



## PROGRAMME DE FORMATION

# Commercialiser une opération d'aménagement

(référence F42)

### Objectifs

---

- Construire une approche marketing et commerciale d'une opération d'aménagement
- Initier et animer la commercialisation d'une ZAC
- Maîtriser les produits et les recettes grâce à la concertation avec les promoteurs

### Public

---

Responsable d'opérations ou toute personne en charge de la commercialisation d'opérations d'aménagement

### Prérequis

---

Avoir une opération d'aménagement à commercialiser

### Méthodes et support

---

Exposés illustrés d'exemples basés sur des cas réels, ateliers et échanges autour de cas concrets fournis par les participants. Un support de cours sera remis à chaque participant.

### Durée

---

1,00 jour(s)

7:00 heures

### Informations complémentaires

---

#### Intervenant

Promoteur consultant immobilier

#### Parcours formation

- Opération d'aménagement
- **Pour une formation encore plus opérationnelle !**  
Si vous souhaitez travailler sur vos propres opérations, vous pouvez nous envoyer, à réception de votre convocation, la présentation de vos projets et de vos outils de communication.

#### A noter

- Les participants sont invités à se munir de leurs PC pour participer pleinement à cette formation
- Cette formation peut être complétée par le stage réf. E30 « Commercialiser une opération immobilière »

Pour tout renseignement complémentaire : [formation@scet.fr](mailto:formation@scet.fr)



## Contenu

---

### **Les ZAC multi-produits**

- Cohabitation et interaction des différents produits : logement, bureaux, activités, commerces, lots de terrain

### **Stratégie marketing et marketing territorial**

- Approche du marketing territorial
- Etude de positionnement stratégique des produits
- Définition des zones d'influence interactives
- Mise en place d'une stratégie commerciale et mobilisation des partenaires

### **Le plan et les outils de commercialisation**

- Les documents sur support papier : brochure, plaquette
- Les outils internet : quels sites choisir, créer un site dédié, les réseaux sociaux
- Les autres supports de communication : panneau, publicité, salons professionnels ...

### **L'équipe de commercialisation**

- Comment choisir son ou ses commercialisateurs et agents commerciaux ?
- Le mandat, simple ou exclusif, durée, rémunération
- Outils de suivi et de management de la commercialisation
- La mesure de la commercialisation jusqu'à l'inauguration des implantations

### **L'offre et la vente**

- Recherche et sélection des promoteurs
- La consultation, la concertation et sa mise en oeuvre
- L'offre du promoteur, fiabilité et équilibre
- La charge foncière
- Le budget et ses postes
- Rentabilité du projet
- Comment choisir le mieux-disant ?

### **Etude de cas et échanges sur les projets apportés par les participants**

- Atelier informatique sur le calcul des charges foncières, le compte à rebours du promoteur