

GROUPE
V2.i

N°1 DU CONSEIL DE PROXIMITÉ

RH & AGENCE DE COM

V6 Octobre 2023

© 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

Tél. 02 40 94 70 48

Mail. vision2i@vision2i.fr / 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 – 8 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 : A minima 15 jours avant le début de la formation suivant la disponibilité du panning).
Aucune formation dispensée dans les locaux de Vision2i Conseil by Mix
- **TYPES DE FORMATION :**
Présentielle
Intra (1 seule entreprise) ou Inter (multi-entreprises)
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 de 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.pdf3>
- **TARIFS :**
INTRA : à partir de 1380 € HT la journée (hors frais de déplacement)
INTER : à partir de 139 € HT par personne la 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.
- **APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR :**
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 : Aucun
Conseils pratiques : un ordinateur par participant (pour les formations en distanciel)
- **MODALITES D'EVALUATION :**
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 convention 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 rétraction 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

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

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 d'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 déviants 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 la 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 1 heure, 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 agréé 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.

LAPÉDAGOGIE

- 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



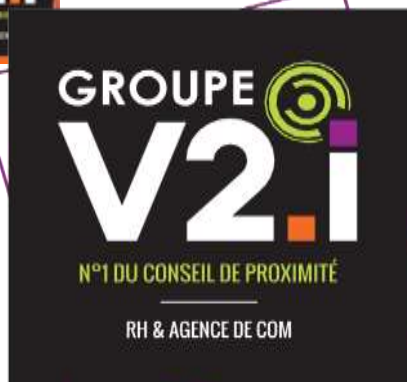
SI «UNE MAUVAISE MÉTHODE VAUT MIEUX QUE PAS DE MÉTHODE DU TOUT», DE NOTRE COTÉ NOUS VOUS APPORTONS LES MÉTHODES QUI FONT DE NOS CLIENTS DES LEADERS RECONNUS

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 QUALITÉ DE SERVICE ET D'ACCUEIL

VA002D - TRANSFORMER VOS SECRETAIRES EN VERITABLES ASSISTANTES COMMERCIALES

OBJECTIFS

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

- Transformer votre secrétaire en une véritable assistante commerciale, marketing et de communication
- Améliorer la productivité du centre de profits. Accroître la notoriété de l'agence.
- Donner de la dimension à son rôle.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Secrétaires, assistantes et équipe commerciale

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans.

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques ou prompteur écran
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction
du module
non évalué
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION :

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

- Le suivi des acheteurs : comment les faire évoluer dans leur projet
- Rythme et fréquence des relances = objectif, réactivité

Partie 1 / Le rôle de l'assistante dans l'organisation de l'agence :

- Son profil
- Son rôle d'interface avec l'équipe commerciale
- La tenue de l'agence, des vitrines, des agendas des collaborateurs
- Le suivi des dossiers
- Comment rédiger une bonne annonce : exercice pratique

Partie 5 / La fonction commerciale face au vendeur :

- La proposition d'offre de services
- La pige téléphonique
- La prise de rendez-vous
- Le suivi des vendeurs : par téléphone et par courrier
- Le traitement des objections : « je ne veux pas d'agence, j'ai déjà 3 agences qui s'en occupent, etc. »

Partie 2 / La qualité de l'image de l'agence :

- Veiller à l'image de l'agence
- Les « petits plus » qui font la différence
- Marquer l'esprit du client

Partie 6 / Avoir réponse à tout. Le traitement des objections

- Comment répondre à un client mécontent ?
- La technique du traitement de l'objection. La reformulation
- Les objections acquéreurs
- Les objections vendeurs

Partie 3 / L'accueil :

- Pourquoi est-ce une phase déterminante ?
- Comment recevoir la clientèle : attitude et discours
- Analyser et s'adapter à chaque type de client

Partie 7 / L'interface avec la direction :

- Les yeux et les oreilles de l'entreprise
- Le rôle social
- L'assistante commerciale : chef d'orchestre
- Les tableaux de bord et d'activité

Partie 4 / La fonction commerciale face à l'acquéreur :

- L'entretien de pré découverte physique et téléphonique
- La découverte des besoins
- La prise de rendez-vous
- Faire face aux objections : « je veux l'adresse, je n'ai pas de temps à perdre, je veux un rendez-vous sur place, etc. »

conclusion

SPÉCIAL QUALITÉ D'ACCUEIL ET DE SERVICE

VA005D (TR386) - OPTIMISER LE RÔLE COMMERCIAL DE L'ASSISTANT(E)

OBJECTIFS

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

- Transformer la secrétaire en véritable assistante Co
- Mettre en place une organisation et des procédures afin de la transformer en véritable tour de contrôle et d'accueil de l'agence

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants :

Minimum : 1 Maximum: 20

Public : Assistant(e)s commerciales ou ADV chargé(e)s de l'interface client/force de vente/entreprise

Prérequis : aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans.

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques :

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prometteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
95%-sur 17
participations
en
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

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

Partie 1 / Établir un contact positif au téléphone ou en face à face :

- Connaître et reconnaître vos clients ,
- Personnaliser le contact ,
- Développer une attitude de « service »,

Partie 2 / Prendre en charge la demande du client :

- Comment être intégrateur de vie et devenir l'ambassadeur du quartier ?
- Le réseau de prescripteurs : gardiens, retraités, anciens clients, etc.

Partie 3 / Connaître votre offre :

- additionnelle, de substitution, etc.,
- Avoir votre réseau d'information interne ,
- Préparer les argumentaires et les supports d'information.

Partie 4 / Avoir une réponse adaptée :

- « Projeter » le client dans votre offre ,
- Parler bénéfice client ,
- Traiter ses objections ,
- L'amener à un accord ,
- Confirmer les points d'accord par écrit ,
- Informer les commerciaux ,
- Mettre à jour les bases de données.

Partie 5 / Faire face aux réclamations et restaurer un climat de confiance :

- Écouter et prendre en compte le point de vue du client ,
- Bien définir sa demande ,
- Proposer une solution immédiate ou différée ,
- Obtenir son accord ,
- Confirmer par écrit votre engagement ,
- Fidéliser vos clients et prospecter ,
- Établir une bonne relation au quotidien ,
- Préparer, structurer et argumenter vos appels de fidélisation ou de prospection ,
- Obtenir des rendez-vous pour vos commerciaux.

Partie 6 / Comprendre le fonctionnement de l'équipe commerciale

- Qu'attendent-ils de vous ?
- Quels sont les points forts et faibles dans l'organisation de votre équipe ?
- Quelle contribution apporter à son amélioration ?

Partie 7 / Collecter, diffuser, mémoriser des informations utiles :

- Qualifier et mettre à jour les bases de données clients ,
- Sélectionner et diffuser des informations validées ,
- complètes, synthétiques ,
- Préparer des dossiers clients fiables et exploitables ,
- Gérer le classement de l'équipe.

Partie 8 / Organiser la relation client/commerciaux :

- Savoir où et comment joindre votre équipe ,
- Gérer son planning de rendez-vous ,
- Être prêt(e) pour un point téléphonique imprévu ,
- ou un débriefing en face à face ,
- Obtenir des informations sur la relation client et les suites à donner.

Partie 9 / Faciliter et valoriser la communication écrite :

- Choisir le bon outil en fonction du destinataire ,
- Créer des « modèles » (lettres, messages, diaporamas, etc.) utiles pour toute l'équipe ,
- Rédiger des lettres types ,
- Former votre équipe à leur utilisation.

Partie 10 / Assurer le suivi de l'activité commerciale :

- Tenir un tableau de bord commercial ,
- Suivre les indicateurs d'activité ,
- Alerter sur les écarts.

Partie 11 / Optimiser le capital temps de l'équipe :

- Planifier votre action ,
- Gérer les priorités de l'équipe ,
- Alerter sur les échéances et les risques de dérapage.

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

- Stage idéal pour les assistant(e)s qui veulent se dimensionner et être plus dans l'opérationnel



LES PROGRAMMES MANAGERS

LE MANAGEMENT DE CRISE INSPIRÉ PAR LES UNITÉS MILITAIRES D'ÉLITES : « FORCES SPÉCIALES »

OBJECTIFS

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

Ce programme a pour objectif de montrer aux participants comment une situation de crise et imprévue se gère.

Les participants sauront à quels points la préparation et l'art du détail sont essentiel avant toute prise de décision.

Les stagiaires auront donc mis à profit leur participation, si ils comprennent de retour en entreprise, l'importance de mettre en place :

- Un War-room, un management collectif avec la technique de l'affichage et la gestion des priorités.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, chefs d'entreprises

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

NOUVEAU
Satisfaction
du module
non évalué
-2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

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

- Quelles sont les erreurs classiques de management ?
- Liste et prise de conscience des conséquences
- La charte du comportement managériale des forces spéciales

PARTIE 1 / LA VISION :

- Donner la vision du projet d'entreprise
- Déterminer les mois productifs

PARTIE 2 / L'OBJECTIF :

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

PARTIE 3 / NE PAS SUBIR :

- Être toujours dans l'anticipation : Quand ? Sur quoi ? Comment ?

PARTIE 4 / LA RESPONSABILITÉ :

- Être à la hauteur à 100% des attentes clients et collaborateurs

PARTIE 5 / LA REDEVABILITÉ :

- Mériter le montant des honoraires perçus par l'application des CPO

PARTIE 6 / LA CONFIANCE :

- Donner la confiance et mériter la confiance

PARTIE 7 / LA VULNÉRABILITÉ :

- Celui qui n'ose pas s'avance pas : il faut donc faire des choix novateurs

PARTIE 8 / LE DÉSACCORD :

- Accepter le fait d'imposer ses idées tout en cherchant des accords collectifs

PARTIE 9 / L'ENGAGEMENT :

- Ne pas faillir en tant que leader et montrer ce qu'est le leadership effectif

PARTIE 10 / LA CLARTÉ :

- Un ordre ou une mission doit être compréhensible avec un objectif SMAC

PARTIE 11 / LA MÉTHODE :

- La réussite repose sur l'expertise et l'expérience

PARTIE 12 / L'HUMILITÉ :

- Rien n'est jamais acquis , il faut instaurer
- Le changement et la remise en cause

VM001D- LE MANAGEMENT DE PERSUASION

OBJECTIFS

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

- Mettre en place les méthodes et supports de management rapprochés afin de transformer le Dirigeant en un manager leader et non de pouvoir

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Patrons, Managers et responsables

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
100% sur 2
évaluation
2022

PROGRAMME

INTRODUCTION :

- Tour de table / échanges sur les difficultés
- Analyse des conséquences des erreurs
- Test individuel de 10 minutes à remplir
- Analyse des réponses et pourcentage de bonnes et mauvaises réponses
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1: Comment apprendre à mieux communiquer avec ses équipes

- Le langage positif
- La carte des alliés /opposants
- La méthode « Personna »
- La méthode de guidage
- L'utilisation de l'écrit

Partie 2 / Les entretiens individuels

- Motivation
- Objectifs
- Cadrage
- Recrutement

Partie 3 / La conduite d'une réunion productive (hebdo-mensuelle-annuelle)

- Le fond et la forme (outils – méthodes)
- Comment la préparer
- Comment l'animer
- Comment gérer les incidents (contestations)

Partie 4 / L'accompagnement individuel

- Comment fixer un programme de progression à vos équipes
- Le pacte confiance « passeport gagnant »
- L'outil pilotim
- L'accompagnement terrain

Partie 5 / Mon programme perso de management

- La mise en place du PAM
- L'organisation idéale en management
- Savoir présenter la vision d'entreprise
- Savoir présenter un projet à 3 ans

CONCLUSION :

- Tour de table et prise de conscience
- Plan d'action
- Chaque participant repartira avec le GUIDE COMPLET d'animation individuel et collectif

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers et chefs d'entreprises

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
98 % sur 14
évaluations
2023

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 le respect de la législation et la déontologie (Tracfin, 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

VM009D - LA NOUVELLE AGENCE IMMOBILIERE « HORIZON 2022 »

OBJECTIFS

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

- Apprendre à bâtir un schéma complet de positionnement visant à faire de l'agence la référence sur son secteur.
- Mettre en place une politique des ressources humaines bienveillantes axée sur le partage et les échanges afin de limiter le turn over.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers et chefs d'entreprises

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
98 % sur 28
évaluations
2022

PROGRAMME

INTRODUCTION:

- A quoi doit ressembler l'intermédiation du futur ?
- Pourquoi faut-il créer la rupture ?
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / L'aspect image

- La mise en place de la vitrine idéale
- La mise en place des locaux « nouvelle norme »
- La mise en place de la communication « pushing »
- La mise en place du positionnement marketing
- L'aspect matériel idéal

Partie 2 / L'aspect Notoriété

- Transformer son nom en marque
- Appliquer la recette du co-branding
- Développer l'aspect communautaire

Partie 3 / L'aspect dynamique

- L'organisation rationnelle des services
- La mise en place des passerelles productives
- La présence terrain en street marketing
- Le concept du B to B appliqué à l'immobilier

PARTIE 4/ L'aspect humain

- Le profil idéal par métier
- L'optimisation du potentiel et des compétences par le « moteur »
- La politique RH adaptée aux PME/TPE
- Le management adapté à la sortie de crise

CONCLUSION

Pour ceux qui souhaitent insuffler une vraie dynamique dans leur entreprise en prenant un nouveau virage et en se démarquant de ce qui se fait « traditionnellement ».

- Plan d'action
- Idées retenues
- Stratégie à appliquer

VM015D – MANAGERS : COMMENT RELANCER OU CONFORTER L'ACTIVITÉ DE SON AGENCE IMMOBILIÈRE ?

OBJECTIFS

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

- Analyser toutes les pistes d'organisation de management afin d'adapter le fonctionnement de l'entreprise dans le respect du projet d'entreprise et de la conjoncture

PUBLIC, PRÉREQUIS.

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, chefs d'entreprises

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
100 % sur 32
évaluations
2023

INTRODUCTION : quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

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

PROGRAMME

Partie 1 / De la nécessité d'être une référence :

- Évaluer sa concurrence forces / faiblesses
- Faire son bilan homme / entreprise / organisation

Partie 2 / Les composantes de la réussite :

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - L'emplacement - La vitrine - Les locaux - La P.L.V., | <p>Exemples concrets
de structures
pilotes ayant fait
la différence sur
leur marché</p> |
|---|---|

Partie 3 / Le livre des procédures internes à respecter dans l'agence

Partie 4 / Du choix d'une organisation terrain redoutable

Partie 5 / Se fixer un objectif motivant (individuel et collectif)

Partie 6 / Définir le système de rémunération le mieux adapté

Partie 7 / Définir les outils de communication indispensables pour asseoir sa notoriété

Partie 8 / Comment créer une équipe motivée ?

Partie 9 / Les outils de contrôle et de gestion d'activité

Partie 10 / Le choix d'une politique service différentielle pour faire la « différence » avec la concurrence

Partie 11 / Créer les passerelles entre Transaction et Gestion

Partie 12 / Comment mettre en place une dynamisation du fichier ?

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers et chefs d'entreprises

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
100 % sur
14
évaluations
2023

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

VM018D - L'ANIMATION COMMERCIALE IDEALE

OBJECTIFS

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

- Mettre en place une dynamique d'organisation quotidienne afin d'éviter les mois forts et creux.
- S'imposer une discipline, une rigueur de travail afin de faire comprendre aux équipes que le problème n'est pas la conquête du temps mais la gestion de l'énergie productive.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers et chefs d'entreprises

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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 % sur 38
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION :

- Prise de conscience des erreurs classiques
- Analyse des expériences du groupe
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / LES OUTILS

- La mise en place de l'agenda rythmé
- La mise en place du territoire idéal
- La mise en place du classeur commercial
- La mise en place du classeur de prospection
- La mise en place de l'outil fichier/réseau

PARTIE 2 / LES HOMMES

- L'entretien individuel hebdomadaire
- La réunion de « criée »
- La réunion hebdo « tonus »
- Les fiches de rapports et de synthèses

PARTIE 3 / LA DYNAMIQUE

- La stratégie des 4 mandats croyance
- La technique de l'affichage
- Comment mettre en place un « bon » challenge
- La technique du rapprochement Produit/Cible
- La dynamique Parrainage et suivi
- La gestion du temps « zone de productivité et de rentabilité »

PARTIE 4 / LE MANAGER

- Les supports de motivation
- Les supports de contrôle
- Les supports de suivi

CONCLUSION

Pour ceux qui souhaitent insuffler une vraie dynamique dans leur entreprise

© VISION 2I

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers et chefs d'entreprises

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
95 %
2022-2023

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Chefs d'entreprises, encadrants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
98 % sur 14
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Préambule 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.

VM039D (MDG189) - PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

OBJECTIFS

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

- Apporter au public présent, les outils et les méthodes pour dérouler un discours efficace
- Maîtriser le fond et la forme des messages sur scène et en public afin d'asseoir sa crédibilité et faire passer les Messages Forts
- Gagner en confiance et en aisance

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, Commerciaux, Assistantes

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges



PROGRAMME

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

PARTIE 1 / PRENDRE LA PAROLE AVEC PLAISIR

Faire le point sur son style de communication :

- Vos forces
- Vos faiblesses
- Vos peurs
- Surmonter votre trac

Capitaliser sur ses atouts / qualités :

- Développer la confiance en soi
- Acquérir de l'autorité
- L'impact du visuel sur l'auditif

PARTIE 2 / APPRENDRE À S'AUTO-DISCIPLINER

- Soigner sa voix
- Soigner sa diction
- Savoir lire ses notes
- Savoir mémoriser

PARTIE 3 / APPRENDRE LA GESTUELLE ET LES POSTURES

- Comment se positionner
- Avec ou sans micro
- Comment utiliser le regard
- Comment utiliser ses mains

PARTIE 4 / SAVOIR CAPTER L'ATTENTION

- La règle des 4X20
- Le plan et les enjeux
- Impliquer l'auditoire
- Identifier un allié

PARTIE 5 / L'ART DE LA RÉPARTIE

- Savoir déjouer une agression par l'empathie
- Tourner le négatif en positif
- Utiliser le sourire et la joie
- Répondre aux objections imprévues

PARTIE 6 / SAVOIR ÉCRIRE SON TEXTE

- Les bons « mots »
- Le bon plan
- Le temps de parole
- Le support idéal de présentation

PARTIE 7 / COMMENT VERROUILLER L'AUDITOIRE ?

- La méthode de l'inversion
- La méthode de l'implication
- L'art des ancrages

PARTIE 8 / COMMENT CONCLURE UNE CONFÉRENCE ?

- La méthode C Q F R
- La Technique de la POSITIVITE
- La Technique du cœur

CONCLUSION

Grâce à ce stage, les participants n'auront plus « peur » d'affronter un public quelque soit l'importance et les enjeux du thème de leur conférence .

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 de communication, les priorités et la budgétisation afin de rentabiliser les investissements.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, patrons

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
99 % sur 13
évaluations
2023

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, patrons

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
72 % sur 7
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Bilan d'application

- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie

- Tour de table des actions mises en place

professionnelle (Tactin, 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

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

4/LA RESPONSABILITE

- Être 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
- Être 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 SYSTÈME 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, patrons

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
93 % sur 10
évaluations
2023

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 (Tracfin, 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, patrons

Tous services: Gestion, Syndic, transaction

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou projection sur écran
- Échanges
- Clé USB

Satisfaction
du module
95 % sur 19
évaluations
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

VM048D – MANAGER AVEC LES COULEURS

OBJECTIFS

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

Motiver et accroître la performance des acteurs de l'entreprise

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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. Evaluation et quizz,

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

DURÉE ET MOYENS

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
98 % sur 15
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION: Tour de table et attentes des participants.
Rappel de la loi climat et de sa répercussion sur la vente immobilière

Le respect réglementaire (RGPD / discrimination / déontologie / Tracfin - Pourquoi se mettre en conformité ?

Partie 1 / Les 4 socio-types

- Promouvant
- Facilitant
- Contrôlant
- Analysant
- Le schéma de la personne : le quoi, le comment, le pourquoi
- Identifier son style

Partie 2 / La théorie des traits de maison

- La conformité
- La dominance
- La stabilité
- L'influence

Partie 3 / Les qualités et les faiblesses de chaque style

- Environnement perçu comme hostile
- Environnement perçu comme favorable
- L'acceptant
- L'agissant
- La perception des un par les autres

Partie 4 / Développer des relations managériales harmonieuses et efficaces

- Les styles de débordement
- Les émotions observables
- La roue des couleurs : l'organisant, le directif, le promouvant, (expansif, le facilitant, le coordonnant, le coopératif, le normatif)

Partie 5 / Les 6 motivations

- Cognitive
- Matérielle
- Individuelle
- Esthétique
- Altruiste
- Traditionnelle

Partie 6 / Adapter sa communication

- La communication non verbale
- Que faire et quoi dire pour motiver en fonction des styles
- Quels styles privilégiés le recrutement en fonction des styles
- Tour de table et attentes
- Rappel de la loi climat et de sa répercussion sur la vente immobilière
- Mettre en place le respect réglementaire :
- RGPD
- Discrimination
- Déontologie

Conclusion :

Beaucoup de managers managent à l'instinct, Cette formation sera le succès si les participants comprennent la manière humaine d'accompagner les équipes, de coacher et pas simplement manager. Tour de table et attentes



LES PROGRAMMES TECHNIQUES DE VENTE

VT001D - LA RENTREE DE MANDAT POUR LES AIGLES EN 7 LECONS

OBJECTIFS

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

- Démontrer au vendeur que la meilleure stratégie de vente est celle du bon prix et du partenariat exclusif afin d'avoir plus de mandats de qualité
- Rentrer plus de mandats de qualité afin de développer son C.A et de gagner en temps et en efficacité

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou remise à niveaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
100 % sur 47
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION :

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

Sachant que le bon prix et le mandat exclusif sont les garants de la réussite d'un projet de vente, et que le vendeur veut généralement essayer de vendre cher en multipliant les intervenants, comment lui faire prendre conscience que cette stratégie va se retourner contre lui?

PARTIE 1 / LA PRISE DE RV

- Asseoir son autorité
- Dimensionner son rôle et faire la différence
- Savoir être exigeant

PARTIE 2 / L'ARRIVÉE CHEZ LE VENDEUR

- Comment créer un climat de confiance et briser la glace
- L'importance du « point commun »
- Savoir fixer les règles
- Les outils indispensables pour dimensionner l'approche

PARTIE 3 / L'ENTRETIEN DÉCOUVERTE PROJET

- La motivation: savoir l'identifier par le SPIS et le SONCASE
- L'historique d'occupation
- L'historique de la vente
- La connaissance du marché et des prix
- Ses inquiétudes/ ses peurs
- Qu'attend il de nous?

PARTIE 4 / LA PRÉSENTATION DE L'AGENCE

- Le book de présentation agence
- La politique qualité de services et les engagements
- L'art de se rendre indispensable

PARTIE 5 / LA VISITE DU BIEN

- La méthode des 100 critères pour justifier le prix
- Comment expliquer les défauts du bien sans être dans une critique négative

PARTIE 6 / LE DÉBRIEFING VISITE

- Comment faire prendre conscience de la réalité du marché
- Les supports marketing
- L'observatoire de la demande
- L'argus des ventes
- La méthode Implicator

PARTIE 7 / L'ACCEPTATION DU PRIX ET DU MANDAT EXCLUSIF

- Comment amener le vendeur à donner le prix marché par lui-même?
- L'échelle temps et le phénomène de nouveauté
- Savoir identifier le point de rupture
- Les arguments forts pour « vendre » le mandat exclusif

Conclusion : Idées retenues, priorités d'actions

© VISION 21

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants et confirmés, managers et Patrons

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
98 % sur 63
évaluations
2023

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/Foïrfouille
- L'argumentation vrai-faux
- La méthode de l'écrin
- 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: équipe commerciale

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du module 100 % sur 23 évaluations 2023

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 rassurer

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.



VT007D - LES GRANDES METHODES DE VENTE ET ASTUCES COMMERCIALES

OBJECTIFS

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

- Être plus efficace
- Vendre mieux et plus
- Acquérir les bonnes méthodes pour être plus performant

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: équipe commerciale

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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 % sur 40 évaluations 2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

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

Une technique commerciale bien maîtrisée est un outil d'une puissance remarquable. Elle permet de gagner en efficacité et de vendre mieux et plus.

PARTIE 1 / La méthode de questionnement

- Q.Q.O.Q.C.P
- Objectif de la méthode
- Mise en application et exemples

PARTIE 2/La méthodes d'activation des leviers psychologiques

- SONCAS
- Savoir s'en servir pour vendre mieux
- Profil psychologique associé à chaque motivation

PARTIE 3 / La méthode de la preuve

- CAP
- Comment l'utiliser
- L'associer au SONCAS pour accélérer la vente

PARTIE 4 / La méthode aliénation de la solution

- SPIS
- Argumentation pour rendre sa solution indispensable
- Exemples concrets

PARTIE 5 / Astuces cotés acquéreur

- Le couple pour faire accepter les concessions
- Le demandeur d'emploi pour répondre à : «On a d'autre visites prévues»
- La voiture pour expliquer que la maison parfaite n'existe pas
- Le couple pour répondre à la demande de réflexion

PARTIE 6/ Astuces cotés vendeur

- La séparation : Les enfants pour faire accepter le bon prix,
- La voiture d'occasion pour expliquer la perte d'attractivité
- Le médecin pour faire accepter la réalité du marché
- Internet pour démontrer la lisibilité

CONCLUSION

Un stage destiné à ceux qui veulent les bons modes d'emploi pour accroître leur performance commerciale

VT011D- RENTREE DE MANDAT

LES OBJECTIONS SPECIFIQUES DE LA RENTREE DE MANDAT

OBJECTIFS

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

- Savoir traiter les objections vendeurs de la prise de rendez-vous à la signature de mandat.
- Appliquer des méthodes concrètes afin de développer un portefeuille de qualité.

PUBLIC, PRÉREQUIS.

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou confirmés, responsables d'agence.

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du module 100 % sur 20 évaluations 2023

PROGRAMME

INTRODUCTION :

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
Pourquoi une objection arrive t-elle ? Comment réagir ? Faut-il en avoir peur ?

PARTIE 1 / LA MÉTHODE DE RÉPONSE À L'OBJECTION

- La reformulation empathique
- La hiérarchisation
- La réponse directe

PARTIE 2 / LES OBJECTIONS DE PRISE DE RENDEZ-VOUS AU TÉLÉPHONE

- « Je ne veux pas d'agence.
- J'ai déjà signé un mandat.
- Vos honoraires augmentent le prix », etc...

PARTIE 3 / LES OBJECTIONS OU PROSPECTION

- Le marché est porteur, je peux vendre moi-même.
- Je n'ai pas le temps de vous revoir.
- Amenez moi des clients on verra après.
- Je ne signerais pas de mandats », etc...

PARTIE 4 / LES OBJECTIONS LORS DE L'ENTRETIEN CHEZ LE VENDEUR

- « Je ne veux pas d'exclusivité.
- Si je ne vends pas à ce prix, je louerais..
- J'en veux tant, point !
- Vos confrères m'ont dit que je pourrais vendre à ce prix.
- Je refuserais toute offre en dessous de ce prix.
- Je n'ai pas à vous dire combien on l'a acheté », etc...

PARTIE 5 / L'ANALYSE TRANSACTIONNELLE

- Les états du moi
- Leurs influences dans le discours
- Comment s'adapter à l'autre

PARTIE 6 / LES TECHNIQUES DE SYNCHRONISATION

- Verbale
- Comportementale

CONCLUSION : idée retenues

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.

VT012D - LA RENEGOCIATION DES MANDATS

OBJECTIFS

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

- Renégocier un prix surestimé en phase avec la réalité du marché avec des méthodes simples et pratiques afin d'avoir des mandats vendeurs en stock.
- Savoir analyser les causes, répondre aux objections du vendeur afin d'obtenir une exclusivité.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 96 % sur
16 évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

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

Partie 1 / Pourquoi le mandat doit-il être renégocié ?

- Un stock de quantité ou de qualité
- Viser l'exclusivité
- La stratégie du « rythme »
- Qui doit renégocier ?

Partie 2 / La stratégie de renégociation

- Le nombre de visites adéquat
- L'appel téléphonique de débriefing
- La lettre bilan fin de mois
- La lettre « news marché »
- La lettre « mise au point »
- La lettre « sortie du fichier »

Partie 3 / Le rendez-vous de renégociation

- Savoir analyser les causes de la non vente
- Savoir utiliser l'observatoire de la demande
- Savoir se servir de l'argus des ventes
- Utiliser la méthode « impicator »
- Savoir répondre aux objections du vendeur

Partie 4 / Un nouveau mandat

- Nouvelles publicités
- Nouvelles photos
- Nouveaux prix

Partie 5 / Que faire en cas d'échec :

- Garder le mandat ?
- Épurer le fichier ?

Partie 6 / Faut-il utiliser les outils novateurs ?

- La revue de presse électronique
- Le CD pré-rendez-vous



SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE

VT019D - (TR369) : LA BAGARRE NEGOCIATION DU PRIX AVEC LE VENDEUR ET L'ACHETEUR

OBJECTIFS

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

- Avoir les arguments afin de justifier le prix marché au vendeur et à l'acheteur.
- Avoir les clés pour vendre mieux et plus afin de protéger ses honoraires.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 97 % sur
79 évaluations
2023

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)

Pourquoi la notion prix /argent fait peur, Comment ne pas céder au chantage du pouvoir sur les honoraires

Comment se mettre en situation psychologique « gagnante »

Partie 1 /La bagarre du prix avec le vendeur

- La notion de prix affectif/ descriptif
- La notion de plus value réelle et virtuelle
- Le cas des ventes de divorces et d'urgence
- Le comparateur prix et l'argus
- La démo du tunnel économique
- La démo des cycles économiques
- L'acceptation du VRAI prix

Conclusion

Il s'agit d'imposer son professionnalisme et de défendre ses honoraires. Le commercial n'aura plus peur de cette phase car il repart avec de vrais arguments et outils.

Partie 2 / La bagarre avec l'acheteur

- Le vrai prix d'un bien acquis
- L'approche profil feeling
- Les 6 critères d'appréciation
- Le verrouillage du financement
- L'inversion des rôles de pouvoir dès le R1
- Les objections et leur réponse
- Les 6 règles de conclusion

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous les acteurs de l'entreprise

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du module 90 % sur 13 évaluations 2023

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 communiquant
- 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 communiquant
- 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 SCHÉMA 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.

VT021D - ACCÉLÉRER LE PROCESSUS D'ACHAT

OBJECTIFS

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

- Gagner en efficacité par l'anticipation afin d'accélérer le processus d'achat par le biais de la psychologie.
- Faire s'engager plus rapidement l'acquéreur afin de sécuriser la vente.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux et responsables

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 93 % sur
4 évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

S'agissant de l'achat d'une vie, comment rassurer l'acheteur et sécuriser la vente par une démarche structurée d'anticipation. Cette approche va permettre de dimensionner le rôle de conseil et de se rendre indispensable.

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

PARTIE 1 / UNE APPROCHE ACQUÉREUR DIFFÉRENCIANTE

- L'utilisation du support « profil feeling »
- Comment présenter les cartes
- La notion de coaching pour fidéliser et se rendre indispensable

PARTIE 2 / LES ÉTAPES À RESPECTER

- Le prompteur
- Découvrir la vraie motivation d'achat par l'anti-vente
- Comment expliquer que tous les biens ne sont pas impactés par la « crise »
- Comment expliquer que tous les biens ne sont pas négociables
- Comment expliquer le contexte concurrentiel
- Comment faire accepter les concessions

PARTIE 3/ UNE APPROCHE PSYCHOLOGIQUE POUR ALIÉNER LE PRODUIT

- La situation actuelle: comment s'en servir comme accélérateur de décision
- Le SPIS pour aliéner la solution
- Le fonctionnement de l'acquéreur pour comprendre la maturité décisionnaire
- Comment traiter les peurs et les craintes

PARTIE 4 / ANTICIPER LES OBJECTIONS FINALES

- Sur les offres basses
- Sur la demande de réflexion
- Sur la volonté de comparer
- Sur la baisse des honoraires
- Sur la baisse annoncée des prix

PARTIE 5 /SÉCURISER LA VENTE

- Anticiper les post-réactions: le client, l'entourage, les confrères
- Le suivi post signature
- Que faire en cas d'inquiétude
- Transformer le client en ambassadeur

VT022D – VENDRE AVEC DES OUTILS MACRO ET MICRO ECONOMIQUE : UNE AUTRE DIMENSION

OBJECTIFS

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

- Avoir des éléments de preuves incontestables afin de faire accepter la réalité du marché.
- Avoir une approche micro-macro économique grâce à une démarche professionnelle afin d'apparaître comme la référence incontournable.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux et responsables commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du module 99 % sur 43 évaluations 2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle) Grace à une approche structurée démonstrative et visuelle le commercial va apporter des preuves incontestables pour faire accepter la réalité du marché.

PARTIE 1 / POURQUOI UN BIEN SE VEND OU NE SE VEND PAS: LE MONOPOLY

- La reformulation empathique
- La hiérarchisation
- La réponse directe

PARTIE 2 /LE TUNNEL ÉCONOMIQUE POUR EXPLIQUER LE FONCTIONNEMENT DE L'ACHETEUR

- « Je ne veux pas d'agence.
- J'ai déjà signé un mandat.
- Vos honoraires augmentent le prix », etc...

PARTIE 3 / LE FONCTIONNEMENT DU MARCHÉ

Le marché est porteur, je peux vendre moi-même.

- Je n'ai pas le temps de vous revoir.
- Amenez moi des clients on verra après.
- Je ne signerais pas de mandats », etc...

PARTIE 4 / LES CONCEPTS GAGNANTS

« Je ne veux pas d'exclusivité.

- Si je ne vends pas à ce prix, je louerais,.
- J'en veux tant, point !
- Vos confrères m'ont dit que je pourrais vendre à ce prix.
- Je refuserais toute offre en dessous de ce prix.
- Je n'ai pas à vous dire combien on l'a acheté », etc...

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou remise à niveau

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 95 % sur
36 évaluations
2023

PROGRAMME

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

Introduction /

- Expliquer le contexte du marché
- Se servir du prompteur « Pourquoi acheter »

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

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux, encadrement

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 93 % sur 33
évaluations
2023

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 le 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

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux et responsables commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prom
- Échanges

Satisfaction du
module 97 % sur 41
évaluations
2023

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tout public impliqué dans la relation client.

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 92 % sur
81 évaluations
2023

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

VT030D - (TR353) - RENTRER PLUS DE MANDATS EXCLUSIFS POUR VENDRE PLUS

OBJECTIFS

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

- Faire prendre conscience aux commerciaux de l'intérêt de développer le portefeuille d'exclusivité
- Assurer un CA régulier et pérenne

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux juniors et confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du module 99 % sur 46 évaluations 2023

PROGRAMME

Introduction:

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

Partie 1 / Le mandat exclusif pour maîtriser son CA

- Que rapporte le mandat exclusif pour le commercial, pour l'acquéreur, pour le vendeur ?
- Comment anticiper son CA grâce au mandat exclusif pour être serein ?
- Faut-il un stock produits qualitatif ou quantitatif ?
- Quel CA puis-je réaliser par rapport à mon portefeuille ?

Partie 2 / Les arguments forts pour le rentrer

- Savoir expliquer l'engouement-pénurie et le phénomène de rareté
- Savoir se servir d'ALUR pour convaincre avec la notion de transparence
- Comment démontrer que le mandat exclusif sécurise l'acquéreur et accélère la prise de décision ?
- Comment se servir de la conjoncture actuelle pour le rendre nécessaire ?

Partie 3 / La boîte à outils du vrai commercial

- L'observatoire du marché
- Le comparatif services
- La communication, la publicité, la vitrine
- Les témoignages vidéo : vendeurs, voisins, commerçants comme accélérateur de vente

Partie 4 / Avoir réponse à tout : savoir traiter les objections

- « L'exclusivité nous fait peur »
- « Nous ne voulons pas être pieds et poings liés avec vous »
- « Nous voulons multiplier les agences »
- « La mise en concurrence va accélérer la vente »
- « Vous serez plus combatif si vous n'êtes pas seul »

Partie 5 / Le suivi du mandat exclusif

- À quelle fréquence et sous quelle forme communiquer avec le vendeur ?
- Que dire et que faire s'il n'y a pas de visite ?
- Que faire si l'offre d'achat est inférieure au prix estimé ?
- L'obligation de moyen / l'obligation de réussite : que faire en cas d'échec ?

CONCLUSION

Avec quelques arguments chocs et des outils novateurs, nous vous permettons de rentrer « facilement » des mandats exclusifs.

VT034D - COMMENT DOUBLER SON CA GRÂCE À LA PROTECTION DE LA RETRAITE

OBJECTIFS

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

- Comprendre les enjeux de la retraite future pour la famille recomposée afin de leur proposer des solutions sécurisantes.
- Démontrer aux clients, mêmes jeunes, que la retraite s'anticipe afin de ne pas être en détresse quand il faudra arrêter de travailler.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques ou prompteur écran
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction du
module 92 % sur 27
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

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

Comment présenter une approche de vision future à vos clients

MATIN

Partie 1 / Les outils indispensables

- Le book Prompteur retraite
- Le support d'analyse du pouvoir d'achat
- La revue de presse Macro / Micro
- Le scénario des 6 cartes

Partie 2 / Comment se servir des outils

- La découverte patrimoniale
- La montée en conscience des clients

APRÈS-MIDI

Partie 2 (suite) / Comment se servir des outils

- Les différentes objections
- La présentation de la solution immobilière
- La démonstration de rentabilité et de pouvoir d'achat
- La démonstration financière

CONCLUSION

Faire la passerelle avec le service gestion et sécuriser le client

VT039D - LA BAGARRE DU PRIX FACE À DES VENDEURS RÉFRACTAIRES

OBJECTIFS

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

- Comprendre que le prix que l'on fera accepter au vendeur sera celui qui s'appuie sur une réalité de terrain afin d'éviter des pertes de temps liées à l'orgueil et l'amour-propre du vendeur
- Utiliser un maximum d'exemples de la vie quotidienne afin de prouver le chiffre que vous imposez

PUBLIC, PRÉREQUIS.

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 15
évaluations
2023

PROGRAMME

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

- Le contexte psychologique d'une vente
- La différence entre l'aspect affectif et l'aspect descriptif

Partie1/Comment savoir faire preuve d'autorité face au vendeur

- Les outils indispensables
- L'argus
- Le comparateur
- L'outil de traçabilité
- Comment montrer votre connaissance du marché
- Comment démontrer vos réussites
- Comment dimensionner la visite de prise de mandat
- La valise rentrée de mandat
- La stratégie XXL

Partie 2 / L'argumentation descriptive

- La démonstration sur la Plus Value
- La démonstration gagnant / gagnant
- La démonstration de l'échelle temps
- La démonstration micro / macro
- Comment faire accepter l'offre
- Comment négocier la contrepartie
- Comment défendre ses honoraires
- L'outil de traçabilité

CONCLUSION

Ne plus perdre du temps face à des vendeurs « rêveurs » et manipuler par la concurrence

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 26
évaluations
2023

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 10
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : De l'intérêt d'utiliser ces deux niches. La démonstration par les chiffres.
Préambule 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

VT046D - Les 15 ACTIONS INCONTOURNABLES POUR DEVENIR UN CONSEILLER TRANSACTION IDÉAL ET OPTIMISER SON CHIFFRE D'AFFAIRES

OBJECTIFS

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

- Avoir les bons arguments face à la prudence des acheteurs afin d'anticiper son C.A.
- Utiliser les bons outils face à l'inconscience des vendeurs afin d'optimiser la gestion des fichiers.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 91 % sur 32
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Les erreurs qui sont commises lors d'un retournement de marché, les causes et les conséquences.
Préambule sur les respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

1. Comment avoir une approche micro/macro économique ?
 2. Comment exploiter, via les nouvelles techniques de communication, les revues de presse et les vidéos sur le marché ?
 3. Comment parler de vision d'avenir et non pas d'éloignement ?
 4. Comment amener un client à changer de priorité et à faire des concessions ?
 5. Comment amener un client à augmenter son budget ?
 6. Comment amener un vendeur à prendre conscience, par lui-même, de la réalité du marché ?
 7. Comment exploiter un argus immobilier des ventes ?
 8. Comment présenter un observatoire de la demande ?
 9. Comment sécuriser un acheteur sur une éventuelle baisse des prix ?
 10. Comment amener un acheteur à considérer son achat comme un investissement patrimonial ?
 11. Comment sensibiliser vos clients du fichier sur le fait qu'il faut revendre afin de réinvestir ?
 12. Comment se transformer en conseiller patrimonial ?
 13. Quels sont les moyens de communication pour anticiper votre flux clients ?
 14. Comment éviter les annulations en période S.R.U. ?
 15. Comment se constituer 1000 prospects avec un seul (le classeur des noms) ?
- LE POINT DE VUE DE YANN SIMON**
Un stage opérationnel visant à donner, aux agents immobiliers, des arguments et des outils, leur évitant de subir un changement de marché et un attentisme de la clientèle.
Vous allez apprendre à anticiper votre chiffre d'affaires et à optimiser la gestion de votre fichier.

VT047D - LA PERFORMANCE RELATIONNELLE : ADAPTER SA COMMUNICATION A SON CLIENT

OBJECTIFS

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

- S'adapter à chaque style de communication afin d'éviter la gêne client.
- Communiquer plus efficacement afin d'éviter l'incompréhension avec le client.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, assistantes et responsables commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 99 % sur 45
évaluations
2022

PROGRAMME

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

Comment faire pour mieux se comprendre et établir une communication efficace avec son client

Partie 1 / Les styles de communication

- Les 4 styles de communication
- Identifier le style de communication du client
- Les indicateurs de chaque style: mots, mode de décision
- Besoin relationnel adapté à chaque style

Partie 3 / L'effet miroir pour communiquer efficacement

- Adapter son mode à chaque client
- La synchronisation verbale et comportementale
- Traiter les objections en fonction du mode client

Partie 2 / Identifier son style de communication

- Quel est mon style de communication privilégiée
- Mes points forts/ mes faiblesses

Partie 4 / La gestion des situations de tension

- Origine de l'incompréhension entre le client et moi
- Comment gérer son stress
- Comment traiter le conflit

VT052D - LA PROSPECTION, UN RÉEL ATOUT POUR

OBJECTIFS

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

- Apprendre à s'organiser, à prospecter sur le terrain afin de rentrer plus de mandats.
- Apprendre à ne plus avoir peur de frapper aux portes afin d'être le premier vendeur.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers. Responsables d'agences, Commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 99 % sur 10
évaluations
2023

PROGRAMME

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

Les règles générales de l'organisation

Partie 1 / aménager son espace temps

- Hiérarchiser les tâches en terme de rentabilité
- Définir sa zone de productivité et un agenda « type »

Partie 2 / organiser son territoire de chasse

- Créer son observatoire marché
- Définir les zones de prospection par rentabilité

Partie 3 / les outils de la prospection physique

- Les cartes de visite visuelles
- La tenue de prospection
- La plaquette des services
- Les fiches de prospection
- Le classeur de synthèse

Partie 4 / l'argumentaire de prospection physique

- Ce qu'il ne faut jamais dire
- La méthode quizz enquête
- La méthode pré-passage

Partie 5 / l'identification des cibles

- L'approche des prescripteurs potentiels
- L'approche par B to B
- L'approche par les panneaux « décalés »

Partie 6 / la prospection téléphonique

- La mauvaise et la bonne méthode de pige
- La technique du phone marketing enquête

Partie 7 / le quadrillage du quartier

- La stratégie des panneaux (vendu / à vendre)
- L'opération « vos nouveaux voisins »

Partie 8 / l'exploitation des retours de prospection

- Le classeur de prospection
- Le suivi et la relance

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Ce stage s'adresse à ceux qui doutent de l'efficacité d'organiser une véritable approche de prospection. Elle leur permettra, grâce à des recettes approuvées, de rentrer en contact avant les autres avec des futurs acheteurs et/ou vendeurs.

Enfin, une approche efficace pour occuper le terrain et être les premiers face au vendeur.

SPÉCIAL TECHNIQUE DE VENTE VT053D - « MINE D'OR FICHIER »

OU COMMENT « DOUBLER » SON CHIFFRE D'AFFAIRES GRÂCE AUX FICHIERS

OBJECTIFS

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

- Rentabiliser tous les fichiers internes afin de ne plus gâcher la mine d'or.
- Assurer un suivi constant des clients afin d'éviter les mois forts et creux.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Chefs d'agences. Managers, Commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 94 % sur 11
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION: Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle

(Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Faire prendre conscience des erreurs commises dans l'exploitation des fichiers.

Partie 1 / PRENDRE LA DIMENSION DU FICHIER GÉNÉRAL DE L'AGENCE

- Ce qui est exploitable, ce qui ne l'est pas
- Organiser les passerelles inter-services
- L'archivage informatique
- Le classeur réactif chaud/ tiède/ froid

Partie 2 / COMMENT GÉRER SON FICHIER D'ACHETEURS

- Les prospects
- Les acheteurs référencés

Partie 3 / COMMENT SAUVER LES VENTES AUXQUELLES VOUS NE CROYEZ PLUS

- La stratégie du croisement
- Les lettres de relances
- Les fiches de réactualisation de la recherche acheteur

Partie 4 / LE FICHIER DE LA PIGE

- S'en servir pour rentrer du mandat exclusif
- La lettre « on n'est pas comme les autres »

Partie 5 / LE FICHIER DES COMMERÇANTS

- Le mailing partenaire
- La carte « partenaire commerçant »

Partie 6 / LE FICHIER DES ENTREPRISES

- Les mailings ciblés dirigeants et CE
- Les cartes « club avantage »

Partie 7 / LE FICHIER DES VENDEURS

- Le mailing publicité info marché
- Le compte rendu d'activité
- Les lettres « coup de semonce »
- Le questionnaire enquête

Partie 8 / LE FICHIER DES PROPRIÉTAIRES BAILLEURS

- Les mailings d'information
- Le club VIP
- Les quizz « bilan services »

Partie 9 / LE FICHIER DES COPROPRIÉTAIRES

- Les mailings de sensibilisation
- Le bilan de satisfaction
- La lettre avantage

Partie 10 / LE FICHIER DES ANCIENS CLIENTS

- Le club des ambassadeurs
- Les crémaillères

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Trop d'entreprises négligent cette richesse que constitue le fichier.

Une bonne exploitation des données peut vous faire doubler votre CA

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Responsables d'agence, Négociateurs.

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 5
évaluations
2023

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 ».

VT058D - (TR062) - COMMENT AVOIR LA MAIN MISE SUR SON QUARTIER ET « EXPLOSER » LE STOCK MANDAT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:
 Prospection, farming, opération commando ou toutes les autres actions doivent être programmées afin de garder la main sur son secteur d'influence
 Maîtriser toutes les autres actions susceptibles d'être vu et reconnu afin d'asseoir votre leadership

PUBLIC, PRÉREQUIS.

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs Responsables d'agence

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 16
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION

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

Partie 1 / Le négociateur face au Particulier :

- Comment rentrer du mandat sur pigne (méthode Tandem) ?
- Comment rentrer du mandat exclusif grâce à la pigne (méthode Chevalier Blanc) ?

Partie 2 / Le négociateur dans la rue :

- Comment être intégrateur de vie et devenir l'ambassadeur du quartier ?
- Le réseau de prescripteurs : gardiens, retraités, anciens clients, etc.

Partie 3 / Le négociateur et l'occupation terrain :

- La prospection programmée et le quizz « enquête sociale »
- Les opérations « commando »

Partie 4 / Le négociateur et la visualisation :

- La stratégie des panneaux : à vendre, vendu, mon conseiller de quartier
- La stratégie « mon partenaire » et le panneau inédit

Partie 5 / Le négociateur et le téléphone :

- Se constituer un fichier « chaud » (vendeurs, prescripteurs)
- L'enquête téléphonique

Partie 6 / Le négociateur et les fichiers :

- Le fichier interne (acheteur, vendeur, locataire, propriétaire)
- Les fichiers externes sélectifs

Partie 7 / Le négociateur et son environnement:

- L'opération commerçants partenaires
- L'opération B to B entreprises

Partie 8 / Le négociateur et la presse :

- Comment communiquer pour attirer les vendeurs (fond, forme)
- Quel type de support choisir

Partie 9 / Le négociateur et la boîte aux lettres :

- Les mailings de proximité
- Les outils décalés

Partie 10 / Le négociateur et la vitrine :

- Savoir « enfin » rédiger une annonce vitrine en exclusivité ?
- Savoir communiquer sur les « prix barrés »

Partie 11 / Le négociateur face au marché :

- Créer un observatoire de la demande et des ventes
- Organisation d'une prospection ciblée et cadencée

Partie 12 / Le négociateur face à lui-même :

- La valise rentrée de mandat
- L'organisation idéale de son temps

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Destiné à tous ceux qui veulent augmenter leur stock mandat et rentrer du bon produit au bon prix, en exclusivité.

LES APPORTS DU STAGE : Ce stage, d'une journée, est réservé à ceux qui veulent devenir de véritables spécialistes de la rentrée de mandat. Il s'agit d'un stage avec des recettes pratiques, des outils opérationnels et qui a permis à des utilisateurs de rentrer jusqu'à 80% de stock en exclusivité.

© VISION 21

VT062D - L'UTILISATION DU TÉLÉPHONE POUR RENTRER DU BON MANDAT

OBJECTIFS

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

- Savoir utiliser le téléphone afin de mettre en place un suivi.
- Savoir traiter les objections afin de rentrer du mandat.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 96 % sur 26
évaluations
2023

PROGRAMME

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

Les règles essentielles de l'usage du téléphone en « émetteur », les mots, le rythme, la voix.

Partie 1 / la pige classique :

- Quand appeler ?
- Comment appeler ?
- La stratégie du « binôme »
- La réponse aux objections
- Comment amener le vendeur au rendez-vous ?
- L'argumentation « structurée »
- SIMULATION : Travail devant caméra (30')
débriefing

Partie 2 / L'enquête téléphonique :

- Comment répertorier les cibles vendeur ?
- Construire un questionnaire d'enquête
- Comment présenter le questionnaire d'enquête ?
- Les objections et leurs réponses
- Comment exploiter les informations ?

SIMULATION : Travail devant caméra (30') - débriefing

Partie 3 / La stratégie du suivi et de l'exploitation chaud, tiède, froid :

- Le classeur de synthèse
- Le calendrier de relance
- Quels outils utiliser ?

Partie 4 / Programmation individuelle du plan d'action au retour à l'agence :

- Comparaison des décisions prises
- Conseil du consultant

CONCLUSION

Simulations devant la caméra de 2 x 30' puis débriefing en groupe

VT064D- FAIRE ACCEPTER L'OFFRE DE PRIX AU VENDEUR

OBJECTIFS

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

- Faire accepter une offre de prix au vendeur avec une démarche structurée d'anticipation afin de ne pas le « braquer » à la présentation.
- Savoir utiliser les outils afin d'éviter les refus de vente.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs.

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 99 % sur 42
évaluations
2023

PROGRAMME

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

Pourquoi les offres sont-elles souvent rejetées : causes et conséquences, erreurs commises.

- Analyse en sous-groupes
- Échange des expériences

Partie 1 / La préparation matérielle et mentale

- Comment préparer l'offre dès la rentrée de mandat ?
- Comment ne pas se mettre en situation de demandeur
- L'observatoire de l'immobilier - l'argus - les paliers de décompression
- Les outils qui vous seront indispensables pour apporter la preuve

Partie 2 / La stratégie de présentation

- La stratégie des « moments clés »
- Quelle offre de prix accepter ?
- Quand la présenter ?
- Comment la présenter ?
- Où et avec qui la présenter ?

Partie 3 / La négociation face au refus

- Les objections du vendeur et leur traitement
- Comment gérer le refus du vendeur ?
- Comment apporter de la contrepartie.

Partie 4 / Comment prouver au vendeur qu'il est gagnant

- Comment mettre la pression psychologique ?
- Savoir faire preuve d'autorité ?
- Savoir déceler la zone de rupture ?

Partie 5/ Comment éviter les retours en arrière

- Comment gérer l'acceptation de l'offre ?
- Comment gérer la contre offre ?

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Il s'agit d'un moment « clé » qui peut faire basculer la vente dans un sens ou dans un autre.

Nous préparons le négociateur comme un athlète avant une compétition importante.

VT073D - L'ENTRETIEN FACE AU VENDEUR

OBJECTIFS

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

- Appliquer une méthode structurée pour faire accepter le bon prix.
- Avoir les bons arguments afin d'obtenir l'exclusivité au prix du marché.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
 module 100 % sur 18
 évaluations
 2023

PROGRAMME

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
 Les règles de la communication en face à face : déterminer le style social et le style de communication du vendeur ; savoir se faire accepter ; la règle de l'empathie ; les 4 composantes de l'autorité. **SIMULATION : travail de groupe (30') – débriefing**

Introduction / La préparation du rendez-vous

- vidéo
- SMS
- mail
- appel.

Partie 1 / premier rendez-vous chez le vendeur

- Savoir créer un climat
- Savoir fixer des règles du jeu
- Mettre en scène les outils de rentrée de mandat

SIMULATION : travail de groupe (30') - débriefing

Partie 2 / L'entretien découverte :

- L'historique du propriétaire
- Son projet de vente
- Sa connaissance du marché
- Ses peurs et ses angoisses
- Ses attentes

SIMULATION : travail de groupe (30') - débriefing

Partie 3 /Présenter son entreprise et ses services :

- Le book de présentation de la société
- La charte des 8 engagements
- Le trieur
- Comment manipuler ces outils ?

Partie 4 / Programmation individuelle du plan d'action au retour à l'agence :

- L'utilisation des 100 critères d'appréciation
- L'utilisation des supports marketing

Partie 5 / Le débriefing de visite

- La prise de conscience du client
- L'observatoire du marché
- L'argus des ventes

Partie 6/ Faire accepter le prix et le mandat exclusif

- La méthode du contournement
- La méthode du « chalut »
- Les visuels de proximité
- Les paliers de décompression
- La réponse aux objections fortes

NOTRE AVIS

Nous donnons au négociateur les « clés » pour faire la différence face à la concurrence.

Il doit apparaître comme un vrai « pro » avec une démarche et des outils structurés.

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100% sur 32
évaluations
2023

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 boîlage
- 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

VT075D - NEGOCIATION IMMOBILIERE: DEMARRAGE RAPIDE

OBJECTIFS

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

- Appliquer une méthode de rentrée de mandats afin d'avoir les fondamentaux pour démarrer rapidement
- Maîtriser un prompteur vendeur et acheteur afin de permettre aux nouveaux collaborateurs d'optimiser leurs performances.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, débutants ou confirmés.

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 15
évaluations
2022

PROGRAMME

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

L'ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL :

- La planification des tâches
- Comment optimiser son efficacité ?
- Maîtriser son chiffre d'affaires et ne pas subir la conjoncture
- Optimiser sa performance

L'AMONT : le vendeur

Partie 1 /

- La sectorisation
- Les techniques de prospection : le porte à porte, le boîtage, le mailing, la pige, le relationnel, le partenariat, etc.
- Répondre aux objections : « Je ne veux pas d'agence, j'ai déjà 3 agences... »
- La mise en place d'un réseau d'apporteurs d'affaires
- Les panneaux : leur importance et comment les utiliser au mieux

Partie 2 /

- Les outils de négociation : la valise rentrée de mandats, l'observatoire du marché, l'argus des ventes, la méthode 100, etc.
- La découverte du vendeur : méthodologie commerciale, analyser son interlocuteur et s'adapter pour convaincre
- La présentation de l'agence et des services : Le book ou comment se rendre indispensable
- La découverte du bien et sa visite
- L'évolution et la négociation du prix : utilisation de l'argus et de l'observatoire marché
- Le traitement des objections : « votre confrère m'en propose d'avantage, j'en veux bien plus »

Partie 3 /

- Le suivi du stock : Comment ? A quelle fréquence ?
- Mise en place d'une stratégie de renégociation

L'AVAL : l'acheteur

Partie 4 /

- Comment rédiger une bonne publicité et accroître les retours ?
- La réception des appels sur publicités : l'entretien au téléphone, la prise de rendez-vous

Partie 5 /

- L'accueil à l'agence
- Asseoir son autorité et donner de la dimension
- La découverte de l'acquéreur : la motivation, les besoins
- Comment accélérer la prise de décision et anticiper les objections finales ?
- La sélection des affaires : Quoi ? Comment ?
- La conduite de la visite et l'argumentation pour créer le besoin
- Détecter les signaux d'achat
- Débriefing et conclusion de la vente

VT082D - SAVOIR ANALYSER SON CLIENT

OBJECTIFS

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

- Comprendre le mode de fonctionnement du client pour accroître ses performances et ses résultats.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou confirmés.

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 25
évaluations
2023

PROGRAMME

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

Comprendre le corps et ses messages, les règles de morphologie.

Partie 1 / Identifier la bulle psychologique de son interlocuteur :

- Comprendre la bulle psychologique des clients
- Comment « amener » le client dans ma bulle ?
- Qui est le décideur ?

Partie 2 / PNL : analyse du registre sensoriel

- Visuel
- Auditif
- Kinesthésique
- De l'intérêt de l'analyse
- Synchronisation verbale et gestuelle

Partie 3 / Les styles sociaux : comment les identifier ?

- Promouvant
- Facilitant
- Contrôlant
- Analysant
- S'adapter à l'autre

Partie 4 / La gestuelle ou l'étude du langage corporel :

- Chaque mouvement du corps correspond à l'atmosphère qui prévaut dans le mental
- Exemples concrets

Partie 5 / L'analyse transactionnelle

- Les états du moi
- Leurs influences dans le discours
- Comment s'adapter à l'autre

Partie 6 / Les techniques de synchronisation :

- Verbale
- Comportementale

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON

Éviter de perdre du temps avec des clients pas en phase avec la réalité

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants et confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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 98 % sur 12
évaluations
2023

PROGRAMME

Introduction : Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, 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

VT098D - SAVOIR FAIRE VISITER UN BIEN

OBJECTIFS

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

- Maîtriser la visite du bien du côté acheteur afin de faire des visites productives.
- Maîtriser la visite du bien coté vendeur afin de conclure plus rapidement.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants et confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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 100 % sur 21
évaluations
2023

PROGRAMME

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

Partie 1 / Où situez-vous votre performance ? :

- 3 visites = 1 vente ou 10 visites = 1 vente ?
- Approche qualitative ou quantitative ?

Partie 2 / Verrouiller le rendez-vous avec le vendeur :

- Préparation psychologique : les commandements du vendeur
- Fixer les règles
- Comment valoriser les biens visités

Partie 3 / Les support

- Le dossier technique du bien : son contenu (à constituer dès la rentée du mandat)
- Le dossier de mise en valeur du bien : le fond et la forme
- La fiche de pré-closing
- L'appareil photo : pourquoi s'en servir pendant la visite ?

Partie 4 / La préparation mentale de l'acquéreur :

- Le conditionnement positif
- Comment sélectionner les biens à vendre ? Dans quel ordre les présenter ?
- La technique de l'avant-vente
- Que faut-il faire ? Que ne faut-il pas faire ?

Partie 5 / La visite du bien :

- Que dire pendant le trajet aller ?
- Validation de l'environnement, du quartier, de la rue, du voisinage immédiat, des extérieurs, des pièces
- Chronologie de la visite
- De quoi parler pendant la visite ? Argumenter ? Ne rien dire ?
- La technique de pré-closing
- Le cas S.O.N.C.A.S.
- Les registres sensoriels
- Adapter l'argumentation au profil social du client
- Les signaux d'achat

Partie 6 / Le débriefing à l'agence :

- Le trajet du retour ?
- L'entretien de débriefing : mots et expressions à utiliser, mots à bannir
- Comportement à adopter
- Amener le client à s'engager
- L'alternative en cas d'échec : proposer une autre affaire, convenir d'une nouvelle visite, différer l'engagement

Partie 7 / Le traitement des objections :

- « Je veux réfléchir ; je veux en voir d'autres ; on trouvera peut-être mieux demain ; je veux revisiter avec un maçon », etc.

VT099D- SAVOIR VENDRE DU NEUF

OBJECTIFS

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

- Comprendre le profil et la psychologie d'un client acheteur de neuf afin d'optimiser les rendez-vous et de le sécuriser sur la période d'un an avant la livraison
- Maîtriser l'art de l'écrit et des supports afin de contre-balancer la peur et l'incertitude chez le client

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 6
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION :

Comment présenter votre structure en tant que commercialisateur

Vos atouts par rapport aux promoteurs

Vos atouts par rapport aux plateformes nationales

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

Partie 1 /Qu'est-ce que la vente en VEFA ?

- La différence avec la vente classique
- L'intérêt financier
- -comment fournir au promoteur le kit de commercialisation
- Comment amener le promoteur à prendre en charge une partie de la COM

Partie 2 /Quels supports utilisés ?

- Les supports de pub
- Les supports de vente
- Les supports de suivi

Partie 3 /La découverte du client

- Le prompteur découverte
- Les différentes objections de base :
- Délai /voisinage/part social/qualité/matériaux
- - L'avantage neuf //ancien

Partie 4 / L'argumentation sécurisée

- Structurer l'espace étapes du projet
- Présenter le programme
- Présenter les atouts techniques
- Présenter la personnalisation

Partie 5 /La phase conclusion

- En combien de rendez-vous espérer conclure
- Les objections prix

Partie 6 /La confortation

- Le suivi
- Le parrainage

VT100D - Créer une passerelle entre la transaction et la gestion

OBJECTIFS

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

- Exploiter le fichier GESTION.
- Développer le chiffre d'affaires transaction par une exploitation du fichier administration de biens.

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Toutes les personnes susceptibles de développer du CA dans l'entreprise.

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 89 % sur 13
évaluations
2023

PROGRAMME

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

Partie 1 / L'analyse du portefeuille client propriétaires et du portefeuille client locatif :

- Pourquoi cette cible est-elle intéressante ?
- Les moyens de la fidéliser
- Les outils pour lui donner envie de faire d'autres projets avec l'agence

Partie 2 /Le comité de pilotage mensuel :

- Une réunion entre service pour échanger de l'information :
- Comment mener cette réunion ?
- Qui y participe ?
- Combien de temps dure t-elle ?

Partie 3 /Le poste d'assistant(e) marketing communication

- Quel profil a cette assistante ?
- Quelles offres faire à la clientèle du fichier ?
- Sous quelle forme écrite ?
- Les lettres d'information
- Les lettres promotionnelles
- Les mailings cibles
- La revue trimestrielle
- Avec quelle périodicité ?

Partie 4 / Le rôle de la force commerciale :

- Peut-elle et doit-elle contacter les propriétaires en direct ?
- Quels arguments utiliser ?
- Comment s'assurer d'un bon accueil ?
- La stratégie des « affaires boule de neige »

NOTRE AVIS

Trop d'agences bénéficient d'un portefeuille clients qu'elles n'exploitent pas outre l'absence de politique service, il y a là un véritable manque à gagner !

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, Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 95 % sur 3
évaluations
2023

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

VT102D - COMMENT DÉMONTRER AU VENDEUR QU'IL RESTE GAGNANT EN ACCEPTANT LE VRAI PRIX

OBJECTIFS

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

- Démontrer avec une approche macro et micro économique au vendeur la réalité du terrain afin de ne pas laisser la vente s'enliser.
- Asseoir sa démonstration et son discours autour d'outils et de schéma afin d'être pédagogue dans l'acceptation d'un prix psychologique.

PUBLIC, PRÉREQUIS.

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 38
évaluations
2023

PROGRAMME

Introduction: Comprendre le profil psychologique des vendeurs, se préparer mentalement à affronter l'élément « prix » Le coût d'une non vente

- La concurrence communautaire
- L'impact du paupérisme
- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Partie 1 / Les outils

- Le book social marketing
- Le book micro/macro
- L'argus des prix
- L'observatoire de la demande
- Le classeur avant/après
- Le comparateur traçabilité

Partie 2 / La notion de plus value

- Plus value réelle
- Plus value virtuelle
- La démonstration du tunnel éco
- La démonstration des cycles Eco

Partie 3 / La culpabilisation

- L'impact des délais sur le prix
- L'impact du prix sur les délais

Partie 4 / La conviction

- Le parallèle somme placée / somme perdue
- Le placement pierre « futur positif »
- L'évolution et les phénomènes de mode
- La conformité du produit

Partie 5 / L'anticipation

- Préparer le vendeur à l'offre
- Éviter la contestation des honoraires

Conclusion :

Un stage intensif sur les arguments à mettre en avant afin de faire accepter votre logique prix.

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Débutants ou confirmés / commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
 module 99 % sur 23
 évaluations
 2023

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 (tracfin, 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.

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux et managers

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 22
évaluations
2023

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 bâche « 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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux et managers

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 14
évaluations
2023

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 : 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

VT113D - AVOIR REPONSE A TOUT : LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS / LES REPARTIES MAGIQUES

OBJECTIFS

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

- Savoir anticiper mais aussi répondre avec un schéma précis, afin de ne pas partir dans une bagarre « d'ego » avec le client.
- Maîtriser tous les argumentaires de réponses avec différentes objections afin de garder la maîtrise de l'entretien et d'affirmer sa confiance.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs, Responsables d'agence

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 32
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : L'objection est un paramètre inhérent à la vente et, à condition de savoir la traiter, permet de conclure plus rapidement

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

Partie 1 / La méthode de traitement en 4 temps :

- La reformulation positive
- Le recadrage de sens
- La hiérarchisation
- La réponse à apporter

Partie 2 / Les principales erreurs commises :

- Comment se mettre à l'abri
- Ne pas traiter une fausse barbe : mode d'emploi
- Ne pas se jeter sur une objection prétexte

Partie 3 / Les exemples terrain :

- Chaque participant remet sa liste d'objections / réponses et traitement en direct avec le consultant

Partie 4 / Apprendre à parler positif :

- Pourquoi un discours positif pousse à l'action et pourquoi un discours négatif freine dans le processus
- Le vocabulaire idéal
- L'art de l'empathie
- Comment ne pas mettre le client en cycle de maintenance

LE POINT DE VUE

Destiné à tous ceux qui ne veulent plus être déstabilisés par les objections clients.

Ce stage est réservé à ceux qui veulent devenir de véritables spécialistes de la rhétorique. Il s'agit d'un stage avec des recettes pratiques, des modes d'emploi qui permettent de se sortir de situations à priori désespérées

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans.

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 18
évaluations
2023

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

- | | | |
|---|---|-------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - Le discours - Les outils - 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 ou 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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, Commerciaux, Assistantes

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéo projecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 99 % sur 25
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, 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.

VT117D- TRAINING EXPERIENCE

SE FORMER PAR LES MISES EN SITUATION PRATIQUES

OBJECTIFS

Développer la performance de ses entretiens commerciaux en s'appuyant sur les mises en situations filmées afin de progresser dans les techniques de négociation.

Analyse des comportements et expressions du négociateur lors de la conduite de ses entretiens.(débriefe des situations filmées) et de développer sa capacité d'écoute

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateur

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

Supports pédagogiques

prompteur écran ou vidéoprojecteur

Échanges.

Satisfaction du
module 100 % sur 39
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

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

PARTIE 1/le premier contact avec le client:

Mise en situation

- a) Sur un appel entrant ou passage en agence
- b) Sur un appel sortant

Débriefe des mises en situation (tics verbaux, posture, discours)

PARTIE 2/Savoir mener un entretien de découverte efficace:

Mise en situation

Débriefe des mises en situation (tics verbaux, attitude, posture, discours)

PARTIE 3/Adapter son discours au style de communication de son client:

- a) Les différents styles de communication
- b) Comment créer la confiance

PARTIE 4/ L'accompagnement dans la prise de décision:

- a) Mener un bilan de visites
- b) Conclure / traiter les objections / gérer une offre

➡ Débriefe des mises en situation (tics verbaux, posture, discours)

CONCLUSION:

Grâce à cette formation, les participants pourront prendre conscience de leurs axes de progrès (apport de la vidéo) et seront en mesure de décoder le fonctionnement de leurs clients.

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 %
sur 2
évaluations
2023

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 ?

Situation de coopération
Situation de compétition
La distance intime
la distance personnelle
La distance sociale

PARTIE 2/La poignée de main

Qu'en déduire
Les différentes inclinaisons de la paume
Les types de poignée de main

PARTIE 3/Les différentes façons de s'asseoir

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

PARTIE 4/ Les différentes formes de bureau

Rectangulaire
Ovale
Rond
Carré
Où s'asseoir en fonction de la forme ?
L'impact de l'assise

PARTIE 5/Que mettre sur le bureau ?

Les supports
Les outils
Le bien-être du client
Les messages FNAIM

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

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

PARTIE 7/La synchronisation

Verbale
Comportementale
Pourquoi ? Comment ? Quoi ?

CONCLUSION:

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

VT120D – RECO OÙ L'ART DE TRAVAILLER LA RECOMMANDATION

OBJECTIFS

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

- Utiliser tout votre environnement pour DOUBLER votre chiffre d'affaire

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, intervient dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

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

Pourquoi a-t-o la gâche client dans la peau

La peur du NON nous empêche d'aller chercher un OUI

Satisfaction du
module 99 % sur 39
évaluations
2023

PROGRAMME

PARTIE 1/Comment bichonner ses clients

Avant
Pendant
Après

PARTIE 2/Les concepts de notation client

Le digital
Le papier à chaud
L'enquête annuelle

PARTIE 3/ L'environnement personnel du commercial

Privé
Ex professionnel
Ses commerçants
Ses partenaires
Ses artisans

PARTIE 4/ Le fichier personnel à 3 ans

Les vendeurs
Les acheteurs
Quand commence le suivi
La stratégie des 3 NON

PARTIE 5/ Le fichier de l'agence

Bailleurs
Copropriétaires
Acheteurs
Vendeurs
Locataires

PARTIE 6/La technique du parrainage

Quel outil choisir
Comment le diffuser
Comment en parler
Quelle somme consacrée

PARTIE 7/L'argumentaire recommandation au téléphone et en face à face

La règle de l'AIDA

CONCLUSION:

Débriefing et bilan d'action
Calage ou égard à l'éthique et 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, Commerciaux, Assistantes

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 97 % sur 20
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, 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 événements 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 23
évaluations
2023

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Managers, commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 6
évaluations
2023

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

VT124D – OSER S’AFFIRMER FACE AUX AUTRES

OBJECTIFS

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

- Vaincre ses peurs et ses angoisses dans la relation avec les autres
- Apprendre à s'aimer et à se respecter

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: charge de l'activité commerciale et managers et chefs d'agence

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques en prompteur écran
- Vidéoprojecteur
- Échanges

Satisfaction du
module 97 % sur 31
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION :

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

Partie 1 / Connaître sa photographie relationnelle

- Découvrir son style assertif
- Mettre en œuvre les clés pratiques d'attitude assertive

Partie 2 / Répondre aux comportements déstabilisants

- Faire face aux comportements de passivité, d'agressivité de manipulation
- Trouver les parades appropriées pour rester assertif

Partie 3 / Exprimer une critique constructive :

- Préparer sa critique avec la méthode DESC
- S'entraîner à la formule de façon assertive

Partie 4 / Gérer les critiques

- Transformer les critiques en information utiles
- Utiliser les outils qui permettent la clarification et la transparence

Partie 5 / Savoir s'affirmer tranquillement dans une relation

- Oser demander et savoir dire non lorsque c'est nécessaire

Partie 6 / Développer la confiance en soi

- Transformer en positif les difficultés
- Neutraliser l'impact des pensées négatives

Partie 7 / Résoudre les conflits

- Repérer les sources de conflits
- S'entraîner à sortir des conflits

Partie 8 / Négocier au quotidien avec réalisme

- Adopter des comportements gagnant-gagnant
- S'entraîner à construire des solutions négociées

conclusion

Comprendre l'énergie positive qui sommeille en chacun.

Se bâtir un programme progressif de confiance en soi.

VT125D - ZERO STRESS 100% ESTIME DE SOI

OBJECTIFS

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

- Appréhender l'origine du stress chez soi afin de mieux le contrôler
- Mettre en place un programme mental et matériel afin d'optimiser la confiance en soi et limiter les phases de stress

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Tous

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 99 % sur 61
évaluations
2021

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Comprendre d'où vient le stress

Phobie angoisse, etc ...

Comprendre pourquoi les gens ne s'aiment pas tels qu'ils sont

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

PARTIE 1 / LES 5 FACTEURS DE STRESS

TRAC/ANXIETE/ANGOISSE/DEPRESSION/BURNOUT

- Le poids sociétal
- La mauvaise organisation
- La volonté de bienfaire

PARTIE 4 / LE POUVOIR DE LA CURIOSITE

- Le rôle de la chance
- Les formules qui changent notre vie
- Comment négocier ZEN

PARTIE 2 / L'IMPORTANCE CERVEAU GAUCHE/DROIT

- Le rôle de la méthode
- Les armes anti-stress
- Les solutions bien être

CONCLUSION

Se bâtir un programme individuel de confiance en soi

La maitrise du succès

PARTIE 3 / LES 5 DIMENSIONS DE L'ESTIME DE SOI

- Pourquoi elle est indispensable
- La mauvaise estime de soi
- Les solutions internes/externes

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.

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants ou remise à niveaux

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, intervient dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 39
évaluations
2023

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 DENouer 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 16
évaluations
2023

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
- L'argumentaire associé
- Les objections et leurs réponses

PARTIE 2 / LE FARMING

- Le rôle des 2 jours clés
- La stratégie parrainage
- L'armée des citoyens
- Le réseau B to B
- L'argumentaire associé
- Les objections et leurs réponses

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

PROGRAMME

Satisfaction du
module 98 % sur 35
évaluations
2023

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.

VT131D- L'ART DE DOUBLER SON C.A AVEC LA DYNAMIQUE FICHIER

OBJECTIFS

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux débutants, confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 95 % sur 97
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : De l'intérêt d'utiliser ces deux niches. La démonstration par les chiffres.

Préambule 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 ?
- Les clients perdus
- Le fichier Copro

Partie 2 / LA TECHNIQUE TELEPHONE

- Les argumentaires téléphoniques
- Les objections et leurs réponses
- Le suivi – les relances

Partie 3 / L'APPROCHE PARRAINAGE

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

Partie 4 / TRAINING – JEUX DE ROLES / SIMULATION / CORRECTION

CONCLUSION

Bilan / Tour de table

VT132D – LA BAGARRE SUR LES PRIX ET LES HONORAIRES, LE NOUVEL ENJEU DANS UN MARCHÉ QUI SE RETOURNE

OBJECTIFS

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

Rentrer des mandats vendables au prix du marché et de justifier le montant des honoraires

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Nouveauté
2023 – Non
évalué

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Les participants sortiront gagnant, si ils apprennent à ne pas négocier.

Les participants doivent apprendre à être rémunéré et respecter à la hauteur de leur expérience et de leur implication.

Partie 1 / La notion de prix

- Pour le vendeur
- Pour l'acheteur qui a le plus peur : client ou conseiller ?
- L'impact psychologique du prix

Partie 2 / La bagarre du prix avec le vendeur

- Le prix affectif / descriptif
- La notion de plus value réelle /
- Les cas particuliers : divorces / successions / mutation
- Le comparateur prix / délais
- L'argus des prix
- L'observatoire marché
- La démo des cycles économiques
- L'utilisation de la revue de presse
- L'acceptation du prix
- Les objections vendeur

Partie 3 / La bagarre du prix face à l'acheteur

- Le vrai prix du bien acheté
- Les 4 axes de justification
- Les 6 critères de lisibilité
- Le verrouillage du financement
- Rendre l'acheteur dépendant
- L'équation gagnante
- L'inversion des jeux de pouvoir
- Les objections acheteurs
- Les 6 règles de conclusion

Partie 4 / La notion d'honoraires

- Comment et quand en parler
- L'outil indispensable : l'iceberg
- Justifier son travail /
- Les objections et leur réponses
- Que faire en cas de blocage

Conclusion : Les grandes idées retenues

VISION 2I CONSEIL BY MIX

V6 OCTOBRE 2023

© VISION 2I

Source: Yann SIMON

POUR TOUT RENSEIGNEMENT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. vision2i@vision2i.fr / 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

VT133D - LES 10 FONDAMENTAUX

OBJECTIFS

- À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant se capable de:
- Comprendre la maîtrise d'un acte de vente en y mettant de l'humain, de la méthode de l'organisation et des outils,
 - Être capable de comprendre pourquoi et comment son approche commerciale doit devenir professionnelle et non approximative

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Nouveauté
2023 – Non
évalué

PROGRAMME

INTRODUCTION: Tour de table et attentes des participants. Rappel de la loi climat et de son impact. Le respect réglementaire (RGPD / discrimination / déontologie / Tracfin

Partie 1 / Avoir un mental d'acier

- La confiance en soi
- La maîtrise des peurs
- Le rôle de la méthode qui professionnalise
- Le rôle des outils qui sécurisent

Partie 2 / Le cobranding ou l'art de se donner de la dimension

- Le look / le discours
- La fiche de présentation
- La vidéo de présentation
- Le rappel des victoires

Partie 3 / Créer un personnage incontournable

- L'usage des réseaux sociaux
- Les témoignages en réels des clients
- Aller au devant des événements locaux

Partie 4 / Surfer sur les résultats

- Le parrainage
- Comment suivre les clients
- La recommandation
- L'approche communautaire

Partie 5 / Éviter les pièges de la vente

- Analyser le besoin explicative / implicative
- Partir du pourquoi je veux changer
- Distinguer le vrai client et faux client
- Avoir quels outils faire une découverte

Partie 6 / Comment présenter une solution

- Prendre des exemples de la vie de tous les jours
- Appliquer l'approche
- Présenter sous la forme d'une équation A+B+C gagnante

Partie 7 / Analyser les peurs du client

- Mettre en avant la dimension humaine
- Prendre appui sur vos réussites
- Apprendre au client à se projeter
- Avoir un dialogue 100% rapport et non coût

Partie 9 / Comment ne pas être bloqué par les objections ?

- Les vraies/ les fausses
- La méthode de hiérarchisation
- L'argumentaire face aux 10 objections principales de circonstance

Partie 10 / L'art de conclure et d'éviter l'annulation

- La méthode de conclusion en 5 étapes
- Comment sécuriser et quoi faire durant la phase de rétractation
- Comment rendre le client ambassadeur

Conclusion :

- Les idées retenues par le groupe
- Que vont-ils appliquer ?
- Les engagements individuels
- La prise de conscience

VT134D – 100% EXCLUSIVITÉ AU PRIX DU MARCHÉ

OBJECTIFS

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

Avoir des arguments percutants pour rentrer plus de mandats exclusifs en faisant la différence sur le savoir faire et le savoir être

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
 module 97 % sur 7
 évaluations
 2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Tour de table et attentes des participants. Rappel de la loi climat et de sa répercussion sur la vente immobilière

Le respect réglementaire (RGPD / discrimination / déontologie / Tracfin

Pourquoi se mettre en conformité ?

Partie 1 / Pourquoi le mandat exclusif doit être la priorité

- Anticiper son CA grâce au mandat exclusif
- Ce qu'il rapporte au vendeur, à l'acquéreur, au commercial
- Être convaincu pour être convaincant

Partie 2 / Dimensionner son rôle et son approche

- Asseoir son autorité et se rendre indispensable
- Les outils qui font la différence : la revue de presse, l'observation du marché, l'argus des ventes, le comparateur services, la communication, les témoignages clients.
- Savoir se vendre soi et faire son pitch de présentation et avoir une approche humaine.

Partie 3 / Les arguments clés pour l'obtenir

- L'obligation de moyens et de résultat
- Le phénomène de rareté et l'attractivité
- Vente à un prix élevé
- L'inversion du rapport de force
- L'implication et la motivation commerciale
- La confiance et le parler vrai

Partie 4 / Le traitement des objections

- Multiplier les agences; augmenter nos chances de vendre

Partie 5 / La « bagarre » sur le prix

- Leviers principaux à actionner pour faire accepter le prix : la motivation, le projet suivant, le marché immobilier, les banques, la plus-value réelle, le tunnel économique.
- Comment amener le vendeur à baisser le prix de lui-même
- Identifier le point de rupture

Partie 6 / Que faire en cas d'échec ?

- Le suivi : fréquence et rythme
- Ce qu'il faut dire et ne pas dire
- Arguments forts pour renégocier statut et prix
- Comment faire accepter une offre
- Enjeux : Cette formation doit permettre aux participants de mettre en place une méthode simple et efficace pour accroître la qualité du portefeuille et à ne plus perdre de temps avec des mandats.

Conclusion :

Cette formation permettra aux équipes d'argumenter le CA et s'assurer une rotation rapide des mandats. Basée sur la logique et le bon sens avec l'humain au centre du débat.

VT135D – COMMENT SE SERVIR D'EXEMPLES DE LA VIE DE TOUS LES JOURS COMME ARGUMENTS COMMERCIAUX

OBJECTIFS

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

Mettre en avant des arguments percutants en s'appuyant sur des exemples et des analogies de la vie quotidienne

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou promoteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 97 % sur 7
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Tour de table et attentes des participants. Rappel de la loi climat et de sa répercussion sur la vente immobilière

Le respect règlementaire (RGPD / discrimination / déontologie / Tracfin

Pourquoi se mettre en conformité ?

Analyse des exemples utilisés au quotidien par les stagiaires

Partie 1 / Coté vendeur

- La médecine pour expliquer la différence entre mandataire, vos confrères, et vous
- L'opérateur téléphonique Orange pour vendre à un prix élevé
- L'autoroute et la départementale : mandat exclusif vs mandat simple
- Le restaurant pour expliquer la différence d'honoraires
- Le monopole pour expliquer le marché
- Le réfrigérateur métaphore du mandat simple
- L'ascenseur pour faire accepter une offre
- L'iceberg pour justifier les honoraires
- Le contrôle technique auto pour démontrer qu'on ne récupère pas tous les travaux réalisés dans le prix de vente
- La voiture d'occasion pour expliquer la perte d'attractivité dans le temps
- Le médecin et son diagnostic pour faire accepter le prix
- Le bijou dans un écrou pour expliquer l'intérêt du mandat exclusif
- Le spécialiste et le généraliste pour expliquer la différence entre audit de valeur et estimation

Partie 2 / Coté acquéreur

- Les options de la voiture pour faire comprendre que la maison rêvée n'existe pas
- Le médecin pour expliquer l'importance de la transparence des propos
- Le couple pour faire accepter les concession
- La côte argus de l'automobile pour démontrer qu'un prix brut ne veut rien dire
- Le boucher pour contrer la mauvaise expérience
- L'escargot pour éviter la course à la visite
- La conviction du client passe par le fait de mettre de l'humain au cœur du dialogue, mais surtout de prendre des exemples simples et concrets de sa VIE de tous les jours

Conclusion :

- Beaucoup de commerciaux restent dans la théorie au lieu d'aller dans la pratique
- Prendre des exemples de la vie et s'appuyer sur une revue de presse va accélérer le processus d'acceptation
- Tour de table des idées retenues
- Engagements individuels
- Plan d'action

VT136D - Comment convaincre l'acheteur d'acheter en période de retournement de marché

OBJECTIFS

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

- Sécuriser l'acquéreur sur la pertinence de l'acquisition dans un marché qui se retourne et d'améliorer les taux de transformation
- Exploiter toutes les ressources Interne et Externe disponibles en agence et via le réseau du conseiller

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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.

Satisfaction du
module 97 % sur 114
évaluations
2023

DURÉE ET MOYENS

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Tour de table et attentes des participants. Rappel de la loi climat et de sa répercussion sur la vente immobilière

Le respect règlementaire (RGPD / discrimination / déontologie / Tracfin

Pourquoi se mettre en conformité ?

Partie 1 / Les fondamentaux de la relation vente

- Comment établir une relation de confiance
- Les attentes du client
- Anticiper les objections : on va négocier, faites un effort sur vos frais, les prix vont baisser, mon banquier me déconseille de le faire
- L'approche client et pas produit

Partie 2 / Les 4 profils d'acheteurs

- Les facilitateurs, les promouvant, les contrôlant, les analysants
- Les comportements adaptés aux profils : action ou réflexion
- Comment s'adapter en fonction des styles
- Comprendre le client permet d'anticiper le « close »

Partie 3 / Comment accélérer le processus d'achat

- La maturité décisionnaire
- Identifier la vraie motivation : SPIS / SONCASE / SFV (Situation future voulue)
- Acquisition = contre partie globale : A+B+C
- Comment traiter le désaccord dans un couple

Partie 4 / Comment sécuriser sur la baisse des prix

- L'achat = investissement patrimonial
- Argumenter sur la plus value
- Les arguments face au risque d'une – value
- Expliquer le marché et le phénomène de cycles

Partie 5 / Le financement

- Comment en parler sans complexe
- Les nouvelles règles imposées par le HCSF
- Le cas de l'achat conditionné par une revente
- Comment réagir si le client ne veut pas parler de son financement ?

Partie 6 / Comment éviter ou traiter

- La course à la visite
- L'intervention d'un tiers
- Un comportement de consommateur
- De perdre son temps avec des « faux » clients
- La demande de réflexion
- La négociation du prix

Conclusion :

- Avec les rejets de , beaucoup d'acheteurs vont hésiter à vendre, sans garantie
- L'enjeu est donc de mettre en place une argumentation sécurisante
- Imposer un vrai parcours d'accompagnement

VT137D – LES DIFFÉRENTES SOURCES POUR TROUVER DES CLIENTS DE QUALITÉS EN ACHAT / VENTE

OBJECTIFS

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

Rentrer plus de mandats en exploitant les sources de conquête et de fidélisation

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 96 % sur 22
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Tour de table et attentes des participants. Rappel de la loi climat et de sa répercussion sur la vente immobilière
Le respect règlementaire (RGPD / discrimination / déontologie / Tracfin
Pourquoi se mettre en conformité ?

Partie 1 / Trouver de nouvelles sources de clients

- A) La phase conquête en prospection / en phoning / en boitage
- B) Les réseaux sociaux
- La pige
- La notoriété
- Les autres sources productives (le rôle des panneaux etc)

Partie 2 / La fidélisation des clients

- A) Fichiers acheteur
- B) Fichiers vendeurs
- C) Fichiers gestion et syndic
- D) Fichiers garants
- E) Fichiers relance des prospects
- Avec quelle méthode, récurrence, outils procéder

Partie 3 / La recommandation

- A) le parrainage et son fonctionnement
- La méthode solidaire et la participation aux œuvres bienveillantes (SNSM, Ligue cancer, autres...)

Partie 4 / Les relations interpersonnelles du conseiller

- Le carnet d'adresses
- Sport
- Loisir
- Ex-travail
- Famille
- Amis
- L'implication de chaque acteur de l'entreprise
- Chaque acteur devient client
- Les passerelles entre services

Conclusion : Cette formation sera nécessaire si les participants apprennent à exploiter toutes les sources et à ne plus gâcher de potentiel.

VT138D – LES GRANDS PRINCIPES À APPLIQUER FACE AUX VENDEURS DANS UN RETOURNEMENT DE MARCHÉ

OBJECTIFS

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

Apporter une vision d'avenir aux vendeurs pour rentrer des mandats au prix du marché dans un marché de récession

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Nouveauté
2023 – Non
évalué

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Cette formation doit permettre aux équipes de constituer un stock de mandats de qualité dans un marché où les vendeurs veulent toutes les garanties d'achat avant de vendre

Partie 1 / Dimensionner son rôle et son approche

- Créer l'effet waouh
- Ce qu'il faut faire avant le RV
- Valider l'implication du vendeur
- Comment le sensibiliser en amont sur le contexte général

Partie 2 / Le RV en mode productif

- Asseoir son autorité
- Comment faire son pitch de présentation
- La fixation des règles du jeu
- Les outils de conviction

Partie 3 / L'implication du client

- Le testing sur sa maturité pour gagner du temps
- Identifier la vraie motivation de la vente : le SPIS / le SONCASE / la SFV
- Comment vérifier la lucidité du vendeur
- La méthode IMPLICATOR

Partie 4 / Conditionner le client sur la valeur ajoutée de l'intermédiaire

- Expliquer le rapport de force
- Le contexte socio économique
- Le tunnel économique
- La politique des banques
- Les tendances du marché avec les cycles économiques
- Le comportement des acheteurs

Partie 5 / Le prix de mise en vente

- Quel prix afficher si on veut vendre dans de bonnes conditions
- L'impact du prix sur le délai de vente
- La plus value réelle / la plus value virtuelle
- L'approche Monopoly
- Arguments si le vendeur conteste le prix
- La valeur financière / la valeur attractive

Partie 6 / Mandat exclusif vs mandat simple

- Pourquoi le mandat exclusif est la meilleure solution
- Les différences entre les 2
- L'autoroute et la départementale pour démontrer le plus de mandat exclusif
- Les idées reçues / les aprioris
- Le mandat exclusif pour sauver le prix

Conclusion : Beaucoup de vendeur n'ont pas compris le retournement de marché. Cette formation sera un succès si les participants comprennent la manière humaine de sécuriser et de convaincre le vendeur quelque peu perdu par l'évolution du marché.

Les idées retenues
Leur plan d'action
Leurs engagements

VT139D – NE PAS LAISSER UN POUCE DE TERRAIN À LA CONCURRENCE POUR UNE PERSONNE CONSTANTE – LES 12 INCONTOURNABLES

OBJECTIFS

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

Rentrer plus de mandat, au travers d'une organisation irréprochable et une présence terrain soutenue

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran

Nouveauté
2023 – Non
évalué

PROGRAMME

INTRODUCTION:

Ce stage doit permettre une prise de conscience sur la nécessité d'une présence terrain régulière.

Le stage doit permettre de mettre en place une stratégie récurrente et des outils et méthodes novateurs.

Rappel de la loi climat et de sa répercussion sur la vente immobilière.

Partie 1 / L'organisation idéale du conseiller

- Le rapport temps/énergie

Partie 2 / La prospection

- Quand / qui / avec quoi
- Les supports efficaces
- L'argumentaire d'entrée en matière

Partie 3 / Le farming

- Définition
- Quand, avec quoi, qui

Partie 4 / Le boitage

- L'aspect réglementaire
- L'opération commandes préparée
- Avec quel support

Partie 5 / Les techniques d'affichage

- Panneau à vendre / vendu
- Merci (« vous avez changé vos vies ? »)
- Efficacité prouvée
- Bâche événement

Partie 6 / Les opérations solidaires

- Ligue contre le cancer
- SNSM
- Chiens aveugles
- Quels supports terrain
- Quand et comment

Partie 7 / La présence auprès des commerçants

- L'immobilier de proximité
- Le B TO B
- Les vidéos reportage
- Les opérations ponctuelles

Partie 8 / Les réseaux d'apporteurs d'affaires

- Les anciens clients
- Les concierges / gardiens
- Les retraites
- Les femmes au foyers
- Les ambassadeurs

Partie 9 / Le travail auprès des entreprises

- Les ½ journées de permanence
- Comment les préparer
- Comment les animer
- Comment les suivre

Partie 10 / Les opérations commando

- Définition
- Quand et comment
- Avec quel support

Partie 11 / L'exploitation du street marketing

- Les actions bus
- Les 4X3
- Les cul de bus

Partie 12 / Les opérations qui surprennent

- Crémaillères
- Pot de départ
- Bilan d'occupation

Exemple de visuels
et de messages

Conclusion : Tour de table et idées retenues. Prise de conscience individuelle, Programme d'application.

VT140D – LA RENÉGOCIATION DU CONTRAT

OBJECTIFS

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

Renégocier le mandat au niveau du statut et au prix pour le transformer en mandat vendable

PUBLIC, PRÉREQUIS

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs confirmés ou débutants

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Nouveauté
2023 – Non
évalué

PROGRAMME

INTRODUCTION:

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

Partie 1 / A quel moment renégocier ?

- Dès la rentrée du mandat : comment ?
- Apparaître comme la référence
- L'importance de l'humain
- Identifier le point de rupture
- La vision de l'avenir et le phénomène des cycles
- Approche socio-économique

Partie 2 / La boîte à outils

- L'observation du marché
- L'argus des ventes
- L'approche Monopoly
- Le support mandat exclusif vs mandat simple
- La revue de presse

Partie 3 / Comment ne pas être en position de demandeur

- Le suivi : quelle fréquence ? Quelle forme ?
- Le compte rendu après une visite
- Discours s'il n'y a pas de visite
- Les bilans à 1 mois, 3 mois et 6 mois

Partie 4 / Le RV de renégociation

- Approche Conseil vs approche commerciale
- La méthode implicator
- Comment s'appuyer sur la motivation (SPIS et SONCAS) et le projet suivant (SFV) pour renégocier
- La valeur financière et la valeur attractive
- L'impact du temps sur le prix
- L'effet nouveauté

Partie 5 / Le traitement sur les objections

- Si je baisse mon prix, vous baissez vos honoraires
- Je préfère continuer à faire jouer la concurrence
- Vous êtes plus cher que les autres
- Pourquoi vous plutôt qu'une autre agence
- Mon bien va finir par se vendre

Conclusion : Le stock mandats est une mine d'or pour développer son CA à constitution de mettre en place une stratégie de renégociation de proximité, Cette formation, pragmatique permettra aux équipes de répondre aux attentes des vendeurs.

Enjeux : Le principal reproche des vendeurs : absence ou manque de suivi commercial, Cette formation doit permettre aux équipes d'établir un lien de proximité pour renégocier plus facilement.



LES PROGRAMMES «CRISE »

VISION 2I CONSEIL BY MIX

19 rue des Rosiers - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 à 10 Maximum:

Public: Managers, Commerciaux,

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du module 100%
7 participants
2023

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 à 10 Maximum:

Public: Managers, Commerciaux,

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 98 % sur 25
évaluations
2023

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.

W008D- LES ARGUMENTS CLES FACE AU VENDEUR en sortie de crise

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

Nombre de participants:

Minimum : 1 à 10 Maximum:

Public: Managers, Commerciaux,

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 97 % sur 19
évaluations
2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 à 10 Maximum:

Public: Managers, Commerciaux,

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

MIXTE : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- échanges

Satisfaction du
module 100 % sur 31
évaluations
2023

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 5 / 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 personnal 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

19 rue des Rosiers - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. vision2i@vision2i.fr / 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Négociateurs débutants ou confirmés

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 99 % sur
41 évaluations
2023

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'égards 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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

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

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 94 % sur
55 évaluations
2023

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,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

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

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, intervient dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
 module 94 % sur
 29 évaluations
 2023

PROGRAMME

INTRODUCTION : Préambule 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, Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

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

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, intervient dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 95 % sur
6 évaluations
2023

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

VG013D – (MDG084) – COMMENT RENTRER DES LOTS DE GESTION DE QUALITE

OBJECTIFS

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

- Comment se structurer afin de conquérir et de fidéliser le portefeuille gestion afin d'œuvrer à la règle essentielle : un bailleur doit avoir 2 lots en gestion chez vous
- Proposer une approche service « sur mesure » et des hommes transparents afin de vous différencier de la concurrence des grands groupes et d'avoir un discours plus proche de vos clients

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Gestionnaire, managers

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction du
module 99,9 %
sur 29
évaluations
2023

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 / Les attentes des propriétaires :

- Qu'est-ce qui a évolué ?
- Les nouvelles exigences
- Le contexte économique et son influence
- L'aspect législatif

PARTIE 2 / Comment conquérir de nouveaux propriétaires

- Les méthodes de conquête
- L'utilisation des ressources internes de l'agence

PARTIE 3 / Comment rentrer un mandat de gestion

- Justifier votre expérience / compétence avec un book de présentation
- Savoir faire un « brief » avec le propriétaire
- Savoir valoriser votre compétence
- Comment justifier vos honoraires ?
- Comment justifier le montant du loyer ?

PARTIE 4 / La mise en place des outils marketing différentiels :

- L'observatoire marché
- L'argus locatif
- La carte privilège
- Le club client
- Le dossier « bien vivre sa location »
- Le dossier entretien périodique
- Le pack transparence, etc.

PARTIE 5 / Comment fidéliser les propriétaires :

- Une offre de service et la carte
- Une tarification préférentielle
- Un suivi personnalisé

PARTIE 6 / Le pack assistance

- Comment proposer une offre de service complète
- Comment anticiper les incidents
- Comment gérer les incidents

PARTIE 7 / Savoir contourner les objections principales :

- Les objections classiques
- Les argumentaires « clés » de réponse

PARTIE 8 / Proposer des contrats à la carte

- Packs bronze / argent / or
- Les garanties indispensables

Conclusion : qui va faire quoi et comment

LE POINT DE VUE DE YANN SIMON:

En transformant une activité « administrative » en véritable outils commercial, nous dépoussiérons les mentalités et les automatismes.



LES PROGRAMMES NON-DISCRIMINATION A L'ACCES AU LOGEMENT

VISION 2I CONSEIL BY MIX

19 rue des Rosiers - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

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



DD001- LA NON-DISCRIMINATION A L'ACCES AU LOGEMENT & LA DEONTOLOGIE

Satisfaction du
module 100 % sur 9
évaluations
2023

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

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers, et négociateurs

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

OBJECTIFS

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

- Respecter la législation sur la non-discrimination à l'accès au logement afin de ne pas être frappé par des litiges
- Respecter la législation sur la déontologie afin de prouver votre implication

DURÉE ET MOYENS

MIXTE : en présentiel : à distance

Durée: ½ journée, 4 heures dont

2h de déontologie et 2h de non-discrimination à l'accès au logement

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéo projecteur ou prompteur écran
- Échanges

Le Programme

Le décret du 14 octobre 2020

A/ Définition de la discrimination

- Les différents critères
- Les ambiguïtés

B/ Les tests de situation

- Les exemples de discrimination
- Les populations concernées

C/ Les différentes formes

- La discrimination directe
- La discrimination indirecte
- Le harcèlement

D/ Pratiques et arguments face à une demande discriminatoire

E/ Les reparties face aux provocations

F/ Les objections et leurs réponses

- Bailleurs
- Locataires

G/ Les cas pratiques

H/ Les clauses à inscrire dans le mandat

I/ La déontologie

- Comment la respecter
- Comment en parler
- Comment communiquer

DÉBAT ET SYNTHÈSE



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

Satisfaction du
module 97 % sur
136 évaluations
2023

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

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.

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Commerciaux, managers, et négociateurs

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte: en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

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 autres 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 21 CONSEIL BY MIX

V6 OCTOBRE 2023

© VISION 21

Source: Yann SIMON

POUR TOUT RENSEIGNEMENT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. vision21@vision21.fr / www.vision21.fr

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

Ce document est la propriété de V21. Toute reproduction est interdite



LES PROGRAMMES DIGITAL

VISION 2I CONSEIL BY MIX

19 rue des Rosiers - 44700 ORVAULT

Tél. 02 40 94 70 48 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr

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

VD004D (MDG181) – LA PUBLICITE ET LA COMMUNICATION GLOBALE EN AGENCE

OBJECTIFS

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

- Rentabiliser son investissement
- Renforcer l'image de marque et Prendre une longueur d'avance, innover
- Optimiser les contacts

PUBLIC, PRÉREQUIS,

Nombre de participants:

Minimum : 1 Maximum: 20

Public: Chefs d'agence, négociateurs

Prérequis: aucun

APTITUDES ET COMPETENCES DU FORMATEUR

Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic...) depuis plus de 20 ans,

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

Mixte : en présentiel / à distance

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

Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur ou prompteur écran
- Échanges

Satisfaction
du module
non évalué
2022-2023

PROGRAMME

INTRODUCTION :

Quel budget / quelle stratégie ?

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

PARTIE 1 / L'idée générale de la communication

PARTIE 2 / L'approche benchmarking, savoir se démarquer

PARTIE 3 / Les nouveaux concepts du « parler vrai »

PARTIE 4 / Savoir agencer et faire vivre sa vitrine

PARTIE 5 / Savoir agencer les locaux d'accueil et de réception

PARTIE 6/ Savoir rédiger une bonne publicité, choisir les bons mots

PARTIE 7/ Savoir mettre en valeur une publicité sur un support

PARTIE 8 / Construire une plaquette

PARTIE 9 / Savoir rédiger un mailing efficace

PARTIE 10 / Savoir rédiger les sélections prestiges/patrimoines

PARTIE 11 / Savoir créer son propre journal

PARTIE 12 / Les outils de communication innovants

PARTIE 13 / Construire les supports « plus »

Le dossier de mise en valeur produit

Le dossier bien vivre son achat

Le dossier pratique « et si on vous disait tout », etc.

PARTIE 14 / Construire les outils de prospection et de Boîlage

PARTIE 15 / Les bornes interactives

PARTIE 16 / Se servir d'un PC pour communiquer

PARTIE 17 / L'utilisation des écrans LED :

- La vidéo des biens
- La vidéo de l'entreprise
- La vidéo des clients

PARTIE 18 / L'affichage des satisfactions clients en vidéo / visio

- L'utilisation « opinion système »
- La banque satisfaction avec les 3 touches S / MS / PS
- L'affichage des statistiques du marché

PARTIE 20 / Le digital et le plan à 3 ans :

- Les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn...)
- Les newsletters électroniques
- Le Mag d'annonces électroniques
- Les ventes privées
- Les vidéos d'entreprises
- Les vidéos produits

CONCLUSION

Beaucoup trop d'agences négligent l'impact de la communication sur l'image et le chiffre d'affaires.

Quel budget consacrer et comment le répartir

LES APPORTS DU STAGE : Nous leur donnons là les moyens de se positionner comme des acteurs dynamiques de l'immobilier, en prenant une longueur d'avance sur la concurrence.

© VISION 2i