
Programme de formation

Développer ses performances commerciales - initiation

Durée : 35 h

Objectifs : Préparer un argumentaire efficace et définir sa posture commerciale avant les visites. Savoir conduire un entretien commercial structuré pour accroître ses ventes.

Pré-requis : Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone

Public : Commerciaux et Responsables Commerciaux, Négociateurs.

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel :

Salle équipée avec video-projecteur (ou TV) et paperboard. Connexion WIFI.

Ordinateur portable pour chaque participant. Le stagiaire pourra amener le sien si il le souhaite.

En cas de formation intra-entreprise, les moyens techniques décrits ci-dessus doivent représenter une référence idéale.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Autodiagnostic

Test de personnalité

Méthode interactive

Ateliers et mise en situation autour de cas pratiques

Jeux de simulation et jeux de rôles filmés

Débriefing et commentaires points forts/pistes d'amélioration

Conseils personnalisés

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation : Tests pratiques complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

S'INFORMER SUR LA STRATEGIE COMMERCIALE DEFINIE

Qu'est-ce que le P.A.C. ?

Les objectifs.

Les moyens d'actions.

Le cœur de cible.

La durée définie.



HM FORMATION

ETABLIR UN PLAN DE PROSPECTION

Collecter les informations sur un prospect : chiffre d'affaires, évolutions, affaires en cours, litiges, l'historique relationnel.
La concurrence.

Ateliers

PREPARER SON ARGUMENTAIRE

Déterminer les différentes caractéristiques du produit ou service.

Identifier les avantages et les bénéfices.

Connaître le positionnement du produit ou service sur le marché.

Définir une proposition de vente attractive.

La méthode C.A.P.

Le SONCAS

Ateliers

PREVOIR LES OBJECTIONS DU CLIENT

Les différents types d'objections.

Rebondir en cascade en développant son argumentaire.

La qualité du questionnement et la réponse spécifique.

Préparer efficacement la négociation tarifaire (remises, rabais, politique de fidélisation, cadeaux produits ou services...).

Ateliers

PLANIFIER SES DEPLACEMENTS

Les différentes tournées commerciales

Les outils de gestion des tournées de commerciales

Les bénéfices d'une tournée commerciale bien préparée

Ateliers

PREPARER SA VISITE

Se préparer psychologiquement.

Se préparer matériellement

Ateliers

QU'EST-CE QU'UN BON VENDEUR ?

Savoir créer la confiance

La technique de l'écoute active

L'empathie

Le dialogue assertif

Autodiagnostic

LA PREPARATION

Pourquoi se préparer ?

Rappel rapide des techniques fondamentales de préparation de visite

Ateliers

LA PRESENTATION

Savoir se présenter

Démarrer l'entretien de visite

Créer un climat de confiance

Le verbal et le non verbal

Ateliers

L'ARGUMENTAIRE DE VENTE

Construire un argumentaire (rappel)

Comment utiliser son argumentaire

Ateliers

LA DECOUVERTE DU BESOIN

Schéma global de la découverte



HM FORMATION

L'écoute active et les techniques de questionnement
Ateliers

LA CONCLUSION DE LA VENTE

Les signaux d'achats
Les techniques de conclusion
Savoir prendre congé
Après-vente
Ateliers

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)