

LES FONDAMENTAUX DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

OBJECTIFS

- Comprendre les principes fondamentaux de la performance commerciale
- Mesurer et piloter sa performance commerciale
- Identifier et analyser les profils clients
- Maîtriser les techniques commerciales « facilitatrices » pour développer ses ventes..
- Construire son argumentaire commercial
- Fidéliser et engager le parrainage

PUBLIC VISÉ

- Commerciaux sédentaires ou itinérants
- Tout public en relation vente en face à face

PRÉREQUIS

- Se fixer des objectifs professionnels
- Disposer de ses tableaux de bord existants
- Disposer de fiches des produits/services à commercialiser

MÉTHODES MOBILISÉES

- Apports théoriques : présentation des concepts clés liés à la vente - films
- Jeux de rôle : mises en situation pour développer les compétences pratiques.
- Analyse de cas concrets : études de cas réels et analyse des bonnes pratiques.
- Feedback personnalisé : séances de débriefing après les jeux de rôle et les exercices pratiques

ÉVALUATION

Des acquis :

- Mises en situation
- Une évaluation en continue du salarié est réalisée lors de la formation
- Bilan de formation à chaud
- Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation

Mesure de satisfaction des stagiaires

INTERVENANT

- Formation animée par un(e) formateur(trice) spécialisé(e) en vente et marketing.

MODALITÉS D'ACCÈS

- Présentiel : locaux HSF équipés à disposition
- Nous consulter pour toute question relative à l'accessibilité aux personnes en situation de handicap

FORMAT INTRA – Nous contacter

PROGRAMME

14h

MODULE 1 : COMPRENDRE LA PERFORMANCE COMMERCIALE, LES ENJEUX, LES ACTEURS, LES MOYENS

- Les différentes stratégies commerciales
- Les différents canaux de vente
- Qu'est ce qu'un objectif
- Les indicateurs de performance KPI

Activité 1 : En groupe, définir les KPI principaux d'un commercial

MODULE 2 : ANALYSE DU PROFIL CLIENT ET TECHNIQUE DE DÉCOUVERTE

- Les différentes étapes de l'analyse profil/besoin
- Les techniques de découverte client

Activité 2 : Jeu de rôle, application de la théorie

MODULE 3 : L'ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

- Les principes de l'argumentation
- Les différentes composantes de l'argumentation

Activité 3 : En groupe ou individuel, préparer son argumentaire produit – application de l'argumentaire en Jeu de rôle.

MODULE 4 : LES TECHNIQUES DE VENTE ET LA CONCLUSION

- La négociation commerciale
- La gestion des Objections
- La conclusion de la vente

Activité 4 : Individuel, déterminer les objections potentielles sur ses produits

Activité 5 : Jeu de rôle application de la théorie, négocier, levée de l'objection, conclusions

MODULE 5 : POST-VENTE ET FIDÉLISATION

- L'importance du suivi après la vente
- La fidélisation du client

Activité 6 : En groupe ou individuel, déterminer comment fidéliser sa clientèle

PLAN D'ACTION

- Déploiement total des acquis :
 - 1-Objectif 2-Découverte 3-Argumentation 4-Négociation/objections 5- Conclusion 6- Fidélisation
- Élaboration d'un plan d'action personnel