

## Exercice : la prospection

1. Quelles sont les différentes méthodes de prospection actives ? Répondez sous forme de tableau.
2. Quelles sont les informations indispensables devant figurer sur un flyer et sur les autres documents extérieurs à l'agence ?
3. Quelle méthode de communication un document commercial doit-il respecter pour être efficace?
4. Rédigez un flyer attractif dont le but est de prendre de nouveaux mandats. Ce document devra répondre aux règles légales et de communication.  
 La situation de l'agence est la suivante : *L'agence Billabong Immobilier, située à Avignon est une agence installée depuis 1997 qui propose de vendre ou de louer des biens. Elle est bien connue pour ses panneaux bleu et vert. Elle cherche de nouveaux biens pour des primo-accédants dont le budget est de 220 000€ maximum, et de petites maisons avec extérieur de préférence.*  
 SARL BILLABONG au capital de 7 500€ 75 Avenue de Perth, 75 0003 PARIS  
 RCS 342833428 Carte professionnelle n°233422 délivrée par la CCI de Paris. Caisse de garantie Galian 130 000€.
5. Rappelez les règles de droit qui encadrent le démarchage téléphonique.
6. L'agence Billabong emploie 3 négociateurs qui ont des performances différentes : Sydney, Perth et Adélaïde. A partir des résultats suivants, dégagez des ratios pertinents (transformation, concrétisation, retour) pour analyser le travail de chacun et prendre des mesures adéquates.

COLLABORATEURS	APPELS TEL	RDV	MANDATS	VENTES
Sydney	40	25	18	3
Perth	50	30	15	3
Adélaïde	55	20	10	1