



MES DROITS ET CONSEILS
CONSEIL, ACCOMPAGNEMENT, COACHING

PROGRAMME DE FORMATION : TECHNIQUES DE VENTE

Durée de l'e-learning : 14 heures + 3 heures d'accompagnement avec un formateur

Accès à la plateforme 24h / 24 h

PUBLIC VISE

- Nouveaux entrants dans la fonction commerciale
- Professionnels opérationnels qui souhaitent développer leur organisation et leurs performances commerciales

PREREQUIS

Aucun

DUREE

Durée totale : 17 heures :

- 14 heures la partie en FOAD
- 3 heures sous la forme de webinars en individuelle ou collective à distance, via Zoom

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

- Formation e-learning + webinar participatif
- Inscription à réaliser 15 jours minimum avant le démarrage de la formation, via le site, par téléphone ou par mail

DATES OU PÉRIODE

A définir

HORAIRES

La partie e-learning est accessible 7/7 et 24h/24h.



Le monitoring et l'assistance pédagogique sont disponibles du lundi au vendredi de 9H à 17H.

Les accompagnements individuels seront à programmer avec le formateur du lundi au vendredi entre 9H et 17H.

LIEU

Formation Ouverte A Distance accessible 7j/7 et 24H/24 à partir d'une plateforme conçue spécialement pour le e-learning.

Pour les personnes en situation de handicap, nous mettrons tout en œuvre pour vous accueillir ou pour vous réorienter. Vous pouvez nous contacter au 06 58 98 88 81.

ACCESSIBILITE POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Si vous avez des besoins spécifiques, notre référente handicap se tient à votre disposition afin de vous proposer un aménagement adapté à votre situation durant votre accompagnement.

OBJECTIFS ET COMPETENCES VISEES

- Intégrer les différentes techniques de communication interpersonnelle et la posture adaptée au métier de commercial en B to B
- Préparer et organiser efficacement sa prospection commerciale en exploitant tous les canaux (traditionnels et social selling)
- Maîtriser les étapes clés de l'entretien commercial
- Mettre en œuvre les spécificités de l'entretien de vente selon le canal utilisé : face à face (incluant le point de vente) et à distance
- Effectuer le suivi de la relation commerciale

CONTENU - DEROULEMENT

Descriptif du contenu de la formation :



1- Mobiliser les différentes techniques de communication interpersonnelle dans les métiers de la vente

Se positionner dans le métier de commercial

- Identifier les attitudes clés, savoir-être et comportements attendus dans l'exercice du métier aujourd'hui
- Prendre connaissance de l'infographie métier
- Réaliser sa carte d'ID de commercial

Clarifier les éléments de communication interpersonnelle

- Clarifier les éléments du schéma de communication
- Répertorier les éléments liés au fonctionnement du cadre de référence et aux biais de communication
- Distinguer les 3 vecteurs de communication et leur impact
- Privilégier les formulations impactantes
- Travailler les éléments d'habillage du discours (intonation, débit, rythme...)
- Caractériser le fonctionnement de l'écoute active (attitude, questionnement/ reformulation) et de l'empathie

2- Préparer et organiser sa prospection commerciale

Collecter les informations pour préparer efficacement sa prospection commerciale

- S'appropriier les objectifs de l'action de prospection
- Collecter les informations complémentaires sur les entreprises ciblées et les profils des prospects
- Identifier les secteurs et acteurs du marché
- Distinguer les clients d'hier et d'aujourd'hui : les nouveaux comportements d'achat



Booster la préparation de sa prospection en utilisant LinkedIn

- Définir le social selling et certains de ses outils (LinkedIn premium et Sales navigator)
- Clarifier les 4 concepts qui gouvernent la notion de réseau social (Profil/réseau/contenu/activités)
- Créer son profil LinkedIn en travaillant son image et sa visibilité
- Développer son réseau en utilisant les fonctionnalités de recherche (recherches, directes/invitations/Abonnements groupes professionnels/ recommandations)
- Elaborer sa 1ère communication sur les réseaux sociaux : le post

Concevoir ses outils pour organiser sa prospection commerciale

- Créer le fichier de prospection qualifié :
 - Alimenter le CRM ou fichier
 - Analyser son portefeuille pour prioriser ses prospects grâce à la matrice Attrait/Urgence
- Compléter le plan d'action commerciale
 - Identifier les étapes de construction d'un PAC
 - Distinguer les familles d'actions commerciales
 - Choisir les actions adaptées à ses cibles
- Anticiper le suivi de la performance de sa prospection commerciale
 - Analyser les ratios de transformation pour optimiser ses actions

3- Effectuer la prise de rendez-vous téléphonique pour closer un entretien de vente

Se préparer pour vendre son rendez-vous

- Réunir les informations préalablement collectées lors de la phase de préparation de



la prospection et préparer son script téléphonique

- Utiliser un canevas d'entretien pour garder le cap lors de l'entretien

Vendre son rendez-vous par téléphone

- Contacter : les 4 phases clés
 - Identification/autorisation/présentation/objet-accroche
 - Les techniques de gestion de barrages téléphoniques
- Accrocher le client pour susciter son intérêt
 - Les techniques d'accroches percutantes
- Proposer le rendez-vous
 - Les techniques de proposition de rendez-vous
 - Les techniques de rebond aux objections de prise de rendez-vous
- Conclure sa prise de rendez-vous
 - Collecter les informations pour qualifier son fichier
 - Verrouiller le rendez-vous pour l'entretien de vente
 - Prendre congé

4- Conduire l'entretien de vente en face à face

Mettre en œuvre les 4 étapes de l'entretien de vente en face à face par avec les 4C

- C comme Contacter
 - Mobiliser les attitudes clés du vendeur pour créer un climat de confiance
- C comme Connaitre
 - Réaliser la découverte des besoins grâce à la technique SPID
 - Identifier les motivations d'achat à travers la méthode SONCASE
- C comme Convaincre
 - Construire un argumentaire sur mesure grâce à la méthode APB -CAP



- Traiter les objections grâce à la méthode CRAC
- C comme Conclure
 - Engager le client avec les techniques de closing
 - Réaliser la prise de congé

Identifier les spécificités de l'entretien de vente en face à face dans un point de vente

- C comme Contacter
 - Renforcer la phase d'alliance pour installer un 1er contact engageant
 - Utiliser les outils d'aide à la vente : fiche clients/ fiche produits
- C comme Connaitre
 - Identifier le profil et le potentiel client dès son arrivée dans le point de vente
- C comme Convaincre
 - Construire un argumentaire CAP ou CAB selon offre produit ou services
 - Utiliser les techniques de démonstration produits
 - Traiter les objections spécifiques
- C comme Conclure
 - Utiliser les outils numériques pour finaliser la vente
 - Engager le client avec une offre de fidélisation

5- Conduire l'entretien de vente à distance

Caractériser les éléments qui exercent une influence sur la relation commerciale

- Différencier les caractéristiques techniques des nouveaux outils de la relation commerciale à distance
- Identifier les impacts de la visio-conférence sur la communication interpersonnelle
 - Les particularités du distanciel synchrone : décalage, désynchronisation, regard, micro-coupures, temps d'attention, fluidité
- Maîtriser sa préparation



Identifier les spécificités de l'usage de la visio-conférence dans l'entretien de vente

- Contacter : créer un climat propice dans un contexte qui perturbe la communication
- Connaitre : adapter sa posture aux contraintes de l'outil numérique
- Convaincre : privilégier la démonstration à l'argumentation
- Conclure : Finaliser la vente ou se fixer un objectif de rendez-vous en face à face

MODALITÉS D'ÉVALUATION D'ATTEINTE DES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- 50% de la note est obtenue par le contrôle des connaissances au QCM
- 20% de la note est obtenue par la rédaction du post LinkedIn
- 30% de la note est obtenue par la validation de la simulation entretien de vente : argumentaire et traitement des objections

MOYENS PERMETTANT LE SUIVI ET L'APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Suivi de l'exécution :

- Attestation d'assiduité mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation.
- Relevé de connexions, signé par un représentant de l'organisme de formation.
- Attestation de réalisation des unités, signée par un représentant de l'organisme de formation, détaillant les travaux finalisés en cohérence avec le programme de formation.

Appréciation des résultats :

- Recueil individuel des attentes du stagiaire
- Questionnaire d'auto-évaluation des acquis en début et en fin de formation
- Évaluation continue durant la session
- Remise d'une attestation de fin de formation
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES D'ENCADREMENT DES FORMATIONS

Modalités pédagogiques :



- Évaluation des besoins et du profil du participant
- Apport théorique et séquences pédagogiques regroupées en différents modules
- Cas pratiques
- Questionnaire et exercices
- Tests de contrôle de connaissances et validation des acquis à chaque étape
- Retours d'expériences
- Séquences pédagogiques regroupées en différents modules
- Entretiens par visioconférence, téléphone et mail et d'exercices exploités avec le stagiaire
- Webinar via Zoom
- Accès individualisé grâce à 1 login et 1 mot de passe par apprenant permettant le contrôle et l'évaluation par les tuteurs formateurs à partir d'une plateforme conçue spécialement pour le e-learning.

REFERENT PEDAGOGIQUE ET FORMATEUR

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

TARIFS

295 euros Net de Taxes : Financement personnel

595 euros Net de Taxes : Financement OPCO, FIF PL, Pôle emploi, Employeur

Mise à jour Aout 2023