

Professionaliser sa démarche commerciale

Objectifs pédagogiques

- Préparer l'entretien commercial : connaître son offre, ses clients et son marché
- Adopter une posture commerciale valorisante
- Maîtriser les techniques de communication
- Faire face aux objections et aux situations délicates
- Repérer les opportunités pour proposer une offre de service adaptée
- Négocier jusqu'à la signature



Les + de notre formation

- Une boîte à outils complète,
- Ateliers de mises en pratique,
- Un suivi post formation,
- Une formation action !

PRATIQUE 70 %
THÉORIE 30 %

Publics concernés

Tout salarié amené à développer une démarche commerciale dans le cadre de ses missions

Prérequis

Il est préférable d'avoir déjà été impliqué dans des relations clients.

Durée

21 heures en présentiel : 2 + 1 jours, avec une intersession de 3 semaines + 1H de suivi collectif par visioconférence à 45 jours

Accès à la plateforme « **Activ'learning** » pendant 2 mois

Intervenant

Consultant(e) en management, 20 ans d'expérience en Marketing, Communication et Management commercial

Avant les journées de formation en présentiel

Un questionnaire d'auto-positionnement pour se situer et identifier les problématiques éventuelles rencontrées, et ainsi mieux cibler les besoins

A disposition sur **Activ'learning** : vidéos, quiz, capsules sur la démarche commerciale

Première journée : Présentiel

Introduction: définir une **démarche commerciale**. Distinguer les **7 étapes d'un entretien commercial**. Identifier les différents **types de clients**. Brainstorming et jeux collectifs,

1 Préparer de son entretien commercial.

- ✓ Prendre conscience de **l'importance d'une préparation** : quels sont les risques à ne pas préparer son entretien commercial ?
- ✓ Analyser **son positionnement sur le marché**. Être en veille commerciale constante.
- ✓ Préparer son **entretien avec la méthode QQOCCP**, en fonction de l'environnement de son prospect/client (contexte, enjeux et objectifs, circuit de prise de décision, problématique de marché, acteurs, concurrence), dans le respect du RGPD.
- ✓ Définir **ses objectifs commerciaux et sa démarche stratégique globale**.
- ✓ Démystifier les sept qualités et croyances pour réussir dans la vente.



Travaux pratiques :

*Brainstorming collectif, réalisation de ses SWOT : « au niveau entreprise » et « au niveau individuel », atelier en mode « world café »
Mise en situation individuelle : « rédiger MA stratégie »*

2 Adopter une posture commerciale valorisante : créer un 1^{er} contact efficace.

- ✓ Comprendre les **atouts de la communication** et en mesurer les impacts, intégrer la synchronisation, le cadre de référence et la règle des 4x20 : **donner une bonne 1^{ère} impression !**
- ✓ **Réussir son accroche, en trouvant sa formule magique** : se présenter dans sa fonction de représentation (conseiller, partenaire, ambassadeur...), se fixer un objectif, cadrer l'entretien, présenter son entreprise, son expertise et valeur ajoutée, rassurer, susciter l'intérêt.
- ✓ **Mettre en confiance son interlocuteur** : identifier les ingrédients et les appréhensions du prospect/client, connaître la carte de l'empathie et les biais cognitifs, que ce soit en face à face ou à distance.
- ✓ Adopter une **communication positive, assertive et enthousiaste**.



Travaux pratiques :

*Sondage « impacts de la communication », vidéo « la synchronisation » et échanges. Jeu sur le cadre de référence, mise en situation collective des 4x20. vidéo « Pitch » et échanges,
Mise en situation individuelle filmée : « préparer son introduction et roder son pitch ».
Jeux de rôles « à 3 » : client, collaborateur et observateur avec différents scénarii, et débriefing collectif*

Deuxième journée : Présentiel

3 Maitriser les techniques de communication, pour mieux explorer les besoins de vos clients.

- ✓ Découvrir les **4 styles de communication et de comportement**, pour mieux comprendre son interlocuteur et adapter son discours (DISC).
- ✓ **Adopter et tenir une position d'écoute active pour mieux cerner les attentes** : utiliser les techniques de relances efficaces, pratiquer la méthode FTG et la reformulation pour poser des ancrages, alterner le questionnement ouvert et fermé, verbaliser les enjeux de l'entreprise et de son interlocuteur, prendre des notes, « entendre ce qui n'est pas dit » ...
- ✓ **Se définir des objectifs explicites et implicites.**
- ✓ Pour choisir ses questions, découvrir les **différents besoins et motivations d'achat SONCASE.**



Travaux pratiques :

Vidéos « DISC » et échanges. QCM, Jeux de rôles sur les profils « DISC ». Jeu collectif sur la « circulation du message »

Jeux de rôles « à 3 » : client, collaborateur et observateur avec différents scénarii, et débriefing collectif, Mise en situation individuelle « en mode exploration »

4 Détecter les opportunités pour proposer une offre de service adaptée.

- ✓ Reconnaître les **6 profils d'interlocuteurs** : décideur, acheteur, financeur, utilisateur, prescripteur, facilitateur.
- ✓ Structurer **son argumentaire avec le CAPB**, pour mettre en avant les rubriques incontournables de son offre, croisé au SONCASE.
- ✓ **Adapter son discours commercial** : distinguer le relationnel, la vente, le marchandage et la négociation.
- ✓ **Proposer une solution et valoriser son offre**, en créant de la valeur ajoutée.
- ✓ Focus sur les **propositions commerciales écrites**, via la méthode CODER.
- ✓ **Elaborer son plan d'actions**, en vue de l'intersession.



Travaux pratiques :

Jeu collectif : « qui est qui ? », Vidéos « vendez moi ce stylo » et échanges

Mise en situation individuelle : « créer son argumentaire »

Jeux de rôles tournants « je m'adapte commercialement »

Exercice de reformulations à partir de situations réelles

Atelier individuel : « compléter mon plan d'actions »

Troisième journée : Présentiel

Introduction: retour d'expériences suite à l'intersession. Travail pratique basé sur les échanges et le partage

5 Gérer es objections et les situations délicates.

- ✓ Décrypter la **nature et la légitimité des objections**.
- ✓ Transformer les **objections en adhésion**, avec la méthode ART.
- ✓ Savoir dire « non », « je ne sais pas » ou « laissez-moi revenir vers vous ».
- ✓ Connaître les **attitudes à adopter face aux objections** : factuel, calme, ferme, patient.
- ✓ Préparer ses réponses, croisées au SONCASE et aux SWOT
- ✓ Transformer **une situation de blocage en solution « gagnant/gagnant » et opportunité**, avec la méthode SCORE. Obtenir le **point de vue et le feed-back du client**.



Travaux pratiques :

Bataille des objections les plus courantes

Créer son « objectionnaire ». Atelier de mises en situation, en sous-groupes

6 Négocier jusqu'à la signature.

- ✓ Connaître **ses marges de manœuvre et son profil de négociateur**, inspiré du Process Com.
- ✓ Distinguer les **différents types de techniques de négociation** : confrontation, coopération, concession/contrepartie ...
- ✓ Intégrer les **dimensions financières dans la négociation....et la dimension émotionnelle**.
- ✓ **Valoriser ses offres**, en maintenant sa posture commerciale.
- ✓ **Identifier les différentes phases de « closing »** : détecter les signaux d'adhésion et les freins à la conclusion, savoir quand et comment conclure, verrouiller et déclencher l'engagement et la motivation, oser proposer des ventes additionnelles, détecter de nouvelles opportunités, planifier les prochaines étapes pour entretenir la relation client.



Travaux pratiques :

Autodiagnostic : « moi, négociateur ». Vidéo « savoir négocier » et échanges. Atelier de mises en pratique. Défi des 120 secondes : « comment ? ». Jeux de rôles filmés, puis débriefing

Clôture de la formation :

Bâtir le plan d'action post-formation en vue de la webconférence de suivi à 45 jours.

Présentation des ressources disponibles sur Activ'Learning : « Pour aller plus loin ... »

Evaluation et remise de l'attestation de fin de formation



Déroulé de la formation en présentiel :



EN AMONT

- Ressources pédagogiques
- Support de formation
- Quiz
- Vidéos



PENDANT

- Support PPT
- Activités pratiques,
- Exercices, mises en situation
- Échanges entre pairs



EN AVAL

- Retours d'expériences à 45 jours : suivi collectif d'1 heure à distance
- Vidéos ou études en lien avec la thématique

MÉTHODES, FILMS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Démarche inductive tout au long de cette formation

Vidéos et échanges : *synchronisation, pitch, DISC, vendez moi ce stylo, savoir négocier*

QCM, sondages, *impacts de la communication, DISC*

Autodiagnostic : *négociateur*

Etude de cas individualisée : *réaliser ses swot, rédiger sa stratégie de préparation, définir ses objectifs et questions, créer son argumentaire et son objectionnaire*

Ateliers en sous-groupes et collectifs : *brainstorming démarche commerciale et préparation, world café préparation entretien, bataille d'objections, défi des 120 secondes de closing*

Mises en situations et jeux de rôles : *4x20, introduction et pitch, mettre en confiance, profils DISC, position écoute active, s'adapter commercialement, SCORE, négociateur et closer*

Jeu collectif : *étapes de l'entretien commercial, types de clients, cadre de référence, circulation du message, qui est qui*

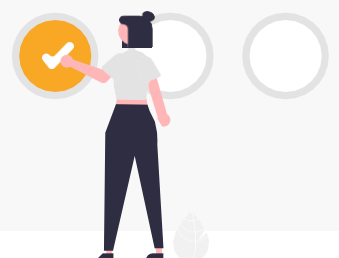
Partages d'expériences et de bonnes pratiques après chaque atelier/exercice

MODALITES D'EVALUATION

Définition de votre plan d'action managérial en suivant vos apprentissages
1 h de suivi collectif des participants par une Web Conférence à 45 jours

Mesure des mises en pratique

Sanction de la formation : remise d'une attestation de fin de formation



ACCESSIBILITÉ



La formation est accessible aux personnes handicapées sans discrimination
Pour toute demande particulière, des aménagements peuvent être mis en place pour accueillir, dans des conditions propices à leur réussite, les personnes en situation de handicap