



Management commercial

Consolider son développement commercial

2 jours (14h00) | ★★☆☆☆ 3/5 | DCMG-DEV | Évaluation qualitative de fin de stage |

Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Management & soft skills › Développement commercial › Management commercial

Document mis à jour le 29/03/2023

Objectifs pédagogiques

- Identifier votre cible professionnelle en utilisant les différentes techniques dont le social selling afin de développer l'efficacité de la stratégie commerciale en vigueur
- Préparer votre action de prospection en mobilisant les réseaux sociaux professionnels et les outils traditionnels (téléphone, présentiel) afin de favoriser la prise de rendez-vous
- Conduire un entretien commercial en présentiel ou en distanciel tout en employant des raisonnements structurés afin de convaincre les clients et de répondre efficacement à leurs besoins
- Négocier les points de désaccord avec votre client pour le convaincre tout en maintenant une bonne relation avec lui
- Développer des actions de fidélisation en utilisant des outils traditionnels et digitaux (CRM, social selling...)
- Utiliser un tableau de bord et des indicateurs de performance adaptés afin d'assurer un suivi efficace des actions commerciales.

Modalités et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

* ratio variable selon le cours suivi

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Public concerné

Toute personne chargée de développement commercial.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

1) Avant la formation

- Questionnaire de positionnement pour identifier ses propres axes de progrès

2) Pendant la formation

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation du cadre de la formation
- Contextualisation des objectifs et des enjeux
- Emergence des représentations des participants
- Ajustement du contenu du programme de la formation si besoin

Obtenir et exploiter l'information extérieure utile pour son développement commercial

- Réaliser des petites études de marché rapides et fiables, ne plus confondre "besoin potentiel" du client et "demande réelle"
- Enrichir son offre commerciale actuelle en repérant quelques grandes tendances de consommation à venir (B to B et B to C)
- Préparer méthodiquement ses actions de prospection : techniques traditionnelles, social selling,...
- Maîtriser les techniques de prospection, et obtenir des rendez-vous commerciaux en mobilisant les réseaux sociaux

Maîtriser les techniques de vente et de négociation en présentiel ou distanciel

- Créer la relation et établir immédiatement un climat de confiance
- Découvrir et comprendre son interlocuteur
- Décrypter les postures et les attitudes : verbales et non verbales
- Argumenter intelligemment
- Répondre aux questions piège et aux objections
- Savoir passer du statut de vendeur au statut de négociateur face à un acheteur
- Gérer les situations tendues, voire conflictuelles
- Développer l'art de conclure sur un accord gagnant
- Gérer efficacement les relances

Construire son plan d'action commercial (PAC)

- Maîtriser les fondamentaux de l'outil "plan d'action commercial"
- Définir les axes principaux de sa stratégie commerciale

- Choisir ou améliorer ses supports de communication ainsi que les actions de communication à lancer
- Mettre en place ou développer un mode de distribution ou une "force de vente" adaptés
- Développer des actions de fidélisation
- Mettre en place des indicateurs pertinents et assurer le suivi de son plan d'action commercial

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- Autodiagnostic
- Mises en situation : atelier collectif ou simulations basées sur des cas concrets proposés par les stagiaires
- Exercices d'entraînement
- Jeux de rôle : différentes mises en situation
- Atelier collectif : analyse de scénarii, mise en situation
- Brainstorming en sous-groupe
- Débriefing sur les comportements mis en oeuvre : analyse de pratique
- Plan d'action : rédiger son plan d'action personnalisé (PAP), objectifs et actions concrètes

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Evaluation formative (quiz permettant de valider les compétences acquises)
- Bilan oral et évaluation à chaud

3) Après la formation : consolider et approfondir

- M2i vous propose de consolider et d'approfondir vos nouvelles compétences acquises, grâce aux options disponibles

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Options disponibles

Learning Boost

+520 €

- E-Boost (module e-learning, en aval de votre séance en présentiel) : manager les transformations de façon agile (7h)
 - Je prépare ma prospection client
 - Je prospecte les clients en mobilisant les réseaux
 - Mieux comprendre la situation de mon prospect
 - Je négocie avec le client
 - Je finalise le processus de vente avec le client
 - Je fidélise mon client
 - J'assure le suivi de mon action commerciale
 - Pour aller plus loin
- Coaching (2 séances d'1 heure) :
 - Séance individuelle en distanciel (par téléphone ou en visio)
 - Mise en oeuvre d'un plan d'action personnalisé u0022PAPu0022 pour appliquer les nouvelles connaissances

Classe virtuelle

+490 €

- Séance de 3h en distanciel
 - Partage de retours d'expériences
 - Questions / réponses avec votre formateur

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation