Programme de Formation

Développement des compétences commerciales

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique

Public visé

Commercial - vendeur - Technico commercial francophones

Objectifs pédagogiques

S'impliquer dans une démarche commerciale proactive

Mener une prospection commerciale efficace

Adopter les comportements et attitudes référents face à des donneurs d'ordre

Mener un entretien de prospection

Développer les aptitudes à la négociation commerciale

Développer la notion de service et d'offre globale

Savoir présenter une offre

Renforcer son savoir-faire commercial par une communication constructive et positive

Rechercher les besoins latents et activer la vente additionnelle et/ou complémentaire

Définir les cibles clients par une approche stratégique préparée et anticiper les besoins de ses futurs clients

Description

La prospection : de l'organisation à la prise de rendez-vous par téléphone

La prise de rendez-vous par téléphone

Les 20 règles d'or dans l'utilisation du téléphone

L'organisation sur le terrain : la répartition et l'optimisation de son temps entre prospection, travail administratif, rendez-vous et suivi client

L'entretien de négociation : de la découverte du prospect à sa transformation en client Qui sont les acteurs de la négociation ?

L'importance de la notion d'acteur

L'importance des facteurs de personnalité

La préparation de la négociation

Méthodologie de la préparation : diagnostic, objectifs, stratégie, organisation

Savoir se positionner dans la négociation, détermination des zones d'accord

La construction d'une grille de négociation

Les acteurs sur le devant de la scène

Le lieu et les dispositions spatiales
Les jeux de pouvoir ou position de vie (le rapport de force dans la négociation)

A la découverte des besoins du client
L'opéra de la négociation commerciale (A.I.D.A.)
Les fautes à ne pas commettre en début d'entretien
Que faut-il savoir de son interlocuteur ? (le schéma des 4C)
Lire les motivations de son client (SONCASIC)
La mise en œuvre de l'approche argumentaire raisonnée (BMCAR)
Les pièges et les erreurs à éviter dans la phase de découverte

Le développement de l'argumentaire
La mise en place de l'argumentation raisonnée (B.M.C.A.R.)
Comment donner vie à votre argumentaire ?
9 règles à observer pour une argumentation efficace

Origine et traitement des objections
Pourquoi votre interlocuteur objecte-t-il ?
Attitudes à adopter face aux objections
Nature des objections
Traitement et schéma de traitement des objections

L'art et la manière de conclure un entretien
La présentation de l'offre
Qui doit prendre la décision
Savoir prendre congé et consolider sa place chez le client

Les bases de la communication
Définition de la communication
L'élimination des parasites gênant la compréhension
La pratique de l'empathie

De la psychologie à la communication
L'outil Analyse Transactionnelle : les trois états du moi pour mieux comprendre les mécanismes relationnels en négociation
Les croyances et les valeurs ou comment ne pas imposer ses propres systèmes
Rencontrer son interlocuteur dans son système de pensées (le développement de l'assertivité)

Comment faire parler son interlocuteur en phase de prospection
L'art de poser les bonnes questions
S'imposer le silence et pratiquer l'écoute active
La reformulation dans tous ses états

L'analyse rationnelle des besoins clients
La mise en place de la découverte plus du client
La mise en œuvre de l'approche argumentaire raisonnée (BMCAR)

La provocation des objections comme signe d'intérêt

L'analyse de ses résultats et la construction du plan d'actions commerciales

L'analyse structurelle de ses résultats

La mise en place des actions commerciales

La reconnaissance des différents types de client

La mise en évidence du suivi et de l'accompagnement client

Prérequis

Aucun

Modalités pédagogiques

Une pédagogie active est mise en place tout au long de cette formation. Cette pédagogie favorise la compréhension des exposés théoriques, l'échange de pratiques et de points de vue.

Réalisation de travaux pratiques sous forme d'atelier et temps d'échanges/restitution

Analyse de situations par les participants, réflexions individuelles et collectives et mutualisation de bonnes pratiques

Moyens et supports pédagogiques

Salle de formation adaptée à la pédagogie pour adultes munie d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc

Visionnage de supports numériques : PDF, e-books, présentations PowerPoint, vidéos

Support de formation/ressources documentaires mis à disposition du stagiaire dans son espace extranet

Modalités d'évaluation et de suivi

Fiche d'évaluation de satisfaction à compléter

Evaluation formative au long cours de la formation sous la responsabilité du formateur :

-Réalisation de différentes mises en application d'entretiens commerciaux

-Rectifications éventuelles des points mis en place/oubliés

-Mise en place d'un plan d'actions individuel

-Validation et test des guides argumentaires (simulés, …)

-Validation des démarches réalisées avec mise au point sur les techniques spécifiques à utiliser