

Formation commerciale et relation client

Public visé et Pré requis de la formation : Avoir une première expérience dans le commerce Commerciaux

Durée : 3 jours

Heures : 21 h

Nombre maximum de places par session : 8

Délai d'accès à la formation : Sur demande

Prix : 750 € / pers.

Accessibilité aux personnes à mobilité réduite : Locaux accessible aux personnes en situations d'handicap. Pour toute demande particulière, nous contacter.

Actions de formation

OBJECTIFS

Se préparer au métier de commercial Découvrir les techniques de vente Comprendre les attentes des clients

DÉOUCHÉS

Sans objet

ÉQUIVALENCES

Sans objet

SPÉCIALITÉ

Commerce, vente

VALIDATION

Attestation de stage

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Salle de cours, Vidéo projecteurs Support de cours Alternance de théorie et de pratique

QUALIFICATION DE L'INTERVENANT

Formateur ayant plus de 20 ans d'expérience dans le B2B, B2C et la gestion d'équipe commerciale

ÉVALUATION

QCM en fin de formation

Contenu pédagogique

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 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 Négociation 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 Atelier pratique : commenter son profil et celui de concurrents Prospection 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 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