

# La stratégie commerciale et la relation client en immobilier (7 heures)

## OBJECTIFS

- Diversifier et optimiser sa prospection pour la rendre plus efficace et plus ludique
- Apprendre à construire un argumentaire varié
- Connaître les conditions de mise en œuvre pour optimiser ses retours de visite

## INFORMATIONS

**Public :** Formation ouverte à tous

**Prérequis :** Aucun

**Durée :** 7 heures

## FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO.

START LEARNING identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

## MOYENS

### Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Étude de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Plateforme LMS
- Vidéo animée par un formateur qualifié
- Bloc-notes, assistance
- Messagerie formateur

### Méthodes d'évaluation :

- QCM d'évaluation

## CONTACT

Tél : 09 80 80 18 60

Email : [contact@start-learning.fr](mailto:contact@start-learning.fr)

[www.start-learning.fr](http://www.start-learning.fr)

NDA : 32 60 03216 60

## Module 1 : Objectif prospection et communication

# 7 Heures

### Séquence 1 : Définir et décliner sa prospection commerciale en plan d'actions opérationnelles

- ▶ La sectorisation : connaître son secteur et son environnement
- ▶ L'importance de l'étude de potentialité et de l'étude de marché
- ▶ Définir et piloter son secteur / Organiser une veille de prospection
- ▶ Identifier les immeubles pouvant être loués ou vendus
- ▶ Appréhender la périodicité du marché
- ▶ Définir des objectifs propres à son agence
- ▶ Analyser son environnement (marché, concurrence, typologies des biens, socio-styles vendeurs-acquéreurs, etc.)
- ▶ La liste des tâches
- ▶ Les actions commerciales et interventions au profit du vendeur / acquéreur

### Séquence 2 : Organiser ses démarches et s'approprier une méthode de prospection adaptée

- ▶ Organiser son agenda et son planning de prospection
- ▶ Créer, organiser, renseigner ses fichiers clients
- ▶ Organiser ses données
- ▶ Gagner du temps de travail
- ▶ Préparer sa démarche commerciale au téléphone et en face-à-face
- ▶ L'organisation de la prospection
- ▶ Les différentes méthodes de prospection physique et leurs rendements : porte-à-porte, phoning, pige, mailings, flyers, ambassadeurs, anciens clients, actions de marketing local, etc.
- ▶ Optimiser son relationnel et sa prospection physique (porte-à-porte)
- ▶ La pige téléphonique
- ▶ Développer une approche digitale
- ▶ Valorisation de l'agence

## Certification

**Qualiopi**  
processus certifié

## Financements

**MON COMPTE FORMATION** **OPCO** **pôle emploi**

## Nous suivre



Formations accessibles aux personnes en situation de handicap, merci de nous contacter.