PROGRAMME DE FORMATION

MALLETTE DU DIRIGEANT

Axe thématique :

Marketing et communication

Fondamentaux des techniques de vente

(28 heures)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Connaître l'importance de la relation client

- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

PUBLIC CONCERNÉ

Chef d'entreprise, conjoint-collaborateur en phase de création, croissance, amélioration, stabilisation-consolidation, développement, transmission, reprise, prise de recul, personne en poste ou en devenir dans une fonction commerciale

NOMBRE DE PARTICIPANTS

- En formation inter-entreprise et intra-entreprise : 12 personnes maximum
- En général : Groupe de 6 à 12 personnes pour favoriser le travail individuel en collectif
- Aménagement sur mesure suivant vos besoins

PRÉ-REQUIS

Être disposé à s'investir au-delà des temps de formation, c'est à dire entre les sessions pour notamment respecter la mise en œuvre du plan d'actions personnalisé établi conjointement avec le formateur + Avoir envie de confronter ses idées + être enclin au travail de groupe + pour la partie e-learning, connaître les rudiments pratiques de base pour utiliser efficacement les outils proposés.

CAPACITES ET COMPETENCES ACQUISES

Être en capacité de fiabiliser et d'œuvrer la relation commerciale en prise de contact, en prospection de conquête, en devisage, en vente négociée, en levée d'objection, en contractualisation et en fidélisation.

CONTENU DE LA FORMATION

La relation client

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale
- Comprendre les enjeux de la relation client :
    - L'image
    - Le chiffre d'affaire
    - La fidélisation
- Comprendre les attentes du client
- Gestion de la relation client
    - Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
    - Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
    - Détecter les attentes du client
    - Mettre en valeur une solution
    - Accepter critiques et objections
- Gestion des réclamations et insatisfactions
    - Faire face aux situations délicates :
        - Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
        - Savoir refuser en préservant la relation
        - Gérer un incident, une insatisfaction
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

- Préparer sa prospection
    - Définir sa cible de prospects
    - Constituer son fichier prospects
    - Fixer ses objectifs de prospection
    - Se mettre en conditions optimales
- Techniques de communication téléphonique
    - Savoir se présenter et susciter l'intérêt
    - Savoir franchir le barrage du secrétariat
    - Développer une écoute active
    - Détecter les besoins du prospect
    - Rédiger son scénario téléphonique
    - Se préparer aux objections des prospects

Entretien de négociation

- Négocier, c'est quoi ?
- La préparation de l'entretien de négociation :
    - Les objectifs (court, moyen et long terme)
    - Le timing de l'entretien

- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion

- Les éléments en jeu en négociation
  - Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
  - Les attitudes relationnelles
  - Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
  - Les pièges de l'argumentation
- Basculer sur la vente
  - Développer un argumentaire commercial
  - Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
  - Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

Les enjeux de la gestion de situations difficiles

- Reconnaitre les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence
  - Le client arrogant
  - Le client chronophage
  - Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
  - Le « bon copain »
  - Le client pointilleux
  - Le client râleur/contestataire/protestataire
  - Le client éternellement insatisfait
  - Le client versatile
  - Le client mutique, la communication difficile
- Résoudre et désamorcer les situations de conflit
  - Comprendre l'insatisfaction d'un client
    - Reconnaitre les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
    - Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
    - Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction
  - Ouvrir le dialogue
    - Pratiquer l'écoute active
    - Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
    - Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
    - Le choix des mots
    - La posture
    - L'attitude mentale (son état d'esprit)
  - Rechercher des solutions
    - Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
    - Chercher des points d'accord
    - Construire une posture gagnant/gagnant
    - Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
  - Savoir mettre fin à l'échange
- Tirer des enseignements des situations de conflits
  - Repérer les incidents fréquents
  - Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
  - Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
  - Mettre en place des procédures, adopter certains reflexes en matière de gestion de conflits

PROFIL DU (DES) FORMATEUR(S)

Nos intervenants sont :

- Des praticiens expérimentés et pédagogues (ils savent faire savoir leurs savoir-faire)
- Des pratiquants issus de l'industrie, de l'artisanat et des services

LIEU DE LA FORMATION

- Dans nos locaux du 49 (lieu épicentral de la région Pays de la Loire)
  - Espace de Formation - ANJOU « La Clef » Route de Rochefort – 49190 DENEE
- Possibilité de se rapprocher de vous suivant la composition du groupe de participants

ACCESSIBILITE AUX PMR A LA FORMATION ET AUTRES HANDICAPS

IFCL COMPETENCES organise ses formations dans des lieux qui sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Nous mettons tous les moyens pour que les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre nos formations assurent leurs participations. Pour garantir les meilleures conditions, vous êtes invités à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
Soit par mail à ifcl@plateforme303.fr soit au 02 41 44 47 13.

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques utilisées sont :

- Analogique à partir d'exemples de la vie de l'entreprise et d'expériences universelles pour arriver avec l'élément technique et usuel du sujet,
- Démonstrative, le CQFD par excellence suivant les mises en situation au sein de l'entreprise.
- Par Recherche intuitive, notamment développée en présentiel
- Les méthodes s'articulent suivant nos itinéraires pédagogiques et également suivant les expériences partagées des participants, il s'agira de s'appuyer sur la valeur acquise dégagée par chacun et de faciliter les travaux de groupe.

Les supports, les moyens et le suivi pédagogiques sont :

- Des espaces d'apprentissage, d'échanges, de partage, de capitalisation, d'évaluation des acquis pour les séquences de formation en distanciel
- Des outils de type Paper-board + Vidéo Projecteur pour les séquences en présentiel
- Des documents illustrant le programme
- Une Salle équipée pour 1 à 12 personnes
- Des accès wifi pour connexion sur les ateliers

- Un Service après Formation : dans les six mois qui suivent la formation, chaque participant est invité à répondre à des questions en lien direct avec la mise en application de la formation (évaluation à froid).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Quiz - Questionnaires en ligne (de positionnement et formatifs)
- Exercices pratiques avec Plans de résolution
- Etudes de cas pratiques en présentiel et en e-learning
- Évaluation de la mise en œuvre des acquis suivant le contrôle des exercices réalisés et la participation à des quiz adaptés + Suivi du formateur en continue en séance et en inter séance + Test d'acquisition à l'utilisation réalisé en fin de cycle.

TYPE D'ACTION DE FORMATION ET MODALITES DE CONTROLE DE L'ASSIDUITE

Par référence à l'article L .6313-1du Code du travail constitue :

- Une action d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances
- Avec remise de la feuille d'émargement et de l'attestation d'assiduité en fin de formation

DUREE, HORAIRES JOURNALIERE

- 7 heures par journée
- Matin : 9h00-12h30 et Après-Midi : 14h00-17h30

MODALITÉS D'ORGANISATION

- Possibilité de réaliser la formation en présentiel et en didacticiel
- Lieu accessible à toute personne à mobilité réduite
- Lieu de restauration prévu avec plan adressé à l'inscription
- Tarif et modalités complémentaires sur demande

TARIF

- Prix total par participant par journée : 350 € net de taxe
- Prix total par participant pour cette formation : 1400 € net de taxe