

## DEVELOPPEMENT D'UN PORTEFEUILLE D'ADMINISTRATION DE BIENS

### Objectifs :

Développer son portefeuille et valoriser son entreprise.

### Niveau & Public

Administrateurs de biens et collaborateurs directement concernés par le développement de cette activité, débutants ou confirmés.

### Modalités de participation :

Durée : 2 x 1 jour à 1 mois d'intervalle.

Moyens pédagogiques :

- Supports pédagogiques
- Fiche d'appréciation
- Fiche d'engagements et de suivi
- Vidéo projecteur
- Paper board

### Programme (9h00 – 18h00)

#### JOUR 1 :

##### 1. L'étude de marché :

- La connaissance du marché local
- La nécessité de connaître son marché
- Les sources d'informations
- Les chiffres clés du parc immobilier

##### 2. L'étude de la concurrence :

- Bien connaître les intervenants sur le marché, c'est pouvoir ensuite mettre en œuvre une politique commerciale adaptée :
  - Les sources d'informations
  - Les chiffres clés

##### 3. Cas pratique - Étude de marché et de la concurrence d'une ville type :

- Analyse du marché
- Analyse des parts de marchés des concurrents
- Évaluation de la concurrence (points forts, points faibles, politique tarifaire)

##### 4. La présentation de l'offre de services :

- Étude comparative d'un service professionnel avec un service individuel ou bénévole
- Présentation des services et des prix en fonction de l'attente des clients
- Présentation et valorisation d'un service professionnel
- Constitution d'un book de présentation

#### JOUR 2 :

##### 1. Le développement :

- La définition de cibles, critères de sélection
- Les synergies inter-activités : comment utiliser une activité de l'entreprise pour développer ses autres activités (transaction, gestion et syndic)
- Le marketing direct :
  - Constitution d'un fichier exploitable
  - Règles de communication
  - Le mailing
  - Le téléphone

##### 2. La valorisation et l'analyse des portefeuilles existants :

- Copropriété
- Gestion locative
- Quels ratios, pour quelle analyse ?
- Les actions de revalorisation du portefeuille

##### 3. La mise en place d'un plan marketing :

- La définition d'objectifs :
  - Copropriété
  - Gestion locative
- La définition des actions à entreprendre :
  - À court terme
  - À long terme
  - La planification

### Le point de vue de Yann SIMON :

Trop d'Agents Immobiliers sous estiment le potentiel d'un portefeuille ADB. Nous leur apprenons à le développer sur un axe de multi compétences et de qualité de service.

Il s'agit de rendre plus commercial ce service, en lui inculquant des automatismes commerciaux.