

Organisation commerciale

Exceller dans toutes les situations et face à tout type de client

Performance commerciale (V2021DECEMBRE-06)



Objectifs opérationnels

Cette formation a pour visée d'aider les commerciaux à élaborer leur plan d'actions commerciales et en faire un outil de performance.



Aptitudes et compétences acquises à l'issue de la formation

- Acquérir les outils de la gestion du temps : de la fixation des objectifs à la planification de mes visites.
- Prendre du recul et améliorer la gestion personnelle des relations en situation de stress.
- Mieux planifier son quotidien pour gagner en efficacité.
- Maîtriser les différents indicateurs qui caractérisent un portefeuille (indicateurs opérationnels)

Pour qui ?



Public concerné

- Tout collaborateur commercial ou ayant une démarche commerciale de face à face.
- Commercial, technico-commercial, qui souhaite se perfectionner en intégrant de nouvelles compétences.



Prérequis

- Maîtrise du français lu, écrit, parlé Niveau A2/B1 (indispensable pour la prise de connaissance et la signature des documents de travail).

Modalités pratiques



Durée & Délais d'accès

- Durée : De 14h de formation.
- Délais d'accès : Selon disponibilité et durée (nous consulter).



Format

- Inter et Intra-entreprise
- Ajustements possibles : toute variante doit faire l'objet d'un programme sur-mesure.
- Présentiel
- De 2 à 8 personnes maximum



Tarif

- Nous consulter selon la durée et le niveau.



Parcours pédagogique



Méthodes & supports pédagogiques

Méthodes pédagogiques

- Mises en situation sur des cas proposés par le consultant et les participants
- Echanges d'expériences et analyses de pratiques
- Débriefing et conseils personnalisés par le consultant
- Jeux pédagogiques et exercices pour mieux se connaître, mieux comprendre ses réactions et leur impact
- Support de formation

Moyens techniques

- PC ou tablette et vidéoprojecteur ainsi que ressources multimédia et PC ou tablette et vidéoprojecteur ainsi que ressources multimédia et paperboard.



Programme de formation

- Les mécanismes de la négociation
- Connaître son profil de négociateur (autodiagnostic)
- Définir sa mission et ses objectifs prioritaires
- Prendre conscience de la démarche commerciale : les 4 étapes de la boucle d'action commerciale
- Les influences du marché au niveau national et/ou local
- Analyser son marché, la concurrence
- Cibler les entreprises et les actions pour définir son rythme commercial
- Les objectifs de visite
- Déterminer un plan d'action pour les supers enjeux
- Prospection et/ou suivi client : trouver le bon équilibre
- Structurer son offre pour mieux la présenter et la valoriser pour convaincre
- Se préparer avant l'entretien : comment, quels outils
- Utiliser les réseaux sociaux professionnels pour se créer un réseau
- Définir ses priorités pour optimiser son organisation commerciale : la méthode Eisenhower
- Suivre sa prestation, l'évaluer et la faire évoluer (les outils de satisfaction client)



Intervenant

- Formateur(s) experts dans la vente et la relation client et reconnus dans leur métier.



Evaluation

- Validation des acquis de la formation au fur et à mesure de la progression.
- Compte rendu formateur
- Cette formation fait l'objet d'une mesure de la satisfaction globale des stagiaires sur l'organisation et les conditions d'accueil, les qualités pédagogiques du formateur ainsi que les méthodes, moyens et supports utilisés.