

Durée : 2 jours.

Public :

Conseillers locations en agence immobilière. Dernière MAJ : Avril 2024

Objectifs :

Structurer et organiser sa prospection pour aller chercher de nouveaux mandats. Réaliser des actions commerciales ciblées, suivies et quantifiables.

Pré-requis :

Avoir une connaissance dans le secteur immobilier.

Méthodes :

Alternance d'apports théoriques et mises en situation, formation opérationnelle illustrée par de nombreux exemples issus de cas concrets, du terrain. Intégration des propositions émises par les équipes lors des journées gestions locatives pour transformer les idées en actions.

Évaluation :

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Dernière MAJ : Avril 2024

Identifier et mettre en place les différents types de plan d'action pour prospecter efficacement

Définir son besoin et les objectifs de l'agence?

Pourquoi mettre en place un plan d'action?

Structurer son approche et bâtir sa stratégie ?

Comprendre les mécanismes entrants / sortants des mandats et le besoin de renouvellement?

Planifier, lancer et contrôler des actions

Organiser son temps et définir une plage horaire pour prospecter ?

Intégrer l'action sur le moment le plus efficace de la journée?

Définir les priorités et méthodes de communication?

Le mode de communication adapté : téléphone, web, réseaux sociaux, mailing ?

Dresser une liste de partenaires / apporteurs affaires potentiels ?

Mettre en œuvre un tableau de bord de cibles / fréquences ?

Tableaux de bord de suivi?

Respect des étapes et des délais

Développer sa prospection en mode storytelling

Les enjeux, fonctions et avantages du Storytelling?

Les ingrédients nécessaires à l'élaboration d'une bonne histoire ?

Enrichir ses capacités d'expression

Prendre conscience de sa présence et de son territoire?

Développer aisance, présence et créativité?

Créer un réel courant de sympathie et de complicité avec son interlocuteur, tout en restant naturel et sincère?

Les 3 C : Contrôle, Communication, Convivialité?

Créer son histoire à raconter pour convaincre de prendre le mandat

Utiliser le récit dans votre stratégie de communication

Identifier des thèmes porteurs dans les objectifs fixés

Utiliser les lois de proximité pour être en phase ?

Choisir le bon thème et le bon angle de narration

Elaborer le pitch et le storyboard de son histoire

S'adapter pour convaincre

Identifier les attitudes de son interlocuteur pour être force de

proposition et de dynamisation?

Adapter son style de communication aux réactions?

Argumenter et rebondir spontanément sur un événement imprévu?

Équilibrer sa communication entre action et écoute?

Réguler les situations contradictoires?

Acter et formaliser l'engagement du nouveau mandat ?

Se féliciter !