

Rapport de stage

Augustin

LE MEITOUR

TC21 - Parcours BDMRC



Tutrice de stage
Madame Solène FLEURY

Professeure référente
Madame Anne Traineau



GUENNO

UN SERVICE EXCEPTIONNEL, COMME VOUS



**INSTITUT
UNIVERSITAIRE
DE TECHNOLOGIE**
UNIVERSITÉ D'ANGERS

Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement toute l'équipe de **GUENNO Immobilier** pour m'avoir accueilli durant ces deux mois de stage, et pour m'avoir offert une expérience enrichissante sur le plan professionnel.

Un grand merci à **Monsieur GUENNO** pour m'avoir donné l'opportunité d'intégrer l'une de ses agences. Ce stage a été l'occasion de découvrir de l'intérieur le fonctionnement d'une structure dynamique et exigeante. La confiance accordée, les missions responsabilisantes et la bienveillance de l'équipe ont largement contribué à mon épanouissement durant cette période.

Je remercie tout particulièrement **Madame Solène Fleury**, ma tutrice, pour sa patience, sa pédagogie et sa disponibilité. Elle a su me transmettre son expertise avec rigueur et bienveillance, tout en m'impliquant activement dans les activités quotidiennes de l'agence. Grâce à elle, j'ai pu monter en compétences et gagner en autonomie.

Je n'oublie pas l'ensemble de l'équipe, avec qui j'ai eu le plaisir de travailler dans une ambiance à la fois professionnelle et conviviale. Leur esprit d'équipe et leur bonne humeur ont rendu mon stage d'autant plus agréable.

Enfin, je remercie l'**IUT d'Angers-Cholet**, pour leur accompagnement tout au long de cette formation, ainsi que ma tutrice de stage **Madame Anne Traineau** qui a pris sur son temps personnel pour prendre de mes nouvelles et pour écouter mon oral.

Ce stage représente un moment fort de ma deuxième année, et je garderai un excellent souvenir de mon passage chez **GUENNO**.

Table des matières

I. Introduction	1
II. Présentation de l'entreprise.....	2
i. Le statut juridique.....	3
ii. Le réseau Guenno immobilier en chiffres	3
iii. Zoom sur GUENNO Location – 11 place du Bas des Lices.....	3
iv. En résumé : les activités et services de Guenno immobilier	4
a. La transaction dans l'ancien.....	4
b. La location / gestion.....	4
c. Les affaires (locaux commerciaux)	4
III. Présentation du marché	5
i. Analyse nationale du marché locatif.....	5
a. Évolution de la demande locative.....	5
b. Tendances actuelles	5
c. Évolution des loyers.....	5
ii. Analyse du marché locatif breton.....	5
a. L'offre locative.....	6
b. Prix de l'immobilier locatif	6
c. Typologie des biens.....	6
d. Perspectives.....	6
iii. Analyse du marché locatif rennais.....	6
a. Prix des loyers à Rennes.....	6
b. Demande locative.....	7
c. Offre locative	7
iv. Analyse PESTEL du marché locatif.....	7
a. Conclusion du PESTEL	9
IV. Guenno immobilier sur son marché.....	10
i. Le positionnement de l'entreprise.....	10
ii. Étude de la clientèle	10
iii. Étude de la concurrence	11
iv. Diagnostic interne de l'entreprise	11
V. Analyse des missions	12
i. Analyse de la mission : gestion des visites et optimisation du processus de location	12
a. Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l'entreprise.....	12
b. Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration.....	12
c. Présentation et analyse des résultats.....	12
d. Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance.....	13
ii. Analyse de la mission : réalisation des états des lieux d'entrée et de sortie	14
a. Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l'entreprise.....	14

b.	Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration.....	14
c.	Présentation et analyse des résultats.....	15
d.	Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance.....	15
iii.	Analyse de la mission : prise de rendez-vous mandats – prospection téléphonique.....	15
a.	Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l’entreprise.....	16
b.	Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration.....	16
c.	Présentation et analyse des résultats.....	16
d.	Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance.....	17
iv.	Analyse de la mission : tâches administratives (baux, remises de clés, demandes d’interventions).....	17
a.	Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l’entreprise.....	17
b.	Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration.....	18
c.	Présentation et analyse des résultats.....	18
d.	Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance.....	18
VI.	Réflexion sur un problème posé.....	19
i.	Identification et justification d’un problème.....	19
ii.	Enjeux de ce sujet pour l’entreprise.....	19
iii.	Proposition d’actions pour le résoudre.....	19
VII.	Conclusion.....	22
VIII.	Annexes.....	23
i.	Tableau des sources.....	23
ii.	Déclaration de mon usage de l’IA.....	23
iii.	Lettre de recommandation.....	23



I. Introduction

Après avoir effectué un stage chez Devred 1902 l'année dernière en tant que conseiller de vente, j'ai pu découvrir le secteur du prêt-à-porter masculin et m'initier aux fondamentaux du commerce, tels que l'accueil client, la gestion du point de vente ou encore l'argumentation commerciale. Cette première expérience m'a permis de confirmer mon attrait pour la relation client et la vente, mais elle a également fait naître une curiosité pour des secteurs où l'accompagnement client est plus personnalisé, plus impliquant.

C'est dans cette logique que j'ai choisi cette année d'effectuer mon stage chez **Guenno Location**, une agence faisant partie du réseau **Guenno Immobilier** implantée à Rennes et dans plusieurs villes bretonnes (Pacé, Bruz, Acigné, Romillé et Mordelles), spécialisée dans la location, la transaction et la gestion locative. Cette agence, réputée pour sa proximité avec ses clients et son expertise du marché local, représente pour moi une opportunité d'allier les compétences commerciales acquises lors de mon précédent stage à un secteur qui me passionne l'immobilier.

Le poste de négociateur en location m'a placé au cœur de l'activité de l'agence, dans un rôle mêlant actions commerciales, gestion de dossiers, contact client et organisation de visites. Le lien direct avec les propriétaires comme avec les locataires m'a confronté à des enjeux multiples, à la fois humains, administratifs et commerciaux.

Afin de structurer ma réflexion, j'ai choisi de répondre à la problématique suivante : **Comment un négociateur en location peut-il garantir une relation client de qualité dans un contexte de forte demande, de digitalisation croissante et d'exigences clients élevées ?**

Je commencerai ce rapport par une présentation détaillée de l'agence et de son environnement. Je poursuivrai par une analyse des missions que j'ai réalisées, avant de conclure par une réflexion autour d'un problème rencontré et des pistes d'amélioration envisagées.

II. Présentation de l'entreprise

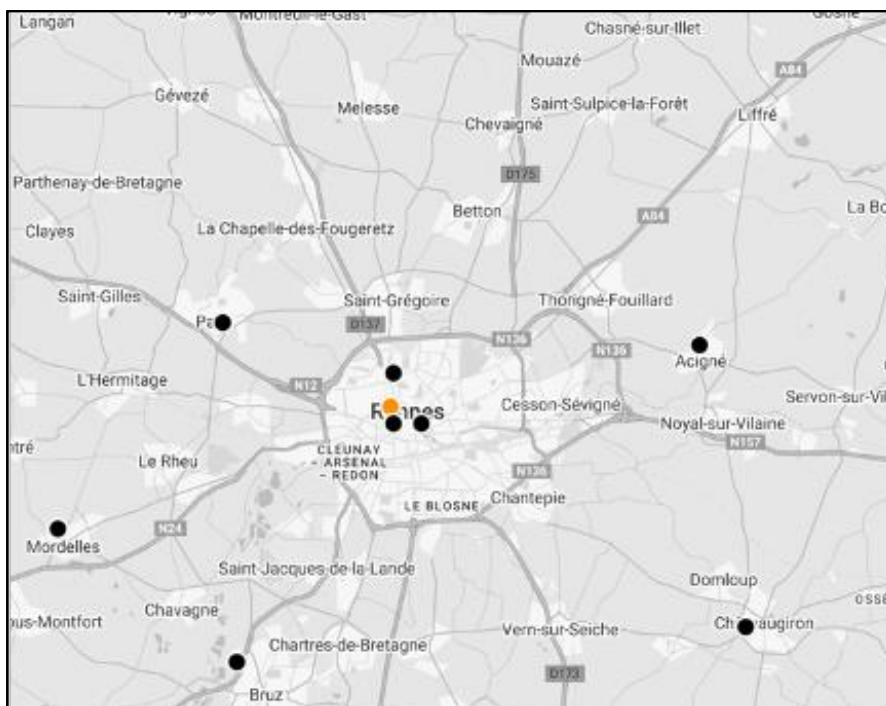
GUENNO Immobilier, entreprise familiale fondée il y a plus de 30 ans par Franck Guenno, a vu le jour en 1994 avec le rachat du fonds de commerce de l'agence de la Tour d'Auvergne à Rennes, spécialisée dans la vente de biens anciens.

En 1995, Stéphane Guenno, le frère de Franck, rejoint l'aventure en tant que salarié. Trois ans plus tard, en 1998, une deuxième agence ouvre ses portes au 1 avenue Louis Barthou. En 2006, Stéphane Guenno crée sa propre agence indépendante au 206 ter rue de Saint-Malo et devient associé, détenant 80 % des parts de cette nouvelle structure, ainsi que 20% des deux agences précédentes. Pour exploiter l'enseigne GUENNO, l'agence verse un droit d'usage de la marque et adopte le statut de société à responsabilité limitée.

Le développement du groupe se poursuit en 2008, peu avant la crise, avec l'ouverture d'une quatrième agence au 4 boulevard de Metz, puis d'une cinquième au 6 place des Lices. Cette dernière regroupe à l'époque les services de vente, de location et de gestion. Face à une demande croissante, le service location/gestion est transféré en 2019 dans une agence plus spacieuse au 11 place du Bas des Lices, qui accueille aujourd'hui l'ensemble de ces activités pour le groupe. C'est dans celle-ci que j'ai effectué mon stage.

À partir de 2018, GUENNO Immobilier amorce une expansion notable en périphérie rennaise. De nouvelles agences voient le jour à Châteaugiron (2018), Bruz et Pacé (2019), Acigné (2020), Mordelles (novembre 2021) puis à Romillé un an plus tard.

Aujourd'hui, l'enseigne GUENNO Immobilier compte 9 agences réparties à Rennes et dans sa périphérie.



**Le point orange désigne l'agence de location et les points noirs les agences de vente.*

i. Le statut juridique

Le statut juridique de l'entreprise est celui de SASU (Société par Actions Simplifiée à Associé Unique). Il s'agit d'une société commerciale ne comptant qu'un seul associé.

Aujourd'hui, GUENNO Immobilier réunit plus de 70 collaborateurs, salariés et agents commerciaux, répartis dans 9 agences : 4 situées dans le centre-ville de Rennes et 5 en périphérie, à Pacé, Mordelles, Bruz, Romillé et Acigné.

ii. Le réseau Guenno immobilier en chiffres

En 2016, le chiffre d'affaires global du groupe s'élevait à 1,6 million d'euros, dont 160 000 € issus de l'activité location et 120 000 € de la gestion locative. Huit ans plus tard, en 2024, GUENNO Location a enregistré un chiffre d'affaires total de 725 000 €, réparti de manière équilibrée entre la location (357 689 €) et la gestion locative (367 848 €).

À l'échelle du groupe, le chiffre d'affaires a également connu une nette progression : il est passé de 1,6 million d'euros en 2016 à 3 millions d'euros en 2023, avant de s'établir à 2,543 millions d'euros en 2024. Fort de cette dynamique, le groupe s'est fixé pour objectif de dépasser à nouveau les 3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025.

iii. Zoom sur GUENNO Location – 11 place du Bas des Lices

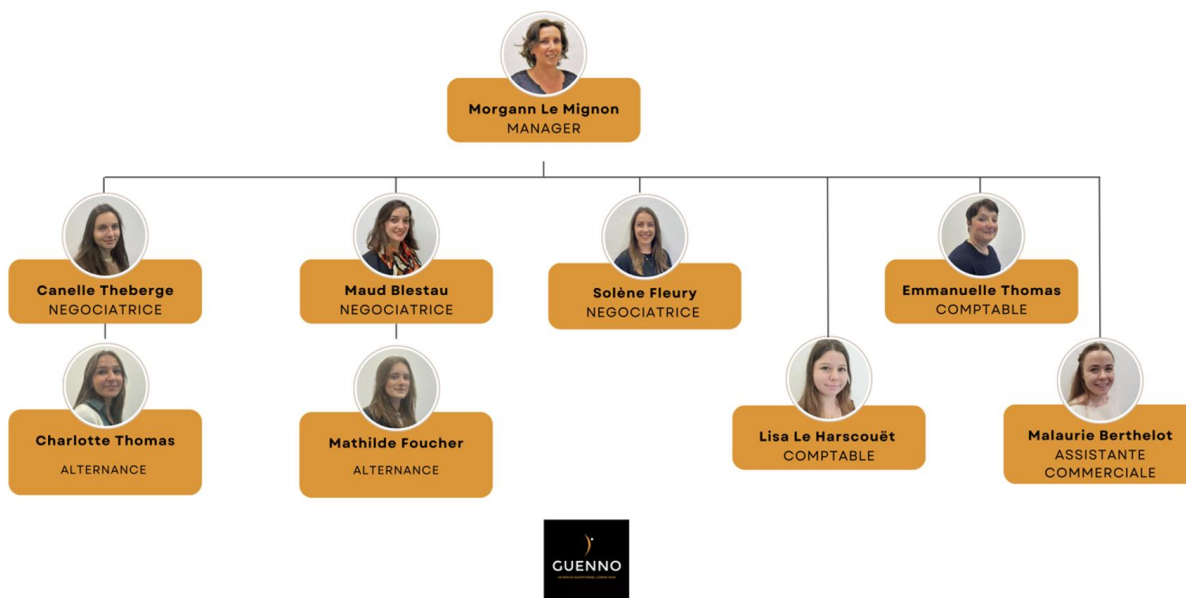
GUENNO Location est la branche spécialisée du groupe GUENNO Immobilier, dédiée à deux activités principales : la location de biens immobiliers et la gestion locative. Comme évoqué auparavant, ces dernières années, cette entité a connu une croissance particulièrement soutenue.

Le portefeuille de gestion a lui aussi fortement évolué, atteignant 920 lots en 2025. Cette performance repose sur plusieurs leviers : la notoriété croissante de l'agence, la fidélité de ses clients historiques, une prospection régulière et bien ciblée, ainsi qu'une solide capacité à fidéliser les propriétaires bailleurs.



**Photo de l'agence*

Ci-dessous, l'organigramme de l'agence Guenno Location



iv. En résumé : les activités et services de Guenno immobilier

a. La transaction dans l'ancien

La vente de biens anciens constitue le cœur de métier du groupe GUENNO. Historiquement axées sur la transaction d'appartements et de maisons dans l'ancien, les agences GUENNO sont aujourd'hui reconnues comme les leaders du marché à Rennes. Elles offrent un accompagnement premium aux vendeurs comme aux acquéreurs, en s'appuyant sur une forte présence territoriale et une synergie entre les différentes agences couvrant l'ensemble de la ville.

b. La location / gestion

Présente dès l'origine de l'entreprise en 1994, l'activité de location a été complétée au début des années 2000 par un service de gestion locative, mis en place pour répondre aux besoins croissants des propriétaires bailleurs. Aujourd'hui, GUENNO gère près de 900 lots locatifs. Le service location/gestion est assuré par une équipe de 9 personnes basée dans l'agence située au 11 place du Bas des Lices.

c. Les affaires (locaux commerciaux)

Plus récemment, le groupe a lancé une cellule dédiée à la transaction de locaux commerciaux et professionnels. Cette activité est portée par un collaborateur spécialisé, basé dans les bureaux de l'agence de transaction de Saint-Hélier.

III. Présentation du marché

i. Analyse nationale du marché locatif

Le marché locatif en France évolue dans un contexte encore marqué par les chocs économiques récents, notamment la crise sanitaire, l'inflation, la hausse des taux d'intérêt et les nouvelles exigences liées à la transition énergétique.

Malgré tout, la demande locative reste soutenue, notamment parce que l'accès à la propriété devient plus difficile avec les taux d'emprunt élevés. Le pouvoir d'achat des ménages est sous pression, mais la location continue de représenter une solution incontournable, surtout dans les grandes agglomérations.

a. Évolution de la demande locative

La tension locative est particulièrement forte dans les grandes villes, tandis que les zones périphériques restent stables. La demande varie selon les typologies de logements : les petits logements comme les studios ou les T2 sont les plus recherchés.

Cette demande est portée par plusieurs profils :

- Les étudiants et jeunes actifs à la recherche de logements compacts.
- Les salariés en mobilité ou en télétravail, attirés par les zones périphériques mieux desservies et plus accessibles.

b. Tendances actuelles

Dans les zones dites « tendues » (Paris, région Île-de-France, grandes métropoles), l'offre reste très limitée. Ce déséquilibre alimente la hausse des loyers, malgré les dispositifs (notamment l'Indice de Référence des Loyers) mis en place pour tenter d'encadrer ces augmentations.

[Cliquez ici pour comprendre ce qu'est l'IRL](#)

Les studios et T2 situés à proximité des transports et pôles universitaires restent les biens les plus recherchés. De leur côté, les zones périurbaines bénéficient d'un regain d'intérêt, notamment depuis l'essor du télétravail.

c. Évolution des loyers

Les loyers continuent d'augmenter dans les grandes villes. Pour contrer cette tendance, certaines collectivités ont renforcé l'encadrement des loyers. Néanmoins, avec la pénurie de logements et une demande toujours élevée, cette hausse risque de se poursuivre, du moins à court terme (2025–2026).

À moyen terme (2027 et au-delà), une stabilisation pourrait s'opérer si des politiques ambitieuses sont mises en œuvre pour relancer la construction de logements dans les zones les plus en tension.

ii. Analyse du marché locatif breton

La Bretagne reste une région très attractive. Elle séduit à la fois les étudiants, les retraités et les actifs grâce à sa qualité de vie, ses paysages, son littoral et son coût de la vie plus abordable que dans d'autres régions. Cette attractivité se traduit par une forte demande locative, en particulier dans les grandes villes (Rennes, Brest, Lorient, Vannes, Saint-Malo), mais aussi dans les zones touristiques.

a. L'offre locative

L'offre est hétérogène selon les territoires. Dans les grandes villes, on trouve une large palette de logements, du studio en centre-ville à la maison individuelle en périphérie. En milieu rural ou côtier, les logements proposés sont souvent tournés vers la location saisonnière ou les petites maisons à usage secondaire.

b. Prix de l'immobilier locatif

Les loyers varient fortement selon l'emplacement. Les grandes agglomérations concentrent les prix les plus élevés, alors que les zones rurales restent plus accessibles. Les zones littorales, quant à elles, sont soumises à une pression particulière en période touristique.

c. Typologie des biens

Les petites surfaces (studios, T2) restent très demandées dans les villes étudiantes ou dynamiques. Les familles recherchent davantage des maisons avec jardin, disponibles dans les communes périphériques ou semi-rurales.

d. Perspectives

La demande locative en Bretagne devrait rester solide dans les années à venir. Le développement du télétravail a renforcé l'attractivité des zones rurales. Par ailleurs, l'amélioration des infrastructures (TGV, réseaux routiers) renforce l'accessibilité de la région, ce qui alimente encore la dynamique locative.

iii. Analyse du marché locatif rennais

Rennes est l'une des villes les plus dynamiques de l'Ouest. Elle compte plus de 63 % de locataires, ce qui en fait un marché particulièrement actif.

Le loyer moyen charges comprises à Rennes est d'environ 602 € pour une surface moyenne de 33,3 m², soit 18,07 €/m². Cette moyenne est en hausse de +9,1 % par rapport à 2022, et dépasse la moyenne des villes de province (14,33 €/m²). Seule Saint-Malo affiche des loyers plus élevés en Bretagne.

a. Prix des loyers à Rennes

Les prix varient en fonction du type de bien et de la localisation :

- Studio : entre 400 € et 600 €/mois
- T1/T2 : entre 500 € et 800 €/mois
- T3/T4 : entre 800 € et 1 200 €/mois

Les quartiers centraux, comme le centre-ville, les Halles ou les abords de la Vilaine, affichent les prix les plus élevés. La proximité des transports en commun (bus, métro) est aussi un critère déterminant dans le niveau des loyers.

b. Demande locative

La demande locative reste particulièrement soutenue à Rennes. La ville attire chaque année de nouveaux habitants grâce à son dynamisme économique notamment dans les secteurs du numérique, de l'innovation et des services mais aussi grâce à la renommée de ses universités et écoles.

Cette forte attractivité étudiante génère une demande importante pour les petites surfaces, en particulier les studios et T1/T2. Ce phénomène contribue à maintenir une pression sur les loyers de ces types de biens.

Par ailleurs, avec la croissance démographique de la ville, les jeunes actifs et les familles recherchent de plus en plus des logements plus spacieux (T3/T4), ce qui élargit encore le spectre de la demande.

Des quartiers comme La Courrouze, Cleunay ou les abords de la gare connaissent une véritable transformation urbaine. Ces secteurs en renouvellement attirent à la fois les investisseurs et les locataires, séduits par la modernité des logements et la proximité des transports.

c. Offre locative

L'offre locative à Rennes reste dynamique, portée par de nombreux programmes de construction et de rénovation. Les quartiers en pleine mutation, comme ceux situés autour des lignes de métro ou dans les zones périphériques bien desservies, accueillent régulièrement de nouveaux logements.

Toutefois, malgré ces développements, l'offre peine parfois à suivre la demande, notamment dans le centre-ville où la place est limitée et la concurrence entre locataires plus forte. Cette tension peut provoquer une hausse des loyers et une plus grande sélectivité des bailleurs.

iv. Analyse PESTEL du marché locatif

Afin de mieux comprendre l'environnement global (le marché rennais et national) dans lequel évolue l'entreprise, nous allons nous appuyer sur une analyse PESTEL. Cet outil examine les facteurs Politiques, Économiques, Socioculturels, Technologiques, Environnementaux et Légaux qui peuvent impacter directement ou indirectement son activité. Cette analyse nous permettra de repérer les menaces potentielles ainsi que les leviers de développement à exploiter.

	Opportunités	Menaces
--	---------------------	----------------

<p>Politique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Soutien des pouvoirs publics pour la transition énergétique (MaPrimeRénov', aides locales à la rénovation). - PTZ (Prêt à taux zéro) élargi pour les investisseurs et primo-accédants. 	<ul style="list-style-type: none"> - Encadrement des loyers appliqué à Rennes depuis 2022 : plafonnement et contraintes sur les révisions. - Risques d'instabilité fiscale autour de l'immobilier locatif (réformes de la taxation des revenus fonciers).
<p>Économique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rendement locatif moyen élevé à Rennes (jusqu'à 8%), très attractif pour les investisseurs. - Tension locative forte : +43 % des demandes concernent les studios/T1, taux de vacance très faible. - Baisse des prix de vente en 2025 : possibilité d'achat à prix plus compétitif pour ensuite louer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation des refus de crédits bancaires (+20 %) : ralentissement des projets d'investissement locatif. - Inflation et pouvoir d'achat en baisse : plus de difficulté à régler les loyers, augmentation des impayés. - Loyers qui stagnent ou baissent dans certains quartiers saturés.
<p>Socioculturel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rennes est une ville universitaire dynamique (+68 000 étudiants) → rotation rapide, forte demande saisonnière. - Essor de la colocation et du logement meublé chez les jeunes actifs. - Attente de services digitalisés, d'agences transparentes, humaines et réactives 	<ul style="list-style-type: none"> - Saturation du marché dans certains segments (studios, T1) → difficultés à satisfaire toutes les demandes. - Attentes sociales croissantes vis-à-vis du logement "responsable" : besoin d'adaptation rapide. - Méfiance envers les agences perçues comme trop coûteuses ou peu personnalisées.
<p>Technologique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Généralisation des outils numériques : gestion automatisée, états des lieux numériques, plateformes de gestion locative simplifiée. - Visites virtuelles, signature électronique : gain de temps et valeur ajoutée pour les clients à distance. - Marketing digital puissant (Google Ads, réseaux sociaux, avis clients) : meilleure visibilité locale. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coût des outils numériques : investissement constant pour rester compétitif (sites web, CRM, cybersécurité). - Dépendance aux plateformes externes (Le Bon Coin, SeLoger, Bien'ici). - Risque de déshumanisation du service si l'automatisation est trop poussée.
<p>Environnementale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Forte attente pour des logements économes en énergie : différenciation 	<ul style="list-style-type: none"> - Interdiction progressive de louer des logements notés DPE F et G

	<p>possible si gestion proactive (rénovations, audits, DPE A-B).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Subventions pour travaux énergétiques (MaPrimeRénov', CEE, éco-prêt). - Valeur verte croissante du bien (valorisation immobilière à la revente). 	<p>(dès 2025 puis 2028). Vidéo explicative du DPE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coût très élevé des rénovations énergétiques à court terme, difficilement répercutable sur le loyer. - Contrôle accru de la conformité environnementale (DPE, audit énergétique, etc.).
Légal	<ul style="list-style-type: none"> - Profession encadrée, sécurisée juridiquement : argument de confiance pour les propriétaires. - Digitalisation du juridique : gestion simplifiée des contrats, mandats et états des lieux. - Protection des données renforcée (RGPD) : meilleure image vis-à-vis des clients. 	<ul style="list-style-type: none"> - Multiplication des obligations réglementaires : diagnostics, documents, mentions légales. - Complexification de la gestion des litiges locatifs (dépôts de garantie, retards de paiement, assurances). - Risque de sanctions en cas de mauvaise application de la loi (délai restitution caution, bail incomplet, etc.).

a. Conclusion du PESTEL

- **Opportunités :**

Rennes est une ville très attractive avec une forte demande locative, ce qui limite les périodes de vacance des logements. Les investisseurs sont nombreux grâce à des rendements intéressants et à des prix d'achat plus accessibles en ce moment. De plus, les outils numériques et les aides à la rénovation offrent de vraies chances de se démarquer. Pour une agence de location et gestion locative, c'est un marché plein d'opportunités.

- **Menaces :**

Le marché à Rennes reste attractif, mais il est aussi de plus en plus réglementé, notamment avec l'encadrement des loyers et les obligations liées à la performance énergétique. Les coûts de rénovation peuvent être lourds pour les propriétaires, ce qui complique la gestion. À cela s'ajoute la hausse du coût de la vie qui peut entraîner des impayés et ralentir les investissements. Une agence doit donc être prête à faire face à ces contraintes pour rester compétitive.

IV. Guenno immobilier sur son marché

i. Le positionnement de l'entreprise

Guenno Immobilier se positionne comme une entreprise familiale sur le marché rennais. Les clients sont reçus à l'agence que ce soit pour un achat ou une location avant de partir en visite. L'objectif étant que le client se sente privilégié et écouté pour sa recherche (la qualité d'un rendez-vous prime sur la quantité de rendez-vous).

D'autre part, cela permet de prendre le temps de faire le point sur les critères de recherche et d'effectuer un rendez-vous qualitatif qui aura plus de chances d'aboutir à une location. Le slogan du groupe reflète totalement son positionnement : « un service exceptionnel, comme vous ».

ii. Étude de la clientèle

GUENNO location travaille essentiellement sur le secteur de Rennes intra-rocade pour la location.

Les candidats à la location ont des attentes précises :







- Recherchent des logements « irréprochables »
- Privilégient le neuf ou l'ancien rénové
- Veulent un maximum de confort (cuisine aménagée, garage...)
- Sont très sensibles au DPE
- Veulent se rapprocher du centre-ville, transports en communs, gare
- Souhaitent l'optimisation de l'espace (rangements)
- Évoquent la possibilité d'avoir un balcon, local à vélo, parking, sécurité, calme et luminosité
- Ont besoin de rapidité et de réactivité

L'équipe location de l'agence GUENNO soigne donc les annonces, est attentive à la réactivité, se porte à disposition des clients 6 jours sur 7 pour répondre à leurs besoins et connaît son portefeuille de biens.

Les propriétaires bailleurs ont des attentes précises :

- Un service de proximité réactif et compétent
- Trouver un locataire rapidement pour éviter la vacance locative
- De la communication
- Des services adaptés à leurs besoins
- Des honoraires attractifs
- Estimation du loyer, connaissance du marché
- Trouver un bon locataire (bonne sélection)

iii. Étude de la concurrence

Agences	Forces	Honoraires de location	Honoraires de gestion
	Plus de 35 ans d'expérience sur le marché Rennais (10 agences), grande notoriété	1 mois de loyer hors charges	7,25% du loyer hors charges
	Groupe national, présence importante sur Rennes, nombreux métiers	Selon le montant du loyer	7,8% du loyer hors charges + 3% pour la *GLI
	Plus de 50 ans d'expérience, bon implantation Rennaise (40 agences dans l'ouest)	13€ par m2	7,20% du loyer hors charges
	6 agences à Rennes, 35 ans d'expérience	10€ par m2	7% du loyer hors charges
	Entreprise familiale depuis 1985, 22 agences dans le Finistère	8% du loyer annuel hors charges	50€
	Forte implantation Rennaise, notoriété régionale, nombreux métiers et 102 d'expériences	11€ par m2 + 100€	6% du loyer hors charges + 3% du loyer hors charges pour la *GLI

*GLI = Garantie de loyer impayé

iv. Diagnostic interne de l'entreprise

Forces	Faiblesses
Plus de 35 ans d'expérience sur le marché Rennais	100 logements classés DPE G dans le portefeuille de 900 biens
10 agences ouvertes 6 jours sur 7	Turn-over important des salariés
Notée 4,3 sur google (470 avis)	Mauvais référencement naturel (SEO)
Un portefeuille de 900 biens à la location	
Des états des lieux qui ne sont pas sous traités	
Une communication digitale très efficace	

V. Analyse des missions

i. Analyse de la mission : gestion des visites et optimisation du processus de location

a. Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l'entreprise

Ma mission principale au sein de l'agence GUENNO était d'assurer un suivi réactif et personnalisé des demandes des candidats locataires. L'objectif était double : accueillir efficacement les clients en agence pour un rendez-vous découverte et optimiser le taux de transformation des visites en locations.

L'enjeu pour l'agence est important : dans un marché concurrentiel et tendu comme celui de Rennes, il est essentiel de :

- Se différencier par la qualité de l'accompagnement client
- Optimiser le temps passé en rendez-vous et en visites
- Et sélectionner les candidats réellement éligibles à la location (situation professionnelle, garants, solvabilité...)

Ce processus permet de renforcer la satisfaction client tout en garantissant une efficacité commerciale. L'objectif personnel fixé en début de mission était ambitieux : réussir à louer autant d'appartements que les alternantes déjà en poste, avec une moyenne attendue de 5 locations par mois en basse saison.

b. Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration

L'agence GUENNO a mis en place un processus structuré :

- Tous les rendez-vous passent par un accueil en agence, pour effectuer un entretien de découverte.
- Ce rendez-vous permet d'instaurer un climat de confiance, de comprendre précisément les besoins du client et de valider son éligibilité.

Pour cela, j'ai utilisé une grille d'analyse basée sur 6 thèmes clés :

1. Conditions de ressources (salaire, garants...).
2. Localisation souhaitée
3. Type de bien recherché
4. Budget mensuel
5. Critères impératifs ou rédhibitoires (parking, meublé, rez de chaussé...).

Une fois ces éléments définis et hiérarchisés, je procédais à une reformulation de la demande pour m'assurer de la bonne compréhension mutuelle. Cette étape est cruciale pour orienter efficacement le client vers 2 à 3 biens maximum (au-delà, le client perd en clarté et en capacité de décision).

Enfin, en cas d'absence d'offres adaptées, les critères étaient enregistrés dans la base de données pour une relance future.

c. Présentation et analyse des résultats

Durant la période de stage, j'ai réussi à :

- Organiser et mener un nombre important de rendez-vous découverte, en autonomie.
- Effectuer un suivi rigoureux des demandes clients, grâce à une bonne gestion des relances.
- Et finaliser plusieurs contrats de location, atteignant parfois les mêmes résultats que les alternantes.

Ce processus m'a permis d'atteindre un résultat de 13 locations sur 6 semaines (les trois premières semaines ont été principalement dédiées à l'observation), ce qui dépassait les objectifs fixés. Mon taux de transformation visite/location s'est nettement amélioré au fil des semaines, grâce à :

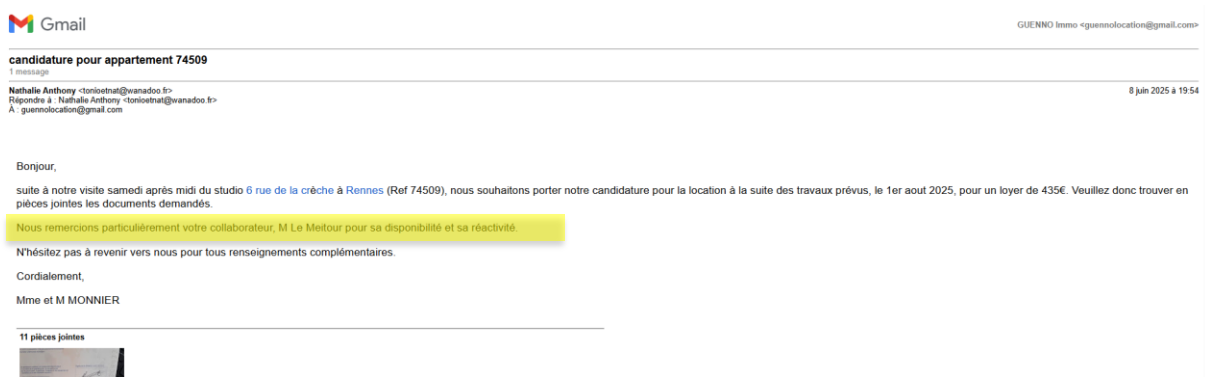
- Une meilleure reformulation des besoins.
- Une meilleure anticipation des objections.
- Et une capacité à proposer plusieurs biens pertinents lors de la première rencontre.

J'ai aussi constaté que les clients se sentaient rassurés et écoutés, ce qui favorisait leur engagement envers notre agence, au détriment de la concurrence.

Par ailleurs, à la suite de visites, certains de mes clients ont exprimé leur satisfaction :



**Avis Google*



**Mail de candidature pour un appartement*

d. Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance

Pour aller plus loin et améliorer la performance du service location, voici quelques préconisations concrètes :

- Digitaliser partiellement l'entretien de découverte, en proposant un questionnaire en ligne à remplir avant le rendez-vous, afin de gagner du temps en agence. Ce questionnaire permettrait notamment de recueillir des informations sur les conditions de ressources, qui font partie des premières questions posées lors de l'entretien, mais qui peuvent parfois être perçues comme intrusives.
- Mettre en place un tableau de bord de suivi des clients actifs et relancés, afin d'optimiser le taux de transformation et de mieux répartir les relances dans l'équipe.
- Automatiser les relances pour les profils éligibles non convertis, à l'aide de courriels personnalisés et ciblés selon les critères enregistrés.

Ces ajustements contribueraient à renforcer la réactivité, améliorer la qualité du service perçue par les clients, et augmenter les taux de conversion.

ii. Analyse de la mission : réalisation des états des lieux d'entrée et de sortie

a. Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l'entreprise

Chez GUENNO j'ai aussi effectué les états des lieux d'entrée et de sortie. Cette tâche représente une étape décisive dans le processus de location. L'objectif principal est de garantir une description précise et impartiale du logement, pour protéger les intérêts des deux parties : le locataire et le propriétaire.

Les enjeux pour l'agence sont doubles :

- Côté propriétaire, il s'agit de garantir que le bien est rendu dans un état conforme, ce qui est essentiel pour maintenir la relation de confiance avec le bailleur.
- Côté locataire, notamment lors de l'état des lieux de sortie, l'enjeu est de laisser une dernière bonne impression malgré le caractère parfois conflictuel de cette étape, souvent liée à la restitution du dépôt de garantie.

C'est donc une mission sensible, qui nécessite à la fois rigueur, diplomatie et une bonne gestion des tensions potentielles.

b. Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration

Pour mener à bien ces missions, plusieurs outils et méthodes ont été utilisés :

- Un logiciel spécialisé (Nockee) pour les états des lieux permettant d'ajouter des photos, commentaires, et descriptions pièce par pièce.
- Une approche structurée pour chaque pièce : état des murs, sols, plafonds, équipements, robinetterie, etc.

Lors de l'entrée, il est essentiel de trouver le bon équilibre dans la formulation :

- Être honnête et précis sur l'état du logement,
- Sans pour autant inquiéter inutilement le locataire
- Ni sous-estimer l'état pour rassurer le propriétaire.

Lors de la sortie, le travail devient plus délicat. Il faut :

- Comparer objectivement l'état actuel à celui consigné à l'entrée
- Identifier les dégradations normales liées à l'usage (vétusté) et les éventuels dommages imputables au locataire
- Et surtout, prévenir et gérer les désaccords avec diplomatie.

c. Présentation et analyse des résultats

Durant la mission, j'ai pu :

- Réaliser plusieurs états des lieux en autonomie, tout en respectant les procédures internes de l'agence
- M'exercer à l'usage d'un vocabulaire neutre et professionnel, essentiel pour éviter les interprétations litigieuses
- Développer mes capacités d'observation et d'analyse rapide sur le terrain

Concernant les états des lieux de sortie, j'ai également été confronté à des situations de désaccord avec les locataires. J'ai appris à :

- Faire preuve d'empathie tout en restant ferme sur les faits
- Expliquer de façon posée les éventuelles retenues sur la caution
- Et surtout à désamorcer les tensions, en m'appuyant sur les preuves visuelles et le document d'entrée.

Grâce à cela, j'ai gagné en assurance et en sens de la médiation, deux compétences précieuses dans le domaine immobilier.

d. Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance

Voici quelques pistes pour améliorer encore l'efficacité et la qualité des états des lieux chez GUENNO :

- Standardiser davantage le vocabulaire utilisé, avec une grille type de formulations acceptées, afin d'harmoniser les pratiques entre collaborateurs et éviter tout malentendu.
- Former plus spécifiquement les alternants et stagiaires à la gestion des conflits, notamment à travers des cas pratiques ou jeux de rôle.
- Proposer un rappel pédagogique au locataire avant l'état des lieux de sortie, par mail ou SMS, pour l'informer de ses obligations (nettoyage, réparations mineures) et éviter les mauvaises surprises.

Ces améliorations permettraient de renforcer la crédibilité de l'agence, d'apaiser les relations avec les deux parties et d'éviter les litiges, tout en optimisant la gestion du temps des collaborateurs.

iii. Analyse de la mission : prise de rendez-vous mandats – prospection téléphonique

a. Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l'entreprise

Une autre petite mission qui m'a été confiée au cours de mon stage chez GUENNO consistait à contacter des propriétaires bailleurs dans le but de fixer un rendez-vous en agence pour signer un mandat de location, voire un mandat de gestion.

L'objectif stratégique pour l'agence est clair : accroître le portefeuille de biens disponibles à la location, ce qui permet ensuite de proposer plus de logements aux candidats locataires et de renforcer la position de GUENNO sur le marché rennais.

Les enjeux sont donc à la fois :

- Commerciaux, puisqu'il s'agit de convaincre un propriétaire de confier son bien à notre agence face à une forte concurrence locale,
- Relationnels, car l'appel est souvent le premier contact, et une première impression réussie peut faire la différence.

Cependant, cette mission n'était pas prioritaire pour moi durant le stage, ce qui a limité le temps que j'ai pu y consacrer.

b. Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration

Pour mener à bien cette mission, l'agence m'avait attribué une zone géographique précise à prospecter. J'utilisais principalement Le Bon Coin pour repérer les annonces de particuliers proposant leur bien en location sans passer par une agence.

Le travail se décomposait en plusieurs étapes :

1. Identifier les annonces pertinentes,
2. Réunir les coordonnées du bailleur,
3. Préparer un discours d'approche structuré, avec des arguments sur les avantages à passer par une agence, et une matrice de traitement des objections
4. Passer l'appel en étant prêt à répondre aux objections classiques (coût de la gestion, autonomie du bailleur, confiance...).

Pour suivre mes progrès, j'ai tenu un fichier de prospection détaillé, dans lequel je notais chaque appel passé, les objections rencontrées, le temps passé, et l'évolution de mes échanges.

[Cliquez ici pour accéder à mon fichier de prospection](#)

c. Présentation et analyse des résultats

En termes de résultats concrets, aucun rendez-vous n'a été obtenu durant cette mission. Ce constat peut s'expliquer par plusieurs facteurs :

- Le temps très limité que j'ai pu consacrer à cette mission, n'étant pas ma priorité principale
- La difficulté du canal utilisé (prospection à froid), qui implique un taux de conversion naturellement faible

- Une méthodologie retranscrite de manière peu naturelle, avec une accroche robotique et un traitement des objections qui sonne réciter.

Cependant, cette mission m'a permis de développer des compétences importantes, notamment :

- Une meilleure aisance à l'oral
- Une progression dans la gestion des objections
- Une augmentation progressive du temps moyen passé au téléphone, signe d'échanges plus construits et pertinents.

Ce sont ces acquis en communication commerciale que je retiens comme points forts de cette expérience, malgré l'absence de résultats immédiats.

d. Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance

Pour améliorer mes performances pour cette mission à l'avenir, voici plusieurs pistes de recommandations :

- Mieux préparer le discours d'approche, avec des accroches percutantes et adaptées à différents profils de bailleurs.
- Structurer des sessions de prospection dédiées, même courtes mais régulières, afin de garder une dynamique et d'augmenter les chances de prise de rendez-vous.
- Utiliser d'autres canaux de contact complémentaires à l'appel : e-mails, SMS professionnels, pour multiplier les points de contact avec les bailleurs.

Enfin, cette mission pourrait gagner en efficacité si elle était davantage intégrée à une stratégie globale de prospection, avec un suivi plus régulier des bailleurs déjà contactés et une relance automatisée ou planifiée dans le temps.

iv. Analyse de la mission : tâches administratives (baux, remises de clés, demandes d'interventions)

a. Présentation des objectifs et réflexion sur les enjeux des missions pour l'entreprise

Au-delà des missions commerciales, une part importante de mon activité a été consacrée aux tâches administratives liées à la gestion locative. Celles-ci comprenaient notamment :

- La rédaction des baux de location
- La remise des clés aux nouveaux locataires
- Et la demande d'interventions à effectuer dans les logements (ménage, petits travaux, achats), souvent à la suite des états des lieux.

Ces missions sont essentielles dans le bon déroulement du processus de location, car elles garantissent à la fois :

- Une expérience client fluide et professionnelle,
- Et un respect strict du cadre légal, condition indispensable à la protection de l'agence et de ses clients (propriétaires comme locataires).

L'enjeu est également relationnel : la remise des clés constitue le point de départ de la relation entre le locataire et l'agence, tandis que la réactivité sur les interventions permet de renforcer la satisfaction et la fidélisation des deux parties.

b. Pertinence des moyens mis en œuvre et de leur illustration

Pour assurer ces missions, j'ai utilisé :

- Un modèle de bail préétabli, conforme à la législation en vigueur (bail d'habitation type loi ALUR), complété à l'aide du logiciel interne de l'agence,
- Un processus précis de remise de clés, accompagné d'un briefing au locataire sur ses obligations, les coordonnées utiles, et le fonctionnement de l'agence,

Chaque tâche nécessitait de la rigueur et de l'organisation, car une erreur dans un bail ou un oubli lors de la remise des clés peut rapidement entraîner des litiges ou des incompréhensions.

c. Présentation et analyse des résultats

Ces tâches m'ont permis de :

- Maîtriser les éléments juridiques du contrat de location, notamment les clauses obligatoires, les mentions liées aux diagnostics, et les annexes à fournir,
- Gagner en autonomie et en fiabilité dans la gestion des remises de clés, en assurant un passage fluide entre l'administratif et l'opérationnel,

La qualité du travail administratif contribue directement à l'image de sérieux et de professionnalisme de l'agence, ce qui peut inciter les locataires à recommander GUENNO ou à rester en gestion.

d. Proposition de préconisations adaptées pour améliorer la performance

Voici quelques suggestions pour renforcer encore l'efficacité et la qualité de ces missions :

- Mettre en place une check-list systématique pour la remise de clés, afin de ne rien oublier (infos techniques, consignes, contacts d'urgence).
- Enfin, proposer un livret d'accueil locataire numérique envoyé par mail, récapitulant les informations clés et les bonnes pratiques, pour renforcer l'image professionnelle et limiter les appels pour des questions récurrentes.

Ces améliorations permettraient à l'agence de gagner du temps, d'éviter les erreurs et surtout d'offrir une expérience locataire plus fluide et plus professionnelle.

VI. Réflexion sur un problème posé

i. Identification et justification d'un problème

Durant mon stage en tant que négociateur en location, j'ai été confronté à un problème récurrent : maintenir une relation client de qualité malgré un contexte de forte demande locative, de plus en plus digitalisé, et face à des clients souvent très exigeants.

Dans certaines zones géographiques, comme Rennes, le marché est particulièrement tendu. Pour un seul bien disponible, il n'est pas rare de recevoir plusieurs dizaines de demandes dans les premières 24 heures. Cela crée une pression importante pour le négociateur, qui doit à la fois gérer un volume élevé de sollicitations et maintenir une qualité de service irréprochable.

En parallèle, la digitalisation du processus locatif via les plateformes d'annonces, les prises de rendez-vous en ligne, les dossiers dématérialisés a certes permis de gagner du temps, mais elle a aussi créé une distance dans la relation avec le client. Beaucoup de locataires potentiels attendent des réponses rapides, une transparence immédiate, et un accompagnement très personnalisé. Or, dans les faits, il est difficile de répondre à toutes les attentes aussi vite et aussi précisément que chacun le souhaiterait.

Ce déséquilibre entre l'attente du client et la réalité du terrain génère parfois des tensions : incompréhensions, frustrations, voire sentiment d'avoir été ignoré ou mal accompagné. C'est un défi relationnel.

ii. Enjeux de ce sujet pour l'entreprise

Ce problème n'est pas simplement individuel ou ponctuel, il représente un enjeu stratégique pour l'agence immobilière.

Tout d'abord, l'image de marque de l'agence dépend directement de la qualité perçue par les clients. Même si le négociateur est compétent, une réponse tardive, ou un refus mal expliqué peut donner une impression négative. Les avis en ligne ou le bouche-à-oreille sont devenus très influents, surtout dans ce secteur. Une mauvaise expérience, même pour un candidat non retenu, peut nuire à la réputation de l'agence.

Ensuite, dans un marché concurrentiel, la relation client devient un levier de différenciation. Tous les professionnels proposent les mêmes biens sur les mêmes plateformes. Ce qui fait la différence, c'est l'écoute, la disponibilité, le conseil personnalisé, même dans un cadre tendu. Un client bien accompagné, même s'il n'obtient pas le bien souhaité, peut recommander l'agence ou revenir plus tard.

Enfin, une mauvaise gestion relationnelle peut entraîner une perte de productivité. Les appels répétitifs de clients insatisfaits, les mails à traiter en urgence, les malentendus... tout cela prend du temps et mobilise de l'énergie, au détriment des dossiers prioritaires.

iii. Proposition d'actions pour le résoudre

Pour répondre à ce défi, j'ai réfléchi à plusieurs actions concrètes qui pourraient améliorer la qualité de la relation client :

Un système permettant aux clients de suivre son processus locatif de façon claire et visible.

Par exemple, pour la prise de rendez-vous pour une visite, il serait pertinent de fournir des indications à chaque étape, comme :

- « Demande de visite reçue »
- « Demande de visite en cours d'organisation par le négociateur »
- « Visite confirmée : rendez-vous le lundi 2 juin à 14h00 à l'agence Guenno Location, 11 place du Bas des Lices »

Cela permettrait au négociateur de ne pas avoir à gérer des annulations de dernière minute, notamment lorsque le bien n'est plus disponible ou que la locataire en place refuse finalement la visite.

De la même manière, lorsqu'un client souhaite se positionner sur un bien après une visite et envoie son dossier locatif, des statuts comme :

- « Dossier reçu »
- « Dossier en cours d'analyse »
- « En attente de validation du propriétaire »

Permettraient de le tenir informé dans une phase souvent stressante, tout en optimisant le temps de l'agence. Cela renforcerait également la transparence et la confiance entre le client et le négociateur. Cependant, je pense qu'il est important que le verdict final concernant un dossier (qu'il soit positif ou non) soit annoncé par téléphone. Cela permet de transmettre des émotions, de créer un vrai échange, et de ne pas laisser le client seul face à un simple courriel ou un message impersonnel.

Quand un candidat est retenu, cet appel devient un moment de partage et de satisfaction : on peut transmettre de la joie, le féliciter, et surtout, lui expliquer avec clarté la suite des démarches. C'est aussi une belle occasion de le rassurer et de lui montrer qu'on reste à ses côtés.

À l'inverse, quand un dossier est refusé, un appel permet de faire preuve de tact, d'empathie et d'écoute. Plutôt que de le laisser sur une déception, on peut lui expliquer les raisons de ce refus, mais surtout lui redonner confiance, l'encourager à ne pas baisser les bras, et lui faire comprendre qu'on continue à chercher avec lui.

Ensuite, l'utilisation de l'intelligence artificielle pourrait être pertinente. Par exemple, si aucun bien ne correspond aux critères du client lors d'un rendez-vous, une IA pourrait analyser les nouvelles offres disponibles et envoyer automatiquement un message personnalisé avec la fiche du bien correspondant et un lien pour prendre rendez-vous. Cela permettrait de garder le contact, d'anticiper les besoins et de réengager le client sans délai, même après un premier échange sans suite immédiate.

Référence : 74509



Adresse : 6 Rue de la Crèche

Prix : 435 €

Charges : 35 € : entretien des parties communes, eau chaude, eau froide, chauffage

Honoraires : 260 €

Exposition séjour : SUD EST

Superficie : 20 m2

DPE : D

Chauffage : Collectif - Gaz

Eau chaude : Collective

Année de construction : 1990

Texte pub : GUENNO IMMOBILIER MET A VOTRE DISPOSITION QUARTIER SAINT-HELIER, dans une copropriété récente et sécurisée, proche des bords de la Vilaine, de la rue Saint-Hélier et de ses commerces, de la gare et du métro, ce studio au goût du jour et bien agencé conviendra parfaitement à un étudiant ou un salarié. Disponible dès le 1er août GUENNO IMMOBILIER, LE PLUS GRAND CHOIX DE BIENS IMMOBILIERS A RENNES Les informations sur les risques auxquels ce bien est exposé sont disponibles sur le site Géorisques : www.georisques.gouv.fr

Points positifs : Quartier Saint-Hélier - proche de la gare - des commerces - copropriété calme et sécurisée - pas de vis-à-vis

Pour visiter :

Augustin LE MEITOUR

guennolocation@gmail.com

02 23 05 10 30



**Exemple d'une fiche commerciale d'un bien*

L'IA pourrait aussi être utilisée pour analyser automatiquement un dossier de location et identifier les pièces manquantes. Le client recevrait alors un message clair lui indiquant précisément ce qu'il reste à fournir. Cela permettrait de gagner du temps, d'éviter les échanges inutiles, et d'offrir une expérience plus fluide et transparente, à la fois pour le client et pour le négociateur.

Enfin, il serait intéressant d'**étendre le principe de rémunération sur performance** déjà en place pour chaque location et chaque nouveau mandat à un nouveau levier : les avis Google. Chaque mois, le négociateur ayant obtenu le plus d'avis positifs pourrait être valorisé pour la qualité de son travail, mais aussi pour sa capacité à solliciter ses clients à devenir les prescripteurs de l'agence.

Dans un contexte où la e-réputation joue un rôle clé, notamment dans le secteur immobilier, encourager cette démarche permettrait de renforcer la visibilité et la crédibilité de l'agence Guenno sur le web, tout en motivant l'équipe à maintenir un haut niveau de satisfaction client.

VII. Conclusion

Ce stage de deux mois chez GUENNO Immobilier a été une expérience particulièrement enrichissante, tant sur le plan professionnel que personnel. En intégrant l'équipe de l'agence de location, j'ai pu prendre part à des missions variées et concrètes : de l'accueil en agence aux visites, en passant par les états des lieux, la rédaction des baux et certaines tâches de prospection. J'ai rapidement gagné en autonomie, et j'ai réussi à obtenir des résultats concrets, avec notamment treize locations finalisées en seulement six semaines. Cette performance m'a permis de mesurer ma progression, mais aussi l'impact direct de mon travail sur l'activité de l'agence.

Ce stage a aussi été l'occasion de faire le lien avec mon projet personnel et professionnel. Depuis le début de mes études en BUT Techniques de Commercialisation, je m'intéresse à la relation client et à la négociation. Après une première expérience dans le prêt-à-porter, j'avais envie de découvrir un secteur où l'accompagnement du client est plus poussé, plus impliquant. L'immobilier m'est alors apparu comme une suite logique. Grâce à cette immersion chez GUENNO, j'ai pu confirmer mon intérêt pour ce domaine, et surtout nourrir une envie d'en explorer d'autres facettes : la transaction, la promotion immobilière, ou encore l'immobilier de prestige.

Sur le plan des compétences, ce stage m'a permis d'en mobiliser un grand nombre, tout en développant de nouvelles. J'ai pu mettre en pratique mes compétences relationnelles, notamment dans les échanges avec les clients et les propriétaires, mais aussi mes capacités d'organisation, d'adaptation, de réactivité et de gestion du temps. J'ai également acquis des bases solides en droit immobilier et en gestion locative, autant d'éléments que je n'aurais pas pu découvrir sans cette expérience de terrain.

Enfin, ce stage m'a aidé à clarifier la suite de mon parcours. Je souhaite désormais m'orienter vers une formation qui allie compétences commerciales, dimension stratégique et expertise immobilière. C'est pourquoi j'ambitionne d'intégrer le double master in management proposé par KEDGE Business School et l'ESPI, une formation qui me permettrait de me spécialiser dans le secteur de l'immobilier, tout en m'ouvrant à l'international et à des environnements exigeants comme l'immobilier haut de gamme. Cette étape représente, selon moi, un tremplin idéal pour construire un projet professionnel solide, cohérent et aligné avec mes aspirations.

VIII. Annexes

i. Tableau des sources

[Cliquez ici pour accéder au tableau des sources](#)

Il est aussi important de noter qu'une majorité des éléments que j'ai pu citer dans ce rapport ont été récoltées grâce à des questions que j'ai posées à mes collègues et à mes propres connaissances acquises au cours du stage.

ii. Déclaration de mon usage de l'IA

[Cliquez ici pour accéder à ma déclaration](#)

iii. Lettre de recommandation

GUENNO IMMOBILIER
11, place du bas des Lices
35000 RENNES
02.23.05.10.30
guennolocation@gmail.com

À RENNES, le 10 juin 2025.

Objet : Lettre de recommandation – Monsieur Augustin LE MEITOUR

Madame, Monsieur,

J'ai le plaisir de vous adresser la présente lettre de recommandation pour souligner la qualité du travail accompli par Augustin, qui a effectué un stage au sein de notre agence immobilière, dans le service location, du 14/04/2025 au 14/06/2025.

Tout au long de son stage, Augustin s'est distingué par son professionnalisme, sa rigueur et sa capacité d'adaptation rapide. Il a su comprendre les enjeux et les exigences du secteur immobilier, notamment dans un service aussi dynamique que celui de la location.

Parmi les missions qui lui ont été confiées, Augustin a participé en autonomie à :

- la rédaction et signatures des baux,
- la gestion des appels entrants et des demandes locatives,
- l'organisation et la réalisation de visites,
- la constitution et l'analyse des dossiers de candidature avec la validation aux propriétaires,
- aux états des lieux d'entrée et de sortie,

Il a accompli chacune de ces tâches avec sérieux, autonomie et un sens du relationnel très apprécié, tant par l'équipe que par les clients.


Nous avons particulièrement apprécié son implication, sa curiosité d'apprentissage et son attitude toujours positive, même face aux imprévus du quotidien. Son passage au sein de notre service a été un véritable atout, et nous sommes convaincus qu'il saura réussir dans la voie professionnelle qu'il choisira.

C'est donc avec confiance que je recommande Augustin pour toute future opportunité dans le secteur immobilier ou dans un domaine d'activité.

Je me tiens à votre disposition pour tout complément d'information.

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Solène FLEURY, responsable commerciale


Guenno Immobilier
11 Place du bas des Lices
35000 RENNES
SIREN : 395 043 504