

# PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

Formation : LES POSTURES COMMERCIALES CLES - Module 1



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir les techniques et outils de la vente
- Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente

### PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer ses compétences commerciales.

### PRÉ-REQUIS

Absence de prérequis

### DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

1 jour soit 7 heures

15 stagiaires maximum

### LIEU DE LA FORMATION

Rosny

### CONTENU DE LA FORMATION

- Priorisation des actions pour rester centré sur l'objectif
- Qualification des opportunités, et discernement pour avoir un taux de transformation des opportunités en signatures, le plus élevé possible
- Différenciation des arguments
- Conclusion d'un entretien en obtenant une avancée commerciale
- Plan d'actions de suivi pour fidélisation de la clientèle, élargissement du panier moyen et développement du chiffre d'affaire

### MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Partage d'expériences et apprentissages.

### PROFIL DU FORMATEUR

Carine Frécon a exercé les fonctions de commerciale durant une quinzaine d'années. Elle intervient en entreprises auprès de nombreuses équipes commerciales pour développer leur performance. Elle enseigne également à l'école de commerce SKEMA.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Guide d'évaluation personnel remis à chaque participant permettant une analyse personnelle de sa progression

### MOYENS TECHNIQUES

Fiches par sujet récapitulant l'objectif, les étapes et les conseils.

## DESCRIPTIF DETAILLE

### Réussir la Phase Contacter :

- Obtenir un contact
- Donner envie par une prise de contact positive et motivante
- Créer l'interaction avec le client

### Réussir la Phase Connaitre :

- Les bénéfices de l'écoute active et de la synchronisation (verbale, non verbale et culturelle)
- Les meilleures questions pour déterminer :
  - les motivations réelles (besoin, budget, agenda)
  - le circuit de décision
- Le recueil d'informations en amont

### Réussir la Phase Convaincre :

- Mise au point des différents argumentaires
- Passage par un SWOT
- Traitement des objections

### Réussir la Phase Conclure

- Saisir le bon moment pour conclure
- Engager le client à l'achat
- Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels

### Développer l'activité

- Assurer le suivi après la vente
- Les bénéfices d'une négociation gagnante/gagnante
- Rester dans le paysage du client pour fidéliser et revendre, gérer la notoriété (Web 2.0, partenaires, plaquettes promotionnelles, ...), et capitaliser au niveau de l'entreprise (bénéficiaire des ventes et des références des différents secteurs/collègues)