

Immobilier

PROSPECTION IMMOBILIERE : LES CLES DU SUCCES



En résumé

Dans un marché immobilier concurrentiel, la prospection constitue un levier essentiel pour développer son portefeuille de clients et obtenir de nouveaux mandats. Elle nécessite une stratégie structurée, une bonne connaissance de son secteur et l'utilisation de méthodes adaptées à chaque cible.

Cette formation permet de construire un plan de prospection immobilière efficace et de maîtriser les principaux canaux d'acquisition : prospection terrain, pige immobilière, téléphone, supports imprimés, emailing, réseaux sociaux et recommandations.

Grâce à des mises en situation et à des exercices pratiques, les participants apprendront à adopter une démarche commerciale convaincante, à organiser leur fichier de prospects et à mesurer la rentabilité de leurs actions. Ils pourront ainsi ajuster leur stratégie et développer durablement leur notoriété locale.

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.

Durée

1 jour(s) / 7 heure(s)

Effectif

De 3 à 8 stagiaires

Tarif

300 € NET

Code RNCP / RS

NA

Référence

IMM - 003

À qui s'adresse la formation ?

Public

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.

Connexion internet haut débit – Le stagiaire devra être équipé d'un ordinateur muni d'une webcam et de haut-parleurs – Aisance avec les outils du numérique



Objectifs

A l'issue de la formation, vous serez en capacité de :



Programme

- Analyser son secteur géographique et son marché local
- Définir son client idéal
- Élaborer son plan de prospection

Les supports de prospection : cartes de visite, prospectus et publipostage

- Concevoir une carte de visite professionnelle
- Créer un prospectus ou un flyer immobilier
- Utiliser le publipostage, le courrier et l'emailing

La prospection terrain : porte-à-porte et boîtage

- Préparer et réaliser une opération de porte-à-porte
- Organiser une campagne de boîtage
- Mise en situation : simulation d'un porte-à-porte sous forme de jeu de rôle

La prospection téléphonique : annuaire et pige immobilière

- Prospecter à partir d'un annuaire
- Réaliser une pige immobilière
- Utiliser les techniques de communication et de persuasion au téléphone
- Mise en situation : simulation d'appels de pige immobilière

Développer son réseau et sa notoriété

- Mobiliser le bouche-à-oreille et son réseau personnel
- Mettre en place une stratégie de parrainage
- Utiliser les réseaux sociaux comme levier de prospection
- Développer sa notoriété locale et sa marque personnelle

Collecter les informations et gérer ses fichiers

- Organiser la collecte des informations sur les prospects
- Structurer son fichier clients et prospects
- Exploiter et mettre à jour les données collectées

Mesurer le coût et la rentabilité de sa prospection

- Mesurer l'efficacité de chaque canal de prospection
- Calculer les taux de retour et de transformation
- Évaluer le coût des actions de prospection
- Optimiser sa stratégie en fonction des résultats obtenus



Méthodes pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.

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.



Évaluation

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

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