



Crise de l'immobilier ? Attentisme du marché ? Etre présent sur le volume d'affaires résiduel est une question de survie ! Préparer la crise grâce à une stratégie réfléchie et élaborée selon les contraintes du marché, c'est passer de la stratégie court terme (profits immédiats non pérennes), à une stratégie moyen terme (profits différés pérennes). La crise est donc l'opportunité de se remettre en question pour retrouver ses niches de valeurs ajoutées. " Il ne s'agit pas de prévoir l'avenir, mais de le rendre possible" (St Exupéry). Pour redynamiser son portefeuille et repositionner le service rendu, l'acquisition d'outils d'analyse et de structuration apportera plus de sérénité...et de mobilisation pour faire face.

Durée : Consultez nous

Tarif : Consultez nous

Tarif Intra : Nous contacter

PUBLIC

Tout responsable d'agence immobilière évoluant dans un environnement bousculant les scénarios et perspectives

OBJECTIFS

- Elaborer ou adapter sa propre stratégie d'agence aux nouvelles données du marché
- Différencier ses actions à court terme (optimisation des ressources internes) de ses actions à moyen terme (adaptation au marché)
- mener une réflexion de différenciation et d'innovation

FORMATEUR(S)

- Nos formations sont animées par des consultants de très haut niveau professionnel et bénéficiant d'une longue expérience : praticiens, chercheurs et pédagogues, ils sont tous reconnus comme de grands spécialistes dans leur domaine de compétences.

METHODE ET CONTENU PEDAGOGIQUE

2 formules au choix

une journée :

conférences et ateliers dans un cadre propice à la prise de recul et à la réflexion
tarif : 490 euros net, pauses et repas du midi compris

trois soirées : de 18h à 21h

exposés et ateliers

tarif : 450 euros net, cocktail dînatoire compris

Programme des ateliers et exposés

exposé (matin ou soirée 1)

- les 7 facteurs clé de la stratégie court terme (ex : gestion de crise)

ateliers

- appliquer la matrice d'analyse stratégique à sa propre situation et en profondeur
- appliquer la démarche : "du potentiel existant en interne au marché"

exposé (après-midi ou soirée 2)

- les 7 facteurs clé de la stratégie moyen terme (ex : sortie de crise)

ateliers

- élaborer sa propre stratégie moyen terme (sortie de crise) selon la démarche : "du marché à l'outil de production"
- choisir entre recentrage, élargissement, glissement et diversification
- maîtriser les principes du benchmarking et de la modélisation pour développer créativité et innovation

exposé (après-midi ou soirée 3)

- anticiper et accompagner le changement vers un nouvel équilibre

atelier

- utiliser la matrice de l'interaction systémique : produit / personnel / process / organisation / information

SESSIONS

Contactez nous