

FICHE 09 Vendre l’exception : immobilier de prestige & clientèle haut de gamme

14 h — 7 h formation + 7 h ateliers

Public	Agents immobiliers, négociateurs, responsables d’agence et professionnels de la transaction.	Prérequis	Fondamentaux de la transaction immobilière et de la relation client.	Modalités	Groupe ; présentiel ou distanciel synchrone à préciser à la contractualisation.
Reconnaissance	Non certifiante ; attestation de fin de formation / réalisation.	Accès	Dates, lieu, tarif et délai communiqués lors de la programmation.	Intervenant	Frédéric Walther — expert immobilier agréé.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Comprendre les attentes d’une clientèle haut de gamme et les codes propres aux biens d’exception.
 - Construire une stratégie de présentation et de diffusion sélective, y compris pour une clientèle internationale.
- Identifier les facteurs de valeur qui dépassent le simple prix au m² : rareté, architecture, adresse, vue, histoire et services.
 - Conduire la relation vendeur et acquéreur sur la confidentialité, la preuve de valeur et la qualité de service.

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE — 7 H DE FORMATION

Séquence	Durée	Contenu
Module 1 — Marché du prestige, codes et attentes clients	1 h 30	Définition du bien d’exception ; profils de clientèle ; rareté ; discrétion ; niveau de service ; posture et expérience client.
Module 2 — Évaluer un bien hors standards	2 h 00	Facteurs qualitatifs ; comparables rares ; micro-localisation ; architecture, vue, prestations, histoire ; fourchette de valeur et défense du prix.
Module 3 — Marketing premium et storytelling	2 h 00	Photographie, vidéo, visite privée, rédaction, storytelling, diffusion sélective, réseaux spécialisés, approche off-market et clientèle internationale.
Module 4 — Relation, confidentialité et négociation haut de gamme	1 h 30	Qualification de l’acquéreur ; confidentialité ; préparation des visites ; traitement des objections ; négociation ; suivi personnalisé.

ATELIERS PRATIQUES — 7 H

Atelier	Durée	Mise en pratique
Atelier 1	1 h 30	Réaliser l’analyse qualitative d’un bien de prestige et identifier ses marqueurs de valeur.
Atelier 2	1 h 30	Construire un storytelling immobilier premium à partir d’un bien réel ou fictif.
Atelier 3	1 h 30	Élaborer un plan marketing sélectif : visuels, vidéo, diffusion, réseaux et clientèle internationale.
Atelier 4	1 h 15	Simuler un rendez-vous vendeur exigeant avec défense d’un positionnement prix.
Atelier 5	1 h 15	Organiser une visite privée haut de gamme et traiter les objections d’un acquéreur qualifié.

PRINCIPALES MODALITÉS QUALIOP

Méthodes / moyens : Apports structurés, échanges, études de cas, documents professionnels, grilles d’analyse, exercices chiffrés et mises en situation.	Évaluation : Positionnement et attentes en amont ; évaluations formatives ; productions des ateliers ; quiz/QCM ou cas de synthèse final.
Suivi / appréciation : Traçabilité de la présence ; participation ; questionnaire de satisfaction à chaud ; attestation de fin de formation.	Accessibilité / intervenant : Besoins spécifiques analysés en amont et adaptations recherchées avec le référent handicap. Frédéric Walther — expert immobilier agréé.