



LE BASIC POUR DEVENIR AGENT IMMOBILIER TRANSACTIONNAIRE

Objectif : acquérir des compétences opérationnelles retraçant chaque aspect du métier de négociateur immobilier

Durée : 4 jours

Public : négociateur immobilier

I – Le cadre posé par la loi Hoguet

A. Les professions réglementées.

- 1 – L'agent immobilier
- 2 – L'administrateur de biens
- 3 – Le syndic de copropriété
- 4 – Les professions connexes

B. Les obligations relatives à la Loi Hoguet.

- 1 – L'inscription au R.C.S
- 2 – L'aptitude professionnelle
- 3 – Une assurance R.C.P.
- 4 – Une garantie financière

C. Les obligations relatives à l'exercice de l'activité Commerciale.

- 1 – Le registre-répertoire
- 2 – Le registre des mandats
- 3 – Le carnet des reçus

4 – L'état spécial

D. La réglementation professionnelle

- 1 – L'affichage obligatoire
- 2 – La carte professionnelle
- 3 – L'attestation d'emploi « carte grise »
- 4 – Les arrêtés de comptes
- 5 – L'ouverture du compte bancaire dit
« art.55 »

Exercices pratiques : - Comment remplir les registres obligatoires.

II – LE CADRE JURIDIQUE DE LA VENTE

1 – Les différentes clauses du mandat et leurs incidences juridiques

- a - Les mandats de vente avec et sans démarchage à domicile
- b - Les mandats de recherche avec et sans démarchage à domicile
- c - Le bon de visite

2 – Les avant-contrats, quels engagements pour les parties ?

- a – La lettre d'intention d'achat
- b – La promesse de vente
- c – Le compromis de vente

3 – La loi S.R.U. et ses conséquences pratiques

- a – Le délai de rétractation et le délai de réflexion
- b – La loi Carrez
- c – Les diagnostics techniques (Amiante, Plomb, Termites...)

4 - Le plan de financement

la solvabilité de l'acquéreur

Les bonnes questions à poser pour gagner du temps

5 – Du mandat à la réalisation définitive : les étapes de la vente

III - LES TECHNIQUES DE VENTE ET DE NEGOCIATION

I – Les objectifs de la prospection

II – Inventaire des méthodes de prospection

III – L'organisation de la prospection pour rentrer des mandats

- Déterminer « sa zone »
- Le marché potentiel
- Gestion de son temps de prospection.

IV – Négocier avec les vendeurs et acheteurs

- traitement des objections
- préparation de la rencontre
- comprendre les motivations du client