



# Programme de formation e-learning 42 H

*Ce programme est effectué avant le démarrage de l'activité*

## **Programme de Formation Loi Alur**

### **1. Juridique**

#### *1.1. Introduction*

##### 1.1.1. Juridique

##### 1.1.2. Qui êtes-vous ?

##### 1.1.3. Le droit

#### *1.2. Principales notions de droit*

##### 1.1.4. Notions sur le droit immobilier

##### 1.1.5. Loi HOGUET

##### 1.1.6. Comment devenir Agent Immobilier ?

##### 1.1.7. QUIZ

#### *1.3. Les biens et le droit immobilier*

##### 1.1.8. Le Bien et la propriété

##### 1.1.9. La Copropriété

##### 1.1.10. L'indivision

##### 1.1.11. QUIZ

#### *1.4. Régimes matrimoniaux et droits de succession*

##### 1.1.12. Régimes matrimoniaux

##### 1.1.13. Droits de succession

##### 1.1.14. QUIZ

#### *1.5. Contrats, actes sous seing privé, actes authentiques*

##### 1.1.15. Les règles du contrat

##### 1.1.16. Les sous seings privés

##### 1.1.17. Les Promesses

##### 1.1.18. Le Closing et l'engagement des parties

##### 1.1.19. Le droit à la commission

##### 1.1.20. La promesse de vente

##### 1.1.21. La promesse synallagmatique

##### 1.1.22. Les clauses particulières

##### 1.1.23. Les conditions suspensives

##### 1.1.24. Quiz

#### *1.6 Evaluation*

### **2. Du Mandat à l'acte juridique**

#### *2.1. Mandat 1/2*

##### 2.1.1. Introduction

##### 2.1.2. Le Mandat

##### 2.1.3. Article 72

##### 2.1.4. Article 73 et 75

##### 2.1.5. Les devoirs

#### *2.2. Mandat 2/2*

##### 2.2.1. Les différents mandants

- 2.2.2. Désignation du bien
- 2.2.3. Honoraires, commissions
- 2.2.4. Les pièces à collecter
- 2.2.5. Les divers intervenants et leur rôle
- 2.3. *Mandat quiz*
- 2.3.1. 10 questions
- 2.4. *Les Promesses de vente*
- 2.5. *Evaluation*
- 2.5.1. *Evaluation*

### **3-Urbanisme, Construction-Cadastre et Copropriété**

- 3.1. *Total 3.1-Urbanisme*
- 3.1.1. Introduction
- 3.1.2. Définitions
- 3.1.3. Les surfaces plancher
- 3.1.4. Les servitudes
- 3.1.5. Le COS
- 3.1.6. Les certificats d'urbanisme
- 3.1.7. Emprise, recul et alignement
- 3.1.8. Quelles sont les autorisations d'urbanismes possibles
- 3.1.9. Besoin Autorisation d'urbanisme
- 3.1.10. Quiz
- 3.2. *Total 3.2-Construction et cadastre*
- 3.2.1. Construction
- 3.2.2. Acteurs de la construction
- 3.2.3. Garanties Légales
- 3.2.4. La technique en bâtiment
- 3.2.5. Les éléments du bâtiment
- 3.2.6. Le cadastre
- 3.2.7. Quiz
- 3.3. *Total 3.3-Copropriété*
- 3.3.1. Définitions
- 3.3.2. Copropriété et mandat ou mission du syndic
- 3.3.3. Administration de la copropriété
- 3.3.4. La gestion et les charges
- 3.3.5. Locataire et bailleur répartition des charges
- 3.3.6. Le syndic en difficulté
- 3.3.7. Carnet d'entretien & diagnostics
- 3.3.8. Quiz
- 3.4. *Total 3.4-Evaluation*
- 3.4.1. Evaluation

### **4. Total 4-Documents**

- 4.1. *Total 4.1-Bon de visite, baux de location*
- 4.1.1. Documents
- 4.1.2. Le bon de visite
- 4.1.3. Baux d'habitation
- 4.1.4. Les baux commerciaux : définitions
- 4.1.5. Les baux commerciaux : Les règles liées au bail
- 4.1.6. Les baux commerciaux : Les règles liées à la cession fonds
- 4.1.7. Quiz
- 4.2. *Total 4.2-Congé pour vente, registre obligatoires, commission, pub*

- 4.2.1. Le congé pour vente
- 4.2.2. Les différents registres obligatoires de l'agence
- 4.2.3. Défendre son droit à commission
- 4.2.4. La publicité
- 4.3. *Total 4.3-Evaluation*
- 4.3.1. Evaluation

## 5. Divers

### 5.1. *Habitation, viager, ventes taxées, plus-values*

- 5.1.1. Introduction
- 5.1.2. L'habitation
- 5.1.3. Le viager et ses spécificités
- 5.1.4. Ventes taxées et frais de notaires
- 5.1.5. Taxes et prélèvements sociaux
- 5.1.6. Quiz

### 5.2. *Loyers*

- 5.2.1. Quels biens prendre en location
- 5.2.2. Mandat
- 5.2.3. Diagnostics
- 5.2.4. Publicité
- 5.2.5. Dossiers locataires
- 5.2.6. Bail vide / Meuble
- 5.2.7. Etat des lieux
- 5.2.8. Obligations propriétaires / locataires
- 5.2.9. Charges
- 5.2.10. Indexation loyer
- 5.2.11. Préemptions
- 5.2.12. Responsabilité agent immobilier
- 5.2.13. Quiz

### 5.3. *Publicité, avis de valeur et commission*

- 5.3.1. Présentation
- 5.3.2. Les plus en vidéo : Règles de la communication
- 5.3.3. Le book commercial
- 5.3.4. Les photos des annonces immobilières
- 5.3.5. L'avis de valeur
- 5.3.6. La commission : modalités et cas particulier

### 5.4. *Bonnes pratiques et traitement des objections*

- 5.4.1. L'organisation
- 5.4.2. Agence zéro défaut
- 5.4.3. Les plus en vidéo : Agence zéro défaut
- 5.4.4. Les bonnes pratiques de communication
- 5.4.5. Les plus en vidéo : Les bonnes pratiques
- 5.4.6. Les bonnes pratiques pour capter une clientèle
- 5.4.7. Les plus en vidéo : Les bonnes pratiques
- 5.4.8. Les bonnes pratiques pour une réussir une visite
- 5.4.9. Les plus en vidéo : Les bonnes pratiques
- 5.4.10. Les plus en vidéo (2): Les bonnes pratiques
- 5.4.11. Le traitement des objections
- 5.4.12. Quiz

### 5.5. *Rôle du négociateur et VAE*

- 5.5.1. Conditions d'exercices

- 5.5.2. Régime fiscal
- 5.5.3. Régime social
- 5.5.4. Statut Auto-entrepreneur
- 5.5.5. Divers/Assurance/Cessation d'activités
- 5.5.6. Validation des acquis de l'expérience
- 5.5.7. Quiz
- 5.6. *Evaluation*
- 5.6.1.

## **6. Le parfait mandataire**

### *6.1. La Préparation*

- 6.1.1. Introduction
- 6.1.2. Organisation et entraînement personnel
- 6.1.3. L'autoformation
- 6.1.4. Etablissement d'un planning de travail
- 6.1.5. La préparation des outils
- 6.1.6. La préparation d'une étude de marché
- 6.1.7. La préparation physique et mentale

### *6.2. L'art de la prospection*

- 6.2.1. La prospection
- 6.2.2. Les méthodes de prospection

### *6.3. La rentrée de mandat*

- 6.3.1. Premier contact client
- 6.3.2. La première visite
- 6.3.3. L'avis de valeur

### *6.4. Closing, Engagement des parties, Vente*

- 6.4.1. Introduction
- 6.4.2. L'écoute et la découverte
- 6.4.3. La hiérarchisation des priorités
- 6.4.4. Le débriefing de visite
- 6.4.5. La présentation en vue de la conclusion
- 6.4.6. Le traitement des objections
- 6.4.7. La stratégie de présentation
- 6.4.8. La méthode entonnoir du closing / méthode
- 6.4.9. La période post-promesses

### *6.5. Cas pratiques ½*

- 6.5.1. Rappel final en 10 points
- 6.5.2. La prospection (Mise en scène)
- 6.5.3. La Protection (Brief)
- 6.5.4. La première visite (Mise en scène)
- 6.5.5. La première visite (Brief)
- 6.5.6. La vente des services (Mise en scène)
- 6.5.7. La vente des services (Brief)
- 6.5.8. La vente du prix (Mise en scène)
- 6.5.9. La vente du prix (Brief)

### *6.6. Cas pratiques 2/2*

- 6.6.1. Le suivi du mandat et la commercialisation
- 6.6.2. Le suivi du mandat et la commercialisation
- 6.6.3. La découverte acquéreur (1) (Mise en scène)
- 6.6.4. La découverte acquéreur (1) (Brief)
- 6.6.5. La découverte acquéreur (2) (Mise en scène)

- 6.6.6. La découverte acquéreur (2) (Brief)
- 6.6.7. Les objections (Mise en Scène)
- 6.6.8. Les objections (Brief)
- 6.6.9. Le prochain RDV (Mise en scène)
- 6.6.10. Le prochain RDV (Brief)
- 6.7. *PNL*
- 6.7.1. Introduction
- 6.7.2. Expérience Christophe
- 6.7.3. Expérience Elodie
- 6.7.4. Brief (Christophe)
- 6.7.5. Brief (Elodie)

## **7. Total 7-Déontologie et TRACFIN**

### *7.1. Total 7.1-Déontologie*

- 7.1.1. Introduction
- 7.1.2. Déontologie
- 7.1.3. Définition
- 7.1.4. Respect des lois
- 7.1.5. Compétence
- 7.1.6. Transparence et confidentialité
- 7.1.7. Confraternité
- 7.1.8. Sanctions
- 7.1.9. Quiz

### *7.2. Total 7.2-Mise à jour juridique*

- 7.2.1. Introduction
- 7.2.2. L'organisation des collaborateurs
- 7.2.3. Nouvelles dispositions à la prise de mandat
- 7.2.4. Synthèse des informations obligatoires
- 7.2.5. Spécificités liées à la location immobilière
- 7.2.6. DPE obligatoire depuis quand ?
- 7.2.7. Le mandat exclusif et la loi consommation
- 7.2.8. A la signature de la promesse
- 7.2.9. Quiz

### *7.3. Total 7.3-Lutte contre la fraude financière et blanchiment*

- 7.3.1. Introduction
- 7.3.2. Dispositifs de vigilance
- 7.3.3. Processus de vigilance au sein de l'agence
- 7.3.4. Définition des critères de risque
- 7.3.5. Processus d'application du dispositif
- 7.3.6. Quiz

### *7.4. Total 7.4-Comment réaliser une estimation/avis de valeur*

- 7.4.1. Introduction
- 7.4.2. Estimation ou avis de valeur ?
- 7.4.3. Prix du m<sup>2</sup>
- 7.4.4. L'offre, la demande et le marché concurrentiel
- 7.4.5. L'urgence ? Succession, divorce, mutation
- 7.4.6. Quels sont les coûts d'exploitation, d'entretien et les charges à venir ?
- 7.4.7. Synthèse de l'analyse du prix d'un bien immobilier
- 7.4.8. Quiz

### *7.5. Total 7.5-L'obligation de compte rendu*

- 7.5.1. Introduction

7.5.2. Objectifs

7.5.3. Moyens

7.5.4. Preuve

7.5.5. Etapes

7.5.6. Fixer les prochains RDV

7.5.7. Valider et communiquer sur

7.5.8. Forces du compte rendu

7.5.9. Flor

7.5.10. Quiz

**7.5.11. Conclusion**

# PROGRAMME DE FORMATION

## LES VENTES DE PARTICULIER A PARTICULIER

*Programme de formation intégration LR/LD/LL selon accord contractuel*

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Comprendre les objectifs et l'approche des vendeurs qui ne souhaitent pas travailler avec des professionnels de l'immobilier. Apporter aux stagiaires les arguments nécessaires et l'approche commerciale leurs permettant de convaincre ces vendeurs de biens.

### Programme

#### Introduction :

##### **I : Le PAP**

L'importance de ces ventes  
Principes de fonctionnement

##### **II : Le principe**

Les avantages  
Les inconvénients

##### **I : Les professionnels de l'immobilier**

L'image de vendeurs  
Les travers à éviter  
Les avantages à développer

##### **II : Les vendeurs**

Leurs objectifs  
Leurs impératifs  
L'approche commerciale  
Deux timings possibles

# Convaincre les acquéreurs face au P à P

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Comprendre les objectifs et l'approche des acquéreurs qui ne souhaitent pas travailler avec des professionnels de l'immobilier. Apporter aux stagiaires les arguments nécessaires et l'approche commerciale leur permettant de convaincre les futurs acheteurs ou locataires.

## **I : Les professionnels de l'IMMO**

L'image des professionnels  
Les travers à éviter  
Les avantages à développer

## **II : Les clients**

Leurs objectifs  
Leurs impératifs  
L'approche commerciale

## **III : Les Arguments**

Les arguments financiers  
Les arguments techniques  
Les arguments juridiques  
Les arguments pratiques

## **IV : Les objections des acquéreurs**

## **V : Les objections des locataires**

## Le mandat exclusif

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Conforter les stagiaires dans leurs capacités à convaincre les vendeurs. Leurs apporter les compétences nécessaires en techniques de vente, organisation et planification de l'entretien commercial. Leurs apprendre à construire et à dérouler leur argumentaire.

### **I : L'enjeu du mandat exclusif**

L'impact sur le CA

L'impact sur les clients

L'impact sur la communication

### **II : Les vendeurs**

Cibler les mandats

Identifier les attentes

Trouver les points d'accès

### **III : L'argumentaire**

Planifier son intervention

Gérer le temps

Créer le débat

### **IV : L'état d'esprit**

La confiance en soi

La maîtrise de l'entretien

Une attitude conviviale et ferme.

# Les acquéreurs

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Apprendre aux stagiaires à trouver et à contacter les acquéreurs potentiels de biens immobiliers. Savoir identifier leurs besoins, les aider à clarifier leurs recherches et leurs proposer des biens. Organisation des visites, suivi de l'évolution des clients jusqu'à la rédaction du compromis. Explications théoriques et démonstrations techniques pour une mise en pratique immédiate.

## **I : Rappels**

Notions commerciales

## **II : La découverte acquéreur**

Les trois objectifs

Les besoins et les envies

Le client

## **III : Les visites**

Méthodologie

Classification des clients

## **IV : Le retour de visite**

Méthodologie

Passage de main

## **V : Le suivi acquéreur**

Organisation et relance client

## **VI : La prise de l'offre**

## **VII : Le Compromis de vente**

Rédaction du compromis

Signature avec les parties

Suivi du dossier

## **VIII : Développer son relationnel**

# Les vendeurs et la rentrée des mandats exclusifs

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Apprendre aux stagiaires à identifier et à contacter les vendeurs potentiels de biens immobiliers. Savoir convaincre les vendeurs sur la qualité des services proposés pour obtenir de préférence un mandat exclusif. Explications théoriques et démonstrations techniques pour une mise en pratique immédiate.

**Introduction :** Les missions du Négociateur Immobilier

## **I La Prospection**

L'organisation

Les sources des mandats

Les Outils

## **II L'estimation : le rendez-vous**

La prise de rendez-vous

Méthodologie du rendez-vous

Traitement des dossiers + suivi

Pour l'exclusif, savoir différentier prix estimé, prix de mise en vente et prix de vente.

## **III La découverte vendeur**

Les incontournables

Les 4 clés du mandat exclusif

## **IV Le Mandat**

La rédaction : mentions obligatoires

# La démarche qualité du suivi client

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES** : Mise en place de process Qualité pour le suivi client. Création de réponses types appropriées, construction d'une organisation permettant de respecter les délais et les engagements des négociateurs...explications théoriques et mises en situation pour une mise en pratique immédiate.

**Introduction : Les difficultés d'une démarche qualité**

**I : L'organisation pour la démarche Qualité**

A : Les problématiques actuelles

Les stocks de mandats

La qualité des acquéreurs

B : Définir des actions prioritaires

Taches prioritaires

Impact sur le Chiffre d'A

Classement des actions

C : S'organiser, gestion du temps

Maitrise du temps

Définition d'un emploi du temps type

**II : Le suivi des clients**

A : Les vendeurs

Attentes et objectifs

Le discours et les services

B : Les Acquéreurs

Attentes et objectifs

Le discours et les services

## Du conseil à la vente

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES** : Permettre aux stagiaires de savoir identifier le moment propice pour déclencher un acte d'achat. Maîtriser les outils et les techniques individuelles ou collectives pour atteindre son objectif. Techniques de passage de mains, méthodes comportementalistes, explications théoriques et mises en situation pour une mise en pratique immédiate.

### **I : Rappel**

Le parcours des acquéreurs  
Découverte et suivi acquéreur  
Etat d'esprit et objectifs

### **II : La préparation**

L'analyse du client  
La stratégie  
La planification

### **III Le rendez-vous**

La visite  
Les bonnes pratiques  
Les erreurs

### **IV Le retour à l'agence**

Le closing seul  
Le closing en passage de mains  
Les études du comportement

### **V Trois exercices de mise en pratique au cours de la journée**

# La communication pour vendre

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Permettre aux stagiaires maîtriser ou de développer l'ensemble des outils de communication actuels pour atteindre leurs objectifs de vente et de conseil. Explications théoriques et mises en situation pour une mise en pratique immédiate.

## **I : La communication Physique**

En étude

En représentation

En clientèle

## **II : Le média traditionnel : Le papier**

Publications internes

Publications externes

Les journaux

Les règles de communication

## **III : Un nouveau media : Le net**

Les sites propres

Les liens

Les moteurs et le référencement

## **IV : Les réseaux professionnels et le relationnel**

## **V : la communication interne**

# La négociation

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Permettre aux stagiaires de savoir gérer les relations entre vendeurs et acquéreurs lors d'un acte d'achat. Maitriser les outils et les méthodes de communication pour atteindre ses objectifs : Présenter l'offre des acquéreurs, défendre les intérêts des vendeurs et protéger ses honoraires.

## **I : Rappel**

Le parcours des acquéreurs

Le parcours des vendeurs

Etat d'esprit et objectifs

## **II : La Prise de l'offre**

Les bonnes habitudes

Les comportements à éviter

La formalisation de l'offre

Les impératifs juridiques

## **III Présentation de l'offre**

Les différentes solutions

La mise en place.

## **IV Méthode de la navette**

Approche commerciale

Approche psychologique

## **V Les outils**

Outils de communication

Les partenaires

Le timing

# **La négociation immobilière : La Vente en Etat Futur d'Achèvement (VEFA)**

## **I - L'importance du neuf**

1. Le logement en France
2. Les constructions neuves
3. Les prix du neuf

## **II - L'environnement du neuf**

1. Le cycle de vie
2. Avantages et inconvénients
3. Les nouvelles normes

## **III - La conjoncture**

1. Les taux d'intérêts
2. Le marché financier
3. Le marché de l'immobilier
4. Les tendances actuelles

## **IV - La démarche commerciale**

1. Le produit
  - a) L'étude de marche
  - b) Le terrain
2. Les outils
  - a) Outils de communication
  - b) Outils de présentation
  - c) Outils de vente
3. L'approche patrimoniale
4. L'approche fiscale

L'approche immobilière

# Le book de vente

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES** : Apprendre aux stagiaires à identifier les vendeurs nécessitant l'utilisation d'un book de vente. Utilisation et présentation de cet outil permettant de convaincre les vendeurs sur la qualité des services proposés. Savoir adapter son discours et sa présentation du book de vente. Explication théorique et nombreux exercices pour une mise en pratique immédiate.

## **I Présentation du book de vente**

Les objectifs

Les avantages

Les inconvénients

## **II L'adaptation aux vendeurs**

Analyse des vendeurs

Adaptation du discours

Adaptation du book de vente

## **III Les arguments du Book**

## **IV Exercices**

# Le cadre juridique de la transaction

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES** : Présenter l'environnement juridique de la transaction immobilière. Permettre aux stagiaires de comprendre leurs impératifs juridiques et d'intégrer les incidences pratiques du cadre juridique. Réglementation de la profession, rédaction des contrats de vente, des offres et des accords d'achat, dénonciation des contrats, renouvellement, sont étudiés à partir de cas concrets.

## **I : Réglementation de la profession**

Cartes professionnelles

Loi Hoguet

Loi Scrivner

Loi Chatel

Loi SRU

## **II : Les contrats de vente**

Mandat de vente

Dénonce de visite

Renouvellement et dénonciation

Les offres

## **III : La rédaction des actions commerciales**

Les annonces

Les pubs

Les panneaux

## **IV : L'environnement des acteurs**

Tutelle et curatelle

Régimes matrimoniaux

Succession

# Organiser et animer ses équipes

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Apporter aux LR/LD les connaissances et les comportements nécessaires à la direction d'une équipe immobilières. Gestion des équipes, motivation, maîtrise du marché, productivité sont déclinées autour d'une approche globale et de plusieurs cas concrets pour une mise en pratique immédiate.

1 er jour :

## **I - La GRH**

Le recrutement

L'intégration

La fidélisation et la formation

Les départs

## **II Production du responsable :**

Le relationnel

Les grands comptes

La diversification

La communication

2eme Jour :

## **III L'animation commerciale :**

Les objectifs

Les résultats

L'accompagnement

L'équipe

La gestion multi sites

L'attitude du manager

## **IV La Gestion administrative :**

Le suivi des dossiers de vente

Le suivi de la concurrence et du marché

Le développement des synergies

La gestion des relations avec le groupe

Les opérations commerciales

L'assistante commerciale

Suivi administratif général

# LE RECRUTEMENT

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Apprendre aux stagiaires à analyser la nécessité, le moment et les méthodes nécessaires à la mise en place d'un processus efficace de recrutement. Découverte des outils allant de l'émergence d'une problématique en RH jusqu'à la mise en place du contrat de travail avec objectifs de mise en pratique immédiate.

## **I : La problématique RH**

Analyse de situation  
Inventaire des solutions  
Lancement du recrutement

## **II : Définition du poste**

Le profil du candidat  
L'adéquation avec l'équipe  
Les profils évolutifs

## **III : La recherche des candidats**

Les moyens de recrutement  
Rédaction des annonces  
L'outil internet  
Gestion des supports dans le temps

## **IV Le recrutement**

CV et Lettre de motivation  
Entretien téléphonique  
Entretien physique  
Entretien de groupe et tests

## **V Le contrat de travail**

Forme Juridique  
Rémunération et objectifs  
Les clauses spécifiques

## **Terminologie/**

## **Pathologie**

## **eXpertise du bâti**

Ces trois formations d'une durée de base de 4 jours au total sont extrêmement contrôlées et nos formateurs ne souhaitent pas que nous donnions le programme trop longtemps à l'avance. Ceci est compréhensible, à chaque fois que nécessaire ils vous seront remis quelques jours avant.

Nos deux formateurs sont des experts dans leur domaine.

L'une est la Présidente internationale des experts en Pathologie, l'autre est expert auprès de la cour d'appel de Montpellier, il est l'ex président des experts judiciaires de France.

# FORMATION DES FORMATEURS LR/LD La création d'un réseau immobilier local

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :** Permettre aux stagiaires de comprendre l'intérêt, les objectifs et les méthodes d'un réseau de négociation immobilière sur un secteur régional. ...explications théoriques et mises en situation pour une mise en pratique immédiate.

**Durée et horaires :**

Deux journées de sept heures.

De 9 heures à 12h30 et de 14 heures à 17h30.

Repas de 12h30 à 14 h.

**Publics et pré requis : Maximum 10 stagiaires**

Tout professionnel de l'immobilier ayant au minimum une expérience terrain de 2 ans comme responsable d'unité de production ( 3 à 10 personnes )

**Méthodes pédagogiques :**

Méthodes pratiques et participatives basées sur l'expérience du formateur et le vécu des stagiaires. Simulations, cas concret, mise en situation. Etudes de cas.

**Moyens techniques :**

Paper bord. Pointeur laser.

Ordinateur portable et vidéo projecteur

**Moyens d'encadrement :**

Formateur professionnel de la formation et ancien professionnel de l'immobilier ayant exercé sur la région où se déroule la formation. Formateur de formateurs depuis plus de 15 ans : Mr Emmanuel GAUDIN

**Moyens d'évaluation :**

Bilan de groupe en fin de chaque journée

Remise d'un questionnaire d'évaluation de la formation avec indice de qualité globale

Envoi d'un questionnaire de satisfaction annuel.

**Suivi post-formation :**

Remise d'une attestation de formation individuelle par mail

Remise d'un livret de suivi des formations

Formateur disponible par mail pendant les trois mois suivant la formation.

**Première Journée**

Présentation de la formation et tour de table individuel

**Matin**

**Savoir se positionner et définir les rôles de chacun**

- Niveau national – Régional – Département - Local
- Les missions et responsabilités de chacun
- Les moyens de communication et d'échange.
- Le règlement intérieur
- La culture d'entreprise

**Après Midi :L'intégration**

- Définir le calendrier
- Varier les méthodes et les intervenants

**Deuxième Journée**

## Matin

### III – La formation

- Savoir Motiver
- Les temps fort d'une journée de formation
- Les différentes méthodes pédagogiques
- La prise de parole en public
- Créer un climat favorable à l'apprentissage
- Constitution d'un groupe : les différents rôles
- Gérer son temps et ses outils

## Après midi

### IV – L'accompagnement et la mise en

**pratique** Définir un accompagnement incompressible

- Mettre ne place des ratios de contrôle
- Analyser les situations individuelles et convaincre
- Mise en place d'un accompagnement efficace et accepté
- Animer le groupe
- Créer la pérennité de l'efficacité du groupe
- Se comporter en leader

**Conclusion : Un rôle de leader exemplaire incontournable**

**Bilan, tour de table et réponse aux dernières questions**