

**Responsable de Développement Commercial – Option Immobilier
INSTITUT ROUSSEAU - Rentrée 2020/2021**

Modules	Sous sections	Heures	Intervenants	Intitulé	Compétences	Examens Evaluation des compétences
BLOC 1 S1				METTRE EN PLACE LA POLITIQUE COMMERCIALE DEFINIE PAR LA DIRECTION		PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES
POLITIQUE COMMERCIALE	S1.1	14h	Lesage	LE TRAVAIL DE PROJET COLLABORATIF	<ul style="list-style-type: none"> • Le knowledge Management / Projet sur un thème lié à une activité d(création d'une agence immobilière,...) • L'équipe projet (définition, organisation, animation) > L'atelier collaboratif (animation, outils,) • Les KPI's et le DASH BOARD, projection et indicateurs clés de performances • L'organigramme type 	
ORGANISATION ADMINISTRATIVE	S1.2	7h	Layani	COMMUNICATION ECRITE	<ul style="list-style-type: none"> • Les notes de services et d'informations • Les comptes rendus de réunions • Les mémos • Les rapports • Stratégie de diffusion de chacun de ces outils 	
MANAGEMENT ANIMATION	S1.3	7h	Lesage	GESTION DE REUNION	<ul style="list-style-type: none"> • Les différents types de réunions • L'ordre du jour • La tenue de la réunion • Le compte rendu • La mobilisation des participants • Les règles d'or d'une réunion réussie 	
MANAGEMENT ANIMATION	S1.4	14h	Lesage	LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE	<ul style="list-style-type: none"> • Les différentes techniques verbales • Les techniques non verbales • La prise de parole en public • L'intelligence émotionnelle 	

DEVELOPPEMENT COMMERCIAL ET FINANCIER	S1.5	21h 21h	Lesage Saadi	LA RECHERCHE DE CONCEPT	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de recherche d'idée et de créativité dans les Work Shop (méthode de concassage) • Le proof of concept et le MWP • Le Business Model (les différentes formes et l'utilisation dans l'innovation ou le pivot) • Le Business Plan : les choix juridiques, sociaux et fiscaux • Le Business Plan : les choix commerciaux et marketing • Le Business Plan : les choix financiers • Le PAC (objectif, moyens, méthodes) 	
STRATEGIE COMMERCIALE	S1.6	14h	Saadi	L'ACTION PAR LE PRODUIT	<ul style="list-style-type: none"> • Le concept • Le positionnement (losange de Kapferer, mapping, stratégies) • La marque (naming, stratégies de marque, branding, brandcare, brand content...) • Le packaging (fonctions et forme) • Le logo (création et exploitation) • La mise en place d'une démarche qualité • La gestion de la gamme • La servuction (objectifs, moyens, méthodes) 	
COMMERCE NEGOCE	S1.7	21h	Saadi (hors immobilier)	L'ACTION PAR LE PRIX	<ul style="list-style-type: none"> • Les méthodes de fixation du prix • Les différents taux : taux de démarque, taux de marge, coefficient multiplicateur ... • La profitabilité du produit, sa rentabilité : ROI, point mort, marge brute et marge nette • Les politiques tarifaires • Les stratégies de prix • Les CGV • La chaîne documentaire (du devis à l'encaissement) • Suivi des comptes clients • Les techniques de recouvrement • Le processus de relance des clients • Les cabinets de recouvrement • L'affacturage 	

STRATEGIE COMMERCIALE	S1.8	21h	Saadi	L'ACTION PAR LA COMMERCIALISATION	<ul style="list-style-type: none"> • Du mono canal à l'omnicanal • La prise en compte du client Atawadac • La relation partenaires de la CRM à l'XRM • Les OAV • Les différentes Pipelines et leur utilisation • La vente à l'international et interculturelle (spécificités, moyens et procédures telles que les incoterms, le credoc, le dédouanement, la logistique..) • Gestion des stocks et des approvisionnements (ERP et PGI à appliquer) 	
STRATEGIE COMMERCIALE	S1.9	14h	Saadi	L'ACTION PAR LA COMMUNICATION	<ul style="list-style-type: none"> • La communication média et hors média • Choix d'un support et un média selon les principales échelles (économie, affinité, puissance) et les techniques du média planning • Communication dans la Business Unit (PLV, ALV...) 	
STRATEGIE DIGITALE	S1.10	21h	Saadi	STRATEGIE DIGITALE	<ul style="list-style-type: none"> • Le contexte numérique • Le persona, le parcours client, l'Ux et la charte graphique • Le SEO, SEA, SMO, SEM, • Le E Contenu, la E Promotion, • La E Reputation et Community Manager • Techniques d 'Automation et retargeting • Les Médias POE, le Display et ses formes d'achat (CPM, CPC, CPL, RTB) 	
	>>>	175h				

BLOC 2 S2				PILOTER LE DEVELOPPEMENT OPERATIONNEL DU SERVICE COMMERCIAL		BUSINESS GAMES
DROIT DU TRAVAIL	S2.1	7h	Layani	DROIT DU TRAVAIL	<ul style="list-style-type: none"> • G Le contrat de travail (formes et vie) • La durée de travail • Les IRP partenaires et Risques Psychologiques et sociaux 	
DROIT ET PROCESS METIERS		14h	Layani	FONDAMENTAUX DU DROIT IMMOBILIER ADMINISTRATION DE BIEN ET SYNDIC DE COPROPRIETE	<ul style="list-style-type: none"> • L'environnement juridique des professions immobilières • Droit privé de l'immeuble, droit des contrats et responsabilités, la fiscalité de l'immeuble, les garanties et assurances, le régime des baux, les registres obligatoires, la réglementation en matière de publicité • Le cadre des obligations légales et réglementaires relatives aux contrats 	
RECRUTEMENT	S2.2	14h	Lesage	LE RECRUTEMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des besoins en compétences • Sélection d'un mode de recrutement • Le recrutement effectif (de la fiche de poste à la sélection finale) 	
RECRUTEMENT	S2.3	7h	Lesage	INTEGRATION DU PERSONNEL	<ul style="list-style-type: none"> • Les supports : livret d'accueil... • Les autres formes d'intégration : journées, animations ... • La politique de rémunération 	
		7h	Layani		<ul style="list-style-type: none"> • Les formalités administratives : déclaration préalable à l'embauche, déclaration des salaires, les salaires, les déclarations 	

MANAGEMENT	S2.4	21h	Lesage	L'EVALUATION DES COMMERCIAUX	<ul style="list-style-type: none"> • La législation • Les outils d'évaluation • L'élaboration du plan de formation et la GPEC 	
MANAGEMENT ORGANISATION	S2.5	21h	Saadi	ORGANISATION DU TRAVAIL	<ul style="list-style-type: none"> • Les différents types de visite • Fixation des priorités et des objectifs • Les outils d'organisation : agenda partagés ... • Établissement d'un planning • Contrôle des objectifs 	
MANAGEMENT ET PORCESS METIERS	S2.6	14h	Saadi (hors immobilier)	LE MANAGER COACH	<ul style="list-style-type: none"> • L'accompagnement terrain : tutorat, formation • Les différentes étapes de la visite en double • Savoir introduire, mener et conclure l'entretien commercial en duo • Le débriefing et le suivi de son accompagnement terrain 	
		7h	Lesage	TRANSACTION	<ul style="list-style-type: none"> • Définir une stratégie et un plan de prospection • Les principes de l'ilotage, objectifs d'actions/Objectifs de résultats • Les techniques de prospection • Maîtriser les outils de mesure et d'analyse des actions et des résultats (GRC) 	
		14h	Simoni	URBANISME	<ul style="list-style-type: none"> • L'essentiel du droit de l'urbanisme • Les règles et la cartographie, la légalité des documents et annexes • Acquérir les réflexes juridiques • Le code de la construction 	

MANAGEMENT ANIMATION	S2.7	14h	Lesage	MANAGEMENT PAR L'ANIMATION	<ul style="list-style-type: none"> • Les modalités de l'animation financière : primes, commissions • Les soutiens à l'animation : concours, challenges... • Les outils d'aide à la vente : argumentaires, fichiers, logiciels • Le suivi des résultats : tableau de bord • L'évaluation des performances • Le défrieffing avec le commercial 	
MANAGEMENT	S2.7	7h	Lesage	LA DELEGATION	<ul style="list-style-type: none"> • Les différents types de délégation • Les limites de la délation • Les modalités de contrôle • La gestion quotidienne de la Business Unit 	
MANAGEMENT	S2.9	7h	Lesage	LA GESTION DES CONFLITS	<ul style="list-style-type: none"> • Les indicateurs de climat social • Les types de conflit : collectifs ou individuels • La recherche des causes • Les techniques de médiation, conciliation, arbitrage • La rupture du contrat de travail 	
ANGLAIS	S2.10	35h	Rubbiani	ANGLAIS	<ul style="list-style-type: none"> • Vocabulaire technique sur l'organisation commerciale • La correspondance professionnelle • La négociation en anglais • Le management d'équipe 	
	>>>	189h				

BLOC 3 S3				DEVELOPPER LE POTENTIEL DE L'ENTREPRISE PAR LA MISE EN PLACE D'UNE STRATEGIE DE CROISSANCE		PLAN D' ACTIONS STRATEGIQUES
DEVELOPPEMENT	S3.1	14h 14h 14h 7h	Lesage Lesage Layani Simoni	L'ETUDE DE MARCHÉ TRANSACTION PARTIE 2 ADMINISTRATION DE BIENS PARTIE 2 PROMOTION	<ul style="list-style-type: none"> • Le marketing (définition, évolution, démarche) • Définition d'un marché • Les différents types d'étude de marché (périmètre d'étude, objectifs, moyens, méthodes) • Spécificités de l'étude de marché internationale • Les autres types d'étude (satisfaction, concurrentielle...) • L'intelligence économique et la veille (objectifs, moyens, méthodes) • La rentrée de mandats • Le projet acquéreurs • La négociation et la vente (LIA,...) • Stratégie commerciale formalisée • Définition des objectifs de croissance du portefeuille de copropriétés • Stratégie commerciale formalisée • VEFA et Développement foncier 	
STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT	S3.2	14h	Lesage	LES CHOIX STRATEGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> • Les stratégies globales, par Das et opérationnelles • Les matrices stratégique telle que SWOT, PORTER, BCG 1 & 2 , Arthur Doo Little, Mc Kinsey, Ansoff... • Le Plan Mercatique stratégique 	

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT	S3.3	21h	Lesage	LE PILOTAGE DU PROJET DE CROISSANCE	<ul style="list-style-type: none"> • Outils de pilotage de projet (planification, suivi, budgétisation, gestion des risques) • Notions de projet agiles (méthode scrum..) • Les formes d'association (concession, mandat, franchise...) • Les montages juridiques création de Holding, LB0, scission, acquisition etc.. 	
STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT	S3.4	14h	Saadi	L'ANIMATION DU PROJET DE CROISSANCE	<ul style="list-style-type: none"> • Les différents points de négociation • Gestion des litiges (règles et procédures) • Droit de la consommation • La gouvernance des données (RGPD, CNIL...) 	
DAF	S3.5	21h	Moll	LE REPORTING A LA DIRECTION GENERALE	<ul style="list-style-type: none"> • Les tableaux de bord • Les documents de synthèse comptable • Les documents de synthèse prévisionnels • L'assemblée générale 	
STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT	S3.6	14h	Lesage	ACCOMPAGNEMENT DU PLAN D'ACTION STRATEGIQUE	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostic et préconisations sur les axes de croissance de l'entreprise d'accueil 	
SOUTIEN		21h		ENTRAINEMENT GRAND ORAL	Coaching individuel et collectif	
	>>>	154h				
	>>>					

	BLOC 1	BLOC 2	BLOC 3
SAADI	98 h (14 jours)	35h (5 jours)	14h (2 jours)
LESAGE	56 h (8 jours)	70 h (10 jours)	84h (12 jours)
LAYANI	14h (2 jours)	28h (4 jours)	14h (2 jours)
Comptabilité	—	—	21h (3 jours)
SIMONI	—	7h (1 jour)	7h (1 jour)
Professeur d'anglais –Mme Rubbiani	—	35h (5 jours)	—