

DÉVELOPPER LA PERFORMANCE DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE



FORMATION DÉVELOPPER LA PERFORMANCE DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE



3 MOIS
TEMPS PARTIEL

Notre formation sur le développement de la performance commerciale est conçue pour vous aider à atteindre vos objectifs professionnels et dépasser vos limites.

Dans un environnement commercial en constante évolution, il est essentiel de maîtriser les techniques et les compétences nécessaires pour exceller dans le domaine des ventes. Notre programme de formation vous offre une opportunité unique d'acquérir les connaissances et les outils indispensables pour devenir un expert en performance commerciale.

Que vous soyez débutant ou déjà un professionnel expérimenté cherchant à perfectionner vos compétences, notre formation est adaptée à tous les niveaux d'expérience. Nous mettons l'accent sur l'apprentissage pratique et interactif, en combinant des connaissances théoriques solides avec des exercices pratiques et des mises en situation réelles !

Cette formation est certifiée
par l'organisme CIRCULAR
inscrite au répertoire spécifique
RS5010.

DÉROULÉ DE LA FORMATION :

- 4 UNITÉS EN LIGNE
- 2 jours et demi de cours en visioconférence
- 1 ORAL DEVANT UN JURY DE CERTIFICATION

MOYENS MOBILISÉS :

- Vidéos pédagogiques
- 1 support de cours
- Cahiers d'exercices
- Tableau de bord d'avancement
- Plateforme de correction des rendus par des experts
- Un suivi personnalisé



ACCES ILLIMITÉ

Formation à votre rythme
où et quand vous voulez



LEÇONS VIDEO

+ Questions support de cours
& exercices



CERTIFICAT

Certificat Supérieur de
Formation Professionnelle



COACH PERSONNEL

Un suivi sur-mesure pour
vous accompagner

TOUTE NOTRE ÉQUIPE EST À VOTRE ÉCOUTE



Tél : 01 44 52 16 76



contact@schoolonlineuniversity.com

La certification « Développer la performance de l'activité commerciale » s'inscrit dans une démarche d'accompagner les commerciaux, salariés ou demandeurs d'emploi, à développer, optimiser et structurer leurs techniques de vente et leur activité commerciale afin d'accroître leurs résultats.

Pré-requis

Pas de prérequis mais une expérience d'un an dans le domaine de la vente est appréciée.

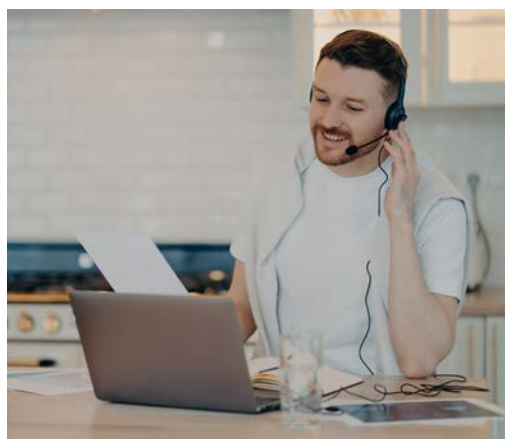
Les objectifs de la certification

- Développer une méthodologie assurant l'essor de la performance et de l'efficacité sur toutes les étapes de la vente
- Préparer une prospection
- Mesurer la performance de l'activité commerciale
- Maîtriser les étapes de l'entretien de vente et la négociation
- Maîtriser le cycle de vente dans son ensemble
- Améliorer les relations commerciales
- Accroître le taux de transformation de prospects en clients.

Les modalités d'évaluation :

Contrôle continu :

- QCM: Évaluation des savoirs et connaissances théoriques de l'accompagnement nutritionnel
- 4 évaluations continues



Épreuve pratique devant un jury d'évaluation en visioconférence :

- Une étude de cas pratique sur l'organisation d'une prospection commerciale.
- Des jeux de rôle sur une action de prospection téléphonique, un entretien de vente et sur une négociation commerciale.
- Un exercice pratique sur le suivi et l'analyse de l'activité commerciale.



ACCES ILLIMITÉ

Formation à votre rythme
où et quand vous voulez



LEÇONS VIDEO

+ Questions support de cours
& exercices



CERTIFICAT

Certificat Supérieur de
Formation Professionnelle



COACH PERSONNEL

Un suivi sur-mesure pour
vous accompagner

TOUTE NOTRE ÉQUIPE EST À VOTRE ÉCOUTE



Tél : 01 44 52 16 76  contact@schoolonlineuniversity.com



SOMMAIRE

UNITÉ 1 - DÉVELOPPER L'EFFICACITÉ DE LA PROSPECTION COMMERCIALE

Chapitre 1 Le plan de prospection commerciale

7 étapes pour construire un plan de prospection commerciale convaincant

Fixer les objectifs de prospection

Définir votre cible

Choisir les canaux privilégiés où prospecter

Préparer vos actions de prospection

Rédiger votre script pour maîtriser votre argumentaire

Mesurer les retombées de la campagne

Convertir les prospects en clients !

Chapitre 2 Préparation et organisation de la prospection commerciale

10 étapes pour bien réussir votre prospection téléphonique

L'entame de votre argumentaire

Accrochez votre prospect

Vérifiez la disponibilité de votre interlocuteur

Annoncez l'objet de votre appel

Posez des questions de découverte

La bascule : un moment phare de votre prospection téléphonique

La mise en perspective du rendez-vous commercial

Chapitre 3 Réalisation d'actions efficaces et structurées de prospection téléphonique

Pour passer le barrage de la secrétaire en BtoB : jouez le jeu

Clé pour prospecter par téléphone en BtoB : le principe d'autorité

Contourner le barrage secrétaire : une astuce sous-exploitée en télémarketing

Passer le barrage de la secrétaire avec un motif valable

UN QUIZ

EXERCICES PRATIQUES

UNE ÉVALUATION CONTINUE



UNITÉ 2 - CONDUIRE LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE L'ENTRETIEN DE VENTE

Chapitre 1 La préparation de l'entretien de vente :

Qu'est-ce qu'un argumentaire de vente ? Définition

Un bon argument de vente, c'est quoi ?

Quand et comment argumenter en entretien de vente ?

Le bon timing de l'argumentaire commercial

La méthode CAB pour construire un argumentaire de vente produit

Chapitre 2 La découverte du prospect

La découverte du prospect

Faire la découverte du contexte client

Faire la découverte des besoins du client

Découvrir les motivations d'achat du client

Les techniques de questionnement et reformulations

Chapitre 3 les 6 éléments clés pour savoir comment construire un argumentaire de vente percutant

Attaquer par les meilleurs arguments de vente

Rappeler l'objectif de l'entretien commercial avant d'argumenter

Rattacher les arguments de vente aux besoins du prospect

Présenter l'argumentaire commercial de façon synthétique

Dérouler des arguments commerciaux sur mesure

Valider les points d'accord au fil de l'argumentation commerciale

Chapitre 4 Le traitement des objections

Comment réussir le traitement des objections commerciales ?

Comment répondre aux objections clients avec la bonne attitude ?

Quelles sont les 3 catégories d'objections de vente ?

CHAPITRE 5 - La conclusion de la vente

Quand et comment conclure une vente ?

Les 4 signaux d'achats pour passer au Closing

Récapitulatif des techniques de vente pour conclure

Comment définir les indicateurs de pilotage commercial ?



**UN QUIZ
EXERCICES PRATIQUES
UNE ÉVALUATION CONTINUE**

UNITÉ 3 - OPTIMISER LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

Chapitre 1 Comment négocier avec les partenaires commerciaux et réseaux ?

Quelles sont les différentes procédures d'appels d'offres ?

La procédure négociée sans mise en concurrence

Le marché passé selon une procédure adaptée (ou MAPA)

Le marché passé selon une procédure formalisée

Les 5 étapes pour répondre à un appel d'offres

Exemples de vente complexe

Chapitre 2 Intelligence situationnelle : la position d'affirmation

À quoi sert l'intelligence situationnelle

Les étapes de l'intelligence situationnelle

Affirmer sa position

Les rapports de force

La prise d'initiative

L'intelligence émotionnelle

Développer son intelligence émotionnelle

Apprendre à freiner ses émotions

**UN QUIZ
EXERCICES PRATIQUES
UNE ÉVALUATION CONTINUE**



UNITÉ 4 - SUIVRE ET MESURER LA PERFORMANCE DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

PARTIE 1 : Mise en place et suivi des outils de reporting

Chapitre 1 Synthétiser les résultats commerciaux. Comment ?

- Le rapport sur les contacts
- La répartition des leads
- Le récapitulatif du chiffre d'affaires
- Le suivi des entreprises
- Les transactions conclues et perdues

Chapitre 2 les outils de suivi de la relation clients, de CRM, de reporting et d'outils de reporting

- Le logiciel CRM
- L'outil de marketing automation
- Le logiciel de support client
- L'outil de sondage et de questionnaire

Chapitre 3 Les indicateurs de satisfaction clients à mettre en place

- Les attentes client par rapport au produit et/ou service
- Le Net Promoter Score (NPS)
- Le CSAT, score de satisfaction client par excellence

Chapitre 4 - Concevoir des indicateurs pour piloter l'action commerciale

- Les 3 grandes étapes ou principe du pilotage commercial
- Comment définir les indicateurs de pilotage commercial ?

Chapitre 5 - Analyser les écarts et proposer des axes d'améliorations

- À quel moment effectuer une analyse des écarts ?
- Effectuer une analyse des écarts en 4 étapes
- Les outils d'analyse des écarts couramment utilisés



PARTIE 2 - CONTRÔLE ET MESURE DES RÉSULTATS COMMERCIAUX

INTRODUCTION

CHAPITRE 1 - LES PRINCIPAUX INDICATEURS DE VENTE

L'atteinte des objectifs

Le montant moyen d'une transaction

Le taux de conversion (ou transactions conclues)

Le chiffre d'affaires

Les opportunités perdues

La marge brute

Le taux de satisfaction client

Le coût d'acquisition

Correction

CHAPITRE 2 - EVALUATION DES RISQUES DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

Introduction à l'analyse des risques commerciaux

Par où commencer?

Cerner les risques

Évaluer vos processus

Analyser le niveau de risque

Comment puis-je gérer le risque?

UN QUIZ

EXERCICES PRATIQUES

UNE ÉVALUATION CONTINUE

SCHOOL ONLINE UNIVERSITY L'ÉCOLE DES FORMATIONS À DISTANCE

School Online University est une école en ligne de formations certifiantes reconnues par le milieu professionnel. Notre solution digitale innovante permet de travailler à distance et à votre rythme... où vous voulez, quand vous voulez. Vous êtes acteur de votre formation, vivez la comme si vous y étiez.



UN APPRENTISSAGE
ILLIMITÉ À DISTANCE



SE FORMER AVEC
DES PROFESSIONNELS



FORMEZ VOUS
A VOTRE RYTHME



40 ANS D'EXPÉRIENCE
EN PÉDAGOGIE



UN SUIVI
PERSONNALISÉ



CERTIFICAT DE
FORMATION PROFESSIONNEL

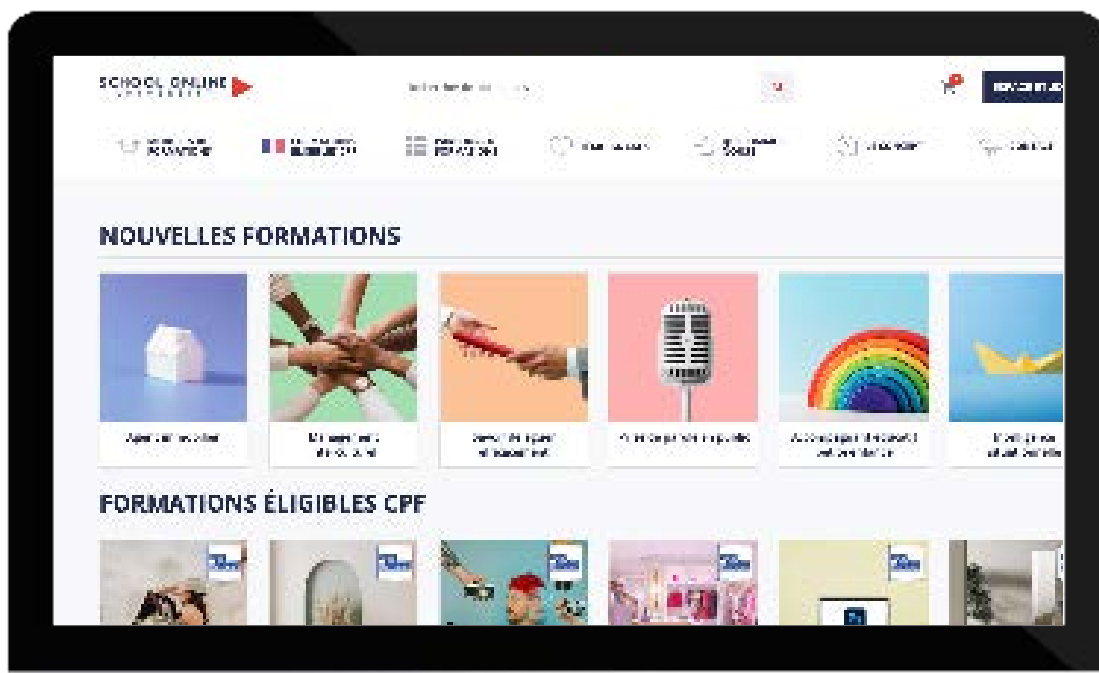


FAITES FINANCER VOTRE
FORMATION PAR PÔLE EMPLOI



UN ESPACE ÉTUDIANT
PROFESSEUR DÉDIÉ

DECOUVREZ NOS NOMBREUSES FORMATIONS



TOUTE NOTRE ÉQUIPE EST À VOTRE ÉCOUTE



Tél : 01 44 52 16 76



contact@schoolonlineuniversity.com