

# Les clés de l'efficacité commerciale

EC01 – Efficacité commerciale

## DÉTAILS DE LA FORMATION

### + OBJECTIFS

- Identifier les bonnes cibles pour prospecter efficacement et obtenir des rendez-vous
- Organiser sa stratégie et focaliser ses efforts sur les actions porteuses de résultats
- Réussir le premier rendez-vous, même face à un interlocuteur sceptique
- Exploiter ses capacités personnelles pour susciter l'intérêt, engager l'action et développer ses ventes
- Faire de chaque client un apporteur de prospects et d'affaires

### + PUBLIC

- Commercial
- Technico-commercial
- Toute personne non initiée à la relation commerciale

### + PRÉREQUIS

- Aucuns

### + DURÉE

- 2 jours, soit 14 heures

### + NOMBRE DE STAGIAIRES PAR SESSION

- de 1 à 8 p. maximum par groupe

### + BUDGET

- Inter-entreprises : 360 € H.T / personne
- Intra entreprise : nous consulter

### + DÉLAI D'ACCÈS

- Nous consulter

### + MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Étude de cas pratiques
- Jeux de rôles filmés (optionnel)
- Remise d'un support en couleur contenant le cours du module de formation suivi

### + MODALITÉS D'ÉVALUATION ET FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

- Enquête de satisfaction stagiaire
- Bilan formateur / formatrice
- Remise d'une attestation individuelle de formation
- Délivrance d'une grille des compétences
- Enquête de satisfaction client

#### Alliance Form'Action

13 rue de la Maladrerie  
Hameau Les Povots  
10210 CHAOURCE

] 03 25 40 16 53

] 06 23 96 56 82



Alliance  
Form'Action  
Former, notre passion... et si nous la partageons ?

jf.lhoret@aformation.fr - www.aformation.fr

OF : N° 21 10 00647 10 - N° SIRET : 508 379 328 00042 - TVA FR : 12508379328

AFA20EC01

# PROGRAMME DE FORMATION

## + DÉFINIR SES PRIORITÉS

- La planification :
  - méthodes structurées,
  - méthodes intuitives ...,
  - trouver le bon dosage.
- Les indicateurs d'alerte :
  - de la définition de son ambition aux objectifs intermédiaires.
- Élaboration par chacun de son plan d'action de prospection

## + PRENDRE SES RENDEZ-VOUS

- Préparer sa séance de prise de rendez-vous :
  - sur le plan pratique,
  - sur le plan psychologique.
- Se positionner dès le premier contact avec son interlocuteur :
  - Les clés pour donner envie d'être reçu.
- Comment concilier l'obstination nécessaire et la qualité de son positionnement.
- Entraînement à la prise de rendez-vous qualifiés.

## + PRÉPARER LA RÉUSSITE DE SES RENDEZ VOUS

- S'informer sur l'entreprise et son interlocuteur :
  - le passage obligé des médias sociaux,
- Définir ses objectifs et... se préparer à les oublier !
- Les outils d'aide à la vente :
  - comment en tirer le meilleur parti.
- Formalisation de la checklist.

## + ÉTABLIR UN CONTACT POSITIF

- Se présenter et présenter son entreprise
- Instaurer un échange constructif
- Susciter l'intérêt du client

## + MAÎTRISER LA PHASE DE DÉCOUVERTE

- Connaître les vraies attentes du client
- Développer l'écoute active
- Identifier les besoins et les attentes du client

## + DÉVELOPPER UNE ARGUMENTATION EFFICACE

- Savoir construire et conduire un entretien de vente
- Détecter les objections
- Reformuler les propos du client

## + CONCLURE POUR VENDRE

- Présenter le prix
- Réfuter les dernières objections
- Utiliser la technique de l'alternative

## + FIDÉLISER SON CLIENT

- Préparer et amorcer la prochaine visite
- Développer l'esprit relationnel
- Faire de chaque client un apporteur de prospects et d'affaires

## + CONTRÔLE, SUIVI ET FIDÉLISATION

- Tableau de bord / Indicateurs / Statistiques
- Suivi de la relation
- Rapports d'activité
- Revues d'affaires et de portefeuille