

ÉPREUVE DE TRANSACTION IMMOBILIÈRE

CE SUJET COMPORTE QUATRE DOSSIERS :

DOSSIER 1 : PROSPECTION	15 points
DOSSIER 2 : GESTION DE CLIENTÈLE ET TRANSACTION	15 points
DOSSIER 3 : COMMUNICATION ET GESTION DES COMMERCIAUX	10 points
DOSSIER 4 : TECHNIQUES DU BÂTIMENT	10 points
	<hr/>
TOTAL	50 points

Le barème ci-dessus est donné à titre indicatif

Documents et matériels autorisés :
Calculatrice électronique conformément à la circulaire n° 99186 du 16/11/1999

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Il comporte 11 pages, numérotées de 1 à 11.

L'annexe 3 est à rendre en un exemplaire avec la copie,
les deux exemplaires fournis étant suffisants pour permettre la préparation et la présentation des réponses.

PRÉSENTATION DE L'AGENCE

L'agence BELLEDONNE (voir fiche d'identité en **annexe 1**) a été créée en juillet 1990 par Monsieur Daniel DUGON. Elle est située dans le département de l'Isère, au centre ville de Grenoble, une ville de 424 000 habitants, dans un quartier très commerçant.

Cette implantation géographique a des aspects très positifs :

- transports en commun à proximité,
- facile d'accès, boulevards, cours, parkings couverts,
- taux de fréquentation élevé,
- présence de lycées et d'établissements d'études supérieures,

mais aussi des aspects négatifs :

- parkings payants,
- proximité de la concurrence,
- stationnement difficile : zone encombrée.

Monsieur Daniel DUGON a débuté son activité par la transaction. Puis, profitant d'une activité immobilière favorable, il a ouvert en 2000 un service location et gestion de biens. Dernièrement, il s'est associé avec un promoteur dans le but de commercialiser des appartements dans une résidence pour étudiants « le Charmanson », 12 rue du Drac dans le quartier Europole à Grenoble, un quartier d'affaires dynamique.

Les établissements d'enseignement supérieur grenoblois accueillent environ 60 000 étudiants dont près de 6 000 étudiants étrangers attirés par la diversité des études proposées, l'environnement naturel exceptionnel et la richesse de la vie culturelle et sportive régionale.

Au sein de l'agence BELLEDONNE, vous avez été embauché(e) pour assister Monsieur Daniel DUGON. Vous commencez votre période d'essai. Monsieur DUGON vous soumet 4 dossiers afin de tester vos capacités.

DOSSIER 1 : PROSPECTION

Monsieur Daniel DUGON vous associe à son projet de commercialisation d'appartements en résidence étudiants. Il a entendu parler d'un moyen de prospection récent le « e-mailing » que l'on peut traduire par publipostage électronique. Il souhaite avoir votre avis sur ce moyen et vous confie un premier travail.

Il vous fournit des éléments nécessaires au calcul du coût pour cette opération :

- Acquisition en 2006 d'un matériel informatique amortissable linéairement sur 5 ans..... 4 000 €
- Création du site internet en 2004 (amortissable sur 5 ans)..... 2 000 €
- Acquisition en 2006 d'un logiciel d'e-mailing (amortissable sur 2 ans)..... 150 €
- Achat d'un fichier de 2 000 adresses imputable en totalité pour ce publipostage électronique 0.25 € l'unité
- Conception du message..... 2 h
- Saisie et envoi du message..... 2 h
- Coût horaire de main-d'œuvre..... 13 € + 50 % de charges sociales
- Part annuelle de l'amortissement du matériel informatique et du site de l'agence à affecter à l'activité de e-mailing..... 1/8
- Autres charges indirectes estimées à 3 % du coût de la main-d'œuvre directe.
- On sait par ailleurs que l'agence effectuera en moyenne 10 e-mailings par an.
- Les coûts d'acquisition des équipements « matériel et logiciel » sont hors taxes.

TRAVAIL À FAIRE :

1.1) *Énoncez 4 arguments en faveur de l'e-mailing ?*

1.2) *À quelle cible allez-vous vous adresser ? Quelles zones géographiques allez-vous choisir ? Justifiez vos réponses.*

1.3) *Rédigez l'e-mailing.*

1.4) *Calculez le coût de revient total de ce publipostage électronique. Présentez votre réponse sous la forme d'un tableau.*

1.5) *Calculez le coût d'acquisition d'un prospect dans le cas où le taux de retour exploitable serait de 2 %.*

DOSSIER 2 : GESTION DE CLIENTÈLE ET TRANSACTION

Dans un premier temps, vous recevez plusieurs messages de personnes intéressées par l'acquisition d'un appartement en résidence étudiants.

Parmi elles, Madame et Monsieur Jean-Claude ROUGERIE de Paris sont intéressés par un investissement « Dispositif DE ROBIEN ». Connaissant peu le marché locatif grenoblois, ils souhaitent obtenir des informations sur l'intérêt d'effectuer ce type d'investissement.

TRAVAIL À FAIRE :

2.1) À l'aide de la documentation jointe en Annexe 2 et de vos connaissances, vous rédigez un courrier à Madame et Monsieur ROUGERIE répondant à leurs attentes.

Dans un deuxième temps, convaincus par votre courrier, Madame et Monsieur ROUGERIE sont venus visiter le bien et ont décidé l'acquisition d'un T1 au prix de 68 000 €, il s'agit de l'appartement n° 17.

De plus, satisfaits de vos services et de votre accueil, ils ont choisi de vous confier leur bien à la location. De ce fait, vous leur accordez une réduction de 1 % sur les honoraires d'agence.

TRAVAIL À FAIRE :

2.2) À l'aide de l'annexe 1, présentez le calcul des honoraires réglés par les acquéreurs lors de la vente.

DOSSIER 3 : COMMUNICATION ET GESTION DES COMMERCIAUX

Votre responsable réunit les 5 négociateurs de l'agence une fois par semaine. Cette réunion a pour but de vérifier si les objectifs hebdomadaires et mensuels en terme de rendez-vous obtenus, de rentrée de mandats, de vente de biens sont atteints. Elle doit également permettre d'analyser les résultats.

Monsieur Daniel DUGON souhaite améliorer l'efficacité de cette réunion hebdomadaire. Il connaît bien ses vendeurs et leur personnalité. Il en a dressé un portrait et souhaite que vous lui indiquiez l'attitude la plus pertinente à adopter face à chacun d'eux (**Annexe 3**).

La concurrence est très forte sur le marché immobilier grenoblois. Monsieur Daniel DUGON est convaincu que les résultats de l'agence dépendent donc pour une grande part du dynamisme et de l'efficacité de ses vendeurs. Il vous remet un tableau synthétique des résultats de ses 5 commerciaux pour le mois dernier (**Annexe 4**) et vous indique les ratios de référence en immobilier :

- ratio de prospection de la profession : 3 % (par rapport au nombre de contacts)
- ratio de rendement de la profession : 50 % (par rapport au nombre de RDV obtenus)

TRAVAIL À FAIRE :

3.1) Complétez la colonne « Attitude à adopter » dans l'Annexe 3 (à rendre avec la copie).

3.2) Évaluez l'efficacité des négociateurs de l'agence BELLEDONNE. Pour cela, présentez dans un tableau le calcul des deux ratios pour chacun des négociateurs. Commentez vos résultats et proposez des solutions.

Afin d'améliorer le ratio de prospection des négociateurs, Monsieur Daniel DUGON souhaite optimiser l'efficacité de l'argumentaire permettant de faire face à des objections fréquentes.

TRAVAIL À FAIRE :

3.3) Proposez une réponse à chacune des objections suivantes en mentionnant la technique de réfutation des objections utilisée :

- « je préfère m'occuper moi-même de la vente de mon bien »,
- « les agences immobilières ne sont pas fiables, je suis déjà passé(e) par une agence sans succès »,
- « la commission de l'agence est trop élevée ».

DOSSIER 4 : TECHNIQUES DU BÂTIMENT

En collaboration avec un promoteur, vous intervenez sur la construction d'un immeuble de 21 logements sur 5 niveaux (R+4).

L'architecte a consigné les éléments de descriptif dans le C.C.T.P. (extraits joints en **Annexe 5**).

Sols textiles

On vous propose pour les pièces principales, les produits des entreprises FORBO-SARLINO et TARKETT-SOMMER (**Annexe 6**).

TRAVAIL À FAIRE :

4.1) Indiquez les produits qui satisfont les exigences du C.C.T.P. Justifiez vos réponses.

Menuiseries extérieures : Fenêtres des chambres**TRAVAIL À FAIRE :**

4.2) Indiquez les fonctions que doit assurer la fenêtre.

4.3) Le produit proposé Gimm Héritage (Annexe 7), pourra-t-il être retenu en fonction du C.C.T.P. ?

4.4) Entre l'architecte et le menuisier existe-t-il un lien contractuel ? Précisez votre réponse.