

« OBJECTIF : VENDRE »

Maitriser les 4 atouts du commercial efficace

V1.2 du 9/01/2023

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Permettre aux commerciaux débutants d'intégrer, d'organiser et de structurer leur nouvelle fonction commerciale, de la prospection jusqu'à la conclusion, en passant par toutes les étapes de l'entretien de vente - les « 5C » :
Concevoir – **C**ontacter – **C**onnaître – **C**onvaincre – **C**onclure.
- Améliorer ses qualités relationnelles et ses pratiques commerciales pour réaliser des sauts de performance.

PUBLIC

Commerciaux, technico-commerciaux, toute personne ayant à vendre des produits ou des services.

PRÉREQUIS : Pas de prérequis.

OUTILS ET MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

- Point en amont de la formation avec restitution du besoin client.
- Point en fin de journée de formation, recueil des impressions, régulation sur les autres journées en fonction de l'évolution pédagogique.
- Évaluation à chaud en fin de formation, débriefing sur l'écart éventuel, formalisation d'une régulation sur les points soulevés.

MOYENS D'ENCADREMENT DE LA FORMATION

PROFORMA s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire. L'animation est basée sur une pédagogie active, avec des exercices pratiques et personnalisés qui permettent l'ancrage en temps réel.

Cette animation s'appuie sur une alternance d'exposés théoriques et d'exercices pratiques.

Vidéo-projection. Support de cours délivré à chaque participant. Travaux pratiques.

LIEU DE FORMATION

Intra-entreprise en présentiel, dans les locaux de l'entreprise, ou en hôtel (à définir ensemble).

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Inscription par l'entreprise, après sélection et validation des publics concernés.

Démarrage possible au minimum une semaine après la réception de la demande de formation, pour permettre la mise en place de nos processus, en conformité avec notre démarche qualité :

- **Pédagogique** : analyse de besoins des participants, définition des objectifs et de leur positionnement, élaboration du programme, et préparation des supports et dossiers pédagogiques avant formation ;
- **Administratif** : élaboration du devis, convention, prise en charge éventuelle du financement de la formation par votre OPCO (si prise en charge par un OPCO : vous devez en faire la demande à votre OPCO un mois avant le démarrage de la session).

ACCESSIBILITÉ



Nos intervenants savent adapter leurs méthodologies pédagogiques en fonction des différentes situations de handicap.

PROFORMA

3 avenue Beausoleil 13009 Marseille – Tél. : 06 72 83 94 51 – Mail : contact@pro-forma.biz
Organisme de formation enregistré sous le N° 93131538613 auprès du préfet de la région P.A.C.A.

SIRET : 39282571700045 – APE : 8559B

PROGRAMME DE LA FORMATION : Les « 5 C »

Introduction

- Les principes actifs de la communication et de la PNL, adaptés à la vente ;
- Savoir utiliser le Verbal, le Non-Verbal et le Para-verbal pour développer son impact.

1. Concevoir : Se préparer

- La mission du vendeur : identifier les axes de l'action commerciale ;
- Structurer son acte de vente par étapes : **C**oncevoir, **C**ontacter, **C**onnaître, **C**onvaincre, **C**onclure ;
- Préparer le premier entretien : déterminer les éléments clés de son accroche commerciale.

2. Contacter : Créer un climat de confiance et donner une première bonne impression

- Organiser sa prospection : téléphonique et physique pour conquérir de nouveaux clients ;
- Savoir utiliser les réseaux sociaux : LinkedIn, Instagram, etc...
- Se présenter pour créer un climat de confiance et réussir une présentation impactante : le "Story-Telling", la communication non verbale et la synchronisation.

3. Connaître : Découvrir les attentes et les besoins de son client

- Réaliser la découverte complète du client : savoir poser les bonnes questions de découverte ;
- Maîtriser les techniques d'écoute active et la reformulation ;
- Découvrir les critères de motivation de son client : le SONCAS.

4. Convaincre : Argumenter et faire grandir l'intérêt de son client

- Créer un argumentaire impactant selon le profil de son client ;
- Traiter et recadrer positivement les objections ;
- Réaliser la présentation et la défense du prix.

5. Conclure : Accompagner et faciliter la conclusion

- Réaliser le "closing" : la conclusion de la vente avec les techniques de projection ;
- Réussir la prise de congé : laisser une dernière bonne impression ;
- Analyser son entretien de vente ;
- Rédiger le compte-rendu sur la base de données commerciales (la C.R.M.).

Synthèse et conclusion de la formation :

- Synthèse individuelle et formalisation d'un plan d'action ;
- Évaluation à chaud de la formation.

SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, évaluation des acquis en situation, attestation de présence, certificat de formation individuel.

DATES : Dates sur demande. Calendrier à définir ensemble.

DURÉE : de 2 à 6 journées de 7 heures (réparties en plusieurs modules), à définir selon les profils des participant(e)s, les enjeux et les objectifs attendus, après une analyse de besoins.

TARIFS : 1850 € H.T./ journée (7 heures)
(Hors frais de déplacement et d'hébergement du formateur, facturés en sus – frais réels)

DISPOSITIONS PRATIQUES : Effectif maximum de 10 participants.

POUR ALLER PLUS LOIN : « Réussir ses négociations commerciales ».

TABLEAUX RÉCAPITULATIFS

1. TAUX DE SATISFACTION			
Année	Nbre de Groupes	Nbre de Stagiaires	Tx SATISFACTION
• 2020	9 groupes	61 stagiaires	9.6 /10
• 2021	7 groupes	45 stagiaires	9,8 /10
• 2022	7 groupes	41 stagiaires	9.9 /10
• 2023			

2. TAUX D'ASSIDUITÉ			
Année	Nbre de Groupes	Nbre de Stagiaires	Tx ASSIDUITÉ
• 2020	9 groupes	61 stagiaires	98 %
• 2021	7 groupes	45 stagiaires	100 %
• 2022	7 groupes	41 stagiaires	100 %
• 2023			

3. TAUX DE RÉUSSITE			
Année	Nbre de Groupes	Nbre de Stagiaires	Tx RÉUSSITE
• 2020	9 groupes	61 stagiaires	100 %
• 2021	7 groupes	45 stagiaires	100 %
• 2022	7 groupes	41 stagiaires	100 %
• 2023			