

## Formation Commercial : Initiation + Approfondissement

<b>Durée :</b>	5 jours
<b>Public :</b>	Actifs de tous secteurs souhaitant s'orienter vers la gestion commerciale et la vente
<b>Pré-requis :</b>	Avoir une expérience minimum en entreprise de 2 ans
<b>Objectifs :</b>	Se préparer au métier de commercial - Découvrir les techniques de vente - Comprendre les attentes des clients
<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>	COM1152-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,79 / 5

### 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**

## **Gérer la relation client et la communication**

Utiliser des outils CRM  
Noter un maximum d'informations  
Assurer le suivi client/prospect  
Répondre aux demandes  
Fidéliser

**Atelier : commenter des fiches clients dans des CRM - Recenser les informations essentielles pour son entreprise**

Approfondissement

## **Faire ses premiers pas sur des marchés d'ampleur**

Identifier les clients potentiellement importants de son entreprise  
Identifier les attentes en terme de services  
Attitude à avoir

**Atelier pratique : lister les comptes clefs pour son entreprise**

## **Répondre aux appels d'offres**

Qu'est-ce qu'un appel d'offres ?  
Les plateformes d'appels d'offres  
Les outils de détection  
La décision de réponse  
Les documents administratifs  
L'offre technique  
La remise  
La soutenance  
La négociation  
L'attribution

## **Méthodologie commerciale**

Identifier les produits  
Identifier les clients  
Déterminer les cibles privilégiées et les comptes clefs  
Déterminer le CAP  
Construire son argumentaire SONCAS  
Créer un scénario de prospection  
Répondre à une demande ou un marché  
Préparer ses entretiens de vente  
Préparer la négociation  
Conclure la vente  
Identifier les risques  
S'informer sur les clauses clefs d'un contrat  
Réceptionner des commandes  
Tirer les conséquences d'un échec  
Créer des scénarios pour fidéliser son contact

**Atelier pratique : mise en oeuvre de la méthodologie**

**Passage de la certification (si prévue dans le financement)**