
Piano Formativo

La **Matrice Emotiva** dell'individuo
Motore di sviluppo dell'Impresa

Settore Immobiliare



Piano Formativo Settore Immobiliare

Metodologia innovativa

Sommario

1. PREMESSA	3
2. LA METODOLOGIA	3
3. IL MODELLO FORMATIVO PER LE IMPRESE IMMOBILIARI	4
4. LE AREE FORMATIVE	5
5. GLI AMBITI FORMATIVI	6
6. L'OFFERTA FORMATIVA	7
6.1. PERCORSO FORMATIVO	8
6.2. ACP - DIREZIONE	9
6.3. ACP - CAPI GRUPPO	10
6.4. ACP - AGENTI E PROCACCIATORI	11
7. LA CONSULENZA AZIENDALE	12
7.1. MODELLO OPERATIVO	12
8. PIANO FORMATIVO SETTORE IMMOBILIARE	13
8.1. PIANO FORMATIVO STANDARD AGENTI IMMOBILIARI	13
8.2. AREE D'INTERVENTO	14

1. PREMESSA

Il Centro ACP - Centro Ricerca Avanzato di Counseling e Psicologia svolge dal 2009 attività di formazione aziendale per le imprese. La formazione delle Risorse Umane è la principale leva strategica per il miglioramento competitivo delle aziende.

Il Centro ACP offre percorsi di crescita professionale e di sviluppo delle competenze finalizzati a rafforzare nelle imprese immobiliari le capacità indispensabili al miglioramento dei risultati.

2. LA METODOLOGIA

I Ricercatori del Centro ACP - Centro Ricerca Avanzato di Counseling e Psicologia, basandosi sui risultati delle più recenti ricerche scientifiche nella Psicologia, nel campo evolutivo e delle neuroscienze, delle filosofie orientali, della metafisica, della fisica quantistica e sulle intuizioni del Prof. Michael D. Gershon, esperto di anatomia e biologia cellulare della Columbia University, hanno dimostrato chiaramente che l'individuo possiede una propria **Matrice Emotiva**. Attraverso la conoscenza della Matrice Emotiva è stata elaborata una innovativa metodologia che viene utilizzata in ambito medico, personale e professionale. La nostra Matrice Emotiva utilizza vari canali per comunicare, tra cui:



- Il linguaggio
- Il codice di accesso
- La comunicazione emozionale
- La memoria emozionale

Conoscere la Matrice Emotiva e riuscire ad individuare gli elementi che la influenzano e la condizionano è un'opportunità fondamentale per raggiungere il proprio benessere personale e per soddisfare e comprendere i desideri e le aspirazioni di tutti i nostri interlocutori.

3. IL MODELLO FORMATIVO PER LE IMPRESE IMMOBILIARI

Il nostro Modello Formativo nel Settore Immobiliare prevede un'analisi preliminare delle esigenze ed in funzione degli obiettivi dell'Impresa, la progettazione di un percorso su misura personalizzato per ogni cliente.

La flessibilità e la personalizzazione hanno anche l'obiettivo di ottimizzare i tempi ed i costi dell'intervento formativo agendo su quattro fronti:

La **Logistica**. Centro ACP favorisce la formazione presso i clienti riducendo i costi degli spostamenti, struttura, albergo, etc.

Le **Risorse Umane**. E' possibile modulare i programmi formativi in base alle caratteristiche professionali dei partecipanti: Titolari del Gruppo Immobiliare, Direttori e Responsabili della Rete, Titolari Agenzia, Responsabili Agenzia, Capi Gruppo, Agenti Immobiliari / Procacciatori, Segreteria, etc.

Il **Programma**. Il programma formativo viene adattato al contesto ed alle esigenze specifiche del cliente. Ad esempio il Titolare di un'Agenzia può prevedere un corso di formazione per migliorare la fase della trattativa per l'acquisizione di nuovi immobili oppure la fase della chiusura nella trattativa di vendita.

Il **Tempo**. Il cliente sceglie le date, in qualsiasi giorno della settimana ed in qualsiasi fascia oraria, in modo da ottimizzare la presenza del personale durante la formazione.



4. LE AREE FORMATIVE



Il Centro ACP prevede percorsi formativi mirati per ogni area dell'organizzazione dell'impresa proponendo modelli di sviluppo nelle seguenti **Aree Operative**:

- **Organizzazione.** Per lo sviluppo delle relazioni, delle competenze delle risorse umane interne all'impresa o all'agenzia (titolari, responsabili, capi gruppo, agenti, segreteria, call center, etc.).
- **Partner e collaboratori.** Per il miglioramento del rapporto con i partner ed i collaboratori (informatori, amministratori di condominio, portieri, etc.).
- **Fornitori.** Per l'efficacia nella gestione e negoziazione con i fornitori (tipografia, riviste e giornali, scuole di formazione, softwarehouse, web e social media marketing, etc.).
- **Clienti.** Per lo sviluppo delle vendite e dell'acquisizione, della comunicazione e della soddisfazione dei clienti (proprietari, costruttori, acquirenti, inquilini, etc.).



5. GLI AMBITI FORMATIVI

Il Centro ACP ha previsto percorsi formativi per il miglioramento dell'individuo negli ambiti che assicurano un risultato efficace e duraturo nel tempo per la crescita personale e professionale degli operatori nel settore immobiliare:

Crescita Personale. La formazione è focalizzata principalmente sulla Motivazione ed il Raggiungimento degli obiettivi.

Competenza Tecnica Commerciale. La base fondamentale per l'ottenimento di risultati nell'ambito immobiliare risiede nella costruzione di una solida preparazione nell'acquisizione delle informazioni, gestione della trattativa di acquisizione, nella negoziazione con il proprietario e l'acquirente.

Relazione con gli altri. Il successo per il raggiungimento degli obiettivi personali e professionali viene maturato attraverso una solida e concreta formazione per il miglioramento della leadership e delle relazioni con i clienti, i partner, i collaboratori ed i responsabili.



Crescita Personale



Competenza Tecnica



Relazione con gli altri

6. L'OFFERTA FORMATIVA



L'offerta formativa del Centro ACP per il settore immobiliare fa riferimento alle seguenti aree d'intervento:

- Motivazione
- Sviluppo della Leadership
- Comunicazione Efficace
- Gestione dei gruppi
- Acquisizione
- Vendita
- Negoziazione



6.1. PERCORSO FORMATIVO



Il percorso formativo prevede tre differenti Step di approfondimento (Base, Avanzato, Specializzazione) delle tematiche specifiche che verranno affrontate per ogni distinta figura professionale individuata dal Centro ACP nell'ambito di una organizzazione Standard del settore immobiliare: Direzione, Capi Gruppo e Agenti.

BASE: L'Utente acquisisce la **Conoscenza** della materia e prende coscienza dell'esistenza della Matrice Emotiva e comincia a interagire con gli altri con maggiore consapevolezza ed efficacia.

AVANZATO: L'Utente attraverso il percorso formativo acquisisce gli **Strumenti** operativi riferiti alla Matrice Emotiva per ottenere una migliore interazione con se stessi e con gli altri.

SPECIALIZZAZIONE: L'Utente completa il percorso per **Utilizzare** in maniera efficace gli **Strumenti** e le **Conoscenze** riferiti alla Matrice Emotiva e acquisiti nei precedenti step formativi.



6.2. ACP - DIREZIONE



Formazione riservata a: Direttori, Responsabili aziendali, Manager, Responsabili risorse umane.

Tema: Sviluppo a livello relazionale, manageriale e organizzativo. Operare efficacemente; collaborare con gli altri e ispirare i loro comportamenti; rinnovare e migliorare costantemente le proprie capacità.

Obiettivi: Sviluppare la competenza nel gestire le priorità in relazione alle predisposizioni della propria personale Matrice Emotiva. Aumentare il coinvolgimento del Team, la collaborazione, la motivazione dei singoli. Accrescere le capacità comunicative utilizzando strumenti di comunicazione più idonei all'interlocutore per generare un rapporto empatico positivo. Creare un contesto per lo sviluppo delle leadership.



Programma:

- Il ruolo del Titolare
- La comunicazione con riferimento alla Matrice Emotiva
- Comunicare con i collaboratori
- Le fasi della comunicazione
- L'arte di osservare e ascoltare
- La motivazione dei collaboratori
- Quando delegare: valutazioni preliminari
- Come sviluppare relazioni di lavoro efficaci
- Tecnica del colloquio efficace
- Gestione ruolo del Responsabile
- Come definire priorità e obiettivi del proprio ruolo

6.3. ACP - CAPI GRUPPO



Formazione riservata a: Capi Gruppo e Team Leader.

Tema: Aumentare le performance della forza di vendita per migliorare i risultati, i margini ed il fatturato dell'impresa.

Obiettivi: Fornire gli strumenti e le competenze per gestire la struttura commerciale, la motivazione degli agenti, le strategie commerciali. Ottimizzare l'efficacia della forza vendita e acquisizione, motivare e sostenere il proprio gruppo di lavoro.

Programma:

- Il ruolo del Capo Gruppo
- La gestione del gruppo
- Comunicare e interagire con i collaboratori
- Le fasi della comunicazione
- L'arte di osservare e ascoltare
- La motivazione dei collaboratori
- Quando delegare: valutazioni preliminari
- Come sviluppare relazioni di lavoro efficaci
- Tecniche e strumenti motivanti
- Gestione agente e procacciatore
- Come definire priorità e obiettivi del proprio ruolo

6.4. ACP - AGENTI E PROCACCIATORI



Formazione riservata a: Agenti Immobiliari e Procacciatori.

Tema: Aumentare le performance nella ricerca dei clienti, nella trattativa di acquisizione e vendita e nella negoziazione con i costruttori, proprietari e inquilini.

Obiettivi: Fornire gli strumenti e le competenze per migliorare i risultati nell'attività immobiliare. Aumentare l'efficacia nella gestione delle trattative, le obiezioni e la costruzione della relazione con i clienti.

Programma:

- Il ruolo dell'Agente e del Procacciatore
- Comunicare con i Clienti Proprietari, Costruttori, Acquirenti e Inquilini
- Gestione della trattativa
- L'intervento della Matrice Emotiva nelle trattative
- Le fasi della Trattativa con la comunicazione della Matrice Emotiva
- L'arte di osservare e ascoltare
- La gestione dei clienti nel tempo
- Quando e perché bisogna forzare la vendita
- Come sviluppare relazioni efficaci
- Tecnica dell'Acquisizione persuasiva
- Definire priorità e obiettivi

7. LA CONSULENZA AZIENDALE



7.1. MODELLO OPERATIVO

- **Analisi** dei processi, dell'organizzazione e del personale.
- **Sviluppo** dei collaboratori
- **Risultati** concreti e duraturi



8. PIANO FORMATIVO SETTORE IMMOBILIARE

Di seguito riportiamo gli argomenti trattati nel percorso formativo relativo al Settore Immobiliare, con particolare riferimento alle strutture di vendita e coordinamento. Il piano formativo standard non prevede personalizzazioni che possono includere altre tipologie di attività e argomenti, quali motivazione del personale, team building, coaching, etc., che vengono personalizzati e strutturati sulla base delle esigenze specifiche dei clienti.

8.1. PIANO FORMATIVO STANDARD AGENTI IMMOBILIARI

- | | |
|--|--|
| <p>1. Il Settore Immobiliare</p> <p>1.1. Il Valore del Business</p> <p>1.2. Le ricerche del Centro ACP</p> <p>1.3. Il sistema per accrescere il Valore del Business</p> <p>2. La Formazione nel Settore Immobiliare</p> <p>2.1. Il percorso formativo</p> <p>2.2. Fasi operative</p> <p>3. Conscio - Inconscio e origini della Matrice Emotiva</p> <p>3.1. Aspetti Biologici</p> <p>3.2. Mente Logica</p> <p>3.3. Mente Emotiva</p> <p>4. La Matrice Emotiva</p> <p>5. La Matrice</p> <p>5.1. Imprinting Genitoriale o Matrice Genitoriale</p> <p>5.2. Caratteristiche del Pyr</p> <p>5.3. Caratteristiche dell'Ydor</p> <p>5.4. L'Ego</p> <p>6. L'Ascendente</p> <p>7. Le Evoluzioni della Matrice Emotiva</p> <p>7.1. Commutazione del Codice Emozionale</p> <p>7.2. Caratteristiche dell'Ego Pyr</p> <p>7.3. Caratteristiche dell'Ego Ydor</p> <p>8. Il Codice Emozionale</p> <p>8.1. Come individuare il Codice Emozionale dell'interlocutore</p> <p>8.2. Come individuare i codici emozionali attivi e passivi</p> <p>8.3. Caratteristiche attivo e passivo</p> <p>9. Struttura base e alterata</p> <p>10. Evoluzione dei codici emozionali</p> <p>11. La Memoria Emozionale</p> <p>12. La Comunicazione Emozionale</p> <p>12.1. Scarichi di tensione</p> <p>12.2. Segnali di chiusura, gradimento e rifiuto</p> <p>12.3. Segnali di chiusura</p> <p>12.4. Segnali di gradimento</p> <p>12.5. Segnali di rifiuto</p> <p>13. La Gestualità</p> <p>14. Il Contatto Prossemico</p> <p>15. La Comunicazione della Matrice</p> <p>15.1. Le Caratteristiche della Comunicazione</p> <p>15.2. Caratteristiche della Comunicazione della Matrice</p> | <p>16. Introduzione e utilizzo della Matrice Emotiva</p> <p>17. La ricerca delle informazioni</p> <p>17.1. Come ottenere maggiori informazioni</p> <p>17.2. Cosa osservare - Come agire</p> <p>17.3. Cosa evitare di fare - Cosa fare</p> <p>18. La Comunicazione Telefonica</p> <p>18.1. La Comunicazione Emozionale vocale</p> <p>18.2. Suggerimenti</p> <p>18.3. La disposizione positiva al telefono</p> <p>18.4. Gestione delle obiezioni al telefono</p> <p>18.5. Cosa ascoltare</p> <p>18.6. La Paralinguistica</p> <p>18.7. Come raggiungere l'obiettivo</p> <p>18.8. Sintesi sulla comunicazione telefonica</p> <p>19. La Trattativa di Acquisizione</p> <p>19.1. Introduzione e sviluppo delle Trattative</p> <p>19.2. Approccio</p> <p>19.3. Il Simpatizzamento</p> <p>19.4. Elementi di attenzione</p> <p>19.5. Qualificazione poteri</p> <p>19.6. Inquadramento dei problemi e drammatizzazione</p> <p>19.7. Svolgimento della trattativa di Acquisizione</p> <p>19.8. Chiusura di contratto</p> <p>20. La Trattativa di Ribasso e Rinnovo</p> <p>20.1. Approccio</p> <p>20.2. Il Simpatizzamento</p> <p>20.3. Elementi di attenzione</p> <p>20.4. Inquadramento dei problemi e drammatizzazione</p> <p>21. La Trattativa di Vendita</p> <p>21.1. Approccio</p> <p>21.2. Sensibilizzare il cliente</p> <p>21.3. Domande preliminari</p> <p>21.4. Visita immobile</p> <p>21.5. Sviluppo della trattativa di Vendita</p> <p>21.6. Inquadramento, studio e soluzione del problema</p> <p>21.7. Obiezioni del cliente</p> <p>21.8. Cliente apatico</p> <p>21.9. Cliente negativo</p> <p>21.10. Segnali di acquisto e chiusura</p> <p>22. L'Accettazione / Rialzo della proposta</p> <p>22.1. Strategia e metodo efficaci</p> |
|--|--|

8.2. AREE D'INTERVENTO

- Consulenza Strategica
- Consulenza Direzionale
- Consulenza Organizzativa



Investire su Te stesso produce più del tuo conto in banca!

INFORMAZIONI

Le attività del Centro ACP, i piani formativi, le loro finalità, obiettivi, costi, convenzioni e modalità di fruizione sono descritti sul sito web

CONTATTI

T: +39 06 92 59 22 90

M: +39 348 37 56 870

F: +39 178 22 57 207

E-mail: segreteria@centroacp.it

Skype: [centro.acp](https://www.skype.com/name/centro.acp)

www.centroacp.it - www.mai-soli.it