

# MARKETING IMMOBILIER

## DIGITAL LEARNING

### OBJECTIFS

- **Maîtriser** les techniques marketing qui permettent de faire connaître et adapter son offre en fonction de l'évolution de son marché
- **Soutenir** l'action des forces de vente
- **Améliorer** sa productivité
- **Se démarquer** de la concurrence
- **Préserver** ses honoraires
- **Fidéliser** les clients

### NIVEAU & PUBLIC

#### ESSENTIEL

Toutes personnes débutant dans le domaine de l'immobilier ou souhaitant consolider une première expérience Terrain - Managers et Négociateurs

**Prérequis** : aucun

### MODALITÉS DE PARTICIPATION

#### CYCLE INTENSIF

**Durée** : 3 jours (soit 24 heures)

**Matériel nécessaire** : vidéo projecteur, paper-board

**Moyens pédagogiques** : Les supports pédagogiques sont adressés au stagiaire dès son inscription. Les cas pratiques sont à réaliser à l'issue de la formation pour vérification des acquis

1 support pédagogique :

- Marketing immobilier

Quiz d'évaluation finale + envoi des cas pratiques et correction par un formateur spécialisé

**Effectif maximum** : 20

### INTERVENANT(S)

**Formateur** : Professionnel et formateur spécialisé en stratégie commerciale

*Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM*

### TARIFS

**Adhérent FNAIM** : 950,00 € HT

**Non Adhérent FNAIM** : 1 800,00 € HT

**Demandeur d'emploi** : 1 300,00 € HT

### PROGRAMME

#### I - LES BASES

##### Intérêts et Avantages d'adopter une démarche Marketing

- Utilité et définition du marketing
- Le Marketing des services
- Étude de Marché
- Des 4 P aux 5 C
- Méthode de travail

##### Construire son offre de services en fonction de sa(es) cible(s)

- Attentes et Besoins des Marchés de l'immobilier
- Spécificité par segments (Tourisme, entreprise, résidentiel . . .)
- Comprendre les comportements des Segments
- Plan d'Action Commercial

#### II - L'ORIENTATION STRATÉGIQUE

##### Satisfaction client : Assurer la réussite de son entreprise

- Approche Vente ou Conseil ? Réponse aux attentes.
- Techniques de vente et de conseil
- La mesure de la satisfaction du client

##### La fidélisation, ou comment améliorer la productivité de ses actions commerciales

- Les différentes techniques de fidélisation
- Marketing Permissif
- Faire de votre client votre meilleur Ambassadeur

##### Offre et Marché en développement : vers la différenciation

- Internationalisation de la clientèle
- Développement durable
- La Réalité Virtuelle Augmentée

#### III - LA TECHNIQUE

##### Marketing Opérationnel : Les outils de communication

- Outils
  - panneaux & annonces presse
  - marketing direct, la proximité en immobilier
  - les clients existants, les confrères
  - la vitrine physique
  - site internet et référencement,
  - newsletter, Forum et Blog
- Les animations

##### L'approche qualitative du marketing direct

- Construire un argumentaire de vente orientée client
- Les techniques d'approche client par domaine :
  - Résidentiel (classique et haut de gamme)
- Prouver l'avantage concurrentiel des offres ou solutions