



L'Observatoire de l'Immobilier®

Cycle séminaires de formation continue

NEGOCIATIONS IMMOBILIERES

- Mars 2025 -

Intervenant : Thibault de la Raîtrie

Séquence 1: Conquérir des parts de marché par le développement quantitatif et qualitatif de l'offre de biens.

Les principes de base :

- Le positionnement du transactionnaire : processus usuel/processus qualitatif.
- Les chiffres du marché immobilier.
- L'expérience de Stockholm.

◇ 1^{er} volet du développement de l'offre: Rechercher l'information et créer le contact vendeur.

- Les 13 axes de travail du négociateur.
 - La Zone d'Investigation Privilégiée (ZIP).
 - La prospection directe en VAV.
 - Le panneautage (2 + 2)
 - La pige téléphonique.
 - Le boitage (5).
 - La ressource acquéreurs.
 - L'opération Portes Ouvertes.
 - Les prescripteurs.
 - Le repêchage des mandats « vendus ».
 - Le parrainage.
 - La veille & le réveil de vos anciens clients acquéreurs.
 - Les modules Obs 974 sur les réseaux sociaux.
 - La règle des 3 S.
- Les objections du vendeur à la prise de RDV et leur traitement.
 - Les différents types d'objection.
 - Les principes du traitement.
 - Traitement pratique des objections récurrentes.
 - Mise en situation des participants.

◇ 2^{ème} volet du développement de l'offre : La négociation qualitative de chaque mandat.

- Les outils de la négociation :
 - Le book agence.
 - Le livret de zone.
 - L'activité de l'agence sur la zone.
 - Les supports de l'Observatoire : Analyse EASY, attractivité du bien, IMMI, analyse de positionnement.

- Le RDV vendeur :
 - La découverte du bien (R1)
 - La découverte personnelle (R1)
 - La négociation du prix de mise en vente (R1 ou R2)
 - La présentation de l'agence et la valorisation de ses méthodes de travail (R1 ou R2)
 - La négociation des conditions du mandat dans un objectif d'exclusivité.

- le Top-Départ :
 - La diffusion interne de l'information.
 - La définition du PSC.
 - L'activation du fichier acquéreur.
 - La mise en place des différentes actions commerciales.
 - La mise en oeuvre de ses engagements commerciaux.

◇ 3^{ème} volet du développement de l'offre : Gérer le mandat dans le temps pour l'optimiser.

- L'information permanente du vendeur.
 - L'application du PSC
 - Le principe une action/une information.
 - Le choix stratégique du média.
 - L'analyse de positionnement (mensuelle).
 - Le support de l'IMMI (selon indicateurs).
- Le suivi systématique et réactif du vendeur.
 - La progression du vendeur sur sa courbe.
 - Le constat partagé.
- La négociation régulière des conditions du mandat.
 - Les trois axes de la négociation : nature/prix/visites.
 - Les modalités de la négociation.

Séquence 2 : Transformer le contact en vente.

Préambule : Quelques fondamentaux appliqués à l'immobilier.

- La PNL.
 - La courbe d'appétence de l'acquéreur.
 - La notion de "Juste à temps".
- Le traitement du contact :
 - Le filtre de la préqualification du prospect.
 - Les objectifs de la qualification du prospect : typologie et déterminismes.
 - Les freins psychologiques à la prise de décision.
 - Le principe de la prise d'autorité initiale.
 - L'entretien de découverte :
 - Le déroulé chronologique de l'entretien.
 - La méthode d'investigation Logement/Personne.
 - Les questions fondamentales.
 - L'analyse du positionnement du prospect sur sa courbe.
 - Le plan de financement : un préalable indispensable.
 - La présentation de l'agence et de ses méthodes de travail.
 - Présentation de l'IMMI : positionnement du négociateur/conditionnement de l'acquéreur.
 - Les conditions d'une visite éventuelle.
 - La sélection des biens et l'organisation des visites :
 - L'adéquation totale sélection des biens/courbe d'appétence.
 - La logistique.
 - Le déroulé des visites.
 - Le comportement à adopter en visite.
 - Le débriefing agence :
 - L'adéquation nécessaire souhaits/marché.
 - Susciter la modification du cahier des charges.
 - Développer un argumentaire personnalisé.
 - Le traitement des objections récurrentes :
 - La gestion de l'acquéreur dans le temps :
 - Gérer un fichier qualifié et actualisé.
 - Développer une analyse permanente de son client.
 - Agir comme force de proposition alternative.

- La conclusion et la confortation :
 - Le retour sur investissement de l'entretien de découverte : motivation et déterminismes.
 - Faire appel à une seconde main éventuelle.
 - Obtenir une offre optimum de l'acquéreur (voir IMMI selon indicateurs).
- Transformer l'offre d'achat en vente :
 - Le conditionnement du vendeur et la préparation du RDV.
 - Les 3 étapes du RDV vendeur.
 - La négociation optimum du prix (et de l'intégrité des honoraires !).
- Du compromis à l'acte : le suivi de l'acquéreur.
- Le bilan et les objectifs personnels des participants.

ANNEXE

Afin de faciliter une mise en place rapide des différents axes de développement préconisés dans ce séminaire, nous vous proposerons les outils suivants :

- le book agence
- la fiche technique vendeur (A, M).
- la fiche de suivi vendeur (pour agence travaillant sans logiciel de transaction).
- la fiche de suivi vendeur (pour agence travaillant avec logiciel de transaction).
- l'attestation de valeur.
- le mailing « j'ai vendu ».
- le mailing vendeur-mandant.
- le mailing vendeur-prospect.
- les mailing vendeur actions commerciales.
- le courrier d'accompagnement du CRV.
- le CRV.
- le mailing de recherche d'acquéreurs.
- la matrice du mandat de négociation.
- la fiche technique acquéreur.
- l'étude financière personnalisée.
- la fiche de suivi acquéreur.
- le tableau des engagements commerciaux de l'agence.
- le processus de traitement Contact Acquéreur
- le Plan Stratégique de Communication



CONVENTION DE FORMATION

La Sarl Synergimmo Développement, sise Moulin de Kerharo 29770 Cléden Cap Sizun, inscrite au RCS de Quimper sous le numéro 500358890, prestataire de formation déclaré en Préfecture sous le N° 53290824429, porteuse de la marque « **L'Observatoire de l'Immobilier®** » et représentée par **Monsieur Olivier PARIS**, Gérant, nommée **le prestataire**, d'une part,

La société _____, sise _____ (Réunion) et représentée par _____, nommée **le client**, d'autre part,

arrêtent la convention suivante:

1 - Objet :

Le prestataire organisera un séminaire de formation intitulé « Négociations Immobilières » auquel participeront les collaborateurs suivants :

| Prénom et Nom | Ancienneté dans la fonction | Séquence 1 et/ou 2 |
|---------------|-----------------------------|--------------------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

2 - Modalités de réalisation :

Cette action de formation se déroulera aux dates suivantes :

- Séquence 1, dédiée à l'offre de biens : 17, 18, 19 Mars 2025 de 9H à 12H30
- Séquence 2, dédiée à la demande de biens : 24, 25, 26 Mars 2025 de 9H à 12H30

Au Golf du bassin bleu (Villèle).

3 - Programme et animation du séminaire :

Le programme du séminaire est joint en annexe. L'animation sera assurée par Thibault de la Raîtrie, gérant de l'agence LNA (Saint-Denis) et membre éminent & historique de l'Observatoire.

4 - Conditions financières :

- Séquence 1 : coût par participant de 425 euros HT.
- Séquence 2 : coût par participant de 425 euros HT.
- Séquence 1 & 2 : coût par participant de 795 euros HT.

Organisme agréé, **nos prestations sont bien entendu prises en compte dans le cadre de l'obligation de formation loi Alur**. Par contre, **nous avons décidé de ne pas nous soumettre au dispositif Qualiopi** qui place les organisme de formation sous la dépendance de sociétés tierces : nos séminaires n'ouvrent donc plus droit à la participation financière des Opco.

Fait à _____, le _____ 2025.

Le Client

Le Prestataire