

FORMATION *PC/01*

Parcours Commercial

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Professionnaliser ses compétences commerciales

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Prospecter, présenter et négocier une solution technique
 - Gérer et optimiser l'activité commerciale sur un secteur
-

PROGRAMME

½ Journée d'ouverture : Diagnostic et contrat d'objectif – Protocole Individuel de Formation

Objectifs :

- Définir son projet
- Déterminer ses objectifs de finalité du parcours
- Etablir son contrat d'engagement

Programme

- Remplir son auto-diagnostic de projet
- Sélectionner les finalités désirées
- Jalonner son parcours et signer son engagement

Journée 1: Manager son temps et ses priorités

Objectifs

- Identifier sa relation au temps, son capital énergie et ses rythmes de travail
- Gérer ses priorités et sortir de l'urgence,
- Maîtriser les outils et les méthodes de gestion du temps

Programme

- Faire un bilan de ses pratiques actuelles, premier diagnostic, être acteur de son temps
- Appréhender les grands principes et les typologies
- Utiliser les outils d'organisation et de planification en fonction de ses priorités.

Journée 2 : Penser et structurer son offre

Objectifs :

- Définir son offre en fonction des besoins dans son marché
- Analyser sa clientèle cible
- Définir ses priorités d'action commerciale

Programme :

- Faire un diagnostic des besoins dans son marché
- Etablir la cartographie de l'offre concurrentielle
- Créer son/ses personas
- Identifier les priorités de l'action commerciale (quels produits, quelle cible, quel prix...)

Journée 3 : Positionner son offre

Objectifs :

- Comprendre le parcours client de son/ses personas
- Etablir le positionnement de son offre/de sa marque
- Définir les bases de son plan d'action (quels points de contact)

Programme :

- Décrire chaque étape du parcours d'achat de son/ses personas
- Utiliser les éléments clés du parcours pour définir son positionnement
- Identifier les points de contacts les plus significatifs avec son/ses personas

Journée 4: Mettre en place des objectifs, le PAC, suivre les résultats au travers d'indicateurs

Objectifs

- Faire des objectifs un véritable outil de pilotage
- Piloter l'activité commerciale au moyen du PAC et d'indicateurs pertinents

Programme

Mesurer les enjeux d'une stratégie par objectif

- Pourquoi se fixer des objectifs ? Les risques à ne pas le faire
- De la stratégie d'entreprise aux objectifs individuels

Définir les objectifs commerciaux

- Se doter d'objectifs opérationnels SMART
- Équilibrer objectifs quantitatifs et objectifs qualitatifs
- Motiver avec le management par objectif

Mettre en œuvre le pilotage

- Construire le Plan d'Actions Commerciales (PAC)
- Identifier les indicateurs de suivi pertinents

Journée 5 : La communication à l'ère du digital

Objectifs :

- Comprendre les enjeux de la communication à l'ère du digital
- Définir les thématiques de contenu de sa communication eu égard aux étapes du parcours client
- Définir les éléments clés du "langage" de sa marque

Programme :

- Appréhender les "nouvelles règles" de la communication, liées aux nouvelles attentes des consommateurs (validées en B2B et B2C)
- Utiliser un outil de brainstorm pour identifier des thématiques de contenu
- Associer les contenus avec les points de contact et étapes du parcours client
- Identifier les valeurs et qualificatifs structurant le langage de sa marque

NB. Cette journée vise à comprendre et définir quel contenu pour sa stratégie de communication mais ne constitue pas un guide pratique d'utilisation des réseaux sociaux. Ce contenu "technique" pourra être approfondie lors d'une autre journée

Journée 6 : Mieux communiquer et gagner en assertivité

Objectifs:

- Principes de communication interpersonnels: comprendre et se faire comprendre
- Pratiquer l'écoute active
- Développer son assertivité
- Rester dans une position gagnant-gagnant

Programme:

Principes de communication interpersonnels : comprendre et se faire comprendre

- Perception et carte du monde
- Schéma de communication, communication positive
- Pratiquer l'écoute active
- Les niveaux d'écoute
- Gagner en écoute active
- Développer son assertivité et position gagnant gagnant
- S'affirmer et affirmer son discours
- Maintenir une relation gagnant - gagnant

Journée 7 : Adopter une posture commerciale et comprendre les interactions avec l'outil DISC

Objectifs :

- Identifier ses préférences de communication
- Adapter sa communication aux différents profils
- Renforcer son impact commercial en face-à-face

Programme :

Identifier son profil et son style de communication Découvrir les 4 styles de communication,

- Découvrir son style de communication privilégié,

- Repérer ses points forts,

Identifier le style de communication et les besoins relationnels de ses clients

- Repérer le style de communication de ses clients, s'appuyer sur les différents indices : mots, gestes, mode de décision, comportement sous stress.
- Repérer rapidement le besoin relationnel de chaque client.

Adopter un mode de communication efficace à chaque étape de la vente

- Adapter son discours et sa posture à chaque client,
- Convaincre en utilisant les effets persuasifs appropriés au client.

Journée 8 : Gérer et utiliser du DATA client avec un outil de Gestion de Relation Client (CRM)

Objectifs :

- Mettre le capital client au centre de la stratégie
- Identifier le rôle d'un outil de GRC (CRM) dans la prospection
- Comprendre les enjeux d'un outil de GRC
- Comprendre l'utilisation d'un outil de GRC

Programme :

- Appréhender l'importance du DATA et le rôle d'un outil de GRC
- Se servir du DATA : des techniques de segmentation
- Comprendre les éléments constitutifs d'un outil CRM : à différents objectifs = différents outils
- Connaître les enjeux et règles d'hygiène d'un outil de GRC
- Pratiquer une simulation sur un outil de GRC

Journée 9 : Prospecter et prendre rendez-vous par téléphone

Objectifs :

- Organiser son action de prospection téléphonique
- Qualifier ses prospects
- Décliner un plan d'appel et assurer le suivi des appels

Programme :

Préparer sa séance de phoning

- Créer un environnement propice à l'appel,
- Se fixer un objectif et un timing par vague d'appels

Qualifier une base de données

Décliner un plan d'appel pertinent pour les appels sortants de prospection

- Franchir les différents barrages : accueil, secrétaire,
- Capter l'intérêt du prospect dès les premiers instants,
- Poser 4 questions clés
- Rebondir sur les objections spécifiques à la prospection pour obtenir le rendez-vous,
- Prendre un rendez-vous,
- Réussir sa prise de congés,
- Préserver la relation avec le prospect, suivi et patience..

Journée 10 : Maîtriser les techniques de vente

Objectifs :

- Distinguer les différentes étapes de la vente
- Savoir collecter les informations clés pour la vente
- Maîtriser les techniques et les outils pour conduire efficacement un entretien de vente

Programme :

Découvrir la démarche de vente en 6 étapes

Préparer l'entretien

- Analyser son positionnement vs la concurrence
- Collecter les informations utiles
- Définir des objectifs commerciaux

Dérouler son scénario de vente

- Réussir sa prise de contact
- Identifier les besoins et motivations du client
- Présenter les avantages clients et personnaliser son discours
- Argumenter pour convaincre
- Traiter les objections

Journée 11 : Défendre son prix et conclure une vente

Objectifs :

- Traiter efficacement l'objection prix sans dévaloriser son offre
- Maîtriser les techniques de conclusion
- Conforter sa vente et contractualiser les accords

Programme :

Défendre son prix

- Traiter l'objection prix
- Utiliser différentes techniques pour valoriser son offre
- Garder le cap et savoir dire non

Conclure et consolider sa vente

- Repérer les feux verts pour conclure
- S'approprier les techniques de conclusion
- S'engager et faire s'engager son interlocuteur
- Rassurer et préparer la suite pour consolider sa vente

Journée 12 : Tenir le cap sous la pression, gérer ses émotions

Objectifs

- Développer son intelligence émotionnelle
- Maintenir ou rétablir son équilibre émotionnel dans les situations délicates

Programme

Développer son intelligence émotionnelle

- Prendre conscience de ses émotions
- Comprendre ses réactions émotionnelles
- Développer la confiance en soi

Tirer parti des émotions pour interagir efficacement avec les autres

- Exprimer son ressenti
- Écouter l'émotion de l'autre
- Gérer les émotions en situation de tension
- Mobiliser ses ressources et penser positif

DUREE :

88 heures + 7 heures d'examen
12.5 jours

DATES

7 avril 2021- 30 novembre 2021

HORAIRES

09h00-12h30 et 13h30-17h00

LIEU : Centre de formation Auch

PUBLIC :

Commerciaux non-sédentaires, technico-commerciaux, chefs de vente opérationnels, dirigeants en charge du développement commercial

PRE REQUIS :

Première expérience dans la fonction commerciale

NATURE DE LA FORMATION

Action d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances

MODALITE DE LA FORMATION : Mix présentiel et visio

SANCTION DE LA FORMATION : Attestation de formation

CERTIFICATION : Titre professionnel niveau 5 « Négociateur Technico-Commercial »

METHODES PEDAGOGIQUES

- Opérationnelle et interactive, basée sur les problématiques et le vécu des stagiaires
- Retour d'expériences des stagiaires
- Échanger sur les « best-practices »

Journée type :- Retour sur Expériences de la journée de formation précédente : analyses des réussites et échecs

- Apports interactifs (pédagogie inversée) du thème de la journée
- Mises en mouvement des apports formatifs
- Engagements pour la période à venir

SUPPORTS DE FORMATION : - Support de présentation du formateur au terme de chaque journée, en ligne sur la plate-forme de CCI Formation : accès privatif stagiaire

- Ressources pédagogiques sur plate-forme : accès privatif stagiaire
- Classeur de Protocole Individuel de Formation

MODALITÉS D'EVALUATION : Quiz de connaissance et Titre professionnel niveau 5 « Négociateur Technico-Commercial » pour la certification.

TARIF : 2 820 € HT (soit 3384€ TTC), frais de certification en sus.

VOS CONTACTS CCI GERS FORMATION

Denis DESPAUX : d.despaux@cci-formation-gers.fr

Nicolas BORIE : n.borie@cci-formation-gers.fr