C0363

TECHNIQUE DE COMMERCIALISATION D'UNE OPÉRATION D'ACCESSION SOCIALE À LA PROPRIÉTÉ

1 JOUR (7 h) - DISTANCIEL OU PRÉSENTIEL

Développer des techniques de vente adaptées à l'accession sociale

Vendre des logements en accession sociale demande des compétences commerciales adaptées. Les organismes doivent définir une stratégie de commercialisation intégrant la prospection, l'adaptation aux clients et la promotion de leur offre, tout en s'adaptant au contexte. Conseiller, accompagner et sécuriser les clients sont les enjeux des commercialisateurs de logements neufs.

PUBLIC

Chargé de commercialisation d'opération d'accession.

PRÉ-REQUIS

Aucun.

OBJECTIFS

› concevoir son argumentaire
› planifier sa prospection et construire une stratégie de communication.

PÉDAGOGIE

Chaque stagiaire sera questionné en amont, pendant et à l'issue de la formation pour identifier ses attentes, vérifier ses acquis et évaluer sa satisfaction globale de la formation.

ÉVALUATION

Chaque stagiaire sera questionné en amont, pendant et à l'issue de la formation pour identifier ses attentes, vérifier ses acquis et évaluer sa satisfaction globale de la formation.

ANIMATION

Lætitia CHICHOUX, Consultante-formatrice experte en accession sociale et commercialisation.

DATES DES SESSIONS INTER

le 12 mars 2027 - Présentiel à Paris
le 12 mars 2027 - Distanciel
le 21 septembre 2027 - Distanciel

PRIX NET : 830 EUROS

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

anne.de-poulpiquet@afpols.fr - 06 61 15 23 39

EN INTRA

Ce stage peut être organisé en intra ou adapté sur mesure dans votre organisme ou dans votre région.

DEMANDE DE DEVIS : intra@afpols.fr

DÉROULÉ & CONTENU

1 AVANT

- À la rencontre de votre formateur.
- Quels objectifs souhaitez-vous atteindre grâce à cette formation ?

2 PENDANT - EN GROUPE

Définir l'offre marketing
- quel marché cible ?
- quelle offre produit ?
- quel argumentaire construire ?

Préparer sa prospection
- quelle stratégie adopter ?
- quelles bases de données utiliser ?
- selon quel planning ?

Développer une stratégie de communication : utiliser les outils adaptés au produit et à la cible

Préparer la commercialisation
- quelle documentation concevoir ?
- selon quelles conditions de vente ?
- quel plan média ?

Organiser les RDV clients :
- l'analyse des besoins
- le traitement des objections
- l'accompagnement et le suivi.

3 APRÈS - MISE EN ŒUVRE EN SITUATION DE TRAVAIL

- Qu'ai-je retenu de ma formation ?
- Les ressources pédagogiques qui m'accompagnent