C0149

**GESTION LOCATIVE ET SOCIALE** POLITIQUE COMMERCIALE ET RELATION CLIENT

# VAINCRE LA VACANCE : GAGNER EN PERFORMANCE

**2 JOURS (14 h) - DISTANCIEL OU PRÉSENTIEL**

## Une approche transversale

La commercialisation des logements constitue pour les organismes une activité de nature très différente en fonction des zones d'implantation des logements disponibles. La qualité des démarches est d'autant plus déterminante qu'il peut s'agir aussi de faire face à la concurrence locale, d'attirer des candidats au logement vers des territoires moins attractifs ou éloignés des centres villes, et également de redonner de l'attractivité à de grands centres urbains.

## PUBLIC

Responsable clientèle, responsable d'agence, responsable du développement, directions fonctionnelles et opérationnelles.

## PRÉ-REQUIS

Aucun.

## OBJECTIFS

› évaluer l'attractivité de son patrimoine dans son environnement
› élaborer un argumentaire spécifique à la commercialisation
› identifier les attentes des candidats-locataires
› analyser le process de relocation
› identifier les ressources stratégiques pour optimiser la commercialisation.

## PÉDAGOGIE

Alternance d'apports théoriques, d'outils et de méthodologies. Échanges avec les participants à partir des problématiques rencontrées. Mises en situations à partir de cas pratiques.

## ÉVALUATION

Chaque stagiaire sera questionné en amont, pendant et à l'issue de la formation pour identifier ses attentes, vérifier ses acquis et évaluer sa satisfaction globale de la formation.

## ANIMATION

Solenne DUTHOIT, Consultante-formatrice spécialisée sur les thématiques commerciales.

## DATES DES SESSIONS INTER

les 5 et 6 avril 2027 - Distanciel
les 20 et 21 septembre 2027 - Distanciel
les 20 et 21 septembre 2027 - Présentiel à Paris

PRIX NET : 1 610 EUROS

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

justine.homawoo@afpols.fr - 06 58 75 61 46

## EN INTRA

Ce stage peut être organisé en intra ou adapté sur mesure dans votre organisme ou dans votre région.

DEMANDE DE DEVIS : intra@afpols.fr

## DÉROULÉ & CONTENU

### 1 AVANT

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

### 2 PENDANT - EN GROUPE

**Définir l'attractivité de son patrimoine**
- connaître les fondamentaux du marketing adapté au logement social
- qualifier des territoires : zones tendues et détendues
- repérer la nature de la vacance : typologie, durée
- analyser la politique de prix
- analyser le marché et la concurrence

**Rechercher l'adéquation produit/client**
- connaître ses produits : socle de la commercialisation
- valoriser les services existants
- proposer un produit adapté à la demande
- identifier l'évolution du marché de l'immobilier social
- identifier les motifs de refus des logements proposés

**Commercialiser : le bénéfice client**
- connaître les attentes et les besoins des clients
- développer sa pratique commerciale : le SONCASE
- identifier les avantages du bénéfice client
- mettre en place un argumentaire

**Renforcer en interne le processus de relocation**
- identifier les acteurs de la chaîne de relocation
- analyser la rotation et identifier les motifs de départ
- mesurer les atouts de la transversalité interservices
- diagnostiquer le patrimoine, les parties communes et les abords

**Conduire des actions commerciales en équipe**
- animer le réseau des clients-locataires (visite conseil, de courtoisie)
- définir l'offre commerciale
- développer des plans d'actions
- renforcer les partenariats avec les collectivités
- promouvoir son offre : les médias et réseaux (Le bon coin, Se loger, Bienveo, Mon bailleur.fr...).

### 3 APRÈS - MISE EN ŒUVRE EN SITUATION DE TRAVAIL

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