

Formation Commercial : Initiation

■ Durée :	3 jours (21 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 875,00 € HT (standard) 1 500,00 € HT (remisé)
■ Public :	Actifs de tous secteurs souhaitant s'orienter vers la gestion commerciale et la vente
■ Pré-requis :	Avoir une expérience minimum en entreprise de 2 ans
■ Objectifs :	Se préparer au métier de commercial - Découvrir les techniques de vente - Comprendre les attentes des clients
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	COM100162-F
■ Note de satisfaction des participants:	3,50 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ **Modalités d'accès :**

Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction

Qu'est ce qu'un commercial ?

Les missions du commercial

Découvrir les notions fondamentales

La vente de produit

La vente de services

Mode de distribution

Les différents types de commerce : marché B2B, B2C

Les politiques de prix

Les stratégies de vente

Quelques cas typiques d'entreprises et de modèle de vente

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

Développer les qualités essentielles d'un bon commercial

L'empathie

La présentation physique

L'expression orale

L'expression écrite

La force mentale

Atelier pratique : noter ses forces et ses faiblesses pour le poste

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, ...

Atelier pratique : lister les supports de son entreprise

Travailler son mental

Préparation des contenus de l'entretien

Imaginer / Simuler l'entretien

Préparation physique

Progression continue

Concentration et gestion des émotions

Intensité de la voix

Force de conviction

Présenter son entreprise et son produit

Les points clefs de la présentation

Savoir présenter son entreprise

Savoir présenter ses produits

Argumentation et séduction : CAP et SONCAS

Atelier pratique : construire la présentation d'un produit et de son argumentaire

Négocier

Appréhender la négociation

Analyser son interlocuteur et ses dispositions

Écouter les demandes

Gérer les objections

Finaliser la vente

Atelier pratique : sketch de vente

Réaliser des entretiens téléphoniques

Préparer son appel

Soigner sa voix

Présenter un produit

Recenser des informations sur l'interlocuteur, le besoin ou l'entreprise
Conclure

Atelier pratique : scénarios d'appels commentés

Utiliser la messagerie électronique

Soigner son expression
Ordonner son discours
Utiliser des pièces jointes
Mettre des accusés de réception

Utiliser les réseaux sociaux

Soigner sa présentation
Développer son réseau
Valoriser les contacts terrains

Atelier pratique : commenter son profil et celui de concurrents

Prospecter

Qu'est-ce que la prospection ?
Qui prospecter et dans quel but ?
La prospection téléphonique
La prospection via les réseaux sociaux
La prospection en face à face
Utiliser un support : mailing courrier ou site web
Apprendre à créer le besoin

Atelier : mises en situation

Passage de la certification (si prévue dans le financement)