

LE RETOUR AUX FONDAMENTAUX DANS LA RELATION AVEC LES CLIENTS COPROPRIÉTAIRES

NOUVEAUTÉ
2025

CO012

1 jour
(7h)

- Cas pratiques
- Support pédagogique
- Quiz d'évaluation finale

Tarif : **220 € HT**

SPÉCIALISATION

OBJECTIFS :

- Découvrir les mécanismes de la communication et de l'écoute active, faire des choix dans des stratégies personnelles, découvrir un outil d'identification des modèles humains, revoir la gestion de leurs priorités, trouver de la motivation dans cette action, gérer leurs émotions et le stress que cela provoque.

NIVEAU & PUBLIC :

Gestionnaire et assistants (es) de copropriétés.

Prérequis : La maîtrise du français, quelques années de pratique en gestion de copropriété.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE :

Vidéo projecteur, paper-board
Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S) :

Formateur : Professionnel spécialisé en gestion du personnel - RH - médiation

Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

 Programme accessible aux personnes en situation de handicap

PROGRAMME

PRÉAMBULE

Présentation des participants et expression des attentes (Regard sur soi, objectifs personnels). Test de connaissance

I – LE MARCHÉ DE LA COPROPRIÉTÉ AUJOURD'HUI

- Le parc immobilier Français
- Les types de clients
- Les acteurs professionnels
- Les critères de choix d'un syndic

II – LE POSITIONNEMENT D'UNE SOCIÉTÉ AU SEIN DE CE MARCHÉ

- **Attirer :** Exercice (ce qu'il ne faut pas faire et ce qu'il faut faire). Marque entreprise et marque employeur (être connu et reconnu), rayonnement, valeurs et actions sociétales (exercice : pourquoi est-ce important), communiquer. Exercice : dans la peau d'un commercial, vous devez vendre les prestations de votre société. Quels propos ?
- **Contractualiser :** Exercice (ce qu'il ne faut pas faire et ce qu'il faut faire). Accueillir, découvrir connaître, conseiller accompagner, communiquer
- **Fidéliser :** Exercice (ce qu'il ne faut pas faire et ce qu'il faut faire). Qualité du lien (se recentrer sur le client et le mettre au centre du modèle : professionnalisme – confiance – réactivité) savoir-faire et faire-savoir, communiquer.
- **Client ambassadeur :** remercier, communiquer.

III – CONSTATS SUR VOTRE VISION DU MÉTIER.

- Quels mots vous viennent à l'esprit.
- Quelles conséquences ?
- Ce que vous ne souhaitez pas / que souhaitez-vous ?
- Que vous manque-t-il pour y arriver ?
- Il y a-t-il un lien à faire avec les attentes de vos clients ?

- Différentiation des comportements et de l'être, vouloir la confiance.

IV – RAPPELS SUR LA COMMUNICATION ET LA RELATION

- Idée conçues et préconçues sur les autres.
- Les conséquences sur la relation.
- Qui donne le sens au message.
- Les différents leviers de communication.
- Les effets de notre comportement sur la relation.
- Les positions dans l'espace.
- Les notions d'écoute active.

V – RESTER DANS VOTRE ZONE DE CONFORT OU EN SORTIR

- Mise en perspective des enjeux.
- Effets et conséquences.

VI – IDENTIFICATION DES PROFILS CLIENTS

- Présentation du modèle Ned Hermann.

VII – LES TRAITEMENT DES PRIORITÉS ET LA GESTION DU TEMPS

- Les pistes pour diminuer le stress.

VIII – SOUS LA PRESSION QUE FAIRE ?

- Les apports de l'intelligence émotionnelle.
- Trouver des sources de motivation dans ces objectifs.
- Être en accord avec soi dans ces objectifs relationnels

IX – OBTENIR DU RESPECT

Etre en phase avec ses attentes et savoir l'exprimer.

CONCLUSION, TEST DE FIN DE STAGE ET SÉQUENCE DE QUESTIONS RÉPONSES