



Be Square
4, rue Drouot
75009 PARIS
SIRET : 914 863 493 00039
Tel : 06 83 58 37 28

« Réussir son rôle de manager en promotion immobilière »

Aligner, animer, piloter !!



Animée par Marc Fazio :

Formateur expert en développement commercial et management, spécialisé dans la négociation, l'expérience client et l'accompagnement des équipes dans la conduite du changement et la performance collective.

Objectifs pédagogiques :

- Clarifier son rôle de manager/leader dans un contexte de promotion immobilière.
- Donner du sens et fixer des objectifs clairs alignés sur la stratégie de promotion (programme, livraisons, commercialisation).
- Animer son équipe au quotidien (communication, motivation, délégation) et gérer les tensions typiques du secteur (urgence, conflits d'acteurs, surcharge).
- Piloter simplement l'activité de son équipe avec des outils concrets (suivi, réunions, tableaux de bord).

Programme :

Matinée : « Clarifier son rôle de manager promoteur »

1. Accueil & mise en situation (30 min)

- Présentation rapide de la journée et des objectifs.
- Tour de table : « Quel type de manager suis-je aujourd'hui ? » (nouveau manager, en reprise, ou dirigeant qui gère des chefs de projet, d'équipes).
- Cas concret : 1-2 situations réelles de management dans la promotion immobilière (ex. : pression sur les délais, conflit entre équipe technique et commercial, collaborateur en surcharge).

2. Quel est mon rôle de manager dans la promotion ? (1h)

- Le manager-promoteur a 3 rôles :
 - Pilote de projet (marché cible, délai, budget, qualité, livraisons).
 - Animateur d'équipe (cohésion, communication, motivation, co-responsabilité de l'équipe).
 - Interface avec les acteurs (opérateurs, partenaires, financeurs, clients).
- Exercice : « Mon équipe aujourd'hui » – cartographie des collaborateurs (rôles, profils, niveau d'autonomie) et des enjeux propres à la promotion immobilière.

3. Définir sa posture et son leadership (1h)

- Styles de management : autorité bienveillante vs. gestionnaire vs. coach.

Publics visés :

Managers de la promotion Immobilière

Pré-requis :

Aucun

Durée :

1 journée soit 7 heures

Modalités pédagogiques :

Présentiel / Distanciel

Modalités d'évaluation :

Questionnaire de satisfaction

Nombre de participants :

De 6 à 12 maximum

Budget :

Tarif adhérent : 690€ HT
soit 828€ TTC par participant

Tarif grand public : 840€ HT
soit 1 008€ TTC par participant

Handicap :

Pour la bonne organisation et le suivi efficace des formations, nous vous demandons de nous informer si un de vos participants souffrirait d'un quelconque handicap pouvant nécessiter un aménagement de la formation.

- Cas promotion immobilière : comment exercer son autorité sans bloquer l'agilité dans un projet immobilier (ex. : décisions techniques, choix de commercialisation).
- Exercice : « Ma posture idéale » – identifier les 2–3 comportements à renforcer (ex. : écoute, clarté, prise de décision).

4. Fixer des objectifs et piloter l'équipe (1h)

- Construire des objectifs en promotion immobilière :
 - Collectifs : avancement projet, livraisons, marge, satisfaction client.
 - Individuels : gestion de lots, suivi commercial et financier, qualité des dossiers.
- Outils simples : tableau de suivi de projet (ex. : barème de livraison, avancement commercial, indicateurs clés).
- Atelier : rédaction de 2–3 objectifs SMART pour son équipe (alignés sur un programme immobilier).

Après-midi : « Gérer son équipe au quotidien »

5. Motiver et animer son équipe (1h)

- Sources de motivation dans la promotion : sens de la mission, résultats visibles et durables (livraisons), reconnaissance, autonomie.
- Techniques de reconnaissance : feedback positif, valoriser la contribution au projet, rituels de réussite.
- Gestion des facteurs de démotivation : surcharge, manque de reconnaissance, divergences de vision.
- Atelier : « 1 feedback positif et 1 retour d'alerte » – pratique en binôme sur un cas promotion immobilière.

6. Développer l'autonomie et la délégation (1h)

- Pourquoi déléguer dans un projet immobilier ? Pour gagner en hauteur de vue et éviter de tout centraliser.
- Méthode simple :
 - Identifier les tâches déléguables (ex. : suivi chantier, gestion de certains interlocuteurs, animation de réunions).
 - Choisir le collaborateur selon compétence et niveau de fiabilité.
 - Cadrer clairement (objectif, délais, marges de manœuvre).
- Cas pratique : déléguer un élément concret d'un projet promotion (ex. : animation d'un comité projet, pilotage d'un lot).

7. Gérer les réunions et la communication (1h)

- Les réunions indispensables en promotion :
 - Point projet court (ex. : avancement, urgence, livraison).
 - Commercialisation (tirage, prix, argumentaire).
 - Équipe (motivation, débrief, résolution de blocages).
- Règles simples : agenda, temps serré, décisions/actions claires.

- Mise en situation : simuler un « point projet » de 10 minutes avec un cas réel de programme immobilier.

8. Gérer les tensions et les conflits (1h)

- Typologie des tensions en promotion immobilière :
 - Urgence projet vs. qualité.
 - Équipes internes (commercial / technique) ou partenaires (opérateur, bureau d'études).
- Méthode DESC (Désaccord, Exemple, Sentiment, Chance) appliquée à un conflit terrain.
- Atelier : résoudre un cas concret (ex. : conflit entre chef de projet et commercial sur un choix de livraison).