DAWAN

Plan de la formation

www.dawan.fr

Formation Commercial : Initiation + Approfondissement

Durée :	5 jours (35 heures)
Tarif :	2 495,00 € (standard) 1 996,00 € (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
Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence:	COM1152-F
Note de satisfaction des participants:	4,79 / 5
Certifications :	MANITUDE : Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente (RS5970) Pas de données disponibles au 01/09/2024

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

Identifer 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)