

Améliorer ses techniques de vente

Réf. : FT-CIAL-ATVT-JMG

Durée : 2 jours + 1 jour (bilan, retours d'expériences et complément de formation) - 21 heures

Objectifs : Former ses collaborateurs commerciaux pour leur donner plus d'aisance dans leur approche de la prospection, de la négociation et du suivi des contacts dans un contexte de concurrence plus dure - Leur permettre de mieux mettre en avant les points forts des produits de l'entreprise, notamment en termes de qualité et de fiabilité - Leur transmettre des techniques d'organisation personnelle propres à renforcer leur efficacité quotidienne - Renforcer la logique commerciale commune entre les fonctions commerciale «terrain», sédentaire et assistance.

Public : Commerciaux.

Pré-requis : Aucun.

Méthode pédagogique :

- 1) Un diagnostic des besoins de l'entreprise et des attentes individuelles des personnes formées ou accompagnées :
 - Le diagnostic préalable est effectué par téléphone, ou lors d'une visite de l'animateur dans les locaux de l'entreprise.
 - Un questionnaire conçu par l'animateur complète le diagnostic. Ce questionnaire, à remplir par les personnes qui vont assister à la formation, est communiqué à l'entreprise une dizaine de jours avant le début de la formation.
 - Aucune de nos formations n'est standardisée. Nous partons des attentes de l'entreprise pour finaliser le programme.
- 2) Une approche qui allie efficacité commerciale et respect des clients.
 - La fonction commerciale est démystifiée en profondeur.
 - Les personnes formées apprennent à développer un savoir-faire et un savoir être qui visent à créer un climat de confiance avec leurs clients ou futurs clients.
 - La motivation des personnes formées vis-à-vis de la fonction commerciale en sort renforcée.
 - Les résultats commerciaux sont rapidement au rendez-vous.
- 3) Des simulations de situations commerciales réelles, adaptées au contexte de chacun, constituent la base de la formation.
 - La pédagogie employée fait que les simulations sont vécues positivement par les acteurs qui voient leurs points forts mis en avant. L'animateur intervient ensuite, avec l'appui du groupe, pour indiquer les améliorations à mettre en place. Tant que les bonnes attitudes ne sont pas intégrées par la personne formée, la simulation se poursuit.
 - Pour mieux ancrer les bons réflexes, chacun se voit également remettre une fiche qui résume l'exercice pratiqué, les points forts et les suggestions d'amélioration.
- 4) Un manuel pratique complet est remis à chaque participant. Ce manuel est composé de fiches distribuées au fur et à mesure et rassemblées dans un classeur. Ces fiches pratiques, créées par l'animateur sont destinées à être régulièrement consultées après la formation.
- 5) Un relevé de préconisations est transmis après la formation à l'entreprise. Il s'agit d'observations pratiques et de suggestions matérielles pouvant être utiles à l'entreprise. La fiche de préconisations est établie à partir d'observations réalisées par l'animateur. Les apports méthodologiques sont illustrés d'exemples puis concrétisés à partir d'une recherche collective sur l'application possible en situation.

Déroulement de la formation : Mise à disposition d'une salle de formation équipée de vidéo-projecteur, de tableau blanc et de hauts-parleurs et caméra si nécessaire. Accueil du/des stagiaire(s) 15 minutes avant le démarrage de la formation autour d'un café.

Suivi : Avant la formation, le participant est invité à compléter un **questionnaire d'évaluation avant formation**. Il pourra être audité par le formateur et/ou le conseiller commercial. **En début de formation,** le participant est invité à exprimer ses attentes afin de valider l'adéquation entre les objectifs individuels et de formation. Ces attentes seront reprises lors de la séquence d'évaluation de la formation pour relever, en tour de table, le niveau d'attente exprimé par le participant ainsi que sa satisfaction vis-à-vis du contenu et du déroulement de la formation. Une **fiche d'évaluation «à chaud»** sera remplie par le stagiaire. Un **compte-rendu de formation** sera rédigé par le formateur à l'issue de la formation. Une **fiche de suivi «post-formation»** sera remplie par le stagiaire 3 mois après la formation afin de vérifier l'utilité de celle-ci.

Moyen de suivi de la formation : Émargement.

Évaluation des acquis : Réalisation d'un exercice pratique reprenant les notions abordées lors de la formation et/ou d'un quizz.

Validation : Une attestation de fin de formation sera remise à l'issue de la formation.

I. PRÉAMBULE : LES ÉVOLUTIONS ACTUELLES ET À VENIR DES MÉTIERS COMMERCIAUX

- Identifier les attentes des prospects et des clients à l'égard des technico-commerciaux et ingénieurs d'affaires. Avec présentation d'une étude réalisée par l'animateur auprès de plus de 160 sociétés qui reçoivent régulièrement des commerciaux issus d'entreprises industrielles.
- Combattre quelques idées reçues sur la vente et sur les vendeurs en milieu industriel.
- Comprendre les nouveaux défis qui se posent aux responsables d'équipes de vente, face à une concurrence plus vive et plus réactive que dans le passé.

Améliorer ses techniques de vente

Réf. : FT-CIAL-ATVT-JMG

Durée : 2 jours + 1 jour (bilan, retours d'expériences et complément de formation) - 21 heures

2. MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE PRISE DE RENDEZ-VOUS

- Franchir plus facilement les barrières en améliorant son propre scénario d'appel pour se démarquer immédiatement des actions classiques et basiques de prospection.
- Une fois l'interlocuteur obtenu, développer un scénario qui crée un véritable intérêt, une curiosité, une réelle envie d'accepter le rendez-vous. Appliquer de manière simple le principe «savoir donner pour recevoir».

3. MAXIMISER L'EFFICACITÉ DANS LA PRÉPARATION DE SES RENDEZ-VOUS CHEZ LE PROSPECT OU CHEZ LE CLIENT

- Mieux comprendre ce qu'une bonne préparation permet de gagner ensuite face à son interlocuteur.
- Obtenir des informations supplémentaires sur ses futurs contacts, mieux identifier le vrai décideur : quelques techniques simples, efficaces et gratuites.
- Utiliser une grille de préparation solide des entretiens (modèle-type remis par le formateur).
- Travailler plus finement son argumentaire pour mieux l'adapter à ses futurs interlocuteurs. Anticiper au maximum les objections possibles. S'imaginer à la place du client.
- Réfléchir aux marges de manœuvre envisageables en cas de négociation : avantages pouvant être accordés et contreparties à demander. Fixer son «seuil de rupture».
- Intégrer les petits «plus» de dernière minute qui peuvent faire la différence lors du rendez-vous.

4. DONNER IMMÉDIATEMENT UNE BONNE IMPRESSION DE SOI ET DE SA SOCIÉTÉ

- Se présenter sans donner l'impression d'une démarche commerciale «standard», apparaître instantanément comme un interlocuteur crédible techniquement et commercialement.
- Réussir à «casser la glace» dès le début des échanges. Créer, chaque fois que possible, une véritable relation humaine avec son interlocuteur.

5. DÉVELOPPER L'ART D'INCITER LES PROSPECTS ET LES CLIENTS À SE LIVRER PLUS SPONTANÉMENT

- Mettre en confiance ses interlocuteurs pour qu'ils expriment rapidement leurs vraies problématiques et attentes vis-à-vis des produits et du service de la société («nos plus-values»).
- Affiner l'art d'écouter et d'observer, de mieux comprendre les non dits : capter et interpréter les regards, les gestes de ses interlocuteurs.
- Réagir face à un prospect ou à un client peu communicatif.

6. MONTRER, EXPLIQUER, PROPOSER, ARGUMENTER...

- Capter et maintenir l'attention de ses interlocuteurs en échappant aux discours commerciaux standardisés et peu intéressants. S'adapter plus fortement au contexte et à la personnalité de ses interlocuteurs.
- Mettre en avant des certifications de type ISO 9001, ISOTS 16949.
- Mieux mettre en avant les facteurs forts de différenciation de l'entreprise et ses savoir-faire, notamment en termes de technicité des produits, d'étendue de l'offre, de qualité, de fiabilité et de durabilité.
- Répondre de manière convaincante aux questions et aux objections classiques (prix, délais...).

7. AFFRONTER DE VÉRITABLES SITUATIONS DE NÉGOCIATION COMMERCIALE

- Mieux connaître et mieux comprendre les tactiques des acheteurs professionnels ou des personnes formées à ces tactiques.
- Négocier sans lâcher prise face à l'acheteur. Résister aux pressions et aux manipulations. Etablir un rapport d'équilibre, développer une approche gagnant-gagnant entre Baumer et son client ou futur client.

8. CONCLURE PLUS EFFICACEMENT SES ENTRETIENS COMMERCIAUX

- Engager le prospect ou le client sur la suite du contact. Fixer naturellement le calendrier des prochaines étapes.

9. ASSURER UN SUIVI APRÈS CONTACT

- S'organiser pour être plus réactif que la moyenne de la concurrence.
- Intégrer pleinement le suivi durable des clients et prospects dans son planning personnel.
- Développer un scénario permettant de relancer sans donner l'impression de «mettre la pression» sur son interlocuteur.

Améliorer ses techniques de vente

Réf. : FT-CIAL-ATVT-JMG

Durée : 2 jours + 1 jour (bilan, retours d'expériences et complément de formation) - 21 heures

10. RÉDIGER DES OFFRES COMMERCIALES QUI SORTENT SUFFISAMMENT DU LOT

- Faire en sorte que les offres commerciales écrites de la société se démarquent plus nettement de celles de la concurrence.
- Réaliser une mise en forme de la proposition pour la rendre visuellement plus attractive.
- Chaque fois que possible, apporter une touche finale aux propositions préparées par les assistantes.

11. ORGANISER EFFICACEMENT SON PLANNING COMMERCIAL

- Élaborer son plan individuel d'actions.
- Être curieux et anticiper les nouveaux marchés.
- Appliquer quelques règles de bonne gestion de son temps dans le cadre d'une activité commerciale en milieu industriel. Maximiser le temps disponible à passer en face à face client.

12. RENFORCER SON MORAL PERSONNEL EN PÉRIODE ÉCONOMIQUEMENT PLUS DIFFICILE

- Se construire une philosophie de vie positive face aux défis de la vie professionnelle, notamment dans des fonctions commerciales (ne pas tomber dans les filets de la morosité de leurs clients).
- Comprendre quelques principes physiologiques de base pour mieux lutter contre le stress professionnel.
- Être fier de travailler pour sa société et le montrer.

NOS ENGAGEMENTS

- Une volonté de rendre les personnes formées pleinement opérationnelles et autonomes.
- Un intervenant expérimenté.
- Une intervention concrète, une méthode efficace pour obtenir des résultats clairement mesurables.
- Une déontologie affirmée : confidentialité, respect des engagements.