

PROGRAMME DÉTAILLÉ

ARCHITECTURE – JURIDIQUE ET MARCHÉS

Réf. AR06015 **OPTIMISATION COMMERCIALE** MIEUX DÉFENDRE SON PROJET EN PHASE CONCOURS

PUBLIC :

Architectes, urbanistes, ingénieurs...

PRÉ-REQUIS :

Aucun.

OBJECTIFS :

La formation OPTIMISATION COMMERCIALE a pour objectif d'optimiser ses capacités à défendre son projet dans le cadre d'un appel d'offre.

DURÉE :

2 jours.

MÉTHODES ET OUTILS

PÉDAGOGIQUES :

Formation dispensée par un formateur spécialisé en technique de vente et négociation commerciale.

Analyse de cas concrets et d'exposés. Alternance de présentations théoriques et mises en pratique au travers de présentations de projets existants.

Méthode pédagogique participative. Divers supports de cours. Validation des acquis (QCM). Attestation de formation. Formation théorique et pratique.

LIEU DE FORMATION :

En stage ou en intra.

EFFECTIF :

De 1 à 16 personnes.

Date d'élaboration 08/06/20 Dernière mise à jour 08/06/20 Version : 1

Vous avez un besoin de formation sur l'**OPTIMISATION COMMERCIALE** ? Profitez de nos solutions formatives dédiées à vos besoins et adaptées à votre activité professionnelle. Nos formateurs sont des professionnels recrutés pour leur expérience professionnelle et leur expertise sur la préparation commerciale d'un concours de projet architectural. Nos consultants traceront avec vous un programme ciblé sur les précisions de vos demandes.

Partout en France : Amiens, Angers, Bordeaux, Dijon, Grenoble, Le Havre, Le Mans, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Nice, Nîmes, Orléans, Paris, Perpignan, Reims, Rennes, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse, Tours, Villeurbanne...

CONTENU

Mieux se connaître pour mieux vendre

- Quels sont mes comportements face au client ?
- Les plus / les moins de mon style commercial.
- Auto-identifier ses points forts pour accroître sa flexibilité comportementale.

Développer l'écoute active

- Le recueil d'informations commerciales par le questionnement directif et non directif.
- Les techniques de mise en confiance du client.

Les styles d'acheteurs

- Les différents types d'acheteurs (les indécis, les déterminés...).
- Analyse psychologique.
- Comportement à suivre.

Convaincre et assurer la réussite d'une vente

- Préparer un plan de vente : stratégie commerciale = stratégie de combat.
- Les étapes de vente : de l'analyse des besoins à la concrétisation.

Identifier les motivations du client

- Questions ouvertes / questions fermées.
- Conception d'une argumentation logique et efficace (système de l'entonnoir).
- Traitement et atténuation des objections.

De la vente à la négociation

- Concilier les intérêts divergents.
- Élaborer des solutions.
- Verrouiller les points d'accord et progresser vers la conclusion.
- Identifier les moments clés de la vente.
- Finaliser la vente en son temps.

Fin de formation

- Conclusions.
- Test de niveau et correction.
- Évaluation qualitative.
- Validation des acquis.
- Remise de l'attestation de formation.
- Remise d'un support de cours et documents annexes.