

Eligible CPF

Bac+2

100% en ligne



Durée estimée*:

380h
8 mois



Tarif pour les particuliers :

4 590 € TTC



Lieu :

100% en ligne



Démarrage :

A tout moment de l'année



Certification :

Titre Professionnel Niveau 5 (Bac+2)

En partenariat académique avec **ESGIMMOBILIER**

Vous souhaitez devenir un expert de la vente immobilière et l'intermédiaire privilégié entre un vendeur et un acquéreur d'un bien immobilier ?

Cette formation vous permet de développer toutes les compétences commerciales et relationnelles de manière à vous rendre autonome sur les différentes étapes du processus de vente.

L'objectif de cette formation est de faire de vous un professionnel compétent capable de gérer un portefeuille de clients et d'être opérationnel rapidement dans votre futur poste.

Vous serez capable de :

- Elaborer une stratégie de prospection dans le secteur de l'immobilier et la mettre en oeuvre
- Négocier une solution commerciale et consolider l'expérience client dans le secteur de l'immobilier

Vous obtiendrez à l'issue de la formation : ?



Titre professionnel



Titre Professionnel "Négociateur technico-commercial" niveau 5, enregistré au RNCP sous le numéro 39063 par décision de France Compétences du 16/05/2024



Diplôme

studi

&

ESGIMMOBILIER



Diplôme Agent Commercial en Immobilier délivré par Studi en partenariat avec ESG Immobilier

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

Le Diplôme Studi est un Diplôme d'école, il ne s'agit pas d'un Diplôme d'Etat, d'un Titre RNCP ou d'un Titre Professionnel reconnu par l'Etat.

Inclus dans votre formation :

- Cours écrits et vidéos à la demande
- Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽²⁾ en direct et replay
- Accompagnement et suivi pédagogique
- Projets professionnels
- Coaching carrière
- Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)
- Frais de dossier et d'inscription⁽¹⁾
- Garantie Diplômé ou Remboursé⁽³⁾

⁽¹⁾ Hors Diplômes d'État et préparation aux concours.

⁽²⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

⁽³⁾ Voir les **CGV Studi**

*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.
** Voir les CGV Studi

Programme détaillé

Elaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre

Assurer une veille commerciale

- Le concept de veille et sa méthodologie
 - Les systèmes d'information
 - Le panorama des outils de veille
 - Les techniques et technologies d'information en lien avec son activité
 - La veille sur les solutions techniques de l'entreprise
 - Les procédures internes en entreprise
 - La culture et les valeurs de l'entreprise
 - L'éthique et la responsabilité sociétale de l'entreprise
 - Les marchés
 - La concurrence
 - L'étude du comportement du consommateur
-

Saisir les spécificités du secteur immobilier

- Du marché des biens et services aux marchés immobiliers
 - Importance et spécificité de l'économie immobilière
 - Les marchés immobiliers
 - Les marchés immobiliers résidentiels
 - Les caractéristiques des marchés immobiliers professionnels
 - L'influence des variables démographiques et sociales
 - Cycle économique en immobilier
 - La diversité des acteurs
-

Analyser et segmenter la demande

- La demande
 - La segmentation de la demande
 - Les éléments du marketing mix
 - La stratégie et la politique de prix
 - La stratégie et la politique de produit
 - La place de la stratégie digitale dans la stratégie globale de l'entreprise
 - Les réseaux de vente et l'organisation commerciale
 - Les objectifs commerciaux
 - Définir ses priorités et la cohérence des actions en rapport avec ses objectifs
 - Les généralités sur les plans d'actions commerciales
-

Concevoir et piloter les actions commerciales

- La proposition d'actions commerciales en rapport avec les objectifs
 - La planification et le suivi de l'action commerciale
 - Les logiciels de géo-optimisation pour piloter son activité commerciale
 - Le portefeuille clients
 - La base de données
 - Les outils de CRM
 - Les outils numériques d'aide à la vente
-

Déterminer les choix stratégiques des entreprises immobilières

- Les stratégies des entreprises de la filière immobilière
 - Analyser la rentabilité et la profitabilité de l'entreprise : le budget prévisionnel
 - La quantification du besoin de financement
 - Le budget de trésorerie
-

Collecter et analyser des données clients

- L'acquisition de données clients
 - La valeur du client
 - La typologie de prospects
 - Le ciblage
 - La notion de dossier client
 - Les supports et outils du marketing direct
 - Maîtriser l'e-mailing
 - L'utilisation des réseaux sociaux dans sa stratégie de vente
 - Les outils de géolocalisation
 - La protection des données personnelles : Grands principes et lois informatique et Libertés
 - Le RGPD
-

Organiser et planifier la prospection

- La prospection et fidélisation client
 - L'organisation de la prospection
 - Élaborer un plan de prospection
 - Organiser ses horaires d'appel en tenant compte des spécificités de la clientèle
 - L'organisation de l'activité commerciale
 - Concevoir des supports de prospection
 - L'utilisation de la loi de Pareto dans son organisation commerciale
 - La connaissance du client, les fiches techniques et commerciales
 - Argumenter les bénéfices d'un RDV
 - L'environnement réglementaire en prospection à distance
-

Prospecter un secteur défini

- La prospection téléphonique
 - Apprendre les techniques de phoning
 - Le barrage téléphonique
 - Surmonter les appels sans réponse et les refus de communiquer
 - La relance des clients inactifs
 - La mobilisation de son réseau professionnel
 - La prospection terrain
 - La prise de rendez-vous en face à face
 - Prospecter lors d'une manifestation commerciale
 - Le droit commercial lors d'une manifestation
 - Les retours d'une campagne de prospection
-

Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives

- La mesure de la performance commerciale
- Les tableaux de bord
- L'analyse et la présentation d'un tableau de bord

- La mise en place d'actions correctives
- L'analyse statistique
- Les logiciels d'analyse de statistiques
- L'élaboration d'un rapport

Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

Représenter l'entreprise et valoriser son image

- Introduction au marketing
- La méthodologie du processus stratégique
- Les études à l'épreuve du numérique
- L'environnement de l'action
- Les enjeux et formes de la communication
- La communication avec le client
- La détection, analyse et suivi des appels d'offres
- L'e-réputation
- Introduction au webmarketing
- Les réseaux sociaux, pour qui ? Pour quoi ?
- Le développement des réseaux sociaux professionnels
- Les notions clés du marketing digital
- Comprendre le référencement naturel ou SEO
- Le marketing de contenu
- L'analyse des besoins en communication

Commercialiser un bien à la vente ou à la location

- La publicité de l'agence immobilière
- Affichage et mentions obligatoires
- Décret du 1er avril 2017 sur les annonces
- Les opérations de promotions particulières
- Communication et réseaux sociaux dans le secteur de l'immobilier

Contextualiser sa proposition commerciale

- Généralités sur le plan de vente
- Le plan de vente B to C
- Le plan de vente B to B
- Le plan de vente B to D
- L'accueil du client
- La découverte des besoins
- Savoir prendre des notes
- La préparation des conditions matérielles
- Les solutions techniques et les contraintes d'installation
- Les conditions financières de l'entreprise
- Le cadre juridique lié à la vente de solutions techniques
- Les obligations environnementales liées à la vente

Comprendre le cadre légal des opérations immobilières

- Le droit des biens
- Le patrimoine
- La propriété
- Les modes d'acquisition et de preuve du droit de propriété
- La responsabilité du professionnel de l'immobilier
- Les assurances du professionnel de l'immobilier

Élaborer et présenter sa proposition commerciale

- La préparation de propositions commerciales
- Réussir ses présentations
- Réaliser une démonstration
- Utiliser les outils numériques dans ses ventes
- Les techniques de vente et la négociation
- L'argumentation
- L'optimisation de son intervention pour atteindre ses objectifs

Négocier une solution technique et commerciale

- Le diagnostic de la situation de négociation
- Informer et argumenter sur le cadre juridique et les obligations environnementales de la vente
- Chiffrer sa proposition commerciale et prévoir des objectifs de repli
- Présenter et défendre son prix
- Le diagnostic de la négociation
- Réfuter les objections
- L'objectionnaire
- Les signaux d'achat du client
- La conclusion de la vente
- La préparation des contrats commerciaux (commandes, contrats de maintenance, garanties complémentaires, contrats de sous-traitance, etc.)
- L'entretien de vente décrypté par un pro
- La facturation et les règlements clients

Conseiller le client dans ses choix et ses démarches

- Présentation de la transaction immobilière
- Le mandat de vente
- L'estimation d'un bien d'habitation
- L'estimation des biens professionnels et commerciaux
- Le mandat de location
- L'estimation des loyers
- La rentabilité locative
- Le mandat de recherche
- Le mandat de gérance
- L'estimation du viager et du démembrement de propriété
- Les diagnostics obligatoires

Accompagner le client acquéreur

- La réception de l'appel et la découverte du client acquéreur
- Le bon de visite, le compte rendu de visite, et le suivi des visites
- La négociation en immobilier
- L'offre d'achat
- L'analyse financière de l'acquéreur
- Le contrat de prêt
- Les sûretés et les assurances du prêt
- Les droits d'enregistrement et la TVA
- La plus value
- La défiscalisation
- Les avant-contrats

Réaliser le bilan de l'activité commerciale et rendre compte

- Les budgets
- L'analyse des charges et seuil de rentabilité
- La fixation du prix

- Le calcul du prix de vente
- Les règlements clients
- L'analyse du bilan
- L'analyse du compte de résultat
- La note de synthèse
- La gestion du risque client

Optimiser la gestion de la relation client

- La notion de fidélisation
- La mise en place et l'efficacité d'une stratégie de fidélisation
- L'utilisation des informations clients et de l'historique dans la fidélisation client
- Les outils de la fidélisation client
- Concevoir et utiliser un planning pour le suivi des actions de fidélisation
- La gestion des comptes inactifs
- Le règlement des litiges ou des situations conflictuelles
- Proposer un geste commercial dans le respect des procédures de l'entreprise
- Consolider la relation commerciale avec le client
- L'animation d'un réseau de partenaires ou de prescripteurs
- Les outils de mesure de la satisfaction client
- Mesurer l'efficacité des opérations de fidélisation
- Mettre en place un reporting pour sa hiérarchie sur les actions de fidélisation
- La satisfaction de la clientèle et le marketing après-vente

Compétences transversales de l'agent commercial (facultatif)

Développer ses compétences de communication

- Les techniques pour devenir un meilleur communicant
- La communication verbale et non verbale
- L'écoute active
- La Communication Non Violente : communiquer avec empathie
- L'importance d'adapter son discours
- L'art du pitch
- Les bonnes pratiques des écrits professionnels
- Le Personal branding

Mettre en œuvre une démarche de résolution de problème

- L'adaptation au changement
- La résolution de problèmes
- Désamorcer une situation conflictuelle
- Animer des réunions structurées
- Les astuces pour booster sa productivité
- L'importance de prioriser

Connaître et reconnaître le handicap

- Les principales familles de handicap
- Les techniques de communication adaptées au handicap (FALC)

Maîtriser les bases d'Excel

- Gestion de la mise en page
- Calculs
- Les formules de bases
- Mise en forme des cellules
- Utilisation des outils de tris et de filtres
- Les objets graphiques simples
- Navigation dans l'environnement et collages spéciaux
- Options d'enregistrement et d'impression
- Formules fréquentes
- Méthodes de calculs
- Amélioration de la mise en forme et révision des cellules
- Création de tableau, gestion des images et objets graphiques
- Mise en forme des graphiques
- Lecture d'un tableau croisé dynamique
- Utilisation des outils de tri et d'analyse

Maîtriser les bases de Word

- Connaissance de l'environnement Word
- Mise en forme du texte
- Mise en forme d'un paragraphe
- Mise en forme d'une image
- Saisie et modification de texte
- Les outils de gestion des visuels
- Insertion d'objets
- Mise en page d'un document
- Mise en forme des paragraphes
- Référencement d'un document
- Références dans un document long

Maîtriser les bases du business en anglais

- Choosing a business strategy
- Negotiating a business deal
- Knowing your customers
- Innovating to distinguish yourself on the market
- Managing the supply chain
- Marketing and advertising in the 21st century

Maîtriser les bases de l'IA générative

- L'IA c'est quoi ?
- Utiliser l'IA au quotidien
- Aller plus loin avec l'IA générative
- Créer des visuels avec l'IA
- Techniques avancées de prompt engineering
- Les questionnements soulevés par l'IA

Métiers visés

- ▼ Agent commercial
- ▼ Chargé / Chargée d'affaires
- ▼ Responsable d'affaires commerciales
- ▼ Chargé / Chargée de développement commercial
- ▼ Business Developer
- ▼ Key Account Manager
- ▼ Technico-commercial / Technico-commerciale
- ▼ Responsable grands comptes
- ▼ Chargé / Chargée clientèle B2B
- ▼ Commercial / Commerciale B2B
- ▼ Sales account executive

Modalités

Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.

Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

Conditions d'admission :

Pour entrer en formation, le candidat doit :

- Être âgé(e) de 16 ans révolus à la date d'entrée en formation

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre admissibilité.

Expérience professionnelle et stage :

Le stage professionnel, qui vient compléter l'apprentissage théorique, est indispensable à la validation de votre Titre.

La durée totale du stage est de 10 semaines minimum (350h)

Studi vous fournira une convention de stage sur demande.

Examen :

Mois d'examen : Janvier/Février, Mars/Avril, Juin/Juillet, Septembre/Octobre, Novembre/Décembre

Lieu : "En présentiel (Paris, Montpellier, Bordeaux ou Lyon au choix)"

Le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- Évaluation en cours de formation
- Dossier professionnel et ses annexes
- Dossier & support de présentation à préparer pour l'examen final
- Mise en situation professionnelle (6h30)
- Entretien technique (50min)
- Questionnement à partir de productions (1h)
- Entretien final (10min)

Certification :

Certification : Titre Professionnel "Négociateur technico-commercial" niveau 5, enregistré au RNCP sous le numéro 39063 par décision de France Compétences du 16/05/2024

Certificateur : Ministère du Travail

Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences

Validation par bloc de compétences :

La certification professionnelle est composée de plusieurs blocs de compétences à acquérir pour l'obtention de la certification professionnelle.

Il est possible de valider un ou plusieurs des blocs de compétences. Chaque bloc peut être acquis individuellement.

La fiche RNCP accessible depuis chaque fiche formation en précise les modalités d'obtention.

Pour toute question concernant les blocs de compétence, contactez votre conseiller en formation.

Un bloc de compétence n'a pas de durée de validité, il est acquis à vie.

Equivalences et passerelles :

Equivalences avec l'ancien titre :

RNCP39063BC01 = RNCP34079BC01

RNCP39063BC02 = RNCP34079BC02

Poursuite d'études :

Après avoir obtenu le TP Négociateur technico-commercial, il est possible de :

Soit intégrer directement le marché du travail

Soit de poursuivre vers un Bachelor Business Management.

Cette liste n'est pas exhaustive. Il existe d'autres poursuites possibles.

Indicateurs de performance :

- **Taux d'emploi** : 78%⁽¹⁾
- **Taux de réussite** : 86%⁽²⁾
- **Taux de satisfaction lié aux cours** : 90%⁽³⁾
- **Taux de satisfaction générale** : 74%⁽⁴⁾

(1) Pourcentage des apprenants ayant trouvé un emploi dans les 6 mois suivant la fin de leur formation, toutes promotions confondues, selon les réponses issues des enquêtes d'insertion.(2) Pourcentage des apprenants ayant obtenu, complètement ou partiellement, leur diplôme, toutes promotions confondues.(3) Taux de satisfaction calculé à partir des notes (sur 5) attribuées par les apprenants ayant terminé et évalué chaque module de cours entre 2020 et 2024. Le taux reflète la moyenne de ces notes, convertie en pourcentage.(4) Taux moyen de satisfaction globale, tous publics confondus, calculé à l'issue de chaque collecte trimestrielle des retours exprimés par les apprenants via le LMS, depuis septembre 2023 ou depuis l'ouverture de la formation pour celles lancées après cette date.

Déroulement et accompagnement des formations

Déroulement de la formation

- ▼ **Inscription** et démarrage tout l'année
- ▼ **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- ▼ **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- ▼ Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- ▼ **Accompagnement** à la recherche de stage.

Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- ▼ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- ▼ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- ▼ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- ▼ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- ▼ **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- ▼ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.

Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant via handicap@studi.fr