

DEVENIR COMMERCIAL

Les meilleures pratiques pour devenir un vrai commercial

Un bon commercial doit savoir s'organiser et prioriser ses actions afin de parvenir à ses objectifs. Ces aptitudes impliquent plusieurs compétences métiers : de la prospection à la vente, en passant par la gestion commerciale, en sachant tenir compte des priorités et en améliorant son niveau de compétence.

Public : Commerciaux et technico-commerciaux ou toute personne débutant ou souhaitant acquérir les fondamentaux et la maîtrise de la fonction commerciale

Pré-requis : aucun

Durée : 3 jours (21 heures)

Groupe : de 2 à 10 personnes

Objectifs :

- Etre plus efficace commercialement, à tous les niveaux de la fonction
- Savoir prospecter efficacement pour optimiser l'acquisition de nouveaux clients
- Bien connaître les techniques de vente
- Savoir comprendre les besoins du client
- Savoir négocier en répondant aux objections pour une conclusion efficace
- Conduire son activité commerciale avec méthode

Méthode Pédagogique :

✓ **Présentiel + e-Learning**

- formation à la carte avec des objectifs afin de mesurer votre progression
- entraînement particulier pour la prospection et les techniques de vente que vous pourrez mettre en œuvre dans votre vie professionnelle
- méthode séquentielle qui vous permettra de mettre progressivement notre formation en pratique sur le terrain

Moyens pédagogiques :

- ✓ **Serious Game LEADERCRAFT®**
- tableau blanc
- vidéoprojecteur
- connexion Internet

Le+ : continuer la

formation avec **LEADERCRAFT®**

Référence :
A15 COMMERCIAL 1

SAVOIR CONQUERIR DE NOUVEAUX CLIENTS

- Savoir ce que vaut son portefeuille de clients et de prospects
- Prioriser ce qui existe et définir le potentiel
- Quelles actions pour quel développement ?

SAVOIR PROSPECTER AVEC METHODE

- Savoir définir ses principaux objectifs
- Savoir choisir ses prospects
- Savoir argumenter de façon convaincante
- Savoir gérer ses actions

DEBUTER LA PROSPECTION

- Traiter les données des clients (fichiers & BDD...)
- Déterminer les outils de prospection en fonction de l'objectif poursuivi : e-mailing, mailing, phoning, réseaux, réseaux sociaux...
- Connaître les techniques qui permettent d'obtenir des rendez-vous

FAIRE FACE AUX RESISTANCES

- Etre efficace au téléphone et en face à face
- Dépasser les obstacles
- Retenir l'attention de votre interlocuteur par une entrée en la matière originale et adaptée à la situation
- Savoir connaître son prospect en le questionnant, pour mieux argumenter
- Savoir gérer les objections récurrentes et les situations compliquées

SAVOIR SUIVRE SES PROSPECTS POUR EN FAIRE DES CLIENTS

- Mettre en œuvre un suivi méthodique bénéficiant d'outils simples à utiliser
- Ne pas oublier de relancer ses prospects (et ses clients)
- Transformer chaque prospect en client et en prescripteur d'affaires

REUSSIR SON ENTRETIEN COMMERCIAL

- Préparer son entretien
- Recenser les informations dont on dispose sur le client, avant de le rencontrer
- Définir des buts précis
- Se préparer physiquement et mentalement

Public : Commerciaux et technico-commerciaux ou toute personne débutant ou souhaitant acquérir les fondamentaux et la maîtrise de la fonction commerciale

Prérequis : aucun

Durée : 3 jours (21 heures)

Groupe : de 2 à 10 personnes

Objectifs :

- Etre plus efficace commercialement, à tous les niveaux de la fonction
- Savoir prospecter efficacement pour optimiser l'acquisition de nouveaux clients
- Bien connaître les techniques de vente
- Savoir comprendre les besoins du client
- Savoir négocier en répondant aux objections pour une conclusion efficace
- Conduire son activité commerciale avec méthode

Méthode Pédagogique :

✓ **Présentiel + e-Learning**

- formation à la carte avec des objectifs afin de mesurer votre progression
- entraînement particulier pour la prospection et les techniques de vente que vous pourrez mettre en œuvre dans votre vie professionnelle
- méthode séquentielle qui vous permettra de mettre progressivement notre formation en pratique sur le terrain

Moyens pédagogiques :

- ✓ **Serious Game LEADERCRAFT®**
- tableau blanc
- vidéoprojecteur
- connexion Internet

Le+ : continuer la

formation avec **LEADERCRAFT®**

Référence :

A15 COMMERCIAL 1

POUR DES PREMIERS CONTACTS REUSSIS

- Soigner sa présentation et créer un climat de confiance, en souriant, en modulant sa voix
- Savoir faire sortir le prospect / client de sa réserve
- Définir le cadre de l'entretien

SAVOIR REPERER LES BESOINS DU CLIENT

- Les questions ouvertes et fermées comme technique d'entretien
- Savoir être en empathie avec l'autre
- Discuter, donner du temps de parole à l'autre, pratiquer l'écoute active et relancer la discussion

PRATIQUER L'ECOUTE ACTIVE

- Savoir ne pas interrompre son interlocuteur et faire, des silences, des outils de communication
- Etre attentif à la gestuelle

POUR UNE ARGUMENTATION EFFICACE

- Le bon choix des arguments
- La cohérence de l'argumentation
- Souligner les bénéfices pour le client
- Repérer, anticiper et dépasser les réticences et être convaincant
- Savoir répondre aux objections pour adopter la bonne attitude

SAVOIR CONCLURE

- Faire la synthèse des points de convergence
- Faciliter la prise de décision de son interlocuteur pour qu'il s'engage et pour mieux préparer le prochain rendez-vous

METTRE EN ŒUVRE SON ACTIVITE COMMERCIALE AVEC METHODE ET PREVOIR SON DEVELOPPEMENT

- Bâtir un plan d'action commerciale et l'appliquer
- Le plan d'action commerciale et sectoriel doit tenir compte de la catégorie de client et des priorités commerciales
- Organiser ses activités dans le temps
- Répartir les tâches commerciales, chaque semaine
- Mettre en œuvre des tableaux de bord
- Utiliser quotidiennement les outils mis en place
- Manager son temps et ses priorités
- Savoir faire la part des choses entre ce qui est urgent et ce qui est important
- Fixer l'amplitude d'activité qui en découle
- Découper son secteur en zones et tirer le meilleur parti de ses visites
- Découper son secteur en zones en fonction de facteurs géographiques, de buts de cibles prioritaires, de la nature des actions (s'agit-il de conquérir des clients ou de les fidéliser ?)
- Quantifier les ventes possibles
- Bien gérer ses visites et optimiser son potentiel commercial
- Etablir le nombre de visites et le temps dont on a besoin par visite
- Bilan et synthèse