

## Formation Professionnaliser sa démarche commerciale (ACN Atlas)

<b>Durée :</b>	3 jours
<b>Public :</b>	Commerciaux, chargés de relation client
<b>Pré-requis :</b>	Connaitre les fondamentaux de la relation client
<b>Objectifs :</b>	Préparer l'entretien commercial : connaître son offre, ses clients et son marché - Adopter une stratégie commerciale adaptée à son secteur - Maîtriser la démarche logique de vente et les techniques associées - Négocier jusqu'à la signature.
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	COM101638-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	Pas de données disponibles

### Les fondamentaux du métier de commercial

- Le rôle du commercial
- Les qualités d'un bon commercial
- Les missions du commercial
- L'organisation du commercial

### Découvrir les notions fondamentales

- La vente de services
- Focus sur les marchés B2B
- Les politiques de prix
- Les stratégies de vente
- Les cycles de vente
- Quelques cas typiques d'entreprises et de modèle de vente

### Connaître son offre et son environnement marché

Analyse SWOT et PESTEL, les grands principes

**Atelier : décrire le marché, les produits/services, le positionnement et la politique de prix de son entreprise**

## **Recenser les outils du commercial**

Les supports commerciaux : carte de visite, plaquette commerciale, catalogue, site web,

Les supports de communication : le téléphone, le mail, le courrier, ...

Les supports de vente : devis, grille tarifaire, proposition commerciale

Les support de négociation : argumentaire, connaissance des forces et faiblesses, ...

Autres supports : références, témoignages clients, ...

## **Présenter son entreprise**

Les points clefs de la présentation

Savoir présenter son entreprise

## **La prospection téléphonique : phoning**

La trame de phoning

Communiquer efficacement et de manière positive (5P, DIVAS)

Comment éviter les barrages ? assistants, secrétaires

Traiter les objections

Bonnes pratiques

**Atelier : mises en situations + débriefing**

## **Préparer sa prospection**

Qui sont mes clients potentiels ? Quelle est la cible type de l'entreprise ?

Quelles sont les fonctions / intitulés de postes qui achètent habituellement les produits / services de mon entreprise ?

Quelles sont les sources pour obtenir les contacts ?

Les différents canaux de prospection (phoning, mail, face à face, salons, JPO...)

Les différents supports de communication

**Atelier : lister les cibles potentielles de son entreprise selon la méthode SCP**

## **Planifier la prospection**

Organisation générale

Phase de phoning

Phase de rendez-vous

Phase de compte-rendu et débrief avec ses supérieurs

L'analyse de la prospection

**Atelier : Organiser sa prospection en fonction de son activité, du phoning et des rendez-vous**

**Atelier : Effectuer un compte rendu de son rendez-vous**

## **Les techniques de vente en prospection**

La prise de contact et la présentation (Bonnes pratiques et erreurs fréquentes)

Les techniques de questionnement

Structurer sa découverte et l'orienter

La découverte des besoins (les différents types de besoins, explicites et implicites)

Les motivations d'achat : méthode du SONCAS

Les différentes techniques de reformulation

Proposition et négociation

Argumentation (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices clients et Preuves)

Les techniques de traitement d'objections

Conclusion (Quand et comment conclure ?)

Assurer le suivi

**Atelier : Construction d'une grille de découverte des besoins et d'argumentaires**

**Atelier : Recensement et traitement des objections fréquentes / cas des stagiaires**

**Atelier : Mises en situation / cas métiers des stagiaires**