

2 - DIRECTION, GESTION, ADMINISTRATION

REFERENCE AS FORMATION

G - Vente & Commerce

2G-004

OBJECTIF

Assurer la transition de commercial sédentaire à commercial terrain

PUBLIC VISE

Commercial sédentaire ayant une très bonne connaissance de son entreprise et de ses produits

PRE-REQUIS

- Français ou allemand B2
- Utilisation d'Excel et d'Internet

DURÉE en HEURES :

14h

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation en présentiel animée en français
- 4 à 6 stagiaires par formateur
- Contrôle continu et certificat de stage

FORMACODE :

34085 (Stratégie commerciale)

CERTIFICATION / EVALUATION

Attestation de formation

NIVEAU : 0

Analyser son environnement et organiser son activité commerciale, délimiter ses cibles et outils commerciaux

- Analyser la concurrence et produits sur le marché
- Analyser sa compétitivité
- Diagnostiquer sa création de valeurs
- Arguments de vente
- Faire son SWOT commercial
- La cible de prospection (B to B, B to C, tailles de sociétés, zone chalandise, ...)
- Les objectifs chiffrés
- Elaborer son plan d'action commerciale
- Définir les supports de communications, les outils et les deadlines

Les spécificités de la prospection téléphonique et de la vente sur le terrain

- La communication verbale et non verbale
- L'attitude perceptible au téléphone, le savoir-être et le sourire
- La déperdition du message
- Communiquer de façon assertive
- Découvrir les besoins

Techniques de vente

- Les clés du langage
- Les mots vendeurs
- La méthode CAP
- Anticiper les objections
- Convaincre pour vendre
- Le suivi des actions des actions de prospection et de fidélisation

DES CONSEILLERS A VOTRE ECOUTE