

F1 • PROGRAMME DE FORMATION

Commercialisation de l'expertise et du conseil

DURÉE**3 h - 2 sessions de 1 h 30****FORMAT****Distanciel ou présentiel****EFFECTIF****Jusqu'à 15 participants**

Finalité de la formation

Comprendre les différentes approches de la commercialisation de l'expertise immobilière et du conseil afin de définir sa stratégie et de choisir un modèle de tarification adapté.

PUBLIC Experts et experts immobiliers souhaitant structurer la commercialisation de leurs missions.

PRÉREQUIS Exercer une activité d'expertise ou de conseil.

Objectifs pédagogiques

- Analyser les besoins de ses clients et les segments de son marché.
- Identifier les stratégies actuelles observées sur le marché de l'expertise.
- Prendre en compte la position et les actions des concurrents dans sa stratégie.
- Distinguer les modèles de tarification des métiers de service et leurs limites.
- Apprécier la valeur perçue d'une prestation et la traduire en tarification.
- Situer le rôle des prescripteurs, des apporteurs d'affaires et du client récurrent.
- Identifier les leviers de vente additionnelle et de services connexes.
- Construire une stratégie commerciale et en mesurer les résultats.

APPROCHE Apports méthodologiques courts, cas concrets issus de la pratique et étude des stratégies et des différentes tarifications à partir de ces cas.

F1 • DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

Commercialisation de l'expertise et du conseil

Séquence pédagogique	Durée
SESSION 1 — Vous avez dit vendre ?	1 h 30
Accueil, objectifs et positionnement	
Vendre : caractéristiques d'un service et avantage concurrentiel	
Analyser les besoins de ses clients et segmenter son marché	
Les stratégies actuelles observées sur notre marché	
La concurrence et la multiplication des acteurs du secteur	
SESSION 2 — La tarification de nos métiers de service	1 h 30
Les modèles de tarification : unique, complexe, coût marginal, valeur, dynamique	
Cas concrets : immeuble de bureaux, marchés de niche, foncier rural, château, hôtellerie	
Prescripteurs, apporteurs d'affaires, client récurrent et vente additionnelle	
Construire sa stratégie commerciale et mesurer ses résultats	
Restitution et évaluation finale	

DURÉE PÉDAGOGIQUE TOTALE : 3 h

MÉTHODES & MOYENS

- Apports méthodologiques courts et appliqués
- Cas concrets issus de la pratique du cabinet
- Échanges, travail en sous-groupe et étude de cas

ÉVALUATION DES ACQUIS

- Positionnement en début de session
- Évaluations formatives au fil de la formation
- Mise en application finale et évaluation de fin de formation

CAS PRATIQUE Traitement d'une demande client réelle — un immeuble de bureaux destiné à un promoteur : qualification du besoin, choix du modèle de tarification et construction de l'offre.

SUPPORT REMIS Support pédagogique et grille des six questions de la stratégie commerciale : objectifs, marché et besoins, produits, services connexes, possibilités de rebond, tarification.

SUIVI & ACCESSIBILITÉ Émargement ou dispositif équivalent à distance, attestation individuelle de fin de formation. Les besoins spécifiques liés à une situation de handicap sont étudiés avant la session afin de prévoir les adaptations utiles.