



VENTE - MARKETING NEGOCIATION COMMERCIALE

Fiche RS3385 – Eligible au CPF sous le n° 236355



OBJECTIFS

Cette formation certifiante permet de développer et valider les compétences professionnelles sur 3 axes principaux :

- ▶ Etablir et organiser un plan de prospection
- ▶ Réaliser des entretiens commerciaux
- ▶ Savoir conclure une vente

PUBLIC CIBLE

- ▶ Salariés
- ▶ Demandeurs d'emploi

ACCESSIBILITE

Cette formation est accessible au public en situation de handicap (locaux, adaptation des moyens techniques).

PRE-REQUIS

- ▶ Aptitude à communiquer
- ▶ Pratique de la vente conseillée

CONDITIONS D'ADMISSION

- ▶ Sur dossier et entretien individuel

MODALITES

- ▶ 4 modules de 3 jours (2 jours en présentiel et 1 journée en distanciel) par mois

DUREE

- ▶ 86 heures

PERIODE DE REALISATION

De septembre à décembre 2021

TARIF

4 300 Euros

Nous consulter sur les modalités de prise en charge

PRESENTATION DE LA FORMATION

Dans un contexte fortement concurrentiel, la réussite de la vente fait partie de l'un des facteurs clés de succès de l'entreprise. L'action réussie de vente permet de porter l'image de l'entreprise et fidéliser les clients pour contribuer à son chiffre d'affaires et à sa rentabilité. Présent dans tous les secteurs d'activité, l'art de la vente offre de nombreuses opportunités d'emploi.

Mais la vente aujourd'hui a évolué. Il ne s'agit plus uniquement d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise. Il s'agit aussi de représenter l'entreprise positivement et avec cohérence dans son image de marque. L'écoute du client, l'adaptation à ses besoins, la capacité à nouer et entretenir une relation avec lui dans la durée sont également des qualités particulièrement appréciées.

Si les principales compétences recherchées sont le sens du résultat, l'impact et la capacité de persuasion, la qualité de pilotage du portefeuille ; la capacité à élever un portefeuille existant et à anticiper les évolutions du marché sont également importantes aux yeux des employeurs.

La certification permet d'apporter des techniques et des méthodes pour y parvenir et ainsi valorise les professionnels déjà en place, ceux en mobilité et enfin les demandeurs d'emploi.

COMPETENCES VISEES

- Organiser et mettre en œuvre la prospection
- Mener l'entretien de vente en face à face
- Mener un entretien de vente au téléphone
- Conclure la vente

DEBOUCHES/PASSERELLES

Cette formation permet d'accéder à une évolution professionnelle mais aussi de poursuivre sur un parcours diplômant de niveau 5 (bac+2) dans les métiers du commerce.

METHODES PEDAGOGIQUES

- Alternance d'apports théoriques et pratiques à partir de situations rencontrées par les participants
- A la fin de chaque session, un ou plusieurs objectifs à atteindre sont définis pour la prochaine séance qui démarrera par un retour d'expérience et le contrôle des objectifs fixés.
- Les participants mettent en application les actions décidées et s'entraînent à résoudre des cas de management en cohérence avec les enjeux de leur société à l'aide des supports remis. Cette phase de mise en application est suivie et accompagnée en distanciel.
- Simulations d'entretiens adaptées aux préoccupations et à la maturité des participants
- Débriefing personnalisé avec identification des forces et des axes d'amélioration
- Mesure du retour sur investissement des actions menées sous forme de retour d'expérience

CONTENU DE LA FORMATION

MODULE 1 – ORGANISER ET METTRE EN ŒUVRE LA PROSPECTION

- Elaborer un fichier de prospection en utilisant les informations existantes dans l'entreprise, de toutes autres sources d'informations, ou à partir de recherche sur Internet afin de préparer la prospection
- Segmenter le fichier prospect existant en identifiant les comptes à potentiel afin de faciliter la prospection commerciale
- Utiliser les techniques de planification pour organiser la prospection.
- Construire l'argumentation téléphonique en identifiant des messages pertinents pour atteindre les objectifs visés.
- Construire des outils commerciaux de communication écrite (mails- flyers – lettres) pour compléter les différents canaux de transmission de messages.
- Utiliser les techniques de gestion de barrages téléphoniques pour permettre le contact avec l'interlocuteur préalablement ciblé.
- Utiliser les techniques de prise de rendez-vous en face à face ou au téléphone pour l'obtenir.

MODULE 2 – MENER L'ENTRETIEN DE VENTE EN FACE A FACE

- Utiliser les techniques d'observation portées à l'environnement du prospect, durant la phase de contact pour adapter le cas échéant la trame d'entretien préalablement préparée.
- Réaliser une présentation générique de l'entreprise et de l'offre en utilisant des techniques permettant d'obtenir un fort impact et susciter l'envie auprès du prospect de poursuivre l'entretien.
- Identifier le type de personnalité du prospect en utilisant les techniques de compréhension des modes comportementaux pour adapter son attitude et faciliter une communication positive.
- Utiliser les techniques de questionnement et de reformulation, en se basant sur les motifs d'adhésion et les freins, pour comprendre les besoins, attentes et motivations du prospect.

- Utiliser les techniques d'argumentation structurée en les associant aux informations recueillies lors de la découverte du client pour conforter le prospect dans l'adéquation offre/besoin
- Utiliser les techniques de traitement des objections du prospect en utilisant les arguments pertinents et faisant preuve de créativité, afin de le convaincre.
- Elaborer une proposition de prix cohérente entre les ressources mises à disposition par l'entreprise, la marge attendue et le niveau d'acceptation du prospect pour correspondre à un juste retour sur investissement.
- Négocier les marges commerciales de son offre pour obtenir une satisfaction mutuelle dans un principe préservé de « gagnant-gagnant ».

MODULE 3 – MENER UN ENTRETIEN DE VENTE AU TELEPHONE

- Identifier et analyser la typologie de prospect qui a été ciblé pour l'action de vente au téléphone afin d'adapter son mode de communication orale et son message.
- Organiser son action de vente par téléphone en préparant les différents supports (argumentaire – planning – fichier) pour optimiser l'action et la rendre plus exploitable.
- Utiliser les techniques de vente en compensant le manque de contact direct avec une communication (contenu et voix) plus impactante.
- Organiser la relation client à distance, en intégrant des outils de digitalisation pour maintenir sa fidélisation

MODULE 4 – CONCLURE LA VENTE

- Conclure son entretien de vente de façon équitable et juste pour les deux parties et en récapitulant les points clés pour la finaliser dans une perspective de relations durables.
- Accompagner le client dans cette phase finale en le rassurant et en le félicitant pour susciter chez lui un sentiment de satisfaction.
- Créer les conditions favorables dans la relation avec le client pour déclencher son envie de maintenir une relation durable.

MODALITES D'EVALUATION EN COURS DE FORMATION

Durant la formation, le stagiaire s'entraîne quotidiennement via des simulations sur le module préparé ultérieurement par le formateur, permettant au candidat d'être confronté à des situations professionnelles concrètes.

EVALUATION FINALE

Le candidat est évalué par un jury professionnel sur un des cas de management étudiés. L'évaluation se déroule sous la forme de simulation avec le formateur d'une durée de 30' maximum durant lesquelles le jury identifie les compétences de l'individu par le biais d'une grille d'évaluation détaillant l'ensemble des compétences du référentiel à atteindre.

VALIDATION DE LA FORMATION

- Attestation de formation
- Après avis favorable du jury d'évaluation, délivrance d'un certificat de compétences