



Pour optimiser les compétences
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

Concevoir un devis pour prestation d'entretien des locaux

Durée : 14 heures – 7 jours

Pré requis : aucun **Méthodes et moyens pédagogiques** : Présentiel. Exposé théorique, interactions formateur/stagiaire, exercices pratiques, mises en situation. **Pré-requis** : Aucun **Modalités d'évaluation** : QCM début/fin formation et enquêtes satisfaction **Validation des acquis** : Un certificat de réalisation sera délivré. **Public** : Commercial, Chargé d'exploitation, Responsable d'équipe, toute personne amenée à réaliser des devis en prestations d'entretien de locaux. Formateur spécialisé Management et Organisation de travail

OBJECTIFS

Savoir identifier les coûts d'exploitation et maîtriser le calcul des temps d'intervention pour réaliser des offres de service.

PROGRAMME

Utiliser les données commerciales :

- Comprendre le cahier des charges
 - Clauses techniques
 - Clauses administratives et juridiques
 - Clauses d'hygiène et de sécurité
 - Clauses financières

- Appréhender les contrats avec obligations
 - Contrat de moyens
 - Contrat de résultats
 - Quantification des attentes : pour chaque local, chaque zone, chaque équipement
 - Evaluation de la qualité globale de la prestation

Intégrer les notions de cadence et de rendement :

- Identifier les facteurs influant sur le rendement
- Comprendre le calcul des coûts d'exploitation : coûts directs, indirects
- Savoir fixer les fréquences de travail
- Chiffrer le coût prévisionnel
- Calculer les cadences
 - Prestations d'entretien courant
 - Prestations d'entretien périodique
- Heure et centième
- Cadence cumulée
- Horaires décalés
- Plannings prévisionnels de travail

Etudes de cas pratiques, réels ou simulés, visites de chantiers

Réalisation du devis : exercice pratique

- Apprendre à évaluer un chantier – faire la visite
- Savoir poser le diagnostic technique

MAJ Janvier 2023





Pour optimiser les compétences
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

Maîtriser la technique de développement commercial et fidéliser sa relation client

Durée : 14 heures – 2 jours

Méthodes et moyens pédagogiques : Présentiel ou distanciel. Exposé théorique, interactions formateur/stagiaire, exercices pratiques, mises en situation. **Pré requis :** Présentiel : aucun. Distanciel : disposer d'un ordinateur ou tablette équipés caméra et micro et d'une connexion internet **Modalités d'évaluation :** QCM début/fin formation et enquêtes satisfaction **Validation des acquis :** Un certificat de réalisation individuel sera délivré.

Public : Commercial, Responsable d'entreprise, Responsable d'exploitation, Chargé d'affaires, toute personne souhaitant maîtriser sa démarche commerciale. [Formateur spécialisé en développement commercial et en relations clients](#)

OBJECTIFS Structurer sa démarche commerciale. Acquérir une méthodologie d'étapes permettant la concrétisation de ses objectifs de vente. Instaurer une relation commerciale durable basée sur la fidélité du client.

PROGRAMME

Analyser la politique commerciale de l'entreprise

- Rechercher et mettre à jour la veille informationnelle
- Définir l'offre de services et la plus-value de son entreprise
- Connaître son périmètre de marché et le positionnement de son entreprise

Réaliser une étude de la concurrence

- Assurer une veille informationnelle de la concurrence

Organiser une démarche de ciblage externe

- Organiser sa prospection téléphonique/physique/présence sur forums, salons...
- Réaliser sa prospection téléphonique et physique – définir ses cibles (géographiques, thématiques...)
- Formuler son argumentaire tout en restant à l'écoute – écoute active
- Lever les obstacles : définition des types d'obstacles et entraînements pour les contourner
- Savoir se remobiliser après des refus. Savoir prendre du recul dans sa campagne
- Suivre ses prospects : organiser et cibler ses relances

Maîtriser la communication interpersonnelle

- Réussir son entretien commercial : pratique du questionnement, savoir rassurer le prospect, déployer son argumentaire de vente, négocier (tarifs, périodes, moyens...), conclure et maintenir une relation durable

Développer des réseaux sociaux et des réseaux professionnels

- Utiliser et faire vivre les différents réseaux – réseaux sociaux, page internet, site web...Créer des actualités, poster des offres de service, des « promotions »...

Générer la satisfaction client – ciblage interne

Organiser une démarche de fidélisation clients dans une relation de confiance durable

- Faciliter le dialogue pour diminuer l'insatisfaction : techniques de communication (reformulation, empathie, écoute active) Questionner le client pour découvrir son degré de satisfaction et de fidélité
- Développer les ventes additives - Définir une stratégie - pendant contrôles qualités, pendant suivis de remédiation etc... Savoir utiliser de fiches de suivis et tableaux de bords.

MAJ Janvier 2023





Pour optimiser les compétences
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

Comment répondre efficacement aux marchés publics

Durée : 14 heures – 2 jours

Méthodes et moyens pédagogiques : Présentiel ou distanciel- Exercices pratiques et concrets, Questions/réponses préparées par le formateur, Questions/réponses libres des participants, Echanges entre les participants encadrés par le formateur

Prérequis : Présentiel : aucun. Distanciel : disposer d'un ordinateur ou tablette équipés caméra et micro et d'une connexion internet **Modalités d'évaluation** : QCM début/fin formation et enquêtes satisfaction **Validation des acquis** : Un certificat de réalisation individuel sera délivré.

Public : Chefs d'entreprises, managers, commerciaux ou assistantes. Toute personne souhaitant se former ou améliorer ses connaissances sur les marchés publics **Formateur spécialisé en appels d'offres et marchés publics**

OBJECTIFS

Comprendre un règlement de consultation. Savoir préparer une offre pertinente et percutante, après sélection d'une offre adaptée à sa structure. Savoir répondre par voie dématérialisée. Optimiser le rejet de son offre

PROGRAMME

Introduction et panorama réglementaire

- Définition du marché public et de l'accord-cadre
- La réglementation européenne et nationale relative aux marchés publics
- Les principes fondamentaux de la commande publique
- Les acteurs de la commande publique et leur rôle
- Les différents seuils de passation
- MAPA / procédure formalisée
- Les différentes formes de marché (unique ou alloti, fractionné...)
- Le principe de l'allotissement et les marchés fractionnés
- Options, variantes et prestations supplémentaires éventuelles
- Les différentes formes de prix
- Contenu du dossier de consultation des entreprises
- La réglementation relative à la dématérialisation des marchés public

LES DIFFERENTES ETAPES DE LA REPONSE AUX MARCHES PUBLICS

Méthodologie d'identification d'un marché public susceptible de vous intéresser (atelier pratique)

- Identification des principales plates-formes de dématérialisation (connaître les différentes plates – formes)
- S'inscrire sur une plate-forme
- Entrer des mots clés de recherches pertinents (exercice sur les mots clés en fonction de l'activité de chacun)
- Lecture linéaire d'un AAPC
- Téléchargement d'un Dossier de la consultation

Savoir décrypter et analyser un marché public (mener une réflexion objective et efficace)

- Lecture linéaire d'un règlement de la consultation
- Mise en évidence des besoins et attentes exprimés dans un cahier des charges de l'acheteur
Avantages et inconvénients par rapport à la concurrence
- Forces et faiblesses au sein de mon entreprise



Comment répondre efficacement aux marchés publics

Suite

La décision de répondre à un marché et sous quelle forme

- Répondre seul ou en groupement ? Connaître la différence entre groupement conjoint et groupement solidaire
- Répondre en sous-traitance, point juridique sur la sous-traitance et présentation du formulaire DC4 « déclaration de sous-traitance »

Préparer une offre pertinente et percutante (cas pratique)

- Présentation commentée d'un dossier de candidature et d'un mémoire technique élaboré par Public Sourcing
- Elaboration d'une ébauche de réponse pour un marché identifié
- Constitution d'un dossier de candidature
- Adapter l'offre aux critères de choix et illustration pratique avec l'exemple d'une grille d'analyse des offres d'un acheteur public
- Zoom sur des caractéristiques permettant de valoriser l'offre : faire ressortir vos atouts

DEPOT ET ANALYSE DE VOTRE OFFRE

Cas pratique : simulation du dépôt d'une offre

- Maîtriser les procédés de la signature électronique
- Les différents types de signature électronique
- Où et comment se procurer un Certificat de Signature Electronique ?
- La signature électronique
- Les documents à signer

Préparer votre offre électronique

- Rassembler les pièces de la candidature et de l'offre
- Compression des fichiers en ZIP, conversion en PDF
- Les différentes étapes du dépôt de l'offre
- Horodatage, accusé de réception, copie de sauvegarde.
- La dématérialisation du point de vue des acheteurs publics

L'analyse de votre candidature et de votre offre du côté des acheteurs publics

- Le rapport d'analyse des candidatures et des offres (illustrations pratiques) Les étapes de l'attribution d'un marché
- Valoriser l'éventuel rejet de son offre

MAJ Janvier 2023