

**DURÉE :** 1 journée (7 heures)

**FORMAT :** Visio-conférence

**PUBLIC :** Professionnels de l'immobilier

**APPROCHE PÉDAGOGIQUE :**

- Diffusion et partage de connaissances basées sur un support de formation
- Exposé et échanges interactifs avec les participants
- Retour d'expériences et échanges sur mises en applications concrètes

**EVALUATION :** Contrôle continu,  
Cas pratiques

**RECONNAISSANCE :**

Loi ALUR – Renouvellement de carte T

**LIENS :**

Module 2 du parcours Métier Transaction  
Immobilière

**CONTROLE DE PRESENCE :**

- Emargement distanciel

## OBJECTIFS

- Etablir un plan de prospection, destiné à alimenter le stock de biens à louer, à vendre ou à gérer, et piloter l'équipe commerciale en vue d'augmenter les rentrées de mandats
- Mettre en œuvre les méthodes et techniques de prospection pour développer l'activité commerciale
- Piloter l'équipe commerciale en vue d'augmenter les rentrées de mandats

## CONTENU DE LA FORMATION

### 1- L'organisation de la prospection

- a. Déterminer sa zone de prospection
- b. La gestion de son temps de prospection
- c. Les fiches de suivi
- d. Les bons ratios

### 2- Les méthodes d'une prospection efficace et dynamique

- a. La prospection téléphonique
- b. Les panneaux et la vitrine
- c. Le relationnel, sa mise en place et pourquoi est-ce indispensable de se
- d. Constituer un réseau
- e. La pige, l'organiser efficacement et gérer « agence s'abstenir »
- f. Le porte à porte, ou comment « se faire ouvrir les portes »
- g. Les mailings, rédaction et ciblage pour de bonnes retombées
- h. La commercialisation et le digital

### 3- Argumentaire et organisation pour une efficacité optimale

- a. Le traitement des objections, acquérir des réparties « déclics »
- b. Mise en place dans l'agenda d'une semaine type de prospection