



Alexandra Hyron, la directrice du réseau Espaces Atypiques.

ESPACES ATYPIQUES

Un programme en six modules

Espaces Atypiques est une enseigne immobilière qui se spécialise dans un marché de niche : celui des biens exceptionnels. Prodiguée par la tête du réseau et par des intervenants extérieurs spécialistes de domaines comme l'architecture, le design ou encore la photographie, la formation donnée par l'enseigne propose aux futurs franchisés des modules pour devenir chefs d'entreprise mais également pour parfaire leur culture générale.

Par Chloé GOUDENHOFFT

FIDÈLE à son cœur de niche, l'enseigne Espaces Atypiques, spécialiste de l'immobilier hors du commun, propose à ses nouveaux venus une formation qui sort un tant soit peu de l'ordinaire. Le but est bien in fine de faire du futur franchisé un vrai dirigeant, mais aussi un spécialiste de son sujet. Sous sa forme initiale, la formation se décline en six modules qui se déroulent sur six semaines consécutives. "Une douzaine de jours sont consacrés à la partie théorique, et treize autres environ à la partie pratique, explique Alexandra Hyron, la directrice du réseau.

Chaque semaine, ces deux phases alternent pour que les franchisés aient le temps de tester ce qu'ils apprennent concrètement sur le terrain. En clair, après avoir passé deux jours en classe avec une douzaine de personnes, on les envoie le reste de la semaine dans une agence. Les directeurs sont censés leur montrer ce qui aura été abordé en début de semaine."

Module Immobilier

La première phase de la formation s'intitule Espaces Atypiques, un style, un esprit. "C'est

l'occasion pour nous d'expliquer notre différence par rapport à d'autres agences, précise la directrice du réseau. Nous abordons aussi la question du discours à tenir auprès des vendeurs et des acquéreurs de bien, mais également le thème des supports de communication. Nous voyons l'intégralité des biens qui entrent dans notre charte car la typologie est vraiment particulière et nous en venons enfin à notre philosophie et à notre éthique." Le deuxième module porte sur le métier d'agent immobilier. Il est donc très axé métier. Les thématiques abordées sont



"Nous avons fait agréer notre formation pour que les franchisés puissent se la faire financer."

l'estimation, la mise en forme d'annonce, les ventes et la négociation, le suivi. "Nous parlons de tout le process de vente et de ses techniques, avec les réponses à donner aux objections", précise Alexandra Hyron. L'immobilier est le sujet du troisième module. Quatre intervenants travaillant avec les professionnels du métier viennent parler de leur fonction aux futurs franchisés pour leur expliquer les interactions qu'ils auront avec eux. "Il s'agit d'un diagnostiqueur, d'un notaire d'un banquier, pour la partie financement et d'un spécialiste de la location car il peut arriver qu'on propose ce type de service", précise-t-elle. Pour les entrepreneurs qui ne sont pas issus de l'immobilier, ce module est sûrement le plus complet pour peaufiner leurs connaissances. Il comprend en plus une formation sur la photographie en architecture pour réussir à prendre le bien en photo. Plus surprenant, mais ce n'est sûrement pas pour déplaire aux franchisés qui ont fait le choix de cette enseigne, le quatrième module porte sur la culture générale. "Un architecte designer sorti major de sa promotion à Paris, Joran Briand, vient leur parler de l'histoire du design et de l'architecture." Le cinquième module porte sur la question de la direction d'agence avec des points sur la comptabilité, l'administratif, le recrutement et le management. "Nous passons en revue tous les outils utilisés pour le fonctionnement de l'agence tels que le back office", illustre Alexandra Hyron. Enfin, le dernier module porte sur les techniques plus commerciales, et sur la PNL,

la programmation neurolinguistique. "L'idée est d'apporter aux futurs franchisés un peu de notion de psychologie, pour apprendre à s'adapter aux différents clients."

Lyon et Paris

Les modules théoriques 1, 2, 3, 5 et 6 sont enseignés à Lyon, alors que le 4^e est dispensé à Paris. Si la formation est incluse dans le droit d'entrée, les frais annexes sont à la charge du franchisé. Les salariés des entrepreneurs Espaces Atypiques ont aussi accès à la formation, sauf au cinquième module, qui ne les concerne pas. Pour l'instant, les futurs franchisés se rendent pour la partie pratique dans les agences en propre à Paris, Lyon et Marseille. "Ce sont les seuls points de vente physiques pour le moment, ajoute Alexandra Hyron. Pour une période de 12 à 18 mois, les jeunes membres du réseau ont le droit de travailler de chez eux pour prendre le temps de monter une agence." Les sessions regroupent plusieurs futurs franchisés et les négociateurs de chaque agence. Avant le début de la session, la directrice du réseau envoie un questionnaire préalable aux franchisés pour faire un point sur leurs connaissances sur une quinzaine de sujets : architecture, informatique, Excel... "Nous essayons d'adapter le contenu au mieux en fonction de chacun." L'enseigne s'appuie aussi sur le retour d'expérience des candidats. "Nous avons également fait agréer notre formation, ce qui permet, si les franchisés le veulent, de

la facturer en dehors du droit d'entrée pour éventuellement se la faire financer."

Session de rattrapage

À cette session initiale fait suite un programme continu qui permet de distiller aux franchisés les nouveautés concernant les changements de législation. "Nous informons tout le monde, nous préparons des dossiers, nous compilons des fichiers PDF que nous leur transmettons par e-mail, illustre Alexandra Hyon. Nous utilisons aussi un système de drop box où nous plaçons tous les documents." La directrice du réseau précise encore que les franchisés déjà installés peuvent s'ajouter à une formation en cours si un nouveau module a été créé. "C'est le cas, par exemple, du module 6, qui n'existait pas il y a trois ou quatre mois [interview réalisée en février]. Nous envoyons le planning aux agences initialement pour les négociateurs, mais cela permet aux franchisés de se tenir au courant. Ces sessions de rattrapage peuvent avoir lieu dans d'autres villes. Par exemple, nous en avons organisé une à Bordeaux car nous comptons trois agences dans la ville." ●