Formation Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente

Durée :	5 jours (35 heures)
Tarifs inter-entreprise :	2 975,00 € HT (standard) 2 380,00 € HT (remisé)
Public :	Commerciaux ou personnes ayant des fonctions commerciales et qui souhaitent professionnaliser leur démarche .
Pré-requis :	Le public concerné doit maitriser au préalable l'ensemble des étapes de la vente afin d'acquérir des compétences additionnelles de conseil. La certification s'adresse ainsi à des commerciaux ou des personnes qui ont des fonctions commerciales et qui souhaitent intégrer une dimension conseil dans leur activité afin de renforcer leur performance (Chef de vente, Ingénieurs d'affaires, Business manager, Directeur commercial, Vendeur, Conseiller de vente, Key account manager, Ingénieur technico-commercial, Assistant commercial, Consultant, etc.).
Objectifs :	- Pratiquer un questionnement personnalisé dans le démarrage de l'entretien en s'appuyant sur son expertise afin de rechercher et comprendre les enjeux du client. - Répondre aux enjeux du client en utilisant l'ensemble des informations récoltées dans la phase de questionnement afin de proposer une solution pertinente. - Faire évoluer la solution en accompagnant le client dans sa phase de réflexion, en identifiant et traitant les objections afin de coconstruire une offre adaptée. - Traduire les avantages de la solution en bénéfices client, en étant force de proposition afin de les intégrer dans sa phase de négociation pour démontrer les retours sur investissements de l'offre. - Introduire dans sa conclusion de son entretien le suivi après-vente afin de rassurer le client, de respecter l'objectif négocié et de maintenir la relation pour créer les conditions favorables à une collaboration durable. - Valoriser sa qualité de conseil et de relation client en récoltant des feedbacks positifs pour obtenir une recommandation active afin de développer son portefeuille de contacts et accélérer son développement commercial

Méthodes mobilisées :	Synchrone en présentiel ou distanciel. Plateforme utilisée : Microsoft Teams. Pour le distanciel : diagnostic technique avec les stagiaires pour tester la connexion et les modalités pratiques. Un programme pédagogique riche et interactif : Expositive : Apport de contenu théorique structuré pour consolider vos connaissances. Interrogative : Moments de réflexion pour questionner et approfondir vos pratiques. Démonstrative : Exercices pratiques pour illustrer les concepts clés. Active : Ateliers d'entraînement pour une mise en application immédiate. Expérimentale : Études de cas concrets pour ancrer les apprentissages dans la réalité. Collaborative : Espaces de partage et d'échange d'expériences pour enrichir la formation. Un format conçu pour favoriser l'engagement, la pratique et l'impact durable dans vos activités professionnelles.
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 :	COM101652-F
Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
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

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

Les enjeux d'une relation client / fournisseur pérenne

Le client : rappels et notions fondamentales
Respects des engagements contractuels
Les attentes du client / contrat de service
Le sens du service dans un contexte marché hyper concurrentiel

Les fondamentaux de la communication interpersonnelle dans un contexte client / prestataire

Les principes de base des règles de communication: émetteur récepteur
Le verbal et l'importance du non verbal
L'empathie et l'assertivité
La formulation positive , travailler son discours
S'adapter à chaque client
Atelier : Cas pratique sur la communication + test d'assertivité

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

Les techniques de vente

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 : ACRAC
Savoir être force de proposition pour générer des ventes et services complémentaires
Conclusion (Quand et comment conclure ?)
Effectuer une bonne prise de congé
Respecter les engagements pris et assurer un suivi de qualité
Remonter les informations, problèmes, dysfonctionnements et alerter sa hiérarchie à bon escient
Ateliers : Construction d'une grille de découverte des besoins et d'argumentaires
Recensement et traitement des objections fréquentes / cas des stagiaires
Mises en situation / cas métiers des stagiaires

La recommandation, outil de développement commercial et de fidélisation

La recommandation, définition et avantages
Les différents canaux de recommandation
Atelier : Mises en situation et cas pratiques