Assolem
ACCOMPAGNE VOTRE ÉVOLUTION

Développer son efficacité commerciale

Parcours complet en 7 jours

Enjeux

Créer de valeur ajoutée tout au long de sa relation commerciale et se distinguer de ses concurrents sur son marché. Adopter une démarche plus offensive et en confiance.

Public

Tous collaborateurs commerciaux en intégration ou en perfectionnement.

Prérequis

Aucuns

Durée

7 jours soit 49hrs

Répartis sur 6 mois environ

Animation

François Coutier
Consultant expert en formation commerciale notamment dans le secteur du service et de l'emploi

Tarifs/Délais

Nous consulter

Sanctions

Certificat de réalisation

Renseignements

François Coutier
06 71 61 42 59
contact@assolem.com
www.assolem.com

OBJECTIFS

Améliorer ses pratiques, professionnaliser, structurer sa démarche et développer sa performance commerciale.

Pour y arriver les participants seront en capacités d'appliquer les objectifs pédagogiques décrit ci-dessous pour chaque module.

CONTENU

Approche commerciale (1 jour)

- Identifier son marché et adopter une démarche sélective
- S'approprier les différents moyens d'approche commerciale
- Qualifier son fichier prospect
- Utiliser efficacement son CRM
- Organiser son temps de travail efficacement

Training en situation réelle de 2hrs sur fichier prospects non qualifiés

Améliorer l'efficacité de sa prospection téléphonique (2 jours)

- Passer le barrage plus efficacement
- Convaincre son interlocuteur d'accepter le RDV
- Transformer les objections en opportunité de RDV
- Utiliser l'approche de Proposition Active (Candidat-Salariés)

*Training en situation réelle de 2*2hrs sur fichier qualifié*

Conduire un entretien commercial avec succès (2 jours)

- Adopter une démarche commerciale structurée et professionnelle
- Identifier les axes de collaboration avec le prospect
- Argumenter efficacement et répondre aux objections
- Convaincre et obtenir l'accord de son interlocuteur

Mises en situation

Défendre son prix et négocier (1 jour)

- Présenter son prix avec légitimité (pédagogie et assurance)
- Relativiser un écart de prix ou un positionnement prix plus cher
- Défendre son prix et négocier en préservant ses intérêts

Mises en situation

Fidéliser ses clients (1 jour)

- Comprendre les éléments clés de la fidélisation
- Mettre en œuvre une stratégie de fidélisation adaptée à son portefeuille client

Mises en situation

Chaque collaborateur réalise un Plan Individuel de Progrès à la fin de chaque module, pour travailler au développement de ses compétences entre chaque session. Tout nouveau module commence par un feed-back sur ce travail.
L'évaluation des acquis se fait à chaque module
L'animateur et joignable en inter session pour aider chacun dans l'appropriation et le déploiement des compétences
Réalisation d'un plan individuel de progrès

Formations commerciales

MODALITES PEDAGOGIQUES

1/ Méthodes pédagogiques : Nous privilégions largement la dynamique de groupe, et l'interaction entre les participants et avec les animateurs. Nous utilisons principalement les situations vécues au quotidien par les participants. Ils expérimentent au fur et à mesure l'ensemble des méthodes et outils apportés.

- Diaporama d'animation avec **Power point** (Supports remis aux participants)
- Fiches de conception et de co-construction (Argumentaire…)
- Jeux de rôle sur des cas pratiques ou à partir de leurs propres cas
- Mises en situations réelles
- Ateliers de réflexion-production individuels et collectifs
- Jeux pédagogiques
- Utilisation de tests et de guides d'auto-analyse
- Partages d'expériences
- Remise d'un kit pédagogique reprenant les différents supports utilisés ainsi que des fiches pratiques

2/ Fil rouge : Mise en place d'un Livret d'accueil et de suivi individuel. Tout au long du Parcours les stagiaires prennent le recul nécessaire sur les idées clés à retenir. A chaque séquence de formation, les stagiaires prennent note de leurs points forts à valoriser et de leurs axes de progrès. A l'issue de chaque module ce livret doit déboucher sur des actions concrètes que le stagiaire devra mener au quotidien dans son entreprise pour consolider et mettre en œuvre les acquis de la formation.

3/ Feed back et encrage : A partir du 2° module et à chaque démarrage de séance, le formateur débute par un feed-back des managers sur leurs retours d'expérience en lien avec leur engagement pris sur leur plan d'action. Le formateur insiste tout particulièrement sur la place importante de ce dispositif dès le 1° jour de formation. Nous stimulons l'engagement et la mise en « mouvement » des participants tout au long du parcours.

4/ Ressources : Pendant les intersessions de ce programme, les formateurs se tiennent à la disposition des participants (Téléphone, mail, skype) qui peuvent les solliciter sur la mise en place et l'expérimentation des points abordés pendant les modules. Les animateurs sont une ressource tout au long du parcours et accompagnent les participants dans leur montée en compétences

5/ Et ensuite ? : Nous préconisons de poursuive cette formation par un suivi individuel à 3 mois après la fin du parcours. Ce suivi pourra être réalisé par téléphone, par skype ou en face à face. D'une durée de 2 heures environ il permettra de faire le point sur :

- La mise en application des apports travaillés ensemble durant le parcours
- La finalisation du plan d'action en lien avec les objectifs de progrès.

C'est une étape de valorisation et d'ancrage supplémentaire importante.

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION :

OUVERTURE DE LA FORMATION

Présentation du stage, des méthodes utilisées et des objectifs à atteindre

Présentation et attentes des participants

Présentation et lancement du « Fil rouge » avec le P.I.P. (Plan Individuel de Progrès)

MODULE 1 : Approche commerciale (1jr.)

- Identifier son marché et adopter une démarche sélective
  - La notion de marché intensif et extensif.
  - Prioriser ses actions
- S'approprier les différents moyens d'approche commerciale
  - Identifier les différentes approches possibles compatible avec son activité
  - Varier les approches pour arriver à ses fins
- Qualifier son fichier prospect
  - Légitimer son approche auprès du prospect
  - Les questions clés à privilégier
- Utiliser efficacement son CRM
- Organiser son temps de travail efficacement

Modalités pédagogiques et validation séquentielle :
- Echanges interactifs, réflexion individuelle
- Atelier de réflexion (Binôme ou groupe)
- Mise en situation réel : Appel fichier prospects à qualifier
- Utilisation du CRM
- **Validation module : Quiz et Appels réels**
- Remplir son P.I.P. (Plan Individuel de Progrès)

MODULE 2 : Améliorer l'efficacité de sa prospection téléphonique (2 jrs)

- Retour d'expérience depuis le module 1
  - Valoriser les bonnes pratiques et les mises en pratiques

Ancrer les approches pédagogiques, répondre aux questions et apporter une aide face aux difficultés

- Les conditions du succès au téléphone
  Les bonnes pratiques pour être efficace
  La notion verbal, para verbal et non verbal au téléphone. Leur influence et comment s'en servir efficacement

- Passer le barrage efficacement
  Mixer les 3 approches possibles : Directive / Alliance / Limite de responsabilité

- Convaincre son interlocuteur d'accepter le RDV
  Concevoir une phrase d'accroche spécifique au groupement d'employeur, à son activité et à sa cible
  Adapter sa stratégie au contexte de crise lié au Covid19

- Transformer les objections en opportunité de RDV
  Les 3 typologies d'objection
  Identifier les objections possibles ou récurrentes
  Trouver les idées clés à associer et en faire une réponse pertinente

- L'approche de Proposition Active
  Adapter son approche en proposant un candidat
  Identifier les stratégies de replis

Modalités pédagogiques et validation séquentielle :
- Echanges interactifs, réflexion individuelle
- Atelier de réflexion (Binôme ou groupe)
- Exercices vocaux
- Mise en situation réponse à objection : Jeu de balle
- Mise en situation réel : Appel prospect pour prise de RDV et P.A.
- Utilisation du CRM
- **Validation module : Appels réels**
- Remplir son P.I.P. (Plan Individuel de Progrès)

MODULE 3 : Conduire un entretien commercial avec succès (2jrs)

- Retour d'expérience depuis le module 2
  Valoriser les bonnes pratiques et les mises en pratiques
  Ancrer les approches pédagogiques, répondre aux questions et apporter une aide face aux difficultés

- Adopter une démarche professionnelle structurée et professionnelle :
  La notion de valeur ajoutée

Les 6 phases d'un entretien de vente
Les 2 étapes de transitions complémentaires

- Identifier les axes de collaboration avec un prospect :
  L'entonnoir de découverte, pour quoi faire ?
  Acquérir une méthode de questionnement et se créer une boite à outil
  Utiliser la méthode SPIB pour identifier le besoin explicite
  Identifier les éléments clés d'une bonne écoute active et l'expérimenter

- Argumenter efficacement et répondre aux objections :
  Identifier les forces et la V.A. de mon entreprise et de mon offre en tant que groupement d'employeur
  Identifier les principales attentes des clients potentiels
  Fabriquer son argumentaire spécifique à mon activité et l'utiliser à l'aide de la méthode CAP
  Identifier les objections potentielles et y répondre

- Convaincre et obtenir l'accord de son interlocuteur :
  Identifier les signaux d'achat
  Savoir évaluer la motivation de votre interlocuteur par le biais de projection
  Valider l'accord potentiel
  Concrétiser par l'action

Modalités pédagogiques et validation séquentielle :
- Echanges interactifs, réflexion individuelle
- Atelier de réflexion et création d'outils en Binôme ou en groupe (Questionnement, Argumentaire, Réponses à objections)
- Mises en situation (Objections, argumentation)
- Jeu de rôle (Découverte)
- Jeu pédagogiques (Ecoute Active)
- Mind Mapping (Forces)
- **Validation module : Quiz**
- Remplir son P.I.P. (Plan Individuel de Progrès)

MODULE 4 : Défendre son prix et négocier (1jr.)

- Retour d'expérience depuis le module 3
  Valoriser les bonnes pratiques et les mises en pratiques
  Ancrer les approches pédagogiques, répondre aux questions et apporter une aide face aux difficultés

- Introduction
  Les éléments qui permettent de valoriser son prix

La notion de valeur ajoutée
Le prix vu par le client

- La pédagogie du prix
  Quand parler du prix ?
  Méthodologie pour présenter son prix avec pédagogie
  Assumer son prix : Les circonstances qui justifient un prix plus haut

- Relativiser son prix
  Méthode en 4 étapes pour relativiser une objection sur le prix cher
  Savoir traiter un écart de prix avec un concurrent, assumer et valoriser un positionnement prix plus haut

- Défendre son prix et négocier en préservant ses intérêts
  Les jeux de pouvoirs
  Les 4 styles d'approches et les vertus de l'approche assertive
  Méthodologie pour introduire la négociation de façon assertive et valider le fait de partager un objectif commun
  Préparer sa négociation : Les éléments négociables et non négociables
  Quelles contreparties réalistes allez chercher
  Les 7 techniques de négociations adaptées à leur secteur d'activité
  Les risques et opportunités de chaque technique
  Les règles à respecter

Modalités pédagogiques et validation séquentielle :

- Echanges interactifs, réflexion individuelle et collective
- Apports théorique
- Jeu de rôles (défense du prix et négo)
- **Validation module : Quiz**
- Remplir son P.I.P. (Plan Individuel de Progrès)

MODULE 5 : Fidéliser ses clients (1jr.)

- Retour d'expérience depuis le module 4
  Valoriser les bonnes pratiques et les mises en pratiques
  Ancrer les approches pédagogiques, répondre aux questions et apporter une aide face aux difficultés

- Comprendre les éléments clés de la fidélisation
  Citations, définitions et quiz statistiques
  Mettre le client au centre de toutes les attentions et au cœur de la stratégie d'entreprise

- Mettre en œuvre une stratégie de fidélisation adaptée à son portefeuille client

Choisir une matrice de segmentation adaptée à sa situation et comprendre l'intérêt de la segmentation
Répartir son portefeuille client selon les 4 typologies
Définir ses actions de fidélisation selon la segmentation

- L'entretien commercial au cœur de la fidélisation
  Revisiter l'entretien de découverte en l'adaptant selon sa stratégie de fidélisation

- Savoir gérer le mécontentement client
  Analyse des différents comportement clients possibles
  Faire preuve d'assertivité avec la méthode DESC pour traiter l'insatisfaction et garder la qualité de la relation

- Cultiver et profiter de la satisfaction de vos clients
  Mettre en place un suivi et un bilan de satisfaction
  Utiliser la référence active avec vos clients satisfait pour en décrocher de nouveaux

Modalités pédagogiques et validation séquentielle :

- Echanges interactifs, réflexion individuelle
- Atelier de réflexion en Binôme ou en groupe
- Jeu de rôle (Mécontentement client, Entretien de fidélisation)
- Plan d'action individuel client
- **Validation module : Mini Cas à résoudre**
- Remplir son P.I.P. (Plan Individuel de Progrès)

Conclusion du parcours :

Les participants finalisent leur livret d'accueil et réalisent un autodiagnostic final de leurs points forts et de leurs axes d'amélioration avec le soutien individuel du formateur

- Remise d'un certificat de réalisation
- Evaluation globale de la formation