

C0268**2 JOURS****ACCESSION, BAIL RÉEL SOLIDAIRE, VENTE HLM ET COPROPRIÉTÉS ACCESSION**

PILOTAGE ET TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION D'UNE OPÉRATION D'ACCESSION

ENJEUX

Les clés pour structurer sa démarche.

L'activité d'accession à la propriété est une activité dont les risques nécessitent des procédures, des systèmes de contrôle, des savoir-faire, des organisations très différentes de celles de l'activité de la maîtrise d'ouvrage locative.

Les organismes qui se lancent dans la démarche se doivent de maîtriser à la fois les aspects d'organisation de l'activité, mais également les aspects liés à la commercialisation.

PUBLIC

Responsable de l'activité accession.
Responsable commercial.
Chargé de communication.

OBJECTIFS

- › définir en amont les conditions préalables à une bonne commercialisation
- › utiliser le cadre réglementaire de la VEFA en secteur protégé et les obligations du vendeur depuis le contrat de réservation jusqu'à la livraison et l'après-vente
- › définir les phases d'engagement
- › concevoir son argumentaire
- › planifier sa prospection et construire une stratégie de communication.

PÉDAGOGIE & ÉVALUATION

Apports méthodologiques. Études de cas.
Échanges avec les participants.

PRÉ-REQUIS

Aucun.

ANIMATION

Lætitia CHICHOUX ou Stéphanie GOLFOUSE et Valérie LARSONNEUR, Consultantes-formatrices en accession sociale et vente Hlm.

DATES CLASSE VIRTUELLE

27 et 28 mars 2025
11 et 12 septembre 2025
1^{er} et 2 décembre 2025

DÉROULÉ & CONTENU

1 AVANT

- À la rencontre de votre formateur
- Quels objectifs souhaitez-vous atteindre grâce à cette formation ?

2 PENDANT - EN GROUPE

JOUR 1 : PILOTAGE

- **Le pilotage en amont de l'opération**
 - › choix du foncier et définition du programme
 - › politique de prix (marketing mix)
 - › pré-commercialisation
- **Le cadre réglementaire de la VEFA en secteur protégé et du PSLA**
 - › obligations du vendeur, points de vigilance (travaux modificatifs, visites de chantier, livraison)
- **Une nouvelle disposition de la loi ELAN**
 - › la VEFA avec travaux réalisé par l'acquéreur
- **Comment organiser l'activité de son équipe ?**
 - › transversalité au cours des phases opérationnelles
 - › phases d'engagement
 - › choix des modes de commercialisation : en interne, externalisés

JOUR 2 : COMMERCIALISATION

- **Définir l'offre marketing**
 - › définir le marché cible
 - › déterminer l'offre produit
 - › connaître les caractéristiques des produits à vendre
 - › établir l'argumentaire
 - › préparer sa prospection
- **Définir les sources de recherche de prospects**
 - › constituer une base de données
 - › mettre en place un planning de prospection
- **Développer une stratégie de communication**
 - › faire connaître via les médias
 - › faire aimer via le marketing direct
 - › faire adhérer via l'offre commerciale
 - › accroître la notoriété via les réseaux.

3 APRÈS - MISE EN ŒUVRE EN SITUATION DE TRAVAIL

- Qu'ai-je retenu de ma formation ?
- Les ressources pédagogiques qui m'accompagnent

PRIX NET : 1000 EUROS - 14 h de formation

Ce prix comprend l'accès à notre plateforme de formation ESPACE47.
Ce stage peut être organisé dans votre organisme ou dans votre région.

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS : Anne de POULPIQUET - 06 61 15 23 39. anne.de-poulpiquet@aafpols.fr
Personne en situation de handicap : contacter Cécile CROQUIN - 06 76 72 65 07. referenthandicap@aafpols.fr