

TALENTS & FORMATIONS

ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ



LES LEVIERS DE LA VENTE ET DE LA RELATION CLIENT

COMMERCIAL

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Les entreprises sont soumises à de nombreux défis stratégiques pour lancer ou pérenniser leurs activités, face aux opportunités ou aux menaces du marché et de l'environnement économique, elles doivent adapter leurs compétences.

Ce parcours sur les leviers de la vente et de la relation client a pour objectif d'appréhender les changements auxquels doit faire face l'entreprise avec ses équipes : nouveaux marchés, nouvelles stratégies d'offre, pivoter ... Le développement commercial devient primordial et doit être partagé et professionnalisé.

Pour répondre à cet objectif au-delà de la méthode de vente, il s'agit ici de partager la compréhension stratégique des nouveaux enjeux de l'entreprise, d'organiser un travail collaboratif entre les services commerciaux et les fonctions supports, d'apporter une connaissance pluridisciplinaire, pour favoriser de nouveaux process à tous les niveaux opérationnels liés à la relation client.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Tout collaborateur de l'entreprise (aucun prérequis) pour non commerciaux et commerciaux débutants.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

A l'issue de ce parcours de formation, le stagiaire aura acquis les compétences suivantes :

- Valoriser l'image de marque de l'entreprise avec une relation client irréprochable
- Développer sa clientèle et son chiffre d'affaires
- Optimiser les ventes et le temps d'acquisition de nouveaux clients
- Assurer un suivi commercial optimum

DURÉE : 5 jours (32 Heures) – Formation intra-entreprise

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

Module de 3 H sous forme de demi-journée alternant formation théorique et interactive en présentiel (50 %), mise en pratique (40%) et accompagnement individuel avec un plan d'action personnalisé (10%). Durée totale, 32 H décomposées ainsi :

- 2 H session teambuilding et objectif
- 5 modules de 3 H de formation collective (présentiel)
- 5 sessions de 3 H de travail en autonomie et de débriefing collectif (présentiel ou distanciel)

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne. Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

En amont de la formation les participants sont invités à participer à une session de TeamBuilding pour installer la confiance, la bienveillance au sein du groupe de travail. Session collective de 2 heures, il est fortement recommandé de prévoir à la suite un moment convivial sous forme de repas, goûter ...

Objectifs de cette préparation :

- Valoriser la polyvalence des salariés
- Appréhender la situation de conduite du changement nécessaire au développement de l'entreprise.
- Identification des objectifs commerciaux collectifs et individuels.

Module 1 - Soigner l'accueil et le service client :

- Exceller dans la relation de service : Soigner l'image professionnelle de l'entreprise.
- Prendre et réaliser un appel téléphonique de façon professionnelle : l'accueil, le ton de la voix, la reformulation.
- Rédiger des emails commerciaux, des rappels, des relances.

Module 2 - Stratégie de développement commerciale :

- Comprendre la qualification de la cible client et du buyer persona
- Explorer les besoins d'un client : compréhension et qualification des besoins et des motivations d'achat.
- Identifier les phases du process de décision d'achat, établir un funnel de conversion.

Session pratique sur les modules 1 et 2 :

- Rédaction d'emailing de rappel, relance, suivi (2 H de travail individuel avec relecture et ajustement individuel pour chaque participant).
- Faire face aux interlocuteurs difficiles : gérer les agressifs, les inquiétudes, les impatientes (2 H d'atelier collectif).

Module 3 - Faire aboutir une vente :

- Les 8 étapes pour réussir une vente : méthode de vente de la découverte client au closing.
- Focus sur la gestion efficace du traitement des objections.

Module 4 - Les enjeux de la prospection :

- Maîtriser les mécanismes de la relation client
- Prospecter, prendre des rendez-vous, conseiller, vendre, relancer, fidéliser
- Gérer et solutionner les objections et les litiges
- Les scénarios de vente par typologie de cible prospect

Session pratique sur les modules 3 et 4 :

- Rédaction des scénarios téléphonique avec la méthode de vente (2 H de travail collectif)
- Appropriation des scénarios téléphoniques (1 H de travail individuel par participant)
- Debriefing individuel des scénarios (1 H par participant avec le formateur)
- Mise en pratique de la gestion des appels téléphoniques (2 H d'atelier collectif)

Module 5 - Mettre en place un processus de suivi commercial efficace :

- Organiser le suivi des devis et des propositions commerciales
- Établir un reporting pertinent sur le suivi des ventes, de la production, de la facturation
- Établir un suivi et un reporting de prospection commerciale

Sessions pratiques sur les modules 2 et 5 :

- Réalisation de tableaux de reporting (4 H de travail en autonomie)
- Réunion de suivi sur la base des tableaux proposés
- Correction et ajustement des éléments transmis (1 H de débriefing collectif)

FORMATEUR (TRICE) AGRÉÉ(E) :

Emmanuel Lafont, chargé d'enseignement X-HEC, ISC PARIS. Formateur et responsable pédagogique des programmes de pré incubation du Développement Économique de Courbevoie pour Paris Ouest La Défense.

Pour toutes questions sur la formation, nous contacter :

talentsetformations@gmail.com
+33 (0)2 38 55 63 80



GROUPE
SPARTE

AGILITATEUR D'INSPIRATION

PARIS - VERSAILLES - ORLÉANS - NANTES

STRATÉGIE

RESSOURCES HUMAINES

MARKETING

ADMINISTRATIF ET FINANCE

FORMATIONS

groupe-sparte.fr

est une société du Groupe Sparte

TALENTS
FORMATIONS