HM FORMATION

Programme de formation

Développer ses performances commerciales - perfectionnement

Durée : 35 h

Objectifs :

- Mettre en œuvre et développer son leadership commercial pour mieux écouter, mieux s'affirmer et susciter l'adhésion.
- Savoir gérer la fin de négociation en développant une démarche de confiance.
- Maîtriser les formules et les calculs commerciaux courants à travers le logiciel Excel.

Pré-requis :

- Connaissance des bases des techniques de vente.
- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone

Public : Commerciaux et Responsables Commerciaux, Négociateurs.

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel :
Salle équipée avec video-projecteur (ou TV) et paperboard. Connexion WIFI.
Ordinateur portable pour chaque participant. Le stagiaire pourra amener le sien si il le souhaite.
En cas de formation intra-entreprise, les moyens techniques décrits ci-dessus doivent représenter une référence idéale.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Autodiagnostic
Test de personnalité
Méthode interactive
Ateliers et mise en situation autour de cas pratiques
Jeux de simulation et jeux de rôles filmés
Débriefing et commentaires points forts/pistes d'amélioration
Conseils personnalisés

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation : Tests pratiques complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

COMPRENDRE LE LEADERHIP COMMERCIAL

Qu'est-ce qu'un leader ?
Qu'est-ce qu'un leader commercial ?
Une qualité essentielle : l'écoute active.

DEVELOPPER SON LEADERSHIP AUPRES DE SON EQUIPE

Savoir définir les objectifs
Créer et partager un esprit d'équipe
Adapter son style de management à la personnalité de chacun
Savoir féliciter
Savoir encourager
Cadrer sans démotiver
Développer les performances en s'appuyant sur les talents de chacun
Savoir déléguer
Gérer les situations conflictuelles
S'affirmer dans les situations difficiles
Les Managers Intermédiaires

DEVELOPPER SON LEADERSHIP AUPRES DU CLIENT

Etablir un climat de confiance
Comprendre le mode de fonctionnement de son client (Ennéagramme)
Redécouvrir les besoins d'un client
Etablir une veille permanente sur l'évolution des exigences commerciales dans le contexte économique
Apporter de la valeur ajoutée à son client : devenir proactif et apporteur de solution
L'assertivité et le leadership
Savoir être persuasif (méthode CAAP)

LA REFERENCE ABSOLUE, LA REFERENCE MIXTE LES CALCULS DE BASE :

Les sommes cumulées
Le pourcentage
Les variations

LES FONCTIONS ELEMENTAIRES

SOMME, SOMME.SI, SOMME.SI ENSEMBLE
MOYENNE, MOYENNE.SI
MAX, MIN
GRANDE.VALEUR, PETITE.VALEUR
NB, NBVAL, NB.SI, NB.SI.ENSEMBLE
RANG

LES CALCULS DES PRIX ET LA NOTION DES COUTS

Le prix de vente
La TVA
Les remises et rabais
Le coût d'achat
La marge brute
Le taux de marge
Le taux de marque
Le coefficient multiplicateur
La moyenne pondérée

LE GROUPE 3D ET LES SYNTHESES DE DONNEES

LA CONSOLIDATION DES DONNEES

LES SOUS TOTAUX

L'ETAPE DE NEGOCIATION DANS L'ENTRETIEN DE VENTE

Identifier les différentes étapes de la vente et situer l'étape de la conclusion

Distinguer la vente de la négociation

SAVOIR ACCEPTER LES OBJECTIONS

L'objection, un point de résistance
Savoir éviter le conflit
Prendre confiance en soi

IDENTIFIER LES PREMIERS SIGNES D'UN ACCORD

Identifier les pistes d'accords potentiels
Définir des accords intermédiaires durant les phases de négociation

SAVOIR TRAITER LES OBJECTIONS

Mesurer les remises ou services consentis sur les marges
Valoriser son prix et mettre en avant les avantages-clients
Identifier les décideurs finaux
Anticiper les objectifs de l'interlocuteur
Repérer les tentatives de déstabilisation du négociateur

ACCOMPAGNER LA PRISE DE DECISION FINALE

Redéfinir les objectifs du client
Faire prévaloir la collaboration dans la négociation
Accompagner le client vers le « oui »
Déterminer les contreparties
Préparer sa solution de repli

VALORISER LA FIN DE L'ENTRETIEN

Récapituler les propositions
Faire respecter les engagements mutuels
Sécuriser le client
Prévoir les suites à donner
Savoir prendre congés

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)