

Programme

"Le métier de commercial - Perfectionnement"

- Contexte** La négociation commence lorsque, sur votre marché, s'affrontent des produits et services similaires ou identiques, possédant les mêmes caractéristiques techniques et vendus au même prix, voire moins chers.
- Public** Toute personne désirant développer ses compétences dans l'exercice de sa fonction commerciale : commerciaux, technico-commerciaux, assistantes commerciales.
- Pré-requis** Avoir suivi le module "Le métier de commercial - Fondamentaux".
Ou justifier d'une expérience professionnelle au sein d'un service commercial.
- Durée** 3 jours soit 21 heures.
- Coût** En inter : 1470 € HT/personne, sur la base d'un groupe de 8 stagiaires maximum.
En intra et sur mesure, nous consulter.

Objectifs généraux

- Développer le chiffre d'affaires de l'entreprise.
- Conquérir et stabiliser des parts de marché.

Objectifs pédagogiques

- Renforcer la prise de conscience du métier de commercial.
- Maîtriser les techniques et les outils de prospection.
- Gérer le portefeuille et le risque clients.

Méthodes et Outils pédagogiques

- Jeux de rôle filmés pour :
 - Prendre conscience des habitudes, automatismes et croyances,
 - Appliquer et mieux mémoriser la méthode.
- Travaux individuels ou en groupes pour définir et construire des outils d'aide à la vente, spécifiques à l'entreprise.
- Evaluation des connaissances en début et fin de formation.
- A l'issue de la formation, sont remis au stagiaire :
 - Un support de cours reprenant l'essentiel des notions abordées,
 - Une attestation de formation mentionnant les résultats de l'évaluation.

Contenu pédagogique

I. Test initial d'évaluation

II. Exercer le métier de commercial

- La finalité
- L'état d'esprit
- L'attitude physique
- L'attitude mentale

III - Prospecter

- L'utilité de la prospection
- La préparation
- Les outils
- La prospection physique
- La prospection téléphonique

IV - Gérer le portefeuille clients

- Le classement des clients
- La fréquence de visite
- La sectorisation
- La relation client

V - Evaluer le risque clients

- Les origines
- Les conséquences morales
- Les conséquences financières
- Les indicateurs
- Les outils et procédures

VI - Gérer le stress

- Définition du stress
- Les signaux du stress
- Faire face aux conflits
- La gestion des émotions

VII. Test final d'évaluation