

Formation Professionnaliser sa démarche commerciale (ACN Atlas)

Durée :	3 jours
Public :	Commerciaux, chargés de relation client
Pré-requis :	Connaitre les fondamentaux de la relation client
Objectifs :	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.
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	COM101638-F
Note de satisfaction des participants:	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