

Programme

Formation "Développer et Optimiser les ventes"

Public	Tout commercial désirant renforcer ses compétences dans la vente et la communication.
Pré-requis	Aucun.
Durée	2 jours consécutifs soit 14 heures.
Horaires	Définis par le donneur d'ordre.
Type de formation	<input checked="" type="checkbox"/> Intra-entreprises <input type="checkbox"/> Inter-entreprises
Mode de réalisation	<input checked="" type="checkbox"/> Présentiel <input type="checkbox"/> A distance
Délai d'accès	Suivant les accords passés avec le donneur d'ordre.
Modalités d'accès	Par votre supérieur hiérarchique ou service RH.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : En amont de l'action, le donneur d'ordre s'engage à nous avertir de la présence d'un stagiaire en situation de handicap afin de valider son inscription et mettre en œuvre les aménagements nécessaires à la préparation et au suivi de sa formation. **Notre Référent Handicap** : Georges REBAGLIATO

Contacts Georges REBAGLIATO Tél : 06 14 62 72 44 Mail : georges.rebagliato@telos-consultant.com

Coûts En inter : 980 € HT/personne, sur la base d'un groupe de 8 stagiaires maximum.
En intra et sur mesure, nous consulter.

Formateur pour cette action : Georges REBAGLIATO - **Certifié qualité ICPF Pro : Niveau Expert**

- Manager industriel (Diplômé niveau II)
- Maître Praticien en P.N.L.
- 21 ans d'expérience terrain (vente et management)
- Maîtrise en communication
- Morpho Psychologue
- Plus 16 ans de pratique du métier de formateur

Objectif opérationnel : Contribuer activement au développement du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Objectifs Pédagogiques - A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de

- * Etablir une communication performante.
- * Appliquer les différentes étapes de l'entretien de vente.
- * Entretenir la relation commerciale et fidéliser la clientèle.

Moyens pédagogiques :

- * Paper board ou tableau blanc.
- * Vidéo projecteur
- * Caméra
- * Support de formation

Méthodes pédagogiques axées sur des besoins opérationnels :

- * Alternance d'apports théoriques et pratiques.
- * Pédagogie centrée sur la parole : exposé, questions-réponses, feed-back (dire et faire dire).
- * Pédagogie centrée sur l'action : principe de découverte, simulations, jeux de rôles (faire et faire faire) restitués par vidéo .

Suivi :

- * Feuille d'émargements par demi-journée signée conjointement par le stagiaire et le formateur.
- * Attestation de formation mentionnant les résultats de l'évaluation du stagiaire.
- * Possibilité d'échange individuel avec le formateur, post formation.

Evaluation :

- * Evaluation des connaissances en début et fin de formation, sous forme de questionnaire.
- * Mises en situation filmées.
- * Etudes de cas rapportés par les stagiaires.
- * Evaluation de la formation à chaud, par le stagiaire, en fin de formation, sous forme de questionnaire.
- * Evaluation de la formation à froid, par le stagiaire, 3 mois environ après l'action initiale, sous forme de questionnaire.

Contenu du parcours

I. Test initial d'évaluation du stagiaire : sous forme de questionnaire, en début de formation.

II. Les bases de la communication commerciale

- | | |
|--|---|
| 1. Définition de la communication | 6. Le plan de communication, le ciblage |
| 2. Définition de la communication commerciale | 7. La stratégie "push and pull" |
| 3. Les objectifs de la communication commerciale | 8. Le budget de communication |
| 4. Les différents types d'objectifs | 9. La réglementation de base |
| 5. Les outils de la communication | |

Modes d'évaluation et validation : jeux de rôle et questionnaires amont / aval.

III. Les étapes de l'entretien de vente

- | | |
|---|---------------------------------|
| 1. Les préparations physique, mentale et matérielle | 4. L'argumentation convaincante |
| 2. La prise de contact | 5. Le traitement des objections |
| 3. La phase découverte, la recherche des besoins | 6. La conclusion |

Modes d'évaluation et validation : jeux de rôle et questionnaires amont / aval.

IV. La relation commerciale

- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1. Être à l'écoute du client | 4. Assurer ses engagements |
| 2. Connaître les clients pour mieux les servir | 5. Valoriser l'entreprise |
| 3. Faire preuve d'empathie et d'assertivité | 6. Communiquer pour mieux fidéliser |

Modes d'évaluation et validation : jeux de rôle et questionnaires amont / aval.

V. Test final d'évaluation du stagiaire : à chaud sous forme de questionnaire, en fin de formation.

VI. Evaluation à chaud de la formation par le stagiaire : sous forme de questionnaire, en aval de l'action.

VII. Evaluation à froid de la formation par le stagiaire : sous forme de questionnaire, trois mois environ après l'action initiale.