



## PROGRAMME DE FORMATION EN PRESENTIEL

### Prospecter les vendeurs quand on est un ADB

<b>PUBLIC VISE</b>	Négociateur et Agents Commerciaux Immobiliers <u>rattachés à un administrateur de biens immobiliers.</u> Niveaux juniors ou intermédiaires.
<b>PRE REQUIS</b>	Aucun
<b>OBJECTIFS</b>	Être capable de conquérir des vendeurs à partir des fichiers clients internes à l'agence Savoir développer la notoriété de l'agence et la prescription sur les sites des résidences gérées Savoir traiter les objections les plus fréquentes en prospection
<b>DUREE</b>	14 heures sur 2 jours
<b>CONTENU</b>	<p><b>I – Introduction à la prospection en transaction immobilière</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Les enjeux / Le marché</li><li>○ Auto-diagnostic</li><li>○ Les difficultés</li><li>○ Les attentes et les freins des vendeurs</li><li>○ Les erreurs fréquentes des négociateurs immobiliers</li><li>○ Les piliers incontournables du succès en prospection</li><li>○ Comment se fixer des objectifs de prospection atteignables ?</li></ul> <p><b>II - Conquérir de nouveaux vendeurs à partir des fichiers clients de l'agence</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Quels fichiers pour quels objectifs ?<ul style="list-style-type: none"><li>○ RGPD / BLOCTEL</li><li>○ Les copropriétaires</li><li>○ Les bailleurs</li><li>○ Les vendeurs &amp; acquéreurs</li><li>○ Les estimations</li><li>○ Les locataires</li></ul></li><li>● Diversifier les moyens de communication<ul style="list-style-type: none"><li>○ L'impact des médias sur le message</li><li>○ Les messages encartés</li><li>○ L'affichage</li><li>○ Les relais</li><li>○ Les prospectus et le boitage</li><li>○ Les mailings adressés</li><li>○ Les e-mailings et les outils de suivi</li><li>○ L'extranet copropriété</li><li>○ Le phoning</li><li>○ La présence physique</li></ul></li><li>● Rédiger un mailing, un tract ou script de prospection téléphonique performant<ul style="list-style-type: none"><li>○ Les 5 règles d'or</li><li>○ La méthode A.I.D.A.</li><li>○ Cas pratiques</li></ul></li><li>● Préparer et planifier les actions de communication<ul style="list-style-type: none"><li>○ Le calendrier de prospection agence</li><li>○ L'agenda de prospection individuel</li></ul></li></ul> <p><b>III – Développer la notoriété et la prescription sur des quartiers ciblés autour des résidences gérées</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Devenir un expert local<ul style="list-style-type: none"><li>○ La technique de l'escargot</li><li>○ La matrice de zone</li></ul></li><li>● Les cibles de prospection<ul style="list-style-type: none"><li>○ Nos cœurs de cible d'acquéreurs et de vendeurs</li><li>○ Où les trouver ?</li></ul></li></ul>

.../...

- Développer la prescription
  - Le boitage et le porte à porte
  - Les réseaux locaux de prescripteurs
  - Les réseaux business
  - Les réseaux sociaux
- Le phoning de vendeurs sur des biens ciblés
  - La méthode LU-VU-TU couplée à la méthode A.I.D.A.
  - Cas pratique

#### IV – Faire face aux objections en prospection

- Introduction au traitement des objections
  - Les fondements de l'objection
  - Les principales erreurs à éviter
- Établir son catalogue d'objections
  - Recensement de toutes les objections du vendeur
  - Chercher et trouver l'objection derrière l'objection
  - Faire une ébauche de son propre catalogue d'objections et de réponses adaptées
- Traiter n'importe quelle objection avec méthode
  - Adoption de la technique A.C.I.P.A.C.
  - Les différentes phases à la loupe
  - Cas pratiques

#### V – Quiz et évaluation de la formation

**MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES** Présentation orale ouverte aux questions des stagiaires. Projection d'un diaporama pour visualiser les apports théoriques et suivre le fil conducteur Alternance d'apports théoriques et de phases de mise en pratique. Remise d'un support numérique à l'issue de la formation à chaque stagiaire, synthétisant les apports théoriques de la formation.

**INTERVENANT(E)S** Sophie GAUTIER est coach professionnel (coaching individuel – team building – coaching d'organisation) et formatrice. Elle est diplômée de Grenoble Ecole de Management, certifiée Coach & Team® et certifiée Arc-En-Ciel Disc®. Elle bénéficie de plus de 20 ans d'expérience professionnelle en management, développement commercial et marketing, en agences de communication puis en agence immobilière. Elle est fondatrice et gérante de la société OMYO

**MODALITES D'EVALUATION** Fiche de présence à émarger par demi-journées de formation. Feedbacks du formateur et du groupe lors des phases de mise en pratique. Quiz permettant de valider les principaux apports théoriques à l'issue de la formation. Questionnaire de satisfaction en fin de formation sur le déroulement de l'action et les acquis de la formation.

**SANCTION** Remise d'une attestation individuelle de fin de formation à l'issue de l'action.

**ORGANISATION DE LA FORMATION**  
**Formation** : présentielle et intra entreprise  
**Dates, lieu et horaires** : selon convention  
**Tarif** : selon devis et/ou tarif en vigueur sur le site <https://omyo.fr>  
**Nombre de personnes minimum et maximum** : 5 à 10 participants maximum  
**Modalité et délai d'accès** : L'accès en formation est conditionné par le versement d'un acompte par l'entreprise. Inscription minimum 2 mois avant le début de la formation pour les demandes de prise en charge par les organismes financeurs.  
**Accès aux personnes porteuses de handicaps** (nous prévenir au moins 3 semaines avant le début de la session) :
 

- Accessibilité de la salle de formation aux personnes à mobilité réduite, organisée dans l'entreprise, selon le besoin
- Adaptations possibles en fonction du type de handicap

**CONTACTS STAGIAIRES** OMYO – B36 – 41 rue de Cugnaux – 31300 Toulouse  
 Sophie Gautier – [sophie.gautier@omyo.fr](mailto:sophie.gautier@omyo.fr) - 06 63 08 09 40

## DEROULE PEDAGOGIQUE

### Prospecter les vendeurs quand on est un ADB

#### JOUR 1

Séquence	Durée	Objectifs	Contenu	Méthodes	Matériel
ACCUEIL	0h10	Inclusion -recueil des attentes	Présentation des participants	Tour de « table »	Néant
I – Introduction à la prospection en transaction immobilière	1h	Comprendre les enjeux, les erreurs et les clés de succès de la prospection	Les enjeux / Le marché Auto-diagnostic Les difficultés Les attentes et les freins des vendeurs Les erreurs fréquentes des négociateurs immobiliers Les piliers incontournables du succès en prospection Comment se fixer des objectifs de prospection atteignables ?	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses	
II - Conquérir de nouveaux vendeurs à partir des fichiers clients de l'agence	1h	Savoir utiliser les fichiers à bon escient	RGPD / BLOCTEL Les copropriétaires Les bailleurs Les vendeurs & acquéreurs Les estimations Les locataires	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses	PowerPoint
	1h20	Diversifier les moyens de communication	L'impact des médias sur le message Les messages encartés L'affichage Les relais Les prospectus et le boitage Les mailings adressés Les e-mailings et les outils de suivi L'extranet copropriété Le phoning La présence physique	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses	
	2h30	Savoir rédiger un mailing, un tract ou script de prospection téléphonique performant	Les 5 règles d'or La méthode A.I.D.A. Cas pratiques	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses Travaux en sous-groupes Debrief	
	1h	Savoir organiser ses actions de prospection	Préparer et planifier les actions de communication Le calendrier de prospection agence L'agenda de prospection individuel	Travaux en sous-groupes Debrief	

.../...

## JOUR 2

Séquence	Durée	Objectifs	Contenu	Méthodes	Matériel
III – Développer la notoriété et la prescription sur des quartiers ciblés autour des résidences gérées	0h30	Devenir un expert local	La technique de l'escargot La matrice de zone	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses Travaux en sous groupes Debrief	PowerPoint
	0h30	Connaitre ses cibles de prospection	Nos cœurs de cible d'acquéreurs et de vendeurs Où les trouver ?	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses Travaux en sous groupes Debrief	
	0h30	Savoir développer la prescription	Le boitage et le porte à porte Les réseaux locaux de prescripteurs Les réseaux business Les réseaux sociaux	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses	
	2h	Savoir contacter des vendeurs en PAP sur des biens ciblés	La méthode LU-VU-TU couplée à la méthode A.I.D.A. Cas pratique	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses Travaux en sous groupes Debrief Jeux de rôles	
IV – Faire face aux objections en prospection	0h40	Comprendre le mécanisme de l'objection pour le vendeur	Introduction au traitement des objections Les fondements de l'objection Les principales erreurs à éviter	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses	
	1h	Établir son catalogue d'objections	Recensement de toutes les objections du vendeur Chercher et trouver l'objection derrière l'objection Faire une ébauche de son propre catalogue d'objections et de réponses adaptées	Travaux en sous groupes Debrief	
	1h30	Traiter n'importe quelle objection avec méthode	Adoption de la technique A.C.I.P.A.C. Les différentes phases à la loupe Cas pratiques	Présentation Echanges sous forme de questions-réponses Travaux en sous groupes Jeux de rôles Debrief	
EVALUATION DES ACQUIS THEORIQUE	0h10	Auto-évaluation des acquis	Quiz	En ligne	Ordinateur, tablette ou smartphone
EVALUATION DE LA FORMATION	0h10	Evaluer la satisfaction à chaud du stagiaire	Questionnaire d'évaluation à chaud	Questionnaire	