

Piloter la relation commerciale

Conduire une relation commerciale structurée,
en ligne avec vos objectifs marketing.
Maîtriser les techniques de base pour être efficace
face au client et se différencier.

PUBLIC CONCERNE

- ▶ Commerciaux
- ▶ Technico- commerciaux
- ▶ Techniciens côtoyant des clients
- ▶ Assistants commerciaux

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ▶ Comprendre l'importance de la qualité de la relation dans les interfaces avec les clients.
- ▶ Acquérir ou compléter des techniques commerciales de base pour mener des entretiens structurés et efficaces.
- ▶ Mettre immédiatement en pratique ces techniques pour en comprendre le bénéfice personnel et pour l'entreprise.

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- ▶ Structurer un RDV prospect/client depuis sa préparation jusqu'à son suivi
- ▶ Abaisser leur niveau de stress face à un prospect/client et prendre du plaisir dans l'interface avec ceux-ci
- ▶ Les populations techniques auront pris conscience du rôle majeur qu'elles peuvent jouer dans la valorisation de leur métier et de leur entreprise.

PRE-REQUIS

Pas de niveau minimum requis
Être en relation régulière avec des clients

DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

Durée : 2 jours (7h30)
NB – une journée de rappel est recommandée 6 mois après cette formation
Modalités pratiques : présentiel
Nombre de stagiaires : 8 à 12 par session

FORMATEURS

Animation par un DUO de professionnels senior experts parmi :

- ▶ Franck POUZET – 30 ans d'expérience en entreprises – Directions Commerciales et Marketing – Conseil senior en efficacité commerciale – Formateur confirmé.
- ▶ Frédéric DELORD – 25 ans d'expérience en entreprises dans le Business développement, le Marketing stratégique et la Relation Client – Formateur confirmé.

MOYENS PEDAGOGIQUES et TECHNIQUES

- ▶ L'animation fait appel à une méthode (PILOTES) très structurée associant des notions théoriques de bases et de nombreux outils pédagogiques pratiques facilitant la mémorisation des acquis.
- ▶ De nombreuses mises en situation concrètes permettent à chaque stagiaire de pratiquer les méthodes acquises. Ces jeux de rôles font l'objet de débriefing par les participants assistés par les animateurs.
- ▶ Retours d'expérience des animateurs

- ▶ Les stagiaires reçoivent un document support de stage leur permettant de facilement réutiliser les différents outils présentés en stage ainsi qu'un mémo de synthèse des différentes étapes de l'approche commerciale.

Langue(s) : Français / Anglais

TARIF

Formation INTRA ENTREPRISE

Sessions de 8 à 12 stagiaires maximums

1.900 € H.T / jour de formation (7h) - devis détaillé sur demande

(*) Hors déplacements / hébergement / repas de midi inclus

MODALITES DE SUIVI ET MODE D'EVALUATION

- ▶ Evaluation à chaud par un questionnaire auto administré.
- ▶ RDV téléphonique "retour d'expérience" 3 mois après la fin du stage avec l'un des deux animateurs.
Option : outil de suivi pour les managers des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION / DÉROULEMENT

Notion de base du Marketing de l'offre - La segmentation de la clientèle
- Des caractéristiques de l'offre aux bénéficiaires clients
- Notion de Proposition de valeur

Les grandes étapes d'un processus de vente bien construit :

P Préparer l'entretien

I Introduire l'entretien – Créer la relation L Lister les besoins et découvrir son client O

Offrir des solutions

T Traiter les objections et Argumenter

E Engager son client

S Suivre