



Développer son efficacité commerciale

## Développer la performance commerciale en B to C

5 jours (35h00) | ★★★★★ 4,6/5 | DCEFF-BTCMD | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier > Performance commerciale > Développer son efficacité commerciale

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 16/07/2024.

### Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Identifier les indicateurs clés de performance (KPI) pertinents pour évaluer la performance commerciale
- Analyser le marché et segmenter les clients en fonction de critères spécifiques
- Appliquer des techniques de persuasion et d'influence pour influencer positivement les clients
- Développer des stratégies efficaces pour gérer les objections des clients et conclure les ventes
- Mettre en oeuvre des techniques de négociation gagnant-gagnant pour parvenir à des accords mutuellement bénéfiques
- Utiliser des outils de CRM pour suivre et entretenir les relations avec les clients à long terme
- Présenter de manière convaincante des messages commerciaux adaptés au public cible
- Planifier efficacement les activités commerciales et hiérarchiser les tâches en fonction des priorités
- Appliquer des stratégies de gestion du temps pour maximiser la productivité et minimiser les interruptions
- Mettre en oeuvre des techniques de gestion du stress et de résolution des problèmes pour faire face aux défis commerciaux.

### Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel\* (blended-learning, 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 certains 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

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

\* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

\*\* ratio variable selon le cours suivi

## Prérequis

Maîtriser les fondamentaux de l'entretien de vente et de la relation commerciale.

## Public concerné

Commerciaux itinérants, commerciaux sédentaires, assistants commerciaux, vendeurs et administrateurs des ventes.

## 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 élargée 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

### Introduction à la performance commerciale

- Introduction aux concepts de base de la performance commerciale
- Explication des objectifs et des indicateurs clés de performance (KPI) pour évaluer et mesurer la performance
- Discussion sur l'importance de l'efficacité commerciale dans un environnement B to C

### Connaissance du marché et des clients

- Méthodes d'analyse du marché et segmentation des clients
- Techniques pour comprendre les besoins et les attentes des clients
- Etude de la concurrence et stratégies de positionnement sur le marché

### Techniques de vente et de négociation

- Les différentes étapes d'un entretien de vente efficace
- Les techniques de persuasion et d'influence en vente
- La gestion des objections et la conclusion de la vente
- Les stratégies de négociation gagnant-gagnant pour parvenir à des accords mutuellement avantageux

## **Développement de la relation client**

- La gestion de la relation client à long terme
- Les stratégies de fidélisation des clients et de développement de la valeur client
- L'utilisation des outils de CRM (Customer Relationship Management) pour suivre et entretenir les relations clients

## **Communication et présentation efficaces**

- Les compétences en communication verbale et non verbale pour établir une connexion avec les clients
- La création d'un message commercial percutant et adapté au public cible
- La maîtrise des techniques de présentation persuasive pour convaincre les clients

## **Gestion du temps et des priorités**

- La planification efficace des activités commerciales et l'établissement de priorités
- L'organisation du temps de travail et la gestion des interruptions
- Les stratégies pour gérer le stress et résoudre les problèmes rencontrés dans le cadre de son travail commercial

## **Utilisation des outils technologiques en vente**

- L'utilisation des logiciels de gestion de la relation client (CRM) pour suivre les prospects et les ventes
- Les outils de prospection et de suivi des ventes pour maximiser les opportunités commerciales
- L'exploration des applications mobiles et des technologies utiles aux commerciaux itinérants

## **Développement personnel et motivation**

- Le développement continu des compétences commerciales et des connaissances
- Les stratégies pour maintenir la motivation et atteindre les objectifs de vente
- La gestion de la carrière commerciale et la recherche d'opportunités d'avancement

## **Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)**

- *Autodiagnostic*
- *Atelier collectif ou simulations basées sur des cas concrets proposés par les stagiaires*
- *Exercices d'entraînement*
- *Analyse de scénarii, mises en application pratiques*
- *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**

- Pendant 3 mois après la formation, les participants bénéficient d'un suivi personnalisé asynchrone auprès du formateur par courriel
- Ils reçoivent des feedbacks et des conseils personnalisés en relation avec les sujets abordés en formation

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

## **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

## **Accessibilité de la formation**

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

## **Modalités et délais d'accès à la formation**

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.