PROGRAMME DE FORMATION

Commercialiser des opérations d'aménagement

ORGANISATION

Durée : 7 heures

Mode d'organisation : Présentiel

CONTENU PEDAGOGIQUE

PUBLIC VISE

Responsable d'opérations ou toute personne en charge de la commercialisation d'opérations d'aménagement

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Construire une approche commerciale
- Mesurer les résultats de la commercialisation
- Distinguer le fonctionnement et les priorités du promoteur immobilier
- Calculer la recette de l'opération d'aménagement à partir des charges foncières des promoteurs

DESCRIPTION

Accueil et recueil des attentes

Les ZAC à vocation économique

- Cohabitation et interaction des différents produits : logements, bureaux, activités, commerces, lots de terrains

La stratégie de commercialisation

- Le lien : propriétaire/aménageur/promoteur/client final
- La porosité entre le budget aménageur et les budgets promoteur
- L'étude de positionnement stratégique des produits
- La définition de la zone d'influence des produits directement concurrents
- La mise en place d'une stratégie commerciale et la mobilisation des partenaires

Le plan et les outils de commercialisation

- La définition du plan de communication
- Le schéma directeur de l'opération

- Les fiches de lot
- Le Cahier des Charges de Cession ou de Location de Terrain (CCCT)
- Les documents papier : brochures, plaquettes….
- La mise en place d'une stratégie commerciale digitale performante (site internet, réseaux sociaux ….)
- La marque territoriale
- Les autres supports de communication : panneaux publicités, salons professionnels…
- Le plan de cession foncier annuel
- La mutualisation des zones de vente et des moyens des promoteurs
- La direction commerciale du projet et sa communication

L'équipe de commercialisation

- Comment choisir son ou ses commercialisateurs et agents commerciaux ?
- Le mandat, simple ou exclusif, durée, rémunération
- Les outils de suivi et de management de la commercialisation
- La mesure de la commercialisation jusqu'à l'inauguration des implantations

Les ajustement aménageur/promoteur

- L'ajustement des bilans aménagement, promotion
- L'interface avec les promoteurs
- Le budget promoteur
- Les différents postes du budget
- Le fonctionnement du budget et variables
- Le prix du terrain et son calcul

L'offre promoteur

- La recherche et la sélection des promoteurs
- La consultation et sa mise en œuvre
- L'offre du promoteur, fiabilité et équilibre de la charge foncière
- Comment choisir le mieux-disant ?
- La rentabilité du projet
- L'atelier promoteurs

Échanges sur une étude de cas proposée par le formateur

- Atelier informatique sur le calcul des charges foncières, le compte à rebours du promoteur
- Tableur Excel fourni et travaux pratiques

Synthèse et bilan de la formation

PREREQUIS

Aucun pré-requis

MOYENS ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

- Exposé illustré d'exemples concrets de commercialisation d'opérations
- Cas pratiques fournis par le formateur
- Atelier informatique de maitrise du budget promoteur
- Atelier Questions / Réponses et partage de bonnes pratiques en matière de commercialisation

Supports pédagogiques

Le support de formation sera transmis, en format numérique, à chaque stagiaire.

MODALITES D'EVALUATION ET DE SUIVI

En amont de la formation

- Recueil des attentes des stagiaires afin de disposer des informations essentielles au bon déroulé de la formation (profil, niveau, attentes particulières...)
- Auto-positionnement des stagiaires afin d'évaluer le niveau de départ

Tout au long de la formation

- Évaluation des acquis en fonction des objectifs visés avec des questions orales, des exercices, des QCM, des cas pratiques ou mises en situation...

A la fin de la formation

- Auto-positionnement des stagiaires afin de mesurer l'acquisition des compétences
- Questionnaire de satisfaction en ligne