos honoraires sont-ils négociables ? » (...)

### PARTIE 4 /La sélection d'affaires

- Comment présenter les produits ?
- La technique du pré-closing
- La technique de la vente en 3 D
- Les témoignages vendeurs/ voisins/commerçants

### PARTIE 5 / La visite

- Comment l'organiser ?
- Ce qu'il faut dire : l'argumentation structurée avec le PPD
- Savoir identifier les signaux d'achat

### PARTIE 6 /Le retour de visite

- Le débriefing agence
- La technique du closing
- La technique du traitement des objections
- Comment faire acheter et ne pas vendre ?

### Conclusion :

Plan d'action individuel

# SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

## VT024D – ET SI LE MENTAL FAISAIT TOUT DANS VOTRE RÉUSSITE :

### LES TECHNIQUES VERBALES ET COMPORTEMENTALES QUI FONT LA DIFFÉRENCE DANS UNE RELATION EN FACE À FACE

#### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Travailler son savoir-être afin de faire preuve de plus d'autorité.
- Améliorer sa performance afin de ne pas rentrer en conflit avec son client.

#### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

##### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** commerciaux, encadrement

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

#### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

#### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

##### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
92 %  
2020-2021

## PROGRAMME

#### INTRODUCTION:

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)  
Comprendre l'importance de la relation humaine et l'importance de l'autorité et de l'empathie dans la relation en face à face.

#### **Partie 1 / Comment avoir confiance en soi, en son produit et en sa société.**

- L'autorité et l'autoritarisme
- Ce qu'est la confiance en soi
- Identifier les obstacles à un échange constructif
- Comment travailler ses faiblesses méthodologiquement et ses angoisses face à l'argumentation structurée
- Identifier les messages facilitant et contraignant du client
- Travailler l'écoute active et non passive
- Travailler la reformulation par rapport aux styles sociaux du client

- Oser s'affirmer avec des supports marketing différent de la concurrence
- Comment éviter les mots et les formules qui tuent la relation
- La programmation neurolinguistique et ses applications comportementales
- Comment se rendre incontournable et fidéliser sa clientèle

#### **CONCLUSION**

Le stagiaire repart avec un programme progressif d'application

Il peut rester en contact avec le formateur pour analyser sa courbe de progression

#### **Partie 2 / Quels sont les arguments forts qui font basculer une décision gagnant-gagnant**

- S'affirmer par la méthode, les outils sur un registre visuel, auditif et kinesthésique
- Comment créer un lien de confiance durable dans la relation client

## VT025D (TR378) - VERT, ORANGE, ROUGE...OBJECTIF RENEGOCIATION

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Faire accepter le prix marché afin de ne plus perdre son temps avec des biens invendables.
- Renégocier le prix du mandat par une démarche structurée d'anticipation pour développer le C.A avec un suivi du portefeuille

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux et responsables commerciaux

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
95 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)Comment instaurer un suivi irréprochable, établir une relation de proximité et de confiance avec le vendeur pour lui faire accepter la réalité du marché. Objectif: baisse de prix et partenariat exclusif.

Attentes du groupe

### Partie 1 / Savoir anticiper la renégociation

- Comment apparaître comme LA référence immobilière à la rentrée du mandat
- La vision d'avenir
- Savoir déterminer le point de rupture du vendeur
- Comment faire accepter une négociation prix rapide
- Comment faire accepter une offre par anticipation

### Partie 2 / La boîte à outils

- L'observatoire du marché
- L'argus des ventes
- La revue de presse
- L'outil de traçabilité
- Le Monopoly
- Castorus

### Partie 3 / Inverser le rapport de force: transformer le vendeur en demandeur

- Le suivi hebdomadaire. Que dire s'il n'y a pas de visite
- Le compte-rendu après visite
- Le bilan de commercialisation à 1 mois, à 3 mois, à 6 mois
- Les erreurs à ne surtout pas commettre. Ce qu'il ne faut surtout pas dire

### Partie 4 / L'entretien de renégociation

- Les étapes à respecter
- Comment apparaître comme un allié et pas comme un ennemi
- Comment se servir du futur projet pour faire accepter le bon prix
- Savoir utiliser la motivation pour faire accepter la réalité du marché

### Partie 5 / La découverte : La combinaison du coffre fort

- Rendre le produit désirable par le concept de nouveauté
- Pourquoi la fermeté sur le prix est rassurante et optimise la réussite
- Pourquoi l'exclusivité accélère la vente
- L'exclusivité en chiffres

### Conclusion :

Idées retenues

## VT028D - LES TECHNIQUES MENTALES AU SERVICE DE LA PERFORMANCE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Savoir que la confiance en soi est l'élément principal qui permet de franchir des montagnes afin de ne pas subir la dureté de la relation commerciale
- Comprendre les différentes techniques mentales qu'il s'agisse du langage verbal ou du corps sont nécessaires afin de maîtriser une relation en face à face sans risque de tension

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Tout public impliqué dans la relation client.

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRECIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
90 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

En quoi le mental fait-il la différence ? Les sources de la performance dès le plus jeune âge

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1 / LA CONFIANCE EN SOI

- Comment contrôler ses peurs et ses angoisses
- Leurs origines familiales et culturelles

### PARTIE 2 / L'AUTORITE

- La différence entre autorité et autoritarisme
- Comment l'autorité « contre » le pouvoir du client (argent – décision)

### PARTIE 3 / LE COURAGE

- L'implication et l'organisation
- L'acceptation et l'anticipation des « NON »

### PARTIE 4 / LA STABILITE EMOTIONNELLE

- Comment cacher et maîtriser ses émotions
- L'art de l'empathie et de la conviction

### PARTIE 5 /LES CYCLES DE PERFORMANCE

- Comment argumenter ses performances par une cohérence productivité / rentabilité
- Comment s'obliger à établir des priorités d'action

### PARTIE 6 / LES RAPPORTS DE FORCE

- Jusqu'ou aller dans l'imposition d'un choix
- La différence entre choix et décision
- Le langage positif

### PARTIE 7 / LE BONHEUR D'ETRE LEADER

### PARTIE 8 / L'ESTIME DE SOI, UN BIEN NECESSAIRE

### CONCLUSION

- Un plan d'action par anticipation
- Un synthèse des prises de conscience

## VT040D (TR379) - RENTABILISER SON TEMPS ET NE PAS SE TROMPER DE CLIENT - VRAI OU FAUX CLIENT?

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Appliquer une méthode efficace pour identifier le vrai du faux client.
- Asseoir son autorité afin de ne plus perdre de temps avec des faux clients.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux, managers et chefs d'agence

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
non  
évaluée  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

- Les erreurs d'organisations classiques
- Les faiblesses comportementales en période de crise

### **Partie 1 / Comment déjouer le vrai / faux client**

- La méthode des mails
- La méthode des 5 questions en speed dating
- La méthode du quizz

### **Partie 2 / Pourquoi et comment le client prend la main**

- La notion de pouvoir client
- Comment dire non
- Comment se libérer des enjeux objectifs et argent

### **Partie 3 / La démarche implicator**

- L'acheteur et profil feeling
- Le vendeur et check-up
- L'investisseur et vision d'avenir

### **Partie 4 / Le facteur temps et les questions clés**

- Comment imposer JDHL
- Comment asseoir son autorité
- Comment maîtriser le verbe positif
- Comment utiliser les techniques de guidage

### **Partie 5 / L'organisation matérielle**

- La notion de Bar en 7min chrono
- L'espace signature
- Les supports de verrouillage

### **CONCLUSION**

Un stage idéale pour ceux qui veulent ne pas s'investir pour rien et ne pas rater des ventes

## VT045D - COMMENT DOUBLER LE CHIFFRE D'AFFAIRES PAR LA DYNAMIQUE RÉSEAU ET FICHIER

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Exploiter et de travailler tous les fichiers de l'agence afin d'optimiser son relationnel.
- Se servir des réseaux sociaux afin de doubler son C.A.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux, managers et chefs d'agence

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
89 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** De l'intérêt d'utiliser ces deux niches. La démonstration par les chiffres. Prémabule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### Partie 1 / LA DYNAMIQUE FICHIER

- Le fichier Bailleurs
- Anciens acheteurs
- Locataires
- Le fichier Vendeur en renégociation
- Estimation
- Le fichier Externe (artisans, commerçants, professions libérales, chefs d'entreprise)
- Les outils :
- Quel type de courrier faire ?
- Quel type de mailing ciblé faire ?
- Quel type de relance téléphonique faire ?
- L'organisation :
- Comment organiser les passerelles entre la gestion et la transaction ?
- Comment motiver les échanges ?

### Partie 2 / L'EXPLOITATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

- L'approche réseau classique
- L'approche réseau High-Tech
- L'argumentaire face à cette approche
- Le Marketing associé pour cette approche

### Partie 3 / L'APPROCHE PARRAINAGE

- L'intérêt du parrainage
- Les règles du parrainage
- Les offres possibles
- Le marketing associé
- Le déroulement des campagnes

### CONCLUSION

Bilan de la journée / Tour de table

## VT054D (TR032) - DÉFENDRE SES HONORAIRES ET PROTÉGER SA MARGE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Permettre au négociateur de rester maître de la situation afin de ne pas céder au chantage prix
- Justifier la valeur de son produit, de son travail afin de vendre plus rapidement en protégeant ses honoraires

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Responsables d'agence, Négociateurs.

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
non  
évaluée  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)  
Dès que l'on parle d'argent, le client croit détenir le pouvoir. Comment se mettre à l'abri d'un chantage ?

### Partie 1 / LA NOTION PSYCHOLOGIQUE DU CLIENT :

- Les éléments constitutifs du prix
- Le prix pour le négociateur
- Le prix pour le vendeur
- Le prix pour l'acheteur
- Le processus d'achat de l'acquéreur

### Partie 2 / COMMENT CONVAINCRE L'ACQUÉREUR ?

- Grâce à une démarche structurée d'anticipation
- Explication du contexte économique marché, comment les prix se fixent ?

### Partie 3 /COMMENT CONVAINCRE LE VENDEUR ?

- L'observatoire marché
- L'argus des ventes

### Partie 4/ LA JUSTIFICATION DU PRIX :

- La notion de contrepartie
- La notion d'équivalence
- La notion de juste prix

### Partie 5 / LES CONDITIONS POUR CONCLURE :

- Les cinq conditions pour conclure en faisant accepter le prix du bien ou les honoraires

### Partie 6 / LES OBJECTIONS SUR LE PRIX :

- « La maison nous plaît, mais c'est trop cher »
- « C'est trop cher par rapport à la concurrence »
- « Je veux réfléchir », vos honoraires sont trop élevés »
- « J'hésite entre la votre à ... K€ et une autre identique à ... K€ »
- « Je veux faire une offre », etc.

### Partie 7 / EN AVOIR PLUS QUE CE POUR QUOI ON PAYE

- La stratégie des petits plus « service » qui font passer le prix

### LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Pour beaucoup, l'argent est un sujet tabou. Nous apprenons à le vulgariser et à parler prix, remise, négociation avec autorité.  
LES APPORTS DU STAGE : Une affirmation de soi face à des clients sans cesse plus exigeants et de plus en plus « négociateurs ».

## VT074D - LA STRATEGIE DU MANDAT EXCLUSIF AU BON PRIX

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rentrer un mandat exclusif est essentiel afin d'éviter de perdre du temps face à des clients acheteurs en proie à des tentatives de négociation.
- Obtenir le bon prix de vente est primordial dès la prise de mandat, afin de ne pas perdre en crédibilité et d'avoir un effet boule de neige sur les autres mandats.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Négociateurs débutants ou confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
92 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**Introduction:** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

#### Partie 1 / L'organisation de l'activité

- Combien de temps consacrer à la recherche de biens ?
- L'agenda idéal pour augmenter la performance et la rentabilité
- Quels objectifs se fixer ? Quantitatifs ou qualitatifs ?
- L'argus / l'observatoire / les fichiers social market

#### Partie 2 La présence terrain : comment être en amont de la mise en vente ?

- La prospection : organiser son territoire de chasse, définir les zones d'intervention par rentabilité, le farming, l'ilotage
- Les mailings de proximité : le fond et la forme
- Le boîtage
- La mise en place d'un réseau d'apporteurs d'affaires
- Les panneaux : leur importance et comment les utiliser au mieux

#### Partie 3 / Les autres sources :

- Exploiter les fichiers clients et acquéreurs
- La vitrine : comment l'optimiser
- La publicité et la communication
- Les témoignages clients
- La pige téléphonique : quel discours tenir ?
- Le téléphone enquête
- L'évènementiel

#### Partie 4 / Pourquoi le mandat exclusif avant tout ?

- Que rapporte-t-il au vendeur, à l'acquéreur et au conseiller ?
- Mandat exclusif = meilleur moyen d'accroître sa rentabilité et son chiffre d'affaires ? Pourquoi ?

#### Partie 5 / Quelles sont les difficultés pour l'obtenir ?

- Les freins psychologiques
- Les obstacles de la concurrence
- Les a priori du vendeur

#### Partie 6 / Savoir vendre le mandat exclusif : savoir se rendre indispensable :

- Les « plus » en matière de services, de publicités, de défense du prix, de résultats
- S'engager et garantir le résultat »
- La valise rentrée de mandats
- Donner de la dimension à son rôle et à l'entretien et faire la différence avec la concurrence
- Faire le comparatif avec le mandat simple pour amener le vendeur à choisir le mandat exclusif
- Savoir se servir de la loi S.R.U. pour renforcer l'intérêt et les avantages de l'exclusivité
- Les « plus » du mandat exclusif sur l'acquéreur

#### Partie 7 / Répondre aux objections majeures :

- « Plusieurs agences augmentent nos chances de vendre, j'ai déjà 4 agences, je ne veux pas être pieds et poings liés avec vous. »

#### Partie 8 / Faire accepter le prix :

- Comment amener le vendeur à accepter le prix du marché ?
- Comment amener le vendeur à baisser son prix ? La zone de rupture : jusqu'où est-il prêt à négocier ?
- Préparer la renégociation future du prix en cas de désaccord

## VT089D - LES OBJECTIONS : NE PLUS EN AVOIR PEUR, SAVOIR LES TRAITER

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Savoir traiter une objection avec méthodologie et avec aisance afin de ne pas être déstabilisé.
- Avoir réponse à tout afin de se sortir de chaque situation périlleuse. Repartir avec des arguments « clés ».

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Responsables, commerciaux, négociateurs

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
100 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Preamble sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### Partie 1 / Pourquoi a-t-on peur des objections ?

- Comment se mettre à l'abri ?

### Partie 2 / Les principales erreurs commises :

- Ne pas se jeter sur une objection prétexte
- Donner de l'importance à une « fausse barbe »

### Partie 3 / La méthode de traitement en 4 temps :

- La reformulation
- Le recadrage de sens
- La hiérarchisation
- La réponse

### Partie 4 / Traiter les objections vendeur - acquéreur :

#### Les objections de départ :

- « Ce n'est pas pour tout de suite »
- « On n'est pas pressé »
- « On veut faire un coup »
- « Il faut que j'en parle à... »
- « Cela ne vous regarde pas »
- « On n'a pas le temps »
- « C'est juste pour des renseignements », etc.

#### Les objections de fin :

- « On veut faire une offre »
- « Il faut baisser vos honoraires »
- « C'est trop cher »
- « On va continuer à chercher »
- « On veut réfléchir »
- « Puisque c'est ça, on laisse tomber », etc

### Partie 5 / Comment transformer une objection en un élément de pré-conclusion

#### LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

De nombreux négociateurs ne savent pas discerner une véritable objection d'une fausse barbe. Qui plus est, face à l'objection, ils perdent souvent leurs moyens et leur crédibilité. Nous les aidons donc à ne plus avoir peur et à se bâtir des argumentaires de réponses toutes prêtes.

## VT092D - SAVOIR CONCLURE UNE VENTE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Anticiper la conclusion dès la découverte acheteur avec une démarche d'anticipation afin de savoir conclure plus rapidement.
- Savoir engager un client arrivé à maturité afin de le fidéliser.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Négociateurs débutants et confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, intervient dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
92 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**Introduction :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

### Partie 1 / Pourquoi est-il difficile pour certains de conclure ?

- Les causes majeures de l'échec
- Les freins et les craintes de l'acheteur
- Positiver son discours et développer l'assertivité
- Les principaux écueils à la conclusion

### Partie 2 / La conclusion se prépare à l'entretien de découverte :

- Anticipation des objections finales au R1
- Accélération de la prise de décision
- Comment amener le client à s'engager immédiatement et éviter les visites quantitatives ?

### Partie 3 / Les 5 conditions pour conclure la vente :

- Le client a le désir de posséder le produit
- Le client a le pouvoir de décision
- Le client a compris la contre partie globale
- Le client peut justifier de sa décision

### Partie 4 / Les signaux d'achat :

- Verbaux : de l'importance de l'écoute
- Comportementaux : de l'importance de l'observation

### Partie 5 / La technique pour engager le client :

- Sécuriser le client sur l'enjeu et les conséquences de son acte d'achat
- Les ancrages du passé
- Et si tout se passait bien... sécuriser le client

### Partie 6 / Savoir répondre aux objections finales :

- Amener le client à prendre la bonne décision, Méthodologie de traitement d'une objection :
- « On veut réfléchir »
- « On veut négocier le prix, vos honoraires »
- « On veut en voir d'autres » etc...

### Partie 7 / Confrontation de la décision

- La loi SRU et le délai de réflexion
- Le suivi post-signature : le téléphone, le courrier de félicitation, la lettre témoignage
- Le bilan d'occupation : rendre l'acquéreur prescripteur, le fidéliser et l'inciter à faire d'autres affaires

## VT101D - LA DECOUVERTE DE L'ACHETEUR

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Mettre en place une approche personnalisée avec méthode et outils afin de gérer au mieux son client et de gagner en temps et en efficacité.
- Mettre en place une stratégie ciblée afin d'amener le client à ne pas objecter et à aller vers une conclusion gagnant – gagnant.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Négociateurs débutants ou confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
99 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### **Partie 1 / De l'intérêt de la découverte :**

- Degré de votre performance actuelle
- Taux de transformation idéal
- Prise de conscience de l'importance de l'application d'une méthodologie commerciale rigoureuse

### **Partie 2 / Asseoir son rôle de conseiller :**

- Passer du rôle de vendeur au stade de véritable spécialiste
- Donner de la dimension à l'entretien et élever le débat
- L'autorité : comment l'exprimer face au client
- Apparaître comme une véritable référence et se rendre indispensable dans le projet d'acquisition

### **Partie 3 / Savoir analyser son client pour s'adapter et se synchroniser :**

- La cartographie sociale
- Les registres sensoriels
- Le S.O.N.C.A.S.E
- Le décideur / suiveur
- La synchronisation verbale et comportementale
- Le degré de maturité du client

### **Partie 4 / L'accueil et l'éducation du client**

- La mise en confiance
- Briser la glace
- Fixer la règle du jeu et prendre le contrôle

### **Partie 5 / La motivation d'achat et les besoins du client :**

- Comment les analyser et ne pas se laisser entraîner par les désirs du client ?
- Savoir ramener le client à la réalité du marché et éviter la recherche de la maison rêvée
- Faire accepter la nécessité de devoir faire des concessions
- La hiérarchisation des besoins

### **Partie 6 / La conclusion se prépare au 1er entretien**

- Anticiper les objections finales : on veut réfléchir, on veut revisiter, on veut en voir d'autres avant de s'engager
- Comment accélérer la prise de décision et engager le client rapidement

### **Partie 7 / La découverte financière :**

- Apprendre à parler d'argent sans complexe et sans tabou
- Comment amener le client à tout dire

### **Partie 8 / La présentation de l'agence, des engagements et des services :**

- Savoir faire la différence avec les confrères
- Contrer le marché du particulier
- Développer l'art de se rendre indispensable

## VT110D- COMMENT RENTRER UN SUPER MANDAT EXCLUSIF LES ARGUMENTS QUI FONT MOUCHE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Savoir rentrer un bon mandat exclusif afin de réduire les délais de vente.
- Convaincre le vendeur du juste prix afin d'éviter les pertes de temps et d'énergie.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Débutants ou confirmés / commerciaux

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRECIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
96 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION : Viser le 100 % mandat exclu

- Les erreurs classiques
  - Tour de table et analyse des causes
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (traefin, CNTGI et éthique professionnelle)

### Partie 1 / Le mandat exclusif est dans la tête

- Pourquoi le mandat exclusif fait peur
- Dans la tête du client
- Dans la tête du commercial
- Les réponses sécurisantes

### Partie 2 / Comment rentrer le mandat par les outils terrain

- Les supports communautaires
- Le support efficacité prouvé
- Le parrainage
- L'outil expertise

### Partie 3 / Comment VENDRE l'exclusivité

- Le prompteur mode 100% réussite
- La revue de presse
- Le traceur produits
- L'argus des prix

### Partie 4 L'utilisation des exemples de la vie du client

- La démo par l'autoroute
- Le cas du contrôle technique
- Le milieu médical

### Partie 5 / La démonstration macro /micro économique

- Les cycles économiques
- Le tunnel économique
- La méthode « implicator »

### Partie 6 /L'argumentation sur la plus / moins (value)

- Comment démontrer au client sa plus value
- Le cas d'une revente avec moins value

### CONCLUSION : Comment conclure la vente

- Le prix affectif /descriptif
- L'impact des honoraires

## VT111D- DEVENIR L'AGENCE ET L'EQUIPE

100% TERRAIN ET PROSPECTION

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Programmer l'organisation terrain afin d'éviter les mois forts/creux en rentrée d'affaires
- S'appuyer d'outils facilitant client pour les méthodes de farming afin de créer un contact et un lien quotidien

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** commerciaux et managers

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
93 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION : L'importance de l'agenda productif

- Les erreurs d'organisation / tour de table
- Les conséquences des pertes de temps
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### Partie 1 / L'agenda des couleurs

- Les plages productives
- La prospection en 3X2 heures
- Le farming en 2X2 heures

### Partie 2 / Les outils du terrain

- Les flyers vendeurs
- Les flyers communautaires
- Les guides expertise
- Les supports parrainages

### Partie 3 / Les méthodes productives

- La bache « adoptez moi »
- L'impact des panneaux new look
- L'opération « info + »
- L'opération crémaillère et « pot de départ »

### Partie 4 / Les méthodes pour aborder un client

- Jouer le service
- Jouer le rôle social
- Les mots et les phrases qui font mouches

### Partie 5 / Le farming productif

- Les commerçants / artisans
- Les retraités et femmes au foyer
- Les apporteurs d'affaires et clients acquis

### Partie 6 / Les techniques 100% efficaces

- Les 4 actions solidaires
- L'opération stop cambriolage

### CONCLUSION : bâtir son plan TERRAIN

- Chaque participant détermine son plan action terrain en 10 points

# VT112D- LES AIGLES DE LA VENTE : MATCH POINT OU L'ART DE CIBLER JUSTE VOTRE CLIENT AVEC LES BONS MOTS ET LES BONNES FORMULES

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable :

- Questionner le client est essentiel afin d'obtenir les clés du besoin explicite et non implicite
- Savoir répondre à une objection s'appuie sur une méthode en 3 temps afin d'éviter de donner de l'importance à un argument qui n'est qu'une tentative de négociation

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** commerciaux et managers

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
70 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION : L'importance de l'agenda productif

- Les erreurs d'organisation / tour de table
- Les conséquences des pertes de temps
- Preamble sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 : Les questions acheteurs

Partie 5 : Les objections vendeurs

Partie 2 : Les questions vendeurs

Partie 6 : Les objections et le neuf

Partie 3 : Le prompteur acheteur

Partie 7 : Les reparties au téléphone

Partie 4 : Les objections et les reparties sur fichiers

Conclusion : Je retiens / je vais appliquer

# VT115D - SAVOIR CONCLURE EN MODE 4 COULEURS

## AVEC LES SOCIAUX STYLES

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable :

- Se servir des styles sociaux pour renforcer votre pouvoir de persuasion.
- Comprendre son client et connaître son mode de fonctionnement pour pouvoir s'adapter et améliorer sa communication.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** commerciaux

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRECIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- .

Satisfaction  
du module  
95 %  
2020-2021

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Bien comprendre le profil psychologique pour cibler JUSTE, vos arguments et votre solution

## PROGRAMME

### PARTIE 1/bien comprendre le profil psychologique pour cibler JUSTE, vos arguments et votre solution

- a) Identifier votre style  
Identifier le style client
- |   |       |
|---|-------|
| } | Jaune |
| } | vert  |
| } | bleu  |
| } | rouge |
- b) Comprendre la courbe du comportement  
c) Faire le rapprochement entre les expressions utilisées et le style social

### PARTIE 2/ Quelles attentes le client a vis-à-vis du conseiller et ce en fonction de son style social

L'attente de chaque style  
Quels comportements réponse à adopter

### PARTIE 3/la conclusion en mode 4 couleurs

- Anticipation
- Action
- Décision
- L'impact du stress et de la peur

### PARTIE 4/ la fermeté sur les prix et les honoraires en mode 4 couleurs

- Quelles objections par style
- Quelles réponses par style

### PARTIE 5/ Présenter l'offre en mode 4 couleurs

- Faire ressortir les atouts et les avantages
- La méthode S.P.I.S

### PARTIE 6/ COMMENT RENDRE UN CLIENT PARRAIN

- |   |   |                   |
|---|---|-------------------|
| - Le discours<br>- Les outils<br>- La fréquence | } | pour les 4 styles |
|---|---|-------------------|

### CONCLUSION:

Programme individuel d'application  
Calage de l'éthique et de la déontologie dans cette approche commerciale

# VT116D - L'ESTIME DE SOI

## où comment repousser vos limites

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Comprendre l'importance du mental dans la communication afin d'avoir confiance en soi et ne plus stresser
- Maîtriser les techniques essentielles qui vous permettent d'affirmer votre autorité afin d'obtenir un leadership

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, Commerciaux, Assistantes

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

Satisfaction  
du module  
90 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Preamble sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Avant d'aimer les autres il faut s'aimer soi-même. Faut-il être aimé ou respecté?

### PARTIE 1 / IDENTIFIER VOS METABLOQUANTS DE L'ENFANCE

#### Faire le point sur son style de communication:

- Quels sont les messages contraignants
- Quels sont les messages cassants
- L'impact de l'AT dans la croyance en soi

#### IDENTIFIER VOS PEURS

- La peur du face à face
- La peur de l'argent
- La peur du pouvoir client
- La peur de l'objection
- La peur de conclure

### PARTIE 2 / COMPRENDRE LE STRESS

- Les 3 formes de stress
- Les 5 expressions du stress
- Les facteurs de stress

### PARTIE 3 / COMPRENDRE LE CERVEAU GAUCHE ET DROIT

- Le cerveau de la mémoire
- Le cerveau de la créativité
- Lequel des deux vous fera le mieux réussir

### L'IMPORTANCE DE LA METHODE DANS LA CONFIANCE

- Pourquoi la méthode sécurise
- Qu'est ce qu'une bonne méthode
- Quelle est la manière de l'entretenir
- La méthode en 4 points : Argument – Schéma – Presse – outil

### APPRIVOISER L'ADRENALINE DE L'ENJEU

- Les ... anti stress
- Les solutions bien-être
- Pourquoi l'enjeu est productif

### LA MATRICE PUSH TO PUSH DE LA REUSSITE

- Comment se programmer chaque matin en mode « winner »
- Comment programmer l'agenda productif
- La méthode GO NO GO

### PARTIE 4 / LES 5 CLES DE LA CONNAISSANCE DE SOI

- La matrice du bien
- L'anti « fresh form »

### LA METHODE A.T.R.O.C.E

- Signification en 6 points
- L'importance de la rigueur

### PARTIE 5 / LA RECETTE DE LA COMMUNICATION CHEZ LES LEADERS

- Les 4 mythes qui font échouer
- Les 4 mythes qui font les Rois de la négociation
- Que disent les Maîtres de la communication

### CONCLUSION : vie perso au pro

Grâce à ce stage, les participants ressortent grands et en confiance.

# VT118D - LE POUVOIR DU NON VERBAL DANS LA RELATION COMMERCIALE

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Comprendre la puissance du langage corporel et des attitudes afin d'optimiser la relation en face à face
- Savoir utiliser les registres sensoriels qui sont les siens et analyser ceux du client afin de créer un climat de confiance et d'empathie

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
97 %  
2020-2021

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

**Bien comprendre l'impact du non verbal dans la communication**

## PROGRAMME

### PARTIE 1/Qu'est-ce que la Proxémie ?

- a) Situation de coopération
- b) Situation de compétition
- c) La distance intime
- d) la distance personnelle
- b) La distance sociale

### PARTIE 2/La poignée de main

- a) Qu'en déduire
- b) Les différentes inclinaisons de la paume
- c) Les types de poignée de main

### PARTIE 3/Les différentes façons de s'asseoir

- a) Les façons de se tenir : bras, jambes, mains
- b) Que faire pour que le client se sente à l'aise

### PARTIE 4/ Les différentes formes de bureau

- a) Rectangulaire
- b) Ovale
- c) Rond
- d) Carré
- e) Où s'asseoir en fonction de la forme ?
- f) L'impact de l'assise

### PARTIE 5/Que mettre sur le bureau ?

- a) Les supports
- b) Les outils
- c) Le bien-être du client
- d) Les messages FNAIM

### PARTIE 6/La programmation neuro-linguistique (P.N.L)

- a) Les registres sensoriels:
  - Visuel
  - Auditif
  - Kinesthésique
- a) Comment les identifier ? Les test des 7
- b) Comment s'en servir: dans la communication / pendant et après la visite ?

### PARTIE 7/La synchronisation

- a) Verbale
- b) Comportementale
- c) Pourquoi ? Comment ? Quoi ?

### CONCLUSION:

Grâce à cette formation, les participants prendront conscience de l'importance du non verbal dans la relation commerciale.

Cadrage de l'éthique et de la déontologie.

# VT121D - COMMENT ANIMER SON FACEBOOK PRO

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Comprendre l'importance de FB dans l'activité pro afin d'optimiser votre image personnelle et celle de l'agence
- Mettre tout en œuvre pour animer un FB afin d'engendrer un maximum de commentaires, de partage et d'invitations

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, Commerciaux, Assistantes

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

Satisfaction  
du module  
95 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

Les aprioris sur Facebook

Les erreurs classiques

Ce pourquoi Facebook n'est pas fait

### PARTIE 1 / LA PERIODICITE

- Quand devez-vous communiquer ?
- Le trop peu au le trop souvent : trouver le bon équilibre

### PARTIE 2 / QUELS CONTENUS GENERAUX METTRE ?

- 90 % pro
- 10 % perso
- Quels sont les thèmes gagnants
- Faut-il mettre ou non des produits

### PARTIE 3 / VALORISER VOS REUSSITES

- La mise en avant des services
- La mise en avant des personnes
- La mise en avant des newsletters
- La mise en avant des performances

### PARTIE 4 / COMMENT ANIMER UN CLUB CLIENT SUR FACCEBOOK

- Les témoignages clients
- Les évènements agence
- Les partenaires

### PARTIE 5 / JUSQU'OU PEUT ON ALLER SUR FACEBOOK

- L'exemple du Patron de TESLA
- Exit la politique / religion / le sexe
- Jusqu'ou peut-on s'exprimer

### PARTIE 6 / CE QUI ATTEND LA COMMUNNAUTE FACEBOOK

- Le pouvoir de la curiosité
- L'impact des « Likes »
- Comprendre la communauté en France

### CONCLUSION :

Débriefing  
Message récurant  
Trouver un PAC compatible avec l'éthique et la déontologie  
Mettre en place son programme FACEBOOK

# VT122D- LA NOUVELLE APPROCHE DU POURQUOI

## Une autre façon de VENDRE

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Faire parler le client grâce à la méthode du Pourquoi afin de savoir non pas ce qu'il veut mais ce qu'il ne veut plus
- Utiliser la méthode du Pourquoi dite PPD permet de décomposer le mécanisme de présentation de la solution afin qu'elle soit acceptée

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, commerciaux débutants, confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

Satisfaction  
du module  
100 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION:** la vidéo qui vous dit tout « un film qui sensibilise » - débat sur le changement d'approche commerciale

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1 / INVERSER LES TECHNIQUES CLASSIQUES

Du pourquoi		quoi
Du comment		comment
Du pourquoi		quoi

### PARTIE 2 / COMMENT SE SERVIR DES FICHES POURQUOI

- Pourquoi ?
- Je fais ce métier
- Nous faisons le même métier qu'un médecin
- Nous sommes différents
- Nous sommes uniques
- Nous sommes humains
- Nous sommes à la FNAIM

### PARTIE 3 / COMPRENDRE L'INTERET DU SENS ET DE LA PASSION

- faire vivre son métier

### PARTIE 4 / COMMENT COMPRENDRE PAR DES EXEMPLES

- Les frères WRIGHT
- APPLE
- L'immobilier

### PARTIE 5 / COMMENT ARGUMENTER ET ALIENER LA SOLUTION AVEC LE POURQUOI

Les 5 règles d'aliénation

### PARTIE 6 / COMMENT DEMONTRER AU CLIENT LE POURQUOI DES HONORAIRES

- Le schéma ICEBERG
- Le schéma du % et de la somme

### CONCLUSION :

Tour de table / prise de conscience  
Incorporation de l'éthique et la déontologie dans l'approche.  
Conseils d'application pour changer les méthodes classiques qui ne marchent plus.

# VT123D- RENDRE POSSIBLE L'IMPOSSIBLE

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Comprendre que les techniques mentales sont la clé afin de réussir à optimiser le relationnel avec autrui et asseoir une confiance absolue
- Comprendre l'importance de la méthode, de la respiration, des systèmes de pensées positives afin de se sentir à l'aise en toute situation et d'évacuer le stress

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Managers, commerciaux débutants, confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1 heure de déontologie

### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges
- Clé USB

Satisfaction  
du module  
91 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION:

Comprendre pourquoi les choses ne se font pas : Aspect mental / Aspect compétences / Aspect matériel

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1 / OÙ EN ÊTES-VOUS ?

- Votre vision du monde
- Votre vision de l'entourage

### PARTIE 2 / VOTRE VISION EST DÉTERMINANTE

### PARTIE 3 / POURQUOI UN OBJECTIF

### PARTIE 4 / NE JAMAIS SUBIR

### PARTIE 5 / LA VOLONTÉ

### PARTIE 6 / LES OBSTACLES

### PARTIE 7 / VOTRE BUSINESS ET LES APPLICATIONS

### PARTIE 8 / VOUS ÊTES LA CLÉ DE VOTRE PROPRE RÉUSSITE

### CONCLUSION :

- Bilan individuel
- Plan d'action

# VT128D- RÉUSSIR LES VENTES COMPLEXES

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Savoir que le rôle de l'écrit dans la vente est essentiel afin de gagner en temps et en crédibilité, mais surtout d'éviter le stress de l'imprévu
- S'affirmer et maîtriser les techniques de communication sont essentiels afin d'optimiser le dialogue et la confiance entre les parties

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux débutants ou remise à niveaux

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
97 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION :

La vente complexe et les clés de succès.

L'affronte mentale

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Caractéristiques des ventes complexes qui peut les affronter

### PARTIE 1 / QU'EST CE QU'UNE STRATEGIE DE VENTE COMPLEXE

- Le rôle de l'écrit
- L'approche PPD
- L'approche FAR

### PARTIE 2 / COMMENT AMENER A UNE NEGOCIATION GAGNANTE

- Les outils d'aide a la décision
- Les 5 clés de la conclusion
- L'anticipation des objections
- La réponse aux objections

### PARTIE 3 / COMMENT AFFIRMER SON MOI

- L'Art du Pitch
- Le positionnement social
- Le rôle des rencontres sociales

### PARTIE 4 / COMMENT DENOUEUR UNE SITUATION

- La posture mentaliste
- Entrer dans la bulle client
- L'Art de la PNL

### CONCLUSION

Prendre conscience que chaque vente se gagne avec la volonté et la méthode.

# VT129D- COMMENT PRENDRE LE POUVOIR DU TERRAIN SUR SON MARCHÉ

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Bâtir une stratégie de conquête et de fidélisation terrain afin d'éviter que la concurrence s'y installe
- Mettre en place des supports originaux afin de marquer votre différence

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux débutants, confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
94 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION :

Comment devenir le leader

Les erreurs, les pièges à éviter

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Caractéristiques des ventes complexes qui peut les affronter

### PARTIE 1 / LA PROSPECTION

- Quand l'organiser et comment
- L'impact des 3 jours clés
- L'opération Commando
- Le rôle des panneaux
- Le questionnaire d'enquête
- Les supports terrain les plus efficaces

### PARTIE 2 / LE FARMING

- Le rôle des 2 jours clés
- La stratégie parrainage
- L'armée des citoyens
- Le réseau B to B

### PARTIE 3 / LES EVENEMENTS

- Les white days
- Les soirées ventes privées
- Le bilan mensuel des ventes
- Les opérations à thèmes (Noel, Collecte de jouets)
- Les actions solidaires
- Les actions communautaires

### PARTIE 4 / LES ACTIONS D'ENVERGURE

- Bus
- Affichage
- Bâche
- Opération panneau MERCI
- Sucettes

### CONCLUSION

Ne pas laisser un pouce de terrain à vos concurrents.  
Transformer votre nom en label.

# VT130D- LES OUTILS DE VENTE ET LEUR POUVOIR DE PERSUASION

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Mettre en place des outils de mix market afin de gagner en temps et en crédibilité face au client
- Apprendre à se servir des outils stratégiques qui vont appuyer les points clés afin d'anticiper et de répondre aux objections d'achat / vente

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Commerciaux débutants, confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour , 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
91 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION :

Le pouvoir de l'écrit

Le fonctionnement analytique du cerveau

Le rôle des supports

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Caractéristiques des ventes complexes qui peut les affronter

### PARTIE 1 / LES SUPPORTS ACHETEUR

- Apprendre quand et comment se servir des supports
- Simulation – jeux de rôle
  - Les cartes profil feeling
  - Le book prompteur
  - La plaquette 13 clés
  - Les fiches découvertes
  - La fiche honoraires
  - La fiche visite et pré-closing
  - Les fiches objections
  - La fiche conclusion

### PARTIE 2 / LES SUPPORTS VENDEUR

- Apprendre quand et comment se servir des supports
- Simulation – jeux de rôle
  - Le Book vendre en mode réussite
  - Les 7 péchés capitaux
  - Les 7 clés
  - L'argus des prix
  - L'observatoire marché
  - Les fiches vendeurs
  - La fiche mandat simple VS mandat exclu
  - Les fiches schémas
  - La fiche justification du prix

### CONCLUSION

Programmer une nouvelle approche méthodique en clientèle.

Se constituer une bible du savoir économique, juridique et technique.

Classeur avant – après.

Revue de presse.



# LES PROGRAMMES

## «CRISE »

VISION 21 CONSEIL BY MIX

4 rue du Printemps - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. [vision21@vision21.fr](mailto:vision21@vision21.fr) / [www.vision21.fr](http://www.vision21.fr)

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format 52 44 04688 44

# W001D- COMMENT VENDRE UN BIEN A DISTANCE AVEC UNE APPROCHE MULTIMEDIA / DIGITALISATION

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Manier les nouveaux supports de vente en mode distanciation et respect des gestes sanitaires afin de garder le feeling avec le client.
- Caler l'approche physique au plus juste afin de ne pas donner au client un champ d'objections et un sentiment de service low cost.

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 à 10 Maximum:

**Public:** Managers, Commerciaux,

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des visuels . Évaluation des compétences par des exemples pratiques; études de cas et analyse de situations concrètes .

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
100 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION** : Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1/RAPPEL DES BESOINS

- Les besoins implicites et explicites
- Le support de pré-découverte digital
- L'outil de synthèse des priorités
- La préparation de la vente
- Les supports d'anticipation des objections

### PARTIE 2/PRÉSENTATION DU PRODUIT

- L'approche PPD
- L'exploitation du champ des priorités
- Le respect du V.A.K et du registre sensoriel
- L'argumentation en MODE **A+B+C**  
a

### PARTIE 3/LES OBJECTIONS

- Objections sur le visuel
- Objections sur le prix
- Objections sur les honoraires

### PARTIE 4/LES NOUVELLES OBJECTIONS DÛES À LA CRISE

- On va attendre, les prix vont baisser
- On veut faire un coup
- Etc...

### PARTIE 5/L'EXPLICATION DE LA NOUVELLE APPROCHE CO

- Comment expliquer la nouvelle approche sécurisée
- Comment expliquer la règle du jeu
- Comment expliquer le rejet des visites non productives

### PARTIE 6/ LA VISITE RÉELLE

- Comment éviter la présence du vendeur
- Comment VENDRE sur place
- Comment conclure et verrouiller

### CONCLUSION / QUI FERA QUOI ET COMMENT ?

L'éthique et la déontologie, quelle approche bienveillante ?

Grâce à ce stage, les participants n'auront plus « peur » d'affronter un public agressif et en manque de confiance.

# W002D- COMBATTRE LA PSYCHOSE DES NOUVELLES OBJECTIONS

## Vendeur / acheteur

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Anticiper les objections acheteurs afin de ne plus perdre de temps avec des clients peu ou pas lucides.
- Faire prendre conscience au vendeur que l'évolution du marché, de la crise sanitaire rend les acheteurs exigeants et les obligera donc à modérer leur exigence financière si ils veulent vendre vite et bien.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### **Nombre de participants:**

Minimum : 1 à 10 Maximum:

**Public:** Managers, Commerciaux,

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des visuels . Évaluation des compétences par des exemples pratiques; études de cas et analyse de situations concrètes .  
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### **Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
88 %  
2020-2021

## PROGRAMME

Programme sur la dynamique des FICHIERS ( acheteurs / vendeurs / bailleurs / Copropriétaires / locataires/ garants etc

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1 / les OBJECTIONS ACHETEURS

On laisse tomber  
Il y a plus important en ce moment  
On attend la baisse de prix  
Vous allez baisser vos honoraires  
On peut pas acheter en une seule visite  
C'est pas le moment de s'endetter  
La maison est trop chère  
Je veux faire un coup vu le contexte  
Etc ...

### PARTIE 2 : LES OBJECTIONS VENDEURS

Je veux pas perdre d'argent  
J'attends de comprendre le marché avant de vendre  
C'est honteux de me dire que je vais perdre de l'argent  
Même en crise mon bien est recherché  
Surtout maintenant je donnerais pas d'exclu

### PARTIE 3 / LES OBJECTIONS VENDEURS ( suite)

On vend plus  
On vend plus on pourra pas acheter  
Des crises j'en ai vu d'autres , on fera le dos rond  
On baissera pas le prix  
Les prix baisseront pas TOUT le monde veut une maison  
Etc ....

### PARTIE 4 / l'approche Téléphonique

Comment aborder les objections de téléphone  
Le fond  
La forme  
Comment éviter l'agressivité

### CONCLUSION/ qui fera quoi et comment ?

Répondre : avec éthique et déontologie

Qu'elle approche bienveillante ?

Quels supports ?

**Grâce à ce stage, les participants n'auront plus « peur » d'affronter un public agressif et en manque de confiance.**

**OBJECTIFS**

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Savoir expliquer par une approche macro/micro économique la réalité du marché afin que ce dernier ne surestime pas son bras.
- Savoir être pédagogique et transparent sur le service, les honoraires et les outils afin que le vendeur comprenne la plus value réelle que vous apportez et vous confie par la même occasion un mandat exclusif au vrai prix de vente.

**PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS****Nombre de participants:**

Minimum : 1 à 10 Maximum:

**Public:** Managers, Commerciaux,

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

**MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION**

Exposés théoriques illustrés par des visuels . Évaluation des compétences par des exemples pratiques; études de cas et analyse de situations concrètes .

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

**DURÉE ET MOYENS**

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
96 %  
2020-2021

**PROGRAMME**

Programme sur les arguments face au VENDEUR en sortie de crise

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Trafin, CNTGI et éthique professionnelle)

**PARTIE 1 / savoir expliquer ce qu'est une crise immobilière**

L'utilisation de Google en mode recherche

Les articles historiques

Les articles au présent

La constitution d'une revue de presse

La constitution d'un observatoire marché : offre et demande

**PARTIE 2 : la notion de prix**

Rappel des règles de fixation d'un prix

Rappel des incidences historiques

Démonstration de l'équation offre / demande / prix

Rappel des règles liées aux exigences des acheteurs

**PARTIE 3 : Savoir expliquer la politique des banques**

Qui prête

A quel taux

Sur quelle durée

La politique des banques

L'impact sur les acheteurs : hausse ou baisse du nombre

L'impact sur les acheteurs : hausse ou baisse du montant

**PARTIE 4/ le nouveau comportement des acheteurs**

Comment voient ils l'immobilier

Que veulent t'ils acheter ?

Vont-ils négocier ?

**PARTIE 5 : les nouvelles objections VENDEURS**

Je peux attendre

Le marché va exploser vue l'intérêt pour les m2

J'ai le meilleur produit du marché

Etc .....

**Partie 6 : la justification des honos et du prix**

Vont-elles être renégociées ?

Comment les justifier

Comment se servir du matériel gestes barrières

Comment affirmer le juste prix

**Partie 7 : l'exclusivité**

Comment la justifier en cette période

L'éthique / déontologie

Qu'elle approche bienveillante ? Quels supports ?

**Conclusion :**

Plan d'actions, idées retenues

# W009D- DEVELOPPER VOTRE BUSINESS AVEC LES RESEAUX SOCIAUX

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:

- Comprendre le rôle des réseaux sociaux dans la notoriété et le développement du business afin d'offrir à l'entreprise une visibilité immédiate et sans frontière.
- Maîtriser les nouvelles approches digitales, la vidéo et le reportage 360 afin de mettre en avant le produit, le conseiller et l'agence.

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### Nombre de participants:

Minimum : 1 à 10 Maximum:

**Public:** Managers, Commerciaux,

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des visuels . Évaluation des compétences par des exemples pratiques; études de cas et analyse de situations concrètes .

**À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.**

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- échanges

Satisfaction  
du module  
91 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Attentes et difficultés quotidiennes

### PARTIE 1 / RAPPEL des crises

Rappel de la crise de 2009  
Son impact sur l'immobilier  
Explication de la crise de 2020  
Son impact sur l'immobilier

### PARTIE 2 / Comprendre la dynamique des réseaux sociaux

Twitter  
Facebook  
linkedin  
etc

### PARTIE 3 / comprendre l'animation par support

Ce qui est efficace  
Ce qui est inefficace  
Les choix gagnants  
Comment créer votre communauté

les supports  
appropriés

### PARTIE 4 / les annonces immobilières

Comment les présenter  
Les erreurs classiques  
Augmenter l'impact client  
Augmenter la diffusion grand public

### PARTIE / l'utilisation de la vidéo

La vidéo 360  
la vidéo du conseiller  
La vidéo j'ai testé pour vous  
La vidéo de l'entreprise

### PARTIE 6 / La pré-vente en mode digitale

Comment expliquer le bon choix du produit  
Comment expliquer la bonne décision  
Comment justifier le prix sans négociation  
Comment faire le pré closing avec l'outil des priorités

### Partie 7 / créer votre chaine You Tube

Comment faire  
Comment pratiquer le personal branding

### Conclusion :

- Idées retenues  
- Actions prioritaires  
Grâce à ce stage, les participants n'auront plus « peur » d'affronter un public agressif et en manque de confiance .



# LES PROGRAMMES SERVICE LOCATIF ET GÉRANCE LOCATIVE

VISION 2I CONSEIL BY MIX

4 rue du Printemps - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. [vision2i@vision2i.fr](mailto:vision2i@vision2i.fr) / [www.vision2i.fr](http://www.vision2i.fr)

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format 52 44 04688 44

## VG004D (TR031) - LA LOCATION : ACCROÎTRE SON EFFICACITÉ, AUGMENTER LE C.A.

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Se structurer moralement, matériellement et techniquement afin d'offrir à la clientèle locataire une prestation digne de celle offerte habituellement aux acheteurs.
- Négocier sous l'angle du avant, pendant et après afin de transformer le bailleur et le locataire en prescripteurs et ambassadeurs de l'agence.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Négociateurs débutants ou confirmés

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
94 %  
2020-2021

## PROGRAMME

### INTRODUCTION :

#### Les enjeux du développement de la location, les ratios de rentabilité :

- Qu'est-ce qu'un locataire ?
- Le locataire économique
- Le locataire utilisateur
- Le locataire prescripteur

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

#### PARTIE 1 / La vitrine location :

- Savoir rédiger une annonce location
- Savoir animer une vitrine location
- Savoir concevoir les outils marketing location

#### PARTIE 2 / Savoir rédiger une publicité location :

- Savoir rédiger une annonce location
- Savoir animer une vitrine location
- Savoir concevoir les outils marketing location

#### PARTIE 3 / Savoir répondre à une demande d'information téléphonique :

- Comment faire venir à l'agence ?
- La pré-découverte à l'agence

#### PARTIE 4 / Savoir conduire un entretien physique de découverte :

- Éviter les pertes de temps
- Découvrir un futur locataire

#### PARTIE 5 / Les grandes étapes du projet location :

- Savoir sélectionner les bons candidats

#### PARTIE 6 / La visite guidée du bien :

- Savoir mettre en valeur un bien

#### PARTIE 7 / L'argumentation structurée :

- Comment convaincre le locataire

#### PARTIE 8 / Savoir répondre aux objections :

- De début d'entretien
- De fin

#### PARTIE 9 / La négociation avec le propriétaire :

- Obtenir un bon mandat
- Le rendre lucide sur la valeur du bien

#### PARTIE 10 / Le dossier location :

- Maîtriser toutes les formalités d'arrivée et de départ

#### PARTIE 11 / La chemise à constituer : « Bien vivre sa location » :

- Donner les moyens de bien s'intégrer dans son quartier, dans son logement

#### PARTIE 12 / Le suivi du locataire :

- Les appels téléphoniques
- Les lettres de suivi

#### PARTIE 13 / Transformer un locataire en acquéreur

#### LE POINT DE VUE DE YANN SIMON:

Trop souvent, le locataire est « négligé », tant au niveau de l'accueil, du service que du suivi. Nous allons traiter le locataire avec autant d'égard que s'il était acquéreur. D'ailleurs, satisfait de la compétence déployée, il pourra soit devenir prescripteur, soit passer de la location à l'achat.

# VG008D - LAVG008 - LA GESTION DES CONFLITS EN LOCATION GÉRANCE

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Savoir expliquer par une approche macro/micro économique la réalité du marché afin que ce dernier ne surestime pas son bras
- Savoir être pédagogue et transparent sur le service, les honoraires et les outils afin que le vendeur comprenne la plus value réelle que vous apportez et vous confie par la même, un mandat exclusif au vrai prix de vente

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Dirigeants, managers de service gérance locative, assistants et collaborateurs location gestion.

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
97 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1 / Les collaborateurs en location gérance :

- L'assistante : première ligne
- Les négociateurs en location : les compétences et les responsabilités
- Les gestionnaires du service ADB
- Les négociateurs en transaction

### PARTIE 2 / Les relations avec les locataires et avec les vendeurs :

- Anticiper la relation locataire et cadrer son arrivée
- Anticiper la relation vendeur et cadrer son suivi
- Lien permanent avec son locataire : créer un plan d'action sur l'année
- Lien permanent avec son bailleur : créer un plan d'actions sur l'année

### PARTIE 3 / Le suivi du dossier litigieux :

- La répartition des tâches : équilibrer les tâches lourdes sur les équipes
- L'urgent, le non urgent, les tâches chronophages
- Le planning des étapes de traitement du dossier contentieux
- La communication sur le dossier litigieux (transfert d'informations vers locataire/bailleur)

### PARTIE 4 / Les attitudes et les comportements, les contacts directs clientèle :

- Clefs de compréhension du comportement
- Adapter sa communication
- Gérer les personnalités difficiles
- Organiser son suivi contentieux

### PARTIE 5 / La synthèse des grandes étapes pour optimiser les dossiers litigieux :

- Débriefing des étapes du dossier
- Solutions apportées à chaque étape, établissement du process de réussite
- Répartition des tâches, organigramme et validation des équipes
- Le « zéro défaut » en gestion de dossier

### NOTRE AVIS :

Un stage visant à :

- réduire les activités non rentables et non productives d'un service ADB,
- anticiper les activités chronophages,
- maîtriser les types clientèles pour développer le portefeuille,

# VG009D - DÉVELOPPER ET RENTABILISER SA COMMUNICATION EN GÉRANCE LOCATIVE

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Construire une stratégie de communication globale visant à travailler l'image de l'agence, l'image des collaborateurs afin de sécuriser, par la même occasion, la clientèle.
- Travailler sur des supports de communication opérationnels visant à exploiter les fichiers et à conquérir des cibles externes.

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Dirigeants, managers de service gérance locative, assistants et collaborateurs location gestion.

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
99 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Preamble sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

### PARTIE 1 / Étudier et radiographier sa communication :

- Perception interne et externe
- Analyse financière, les ratios incontournables
- Analyse d'image, les outils de sondage

### PARTIE 2 / Étude des outils et des moyens de communication :

- Son marché et sa ville
- Les différents supports et outils indispensables
- Adapter sa communication à son image et à ses objectifs

### PARTIE 3 / Développer son image et son chiffre d'affaires :

- Créer l'outil marketing de l'agence
- Développer une image, une signalétique propre à son agence
- Communiquer en direct : vitrines, mailings, supports papiers et internet

### PARTIE 4 / Développer la communication interservices :

- Créer un lien de communication entre les services transaction et services gestion locative
- Développer les liens confrères et le choix des partenaires
- Développer les relations partenaires promotion, les institutionnels et les organismes d'état

### PARTIE 5 / Développer la communication vers la clientèle :

- Maîtriser la communication vers les bailleurs
- Maîtriser la communication vers les locataires
- Entretenir, en permanence, un lien en communication vers ses clients

### CONCLUSION

Plan d'actions  
Idées retenues

## VG012D - COMMENT OPTIMISER LE SERVICE SYNDIC

### OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Révolutionner la notion de service syndic afin de garder une vraie relation de proximité avec les propriétaires le plus exigeants mais aussi afin que ces derniers vous recommandent auprès d'autres « copros ».
- Préparer et animer les assemblées de copropriétés afin de les rendre productives et d'éviter qu'elles se transforment en champ de contestation.

### PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

#### Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

**Public:** Gestionnaires, chefs d'entreprises, managers, responsables de service et syndic

**Prérequis:** aucun

**Nos experts:** Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)

### MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

### DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie

#### Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
90 %  
2020-2021

## PROGRAMME

**INTRODUCTION :** Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle ( Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Analyser vos forces et faiblesse, prise de conscience des erreurs et des conséquences, analyse des services concurrents

### PARTIE 1 / L'organisation idéale :

- Chaque personne à la bonne place
- Définition des rôles et fonction

### PARTIE 2 / L'étendue des services de base à proposer :

- Les services facilitants
- Les services différenciant

### PARTIE 3 / Le syndic et la vision communautaire :

- Comment changer l'image
- Quelles actions de proximité proposer

### PARTIE 4 / Les outils « plus » :

- Correspondances et mailings
- Courriers divers
- Supports de suivi et fidélisation

### PARTIE 5 / Comment parler en assemblée :

- Le plan et le déroulé
- Les supports notes
- L'argumentation

### PARTIE 6 / Comment calmer une assemblée réfractaire :

- Comment utiliser un allié
- Comment traiter les objections

### PARTIE 7 / Comment optimiser le syndic pour vendre d'autres services (gestion / vente) :

### PARTIE 8 / Les supports de COM à utiliser :

- Les outils marketing

### CONCLUSION

Le plan d'action, annuel, le calendrier exécutoire



# LES PROGRAMMES NON-DISCRIMINATION A L'ACCES AU LOGEMENT

VISION 21 CONSEIL BY MIX

4 rue du Printemps - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. [vision21@vision21.fr](mailto:vision21@vision21.fr) / [www.vision21.fr](http://www.vision21.fr)

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format 52 44 04688 44



# DD002- L'ETHIQUE ET LA NON-DISCRIMINATION A L'ACCES AU LOGEMENT & COMMENT SECURISER LES ACHETEURS ET VENDEURS FACE A LA CRISE

Nous vous envoyons une attestation de présence afin de valider votre participation

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRECIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

Quiz et questionnaire de satisfaction remplis par le stagiaire retournés par mail ou via l'extranet.

## PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

**Nombre de participants:**

**Minimum : 1 Maximum: 20**

**Public: Commerciaux, managers, et négociateurs**

**Prérequis: aucun**

**Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...)**

## OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de :

- **Comprendre l'importance de l'éthique et de la loi sur la non-discrimination afin de ne pas être frappé par des litiges**
- **Mettre en place des solutions d'anticipation basées sur des courriers, affichages et documents afin de prouver votre implication et le respect des lois**

## DURÉE ET MOYENS

**Durée:** 1 jour, 8 heures dont 2h de déontologie et 2h de non-discrimination

**Moyens pédagogiques:**

- Supports pédagogiques
- vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction  
du module  
93 %  
2020-2021

## Le Programme

**Matin : l'éthique et discrimination**

**Intro : Rappel de la loi / Pourquoi cette loi ?**

**A/ A quel niveau êtes-vous concernés ?**

- Les différents cas
- Quelles sanctions encourues ?
- Quels sont les pièges ?

**B/ La discrimination en location et en transaction**

- exemples
- quizz

**C/ Comment répondre au téléphone et en face à face ?**

**D/ Comment utiliser l'écrit sous toutes ses formes ?**

**E/ Comment mettre en place une communication de prévention?**

**F/ Comment parler aux bailleurs ?**

**G/ Comment désamorcer un conflit ?**

**H/ Les objections bailleurs et locataires**

**I/ les cas concrets de condamnation**

**Après-midi : Comment sécuriser les acheteurs et vendeurs face à la crise ?**

**A/ Quelle différence entre la prise d'offre et la vraie vente ?**

**B/ Expliquer la crise de 2009/2020**

**C/ Les outils et arguments micro/macroéconomiques**

**D/ Comment sécuriser les clients ?**

**E/ L'utilisation d'une démarche préventive sur les réseaux sociaux et autre canaux**

**F/ L'approche acheteur et le prompteur**

**G/ L'approche vendeur et le prompteur**

**H/ Les objections et leurs réponses**

**I/ Les outils de cooptation des clients**

**J/ Comment avoir les clients les plus sereins ?**

**Conclusion :**

- Mettre en place un vrai plan d'action
- Respecter l'éthique et la déontologie

**VISION 2I CONSEIL BY MIX**

V2 oct 2021

© VISION 2I

Source: Yann SIMON

**POUR TOUT RENSEIGNEMENT**

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. [vision2i@vision2i.fr](mailto:vision2i@vision2i.fr) / [www.vision2i.fr](http://www.vision2i.fr)

RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Ce document est la propriété de V2I. Toute reproduction est interdite