

Durée : 210 heures.

Public :

Tout commercial, vendeur, chargé de clientèle, technico commercial, ingénieur d'affaires qui gèrent et développent une clientèle.

Objectifs :

S'imprégner des attitudes fondamentales de la relation commerciale. Acquérir un sens de la présentation et de la vente. Comprendre la segmentation clientèle et les attentes. Garder sa clairvoyance pour ne pas perdre une opportunité. Construire un discours commercial et l'argumenter.

Pré-requis :

Gérer un portefeuille client, prospection et fidélisation et disposer d'une expérience en vente B to B ou B to C. Un diplôme de niveau III et une responsabilité dans le secteur de la vente sont nécessaires.

Méthodes :

Alternance entre exposés théoriques et pratiques, mini-sketchs, jeux pédagogiques, mise en situation sous la forme de simulations, exercices et auto diagnostics. Ancrage avec un accès digital pour booster la pratique.

Evaluation :

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Optimiser la relation-client pour mieux répondre aux attentes de la clientèle et accroître l'activité

Multiplier les approches clients pour augmenter le taux de renouvellement des commandes

Mettre en place une stratégie de conquête spécifique pour optimiser la relation-client à distance

Apporter une solution gagnant-gagnant face aux litiges clients pour satisfaire chacune des parties

Mettre en place des méthodes et techniques performantes pour développer ses ventes

Utiliser les réseaux sociaux pour faciliter et accroître ses conquêtes commerciales

Développer des argumentations commerciales structurées pour convaincre ses clients et maximiser ses ventes

Vendre et négocier avec des acheteurs pour remporter des contrats et développer des relations solides avec les partenaires

Mettre en place des outils efficaces pour accroître les performances des équipes de vente

Organiser, suivre et valoriser l'activité commerciale de ses équipes de vente pour favoriser l'amélioration continue des résultats

Animer et motiver ses équipes grâce à des outils dynamiques afin d'obtenir les meilleurs résultats

Fixer des objectifs motivants et mettre en place la culture de l'objectif pour améliorer la compétitivité des équipes de vente

Gérer la relation client - Bloc 1

Gérer le suivi administratif et financier d'un client - 2 jours

Gérer la relation client à distance - 2 jours

Prévenir et gérer les litiges clients - 2 jours

Gestion des émotions pour gagner en efficacité - 2 jours

Développer les ventes - Bloc 2

Vendre et négocier avec des acheteurs - 2 jours

Utiliser les réseaux pour dupliquer ses ventes - 1 jour

L'art de convaincre : stratégie optimale de vente - 2 jours

Affirmation de soi - 2 jours

Mettre en place des outils pour accroître les performances - Bloc 3

Organiser et suivre l'activité de son équipe, piloter la performance commerciale - 2 jours

Optimiser la relation client - 2 jours

Gestion optimale du temps - 2 jours

Renforcer son potentiel de manager - Bloc 4

Animer et dynamiser ses équipes - 2 jours

Manager à distance - 2 jours

Optimiser sa communication - 2 jours