

Intitulé	DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : APPRENDRE A VENDRE SANS VENDRE
Durée : (jours, heures) Horaires	7.5 JOURS, 60 HEURES Horaires : Demi-journée, contrôle par feuille d'émargement signée par demi-journées par stagiaire et formateur
Effectif concerné :	Gérants, chefs d'entreprise, conjoints collaborateurs et salariés souhaitant développer, gérer et pérenniser son activité professionnel grâce au développement commercial (ventes)
Formateur & qualification	Heidi MONGES <ul style="list-style-type: none"> - Consultante/Formatrice en Marketing, Communication numérique & Développement Commercial - Niveau Bac+4, International Hotel Management & Culinary Arts – Educational Institute of the American Hotel & Motel Association AHLEI (Orlando, Florida USA) – 1996 – 1999 - Niveau 1 Œnologie WSET
Prérequis	- Aucun
Objectifs pédagogiques	À l'issue de cette formation le stagiaire sera capable : <ul style="list-style-type: none"> - Apprendre à prospecter - Créer une stratégie de ventes - Comprendre et maîtriser les différentes étapes du cycle de ventes - Maîtriser les techniques de ventes - Maîtriser le développement commercial de son entreprise
Contenu pédagogique	<p><u>JOUR 1 : 8 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 18 :00)</u> Module 1 : Introduction au développement commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition et périmètre de développement commerciale - Qu'est-ce que c'est développement commerciale ? - Pourquoi adopter une stratégie de développement commerciale ? <p>Module 2 : Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre le concept de ventes - Comprendre le cycle de vente - Les ventes 2.0 - Déterminer les objectifs stratégiques <p><u>JOUR 2 : 8 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 18 :00)</u> Module 3 : L'environnement de la vente, l'accueil client et la perception</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse de l'environnement (physique) de l'entreprise (lieu, accessibilité) - Analyse de l'environnement (virtuel) de l'entreprise (réputation, site web, e-commerce, réseaux sociaux) - L'accueil client de l'entrée de la surface de vente jusqu'à la conclusion de la vente - Apprendre à analyser la perception de la clientèle sur note activité & produit <p>Module 4 : Vendre sans vendre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des implications émotionnelles et psychologiques du process d'achat de point de vue du client, du produit et de l'entreprise. - Attention, pouvoir, clarté et éloquence - « Scaling » horizontal et verticalement - L'éco-responsabilité et l'éthique commerciale <p><u>JOUR 3 : 8 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 18 :00)</u> Module 5 : Positionnement stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apprendre à réaliser son analyse SWOT - Identifier les forces et faiblesses de mes concurrents - Identifier les forces et faiblesses de ma marque - Identifier mes clients potentiels <p>Module 6 : Social selling model</p> <ul style="list-style-type: none"> - Positionnement et réputation - Apprendre à créer des micro et macro stories autour de la marque - Apprendre à utiliser les symboles et les métaphores pour vendre mon produit - Étude des cas et exercices

EIRL Regis Monges - MONGES AGENCY

 Organisme de formation - Numéro de déclaration d'activité 93131683513 auprès du préfet de région PACA
 Certification Qualiopi pour les actions de formation 10392875 du 20/09/2021 Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état
 - Siret 521 197 418 00028

Traverse du port Carro 13500 Martigues - Tél : +33 07 81 96 51 88 / +33 07 81 24 62 98

Intitulé	DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : APPRENDRE A VENDRE SANS VENDRE
	<p><u>JOUR 4 : 8 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 18:00)</u> Module 7 : L'offre</p> <ul style="list-style-type: none"> - La valeur ajoutée et mes compétences - Comment créer une offre captivante, vendre sans vendre - Le prix de mon offre est-il correct et en concordance avec mon positionnement ? - Étude des cas - Les supports de mon offre (print et soft) <p>Module 8 : Les techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> - La prospection directe (téléphone, rs...) - La prospection indirecte (e-mailing, appels d'offre...) - Autres : réseau d'affaires, partenariat, salons <p>Évaluation à la fin de chaque module (questionnaire)</p> <p><u>JOUR 5 : 8 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 18:00)</u> Module 9 : Le parcours</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir son parcours de vente classique - Définir son parcours de vente digital - Le premier contact avec le prospect - L'entretien - Comment présenter ma proposition commerciale sans être salesy <p>Module 10 : Le plan d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification d'objectifs et de moyens - Le planning - Les indicateurs de suivi - Exercice <p>Évaluation à la fin de chaque module (questionnaire)</p> <p><u>JOUR 6 : 8 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 18:00)</u> Module 11 : La fidélisation client et le SAV</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le bon et le mauvais SAV - Le CRM comme solution de fidélisation et suivi client - Les réclamations : quoi faire - Les supports de mon offre (print et soft) <p>Module 12 : Les cas spéciaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - La vente sur un salon - L'offre pop-up - La vente en free lance - Étude des cas <p>Évaluation à la fin de chaque module (questionnaire)</p> <p><u>JOUR 7 : 8 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 18:00)</u> Module 13 : L'écoute et la négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les arguments et comment défendre son prix - Maîtriser les objections - Le prix de mon offre est-il correct et en concordance avec mon positionnement ? - Étude des cas <p>Module 14 : Les techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les signaux d'achat - Les techniques de closing efficaces - Comment conforter son client pendant la vente - La confiance, comment créer un climat de confiance et échange <p>Évaluation à la fin de chaque module (questionnaire)</p>

Intitulé	DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : APPRENDRE A VENDRE SANS VENDRE
	<p><u>JOUR 7.5 : 4 h (09 :00 – 13 :00)</u> Module 7 : Luxe et premium</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comment vendre un produit haut de gamme, premium et luxe - Comment se faire référencer dans les bonnes guides et magazines - Comment vendre un nouveau produit à mes clients <p>Évaluation à la fin de chaque module (questionnaire)</p>
Démarches et méthodes pédagogiques	<p>Démarche active centrée sur l'apprenant qui « agit » Méthodes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participative, basée sur le questionnement des participants. - Active, fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants
Techniques et outils	<p>Alternance des techniques suivantes : brefs exposés, échanges, mise en application, réalisation des exercices de création de contenu numérique, création des supports de pilotage web. Supports pédagogiques : Tableau de suivi/ Livret de formation (papier ou pdf)/ Power point</p>
Nature des travaux demandés au stagiaire	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en pratique et réalisation de tous les exercices et « postage » de création numérique par les stagiaires avec le formateur - Présentation finale des profils pro choisis sur le web - Révision méthodique des réalisations guidées par la formatrice (checklist de réalisation)
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - En amont : évaluation du niveau des participants et recueil des attentes et besoins - Évaluation formative en cours de module : exercices, cas pratiques (study case) - Évaluation des acquis : réalisation des profils web par le stagiaire - Évaluation de la satisfaction : à chaud - Évaluation à froid : suivi et retour d'expérience sous 3 ou 4 mois