

## Comment faire de son agence un centre de profit « Piloté »

### Objectifs :

Acquérir les méthodes et apprécier les étapes à respecter pour inscrire son agence dans une stratégie de prise de parts de marché. Disposer des outils et des indicateurs favorisant le contrôle et l'amélioration des performances de l'équipe.

### Enjeux :

Premier(e) interface entre les clients et l'entreprise, l'assistant(e) commerciale facilite les relations et contribue à la réalisation des ventes.

### Niveau & Public

Créateurs d'agence ou administrateurs de biens souhaitant développer la transaction.

### Modalités de participation :

Durée : 2 jours + 1 jour

Moyens pédagogiques :

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

### Programme (9h00 – 18h00)

#### LE MARCHE IMMOBILIER ANCIEN :

1. Évolution du marché de l'immobilier ancien en France
2. Les intervenants sur le marché ancien :
  - Les agences immobilières
  - Les autres intervenants
  - L'organisation de la profession
  - Le marché détenu par les professionnels
  - les attentes de la clientèle

#### LES CLEFS DU DEVELOPPEMENT D'UNE AGENCE IMMOBILIERE :

1. D'où viennent les bénéfices importants ?
2. Comment bâtir une stratégie de développement ?
  - Les étapes à observer
  - L'étude de marché
  - Les objectifs à viser
  - Les moyens à mettre en oeuvre
  - L'élaboration d'un Business Plan
  - Les chiffres clés de gestion d'une agence
3. Comment manager ?
  - Organiser
  - Recruter
  - Former
  - Contrôler
4. Le recrutement
  - Pourquoi recruter ?
  - Les obstacles au recrutement
  - Comment organiser un recrutement efficace ?
  - Comment limiter le turn over en pérennisant le fond de commerce de l'agence ?
5. Formations, animations de l'équipe commerciale :
  - Les grands principes pédagogiques
  - l'accompagnement terrain
  - Le suivi individuel des collaborateurs
  - Les formations à préconiser
  - La motivation des équipes commerciales
6. La gestion de l'équipe :
  - La production à attendre d'un collaborateur en formation
  - Les tableaux de bord à mettre en place
7. Bâtir une stratégie de prise de part de marché :
  - Le pilotage d'une équipe commerciale
  - Deux principes essentiels : « pas de confiance sans contrôle », « seule une performance mesurée s'améliore »
8. Comment organiser une communication efficace sur le secteur ? :
  - L'organisation de la prospection
  - Les outils de prospection
  - Le marketing personnel du négociateur
  - Le manuel de présentation des services
  - Élaboration d'un plan marketing
9. Comment bâtir un schéma d'organisation commerciale ?
  - Business Plan
  - Qui fait quoi ?
  - Organisation matérielle des locaux (conseils, erreurs à éviter)