TITRE RNCP :
Responsable du développement et pilotage commercial

Titre :
Bloc de compétence n°1 – Développer un portefeuille client

Objectifs :

À l'issue du parcours, chaque stagiaire pourra incarner et maîtriser:

- Définir une cible et prospecter
- Assurer la commercialisation du produit/service et la relation client
- Optimiser les relations clients dans une logique de fidélisation
- Négocier avec des professionnels privés ou publics

Préparer au bloc de compétence: « Développer un portefeuille clients» en vue de la validation partielle du diplôme RNCP niveau 6 – Responsable du développement et du pilotage commercial –code RNCP 28676 lui-même agréé par le COPANEF -Bloc de compétence 1

DUREE :
7 jours

PUBLIC
Commerciaux, chefs de ventes, managers

PREREQUIS
CV à jour & preuve du diplôme obtenu (Bac+2) ou VAP, Certificat de travail
Tous les ans, pendant 3 ans, un questionnaire à compléter par le stagiaire pour préciser son évolution

METHODES

Une pédagogie interactive, impliquante et personnalisée

- Chaque étape porte sur une dimension de l'efficacité du manager
- Chaque étape fait l'objet d'une préparation
- Chaque étape fait l'objet de mises en situation avec le formateur
- Chaque mise en situation fait l'objet d'un feedback personnalisé
- Chaque étape fait l'objet d'une validation des compétences acquises

Evaluation :
Une étude de cas sur table, la plus grande exigence est adoptée afin de valider les acquis : l'assiduité des participants, la qualité du travail fourni entre les modules, l'acquisition des connaissances, l'acquisition des comportements (mises en situation), l'appropriation des outils et méthodes.
Ce bloc de compétences est certifié par un **certificat**

PROGRAMME

JOUR 1 et 2 : Optimiser la relation clients et gagner en efficacité

Comprendre les enjeux d'une relation client de qualité

Cerner les enjeux d'une relation client optimisée
Mesurer l'intérêt d'une relation de confiance avec ses clients
Comprendre comment fidéliser le client

Mettre en place des attitudes qui feront la différence en face à face et au téléphone

Connaître les principes de base de la communication et adapter son style de communication
Développer son sens de l'empathie
Maîtriser les attitudes à adopter face au client
Se préparer avant le contact client
Personnaliser le contact pour créer un climat de confiance
Savoir présenter votre entreprise
Comment questionner le client : questions ouvertes et fermées
Savoir reformuler
Comment écouter activement et sécuriser le client
Prendre en compte les attentes et proposer des solutions concrètes
Savoir argumenter efficacement et convaincre le client
Expliquer les solutions, les valoriser
Savoir conclure
Communiquer une mauvaise nouvelle
Expliquer les enjeux pour faire adhérer
S'impliquer pour obtenir l'engagement

Contrôle des réactions instinctives en situation difficile

Comprendre les insatisfactions clients
Connaître ses réflexes instinctifs : les accepter ou les modifier
Apprendre à les utiliser, à savoir en jouer
Ne pas se laisser envahir par ses émotions et/ou celles des autres
Identifier ses réflexes, ses idées reçues ou préjugés

Développer son potentiel relationnel et gérer les situations conflictuelles

Savoir dire un message délicat
Développer un comportement verbal et non verbal cohérent
Savoir répondre aux objections
Gérer les critiques et les désaccords

La démarche qualité : la clé de la satisfaction client

Se fixer des objectifs pour chaque client
Mettre en place une stratégie de relation client
Développer la qualité de service pour développer les offres
Véhiculer une image positive de l'entreprise / du service

JOUR 3 et 4 : La gestion optimale du temps

Optimiser la gestion du temps

Pourquoi gérer son temps ?
Les composantes de la gestion du temps
Identifier sa relation au temps
Les freins à une bonne gestion du temps
Analyser et diagnostiquer son emploi du temps

Identifier son rapport au temps et adopter les bons comportements

Pourquoi a-t-on toujours l'impression de manquer de temps ?
Connaître les grands concepts et les "maladies" de la gestion du temps
Identifier son comportement face aux demandes / attentes / changements
Equilibrer temps professionnel et temps personnel
Apprendre à travailler sous pression

Organiser son temps de travail et savoir planifier

Définir des objectifs
Le processus pour établir les priorités
Définir ses priorités à court terme et moyen terme
Utiliser les différents outils d'organisation
Anticiper et gérer les imprévus
Simplifier les tâches
Regrouper les activités homogènes
Prévoir des tâches flottantes
Utiliser le rétro-planning pour ses projets

Outils d'organisation personnelle

Evaluer vos ressources internes et capacités
Avoir un espace de travail optimal
Mobilisez vos énergies pour un changement positif
Se donner des objectifs atteignables et quantifiables
Explorez les mécanismes Importance/Urgence
Priorité aux priorités
Définir une organisation à haute rentabilité de l'investissement temps
Alimentez votre énergie et votre motivation
Etre assertif
Savoir dire non
La source des ressentis négatifs

Améliorer ses procédures de travail

Gestion des imprévus
Déléguer efficacement
Faire en sorte que ses projets soient sous son contrôle
Trucs et astuces pour mieux organiser son temps
Respecter son mode personnel biologique pour être plus productif
Agir et ne pas remettre au lendemain
Tenez le score de vos réussites
Mettre en place une culture d'organisation positive

JOUR 5 et 6 : L'art de convaincre, stratégie optimale de vente

Connaître son client

Initier le dialogue avec naturel
Découverte des besoins et des motivations d'achat
Poser des questions ouvertes
Eviter les méthodes de questionnement stéréotypées
Etre curieux
Pratiquer l'écoute active

Cibler ses arguments

Reformuler pour ne pas se disperser
Sélectionner, valoriser et limiter ses arguments pour être efficace
Parler avantages et bénéfices client
Comment faire court et percutant

Persuasion et charisme pour augmenter son impact émotionnel

L'objection : faut-il la redouter
Reformuler pour rassurer
Isoler pour structurer
Apporter les bons arguments
Savoir accueillir les critiques
Questionner pour convaincre

La négociation : le juste équilibre

Sur quoi repose le succès d'une négociation
Connaître les raccourcis de la décision : les leviers de l'influence
Valoriser ses efforts
Valoriser le prix
Savoir être ferme en évaluant les zones d'accord possible et les contreparties que l'on veut obtenir
Distinguer objectif et stratégie de négociation

Conclure efficacement

La conclusion : instant critique
Savoir quand conclure
Les astuces selon le mode de communication : écrit, face à face, téléphone
La conclusion en deux étapes