



2 jours

PROGRAMME DE FORMATION

En présentiel

À distance

BOOSTER SES TECHNIQUES DE VENTE

OBJECTIFS DE FORMATION

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Optimiser et organiser le processus commercial de l'entreprise
- Vendre des projets à de nouveaux clients
- Développer leur position de commercial

PARTICIPANTS

- Toute personne en charge du développement commercial qui souhaite acquérir les méthodes de vente

PRÉREQUIS

- Exercer ou avoir exercé la fonction commerciale

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ACTIVES

- Positionnement : Questionnaire préalable envoyé au participant et responsable N+1
- Méthodes pédagogiques interactives tenant compte de l'expérience et du vécu en entreprise de chaque participant
- Apports théoriques illustrés par des exercices pratiques.
- 1/3 de théorie et 2/3 de mise en pratique
- Nombreuses simulations de vente permettant de développer les compétences commerciales recherchées
- Possibilité de prévoir un accompagnement en clientèle pour lever les freins individuels
- Support individuel de formation

ÉVALUATION

- Évaluation formative réalisée par l'intervenant tout au long de la formation afin de mesurer les acquisitions et les progressions
- Évaluation des acquis

LES PLUS

- PAI : un plan d'actions individuel sera formalisé en fin de formation.
 - Programmes ajustables à vos attentes
 - Accompagnement personnalisé
 - Option démarche qualité :
- SQF – Suivi Qualité Formation : Synthèse détaillée et bilan du formateur.
- Cette formation est accessible à toute personne en situation de handicap, contact référent handicap au 02 43 61 08 47
 - Une expertise² de nos formateurs : technique et pédagogie active

PROGRAMME DE FORMATION

1. Identifier les objectifs commerciaux du chargé d'affaires

- Les enjeux commerciaux pour l'entreprise
- Le ciblage clientèle A – B – C
- Les objectifs spécifiques du commercial

2. Organiser son temps commercial

- La notion de potentialité client
- La gestion des devis et les priorités commerciales
- Les obstacles à l'organisation

3. S'approprier le processus de la démarche commerciale

- Les 6 phases de l'acte commercial
- Les comportements positifs
- Les moyens et outils d'aide à la vente

4. Définir sa démarche de prospection client

- Les 3 niveaux de prospect
- La prise de rdv téléphonique
- L'accroche client

5. Maîtriser l'entretien commercial

- La prise de contact client
- La découverte des besoins
- La présentation de l'entreprise

6. Découvrir le projet client

- Les 4 phases de la découverte
- Les techniques de questionnement
- Faire exprimer le projet

7. Valoriser le projet client

- La présentation du projet adapté aux besoins
- La force de proposition commerciale
- La notion d'engagement client

8. Construire sa démarche de progrès

- Les axes de progrès individuels
- Le plan d'actions
- La mise en œuvre du changement de pratique