

Stage 17/5 Développement commercial

Objectifs

Ce stage développé en partenariat avec le Groupe Krauthammer permet de confirmer les compétences nécessaires au développement commercial de l'entreprise et de les optimiser en situation concrète de travail. Il est indispensable à la maîtrise de l'ensemble de la dimension commerciale et marketing de toute structure face à ses donneurs d'ordres.

A qui s'adresse la formation

Commerciaux ou dirigeants souhaitant améliorer leurs capacités à impacter leur interlocuteur lors d'entretiens commerciaux en face à face.

Prérequis : maîtrise technique de l'offre et des outils de l'entreprise.

Intervenants

Philippe BAZIN, Groupe Krauthammer

Lieu de la formation

UNIIC, 68 Bd Saint-Marcel 75005 Paris

Dates

5 jours en séquentiel de 9H 00 à 17H 00 (soit 7 heures par jour)

11 septembre 2017 & 3 octobre 2017 & 2 novembre 2017 & 29 novembre 2017 & 20 décembre 2017.


Coût

Adhérent UNIIC 3.000 € TTC déjeuner compris

Non adhérent UNIIC 3.600 € TTC déjeuner compris

Bulletin d'inscription 17/5

à adresser à IDICG - Chantal Richardeau - 68 bd Saint Marcel - 75005 Paris, avec le chèque de règlement libellé à l'ordre d'IDICG. La convention et la facture vous seront adressées par retour.

Nom	Prénom
Société / organisme	
Courriel de l'inscrit	
Fonction / service	
Adresse	
Code Postal	Ville 

Stage 17/5 Développement commercial

Programme

1^{ère} journée : moi, le marché, mon positionnement, mon objectif

- ✚ Portrait-robot et critères d'excellence du vendeur haute-performance.
- ✚ Perceptions de moi-même, travail, défis, objectifs d'apprentissage, ambitions et opportunités actuelles.
- ✚ Éléments fondamentaux de la communication interpersonnelle.
- ✚ Mon positionnement orienté client en 3 minutes.
- ✚ Le pouvoir de l'influence positive.
- ✚ Les 5 attitudes-clés de la négociation commerciale.
- ✚ Les 4 degrés du rapport client : relation, possibilités, opportunités, et accord.

2^{ème} journée : Clients nouveaux et existants, identification et qualification des opportunités

- ✚ Retours d'expérience.
- ✚ Générer des leads (clients potentiels) : stratégies et bonnes pratiques pour gérer les contacts froids, chauds, inévitables et vitaux.
- ✚ Mobiliser ses contacts, engager des alliés pour créer des opportunités.
- ✚ Le moteur économique : les références actives.
- ✚ Feu vert/feu rouge : décisions à prendre pour avancer dans le processus de vente.
- ✚ La force des questions : leur forme, direction, motivation pour découvrir et creuser les besoins.
- ✚ La « petite valise » : un outil pour formaliser sa préparation et optimiser l'entretien.
- ✚ Cas clients : cadrage des opportunités.
- ✚ Le méta-message : un message au-delà des mots ou comment décoder les non-dits des clients.

3^{ème} journée : Comprendre les besoins du client, cadrer l'opportunité et le besoin, identifier les acteurs

- ✚ Retours d'expérience : rapprocher les besoins de mon interlocuteur avec ce que je peux offrir.
- ✚ Problèmes du client : solutions et avantages.
- ✚ La présentation et le développé du client : feedback et questions
- ✚ Techniques de questionnement : spécificités et leviers de valeur.
- ✚ Comprendre le processus d'achat, en particulier le pouvoir et la position des intervenants-clés

4^{ème} journée : Présenter la proposition de valeur propre au client et proposer un accord gagnant-gagnant

- ✚ Retours d'expérience : références actives, stratégies de réseau et opportunités-clés.
- ✚ Échange de bonnes pratiques : rédaction de propositions et d'appels d'offres.
- ✚ Préparation de la présentation : stratégie, rôles (qui participe, qui décide, qui me soutient ?).
- ✚ Présentation de la proposition : problèmes, exigences, solutions, raisons uniques d'achat, mise en avant des avantages.
- ✚ Présentation face à un groupe : attentes, présentation, travail d'équipe, gestion des interruptions et des questions.
- ✚ Options de repositionnement, gestion de l'indécision, utilisation de la pression.
- ✚ L'attitude médecin : délivrer nos conseils avec assertivité pour donner confiance.

5^{ème} journée : Négociation, conclusion et développement ultérieur de la relation

- ✚ Retours d'expérience : négociation.
- ✚ Sécuriser les prix et les marges en exposant clairement sa position et en s'y tenant.
- ✚ L'objection concurrence : comment aider le prospect à établir une comparaison objective et favorable ?
- ✚ Le partenariat : aller au-delà de la simple vente et devenir un prestataire incontournable.
- ✚ Le développement d'un compte pour faire fructifier les affaires.
- ✚ Identifier, développer et enrichir son réseau pour mieux se faire connaître.
- ✚ Feedback final.