

## Objectifs de la formation :

- Fidéliser la clientèle
- Conquérir de nouveaux clients
- Augmenter le chiffre d'affaires
- Mettre en place une veille commerciale

## Public visé : Commerciaux

## Prérequis :

Avoir déjà une initiation en vente

## Moyens et méthodes pédagogiques :

- Explications théoriques sur PowerPoint et Paper board
- Mise en situation par jeux de rôle, atelier de groupe de travail, filmage
- Démonstration par étape des techniques utilisées
- Exercice d'appropriation par la mise en pratique des techniques démontrées
- Remise au stagiaire de support et de fiches techniques
- Détermination de la progression pédagogique à l'aide d'une grille d'évaluation individuelle
- Évaluations des acquisitions

## Évaluation :

Grille de contrôle des acquisitions

## Sanction :

Une attestation de formation est remise à chaque stagiaire à l'issue de la formation

## Durée : 14 heures sur 2 jours

## Modalités d'organisation :

Inter entreprise – Groupe de 2 à 5  
Intra entreprise  
Individuelle

## Contenu de la formation :

### Journée 1 : 1ère demi journée 3h30

#### 1) La mission du Commercial

- Objectifs de chiffre d'affaires
- Développer la notoriété de l'entreprise
- Augmenter le portefeuille de l'entreprise
- La fonction de commercial
- Comprendre et se repérer sur le marché
- Analyse du marché à l'aide la grille de SWOT Opportunités / Contraintes du marché – Forces / Faiblesses de l'entreprise
- La concurrence, les clients, le positionnement de l'entreprise sur le marché
- La veille commerciale : Définition de la veille commerciale, mettre en place une veille (A l'aide de ses clients, de la concurrence, de son entreprise)

### Journée 1 : 2ème demi journée 3h30

#### 2) Les fondamentaux pour réussir une démarche commerciale

- L'entretien de vente : les étapes
- 4X 20 : Réussir son entretien pour instaurer la confiance
- L'écoute active : faire parler le client pour mieux le connaître :  
« Connaissez-vous et avez-vous compris votre client ? »  
« Avez-vous repérer tous les besoins de votre client ? »
- Les techniques de vente : Les outils d'aide à la vente
- Techniques de reformulation
- Identifier les motivations d'achat
- Construire et utiliser l'argumentaire SONCAS /CAP
- Traiter les objections selon Méthode CRAC
- Techniques de conclusion : verrouiller la vente
- Technique de ventes additives

## Objectifs de la formation :

- Fidéliser la clientèle
- Conquérir de nouveaux clients
- Augmenter le chiffre d'affaires
- Mettre en place une veille commerciale

**Public visé :** Commerciaux

## Prérequis :

Avoir déjà une initiation en vente

## Moyens et méthodes pédagogiques :

- Explications théoriques sur PowerPoint et Paper board
- Mise en situation par jeux de rôle, atelier de groupe de travail, filmage
- Démonstration par étape des techniques utilisées
- Exercice d'appropriation par la mise en pratique des techniques démontrées
- Remise au stagiaire de support et de fiches techniques
- Détermination de la progression pédagogique à l'aide d'une grille d'évaluation individuelle
- Évaluations des acquisitions

## Évaluation :

Grille de contrôle des acquisitions

## Sanction :

Une attestation de formation est remise à chaque stagiaire à l'issue de la formation

**Durée :** 14 heures sur 2 jours

## Modalités d'organisation :

Inter entreprise – Groupe de 2 à 5  
Intra entreprise  
Individuelle

## Contenu de la formation :

### Journée 2 : 1ère demi journée 3h30

#### 3) La prospection

- Préparation à la prospection
- Définir la cible potentielle, secteur géographique
- Accroche commerciale (1er contact) AIDA
  - Définir ses cibles, constituer son fichier de prospection
  - Déterminer le potentiel et l'accessibilité des prospects
- Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés
  - Qualifier ses interlocuteurs, franchir les différents barrages
  - Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur
  - Argumenter le bénéfice du rendez-vous
  - Rebondir sur les objections courantes, accepter le refus pour mieux revenir

#### Méthodes pédagogiques :

*Ateliers pratiques : mes outils de prospection.*

*Entraînements à la prise de rendez-vous téléphoniques*

### Journée 2 : 2ème demi journée 3h30

- Réussir le premier entretien prospect en face à face
  - Réussir le premier contact par des comportements appropriés
  - Accrocher l'intérêt du prospect. Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites
  - Engager vers l'action
  - Argumenter pour convaincre
  - Conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue
- Mises en situation sur le face-à-face de prospection
- Assurer le suivi de sa prospection
  - Mettre en place un plan de prospection
  - Créer un rythme de prospection
  - Établir un plan de relance et de suivi
  - Saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect

## **Contrôle des acquisitions en fin de formation**

### **Bilan de la formation**