

Immobilier

LES CLES ORGANISATIONNELLES ET COMMERCIALES DE L'AGENT IMMOBILIER PERFORMANT



En résumé

La formation continue des agents immobiliers ou autres professionnels relevant de la loi Hoguet a pour objectif la mise à jour et le perfectionnement des connaissances et des compétences nécessaires à l'exercice de la profession



Objectifs

A l'issue de ces modules, vous serez en capacité de :

- conscientiser l'enjeu du commerce, prendre du recul sur sa propre démarche, faire son auto-critique pour s'améliorer
- réviser les fondamentaux de la préparation marketing de l'activité tant au niveau de sa propre personne en tant que marque
- apprendre à utiliser les codes organisationnels et techniques commerciales gagnantes pour viser la réussite.



Programme

INTRODUCTION : définitions du commerce, de la vente et topo sur le marché immobilier actuel

PARTIE 1 : Auto-critique et correctifs décidés

- Prise de recul sur son activité, ses objectifs et ambitions, sa posture

PARTIE 2 : L'enjeu du branding personnel

- Comprendre que ce que présente un professionnel de l'immobilier en premier lieu est sa propre image comme marque de son service
- Identifier les outils permettant de définir sa proposition de valeur

PARTIE 3 : L'auto-coaching

- Les 6 règles qui permettent de mettre toutes les chances de son côté

Durée

1 jour(s) / 7 heure(s)

Effectif

De 3 à 8 stagiaires

Tarif

300 € NET

Pour qui ?

Les titulaires de la carte professionnelle mentionnée à l'article 1er du décret du 20 juillet 1972 ou lorsqu'il s'agit de personnes morales, leur représentant légal et statutaire. Les personnes mentionnées au dernier alinéa de l'article 3 de la loi du 2 janvier 1970 qui assurent la direction d'un établissement, d'une succursale, d'une agence ou d'un bureau. Les personnes, salariées ou non, habilitées par le titulaire de la carte professionnelle à négocier, s'entremettre ou s'engager pour le compte de ce dernier.

Prérequis

Une expérience dans le domaine de l'immobilier est souhaitée.

Code RNCP / RS

NA

Référence

pour faire de soi un champion

PARTIE 4 : L'indiscutable nécessité de développer et entretenir son propre réseau pour gagner sur la prospection

- Les différentes typologies de réseaux qui ne sont pas ceux du réseau pour lequel on travaille et qu'on n'a pas forcément utilisés
- La fabrication de pitchs associés à chaque réseau

PARTIE 5 : Les préalables à la vente

- Les formes de prospection
- La prise de mandat dans toutes ses étapes
- Le traitement des objections à la prise de mandat

PARTIE 6 : Techniques commerciales et astuces

- La fixation d'objectifs
- La préparation d'une vente, le brisage de glace
- Les questions comme armes de persuasion massive
- Le traitement d'objections, le closing



Méthodes pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et de cas pratiques

Moyens techniques

Le stagiaire devra être équipé d'un ordinateur muni d'une webcam et d'un micro / haut-parleurs. Connexion internet haut débit.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations ... qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation



Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.

Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.



Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.