



Piloter et animer les équipes commerciales SALES CAMPUS – Directeur de filiales

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir rempli le questionnaire DISC Communication

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les grandes étapes du pilotage des commerciaux
- Favoriser et accompagner le développement de compétences des équipes commerciales
- Approcher en résumé :
 - o Les méthodes de vente utilisées par les commerciaux
 - o Les techniques de management utilisées par les chefs des ventes.

COMPÉTENCES

- Connaître les différents outils de pilotage
- Savoir analyser un portefeuille client
- Savoir fidéliser un client

PROGRAMME DE FORMATION

Jour 1

- La logique et la démarche
- Le rôle de chacun
- Les leviers de la performance commerciale
- Les piliers de l'activité commerciale
- Le plan d'action commercial
- La vision portefeuille
- La vision compte
- La posture de manager coach
- Les styles de communication

Jour 2

- La vente à deux
- La visite accompagnée
- Réussir ses séances de training
- Réussir les coachings sur opportunité
- Les entretiens de performance
- Fixer un plan de progrès individuel
- Vision synthétique de la méthode de vente
- La fidélisation client

METHODES PEDAGOGIQUES

Exposés théoriques réalisés par notre formateur :

- Apport d'expériences de notre formateur
- Travaux en sous-groupes et mise en situation.
- Echanges et retours d'expérience entre les participants.
- Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires et au formateur d'évaluer les progrès individuels et collectifs

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

- Mise en situation
- Questionnaire d'évaluation à chaud
- Quizz
- Plan d'actions

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale, communication, relation client, management commercial.

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Pour toute inscription de personnes en situation de handicap, il convient de nous prévenir de manière à étudier l'aménagement de la formation.

Le référent handicap est Léa Ménager , **07 62 50 71 95** [lmenager@fglearning.fr](mailto:lménager@fglearning.fr)

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 5
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97%

CONTACT

FG LEARNING (First Group) 25 rue du Général Foy - 75008 Paris 01.80.06.94.00

Mail : contact@firstgroup.fr

Lien direct accessible depuis le site internet de l'organisme de formation :
<https://www.fglearning.fr/>



SALES CAMPUS - VENDEURS GRANDS COMPTES

Ce parcours comprend 2 modules de 2 jours, soit 4 jours en tout

Module 1 : La vente en environnement stratégique by STEF

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Avoir suivi les Fondamentaux/Incontournables de la vente 1 ou pour tout public étant déjà en situation de vente
- Avoir passé le questionnaire DISC Sales

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre son écosystème et la cartographie de ses interlocuteurs
- Construire son offre commerciale
- Présenter et négocier son offre commerciale
- Mener à bien la revalorisation tarifaire

COMPETENCES

- Connaître la spécificité de la vente stratégique
- Savoir structurer une proposition commerciale et la soutenir
- Comprendre son écosystème et la cartographie de ses interlocuteurs

PROGRAMME DE FORMATION

- **La logique et la démarche :**
 - Comprendre le sens et la logique de construction de la méthode
- **La vente en environnement stratégique :**
 - Qu'est-ce que la vente en environnement stratégique.
 - Comprendre la différence entre cycle d'achat et cycle de vente.
 - Réussir à développer une approche de co-construction.
- **La cartographie des interlocuteurs :**
 - Les rôles, positions et poids dans le processus de décision des interlocuteurs
 - **La proposition commerciale :**
 - La structure
 - Le fond
 - La forme
 - **La soutenance commerciale.**
 - Réussir ses préparations de soutenance commerciale

- Soutenir en maîtrisant les techniques d'argumentation et de communication
- Obtenir un feed-back de son sponsor
- **Bien se connaître pour bien communiquer :**
 - Comprendre le modèle DISC
 - Les caractéristiques de chaque profil, comment communiquer, décoder le comportement
 - **La négociation commerciale :**
 - Connaître les enjeux d'une négociation commerciale
 - Préparer ses négociations
 - Identifier les techniques des négociateurs
- **Le pilotage des opportunités commerciales :**
 - Les enjeux du pilotage de l'opportunité commerciale
 - Manager l'opportunité commerciale en mode projet en y associant l'ensemble des contributeurs
- **L'assertivité :**
 - Définition
 - Les comportements associés
 - Identifier son niveau d'assertivité

Training :

- Prospection
- Suivi client
- Revalorisation tarifaire

METHODES PEDAGOGIQUES

Apport pédagogique du formateur

Etude de cas

Jeux de rôles

Travail en sous-groupes

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

Questionnaire préalable contenant des questions sur le sujet étudié

Evaluation tout au long de la formation

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 4
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 99%



Module 2 : Pilotage commercial et relation client by STEF

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir suivi le module sur la vente.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser son périmètre commercial.
- Définir et piloter son action commerciale.
- Développer des automatismes commerciaux au travers des mises en situation.
- Être plus à l'aise et plus efficace dans l'exercice de son métier.
- Manager la relation client

COMPETENCES

- Connaître les différents outils de pilotage
- Savoir analyser un portefeuille client
- Savoir fidéliser un client

PROGRAMME DE FORMATION

Introduction :

- Les leviers de la performance commerciale
- Les piliers de l'activité commerciale

Le plan d'actions commerciales local :

- La vision stratégique
- La vision portefeuille
- La vision compte
- Les étapes d'un plan d'actions commerciales local

La vision portefeuille :

- Analyse de la performance globale du portefeuille clients
- Analyse de la composition du portefeuille clients
- Analyse de la répartition des clients au sein du portefeuille
- Analyse de la concentration des clients au sein du portefeuille
- Analyse de l'évolution du portefeuille clients
- Analyse des potentiels clients
- Analyse de l'effort de développement sur le portefeuille

- L'analyse FFOM

La vision compte :

- Les composantes de la vision compte : La fiche d'identité du compte, L'historique du compte, Le niveau de satisfaction, Définir la stratégie relationnelle : la carte des interlocuteurs, Définir les ambitions : le potentiel de développement sur le compte
- L'analyse FFOM

La revue d'opportunité commerciale :

- Les étapes de la revue d'opportunité
- Actions à mener
- Constats possibles
- Conseils

Le pilotage commercial SPANCO :

- Définition et mise en œuvre

Le plan de prospection :

- Définir ses objectifs
- Définir sa cible
- Définir le canal de communication - vente :
- La prospection téléphonique, La prospection terrain, La prospection digitale, La prospection par e-mail, La prospection par courrier, La prospection via les salons professionnels
- Planifier son action
- Définir le message

La fidélisation client :

- Les bénéfices de la fidélisation
- Comment réussir ?
- Comment gérer un client difficile
- Comment reconquérir un client
- Les événements clients

Réussir ses entretiens de performance commerciale :

- Préparation de l'entretien
- Pendant l'entretien
- Check list des éléments à aborder
- Conseils

Conclusion

METHODES PEDAGOGIQUES

Exposés théoriques réalisés par notre formateur :

- Apport d'expériences de notre formateur
- Travaux en sous-groupes et mise en situation.
- Echanges et retours d'expérience entre les participants.
- Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires
- et au formateur d'évaluer les progrès individuels et collectifs

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

- Mise en situation
- Questionnaire d'évaluation à chaud
- Quizz
- Plan d'actions

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale, communication, relation client, management commercial.

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Pour toute inscription de personnes en situation de handicap, il convient de nous prévenir de manière à étudier l'aménagement de la formation.

Le référent handicap est Léa Ménager , **07 62 50 71 95** [lmenager@fglearning.fr](mailto:lménager@fglearning.fr)

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 42
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97%

CONTACT

FG LEARNING (First Group) 25 rue du Général Foy - 75008 Paris 01.80.06.94.00

Mail : contact@firstgroup.fr

Lien direct accessible depuis le site internet de l'organisme de formation :
<https://www.fglearning.fr/>



SALES CAMPUS – Graduate Les fondamentaux de la vente by STEF

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Passation du questionnaire DISC SALES

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les incontournables de la vente by STEF
- S'entraîner et développer des réflexes de vente
- Etre plus à l'aise dans son métier
- Etre plus efficace dans sa relation client
- Développer son agilité commerciale

COMPETENCES

- Identifier les différentes étapes de la vente
- Détecter les différents profils de communication
- Acquérir les techniques et outils d'aide à la vente

PROGRAMME DE FORMATION

La logique et la démarche :

- Comprendre le sens et la logique de construction de la méthode

La prise de rendez-vous téléphonique :

- Préparation
- Franchir les barrages
- La phrase d'accroche (susciter l'intérêt de son interlocuteur)
- Traiter les objections du TAC au TAC
- Obtenir un rendez-vous
- Conclure l'appel

La préparation du rendez-vous :

- Définir le contexte client
- Sélectionner ses objectifs
- Déterminer sa stratégie d'action

La prise de contact :

- Les étapes de la prise de contact réussie
- Présenter la proposition de valeur au client au travers d'une discours de conviction

Bien se connaître pour bien communiquer :

- Comprendre le modèle DISC
- Les caractéristiques de chaque profil, comment communiquer, décoder le comportement

La découverte :

- Les différentes techniques de questionnement
- Le FOCA
- Les motivations d'achat du client : le SONCASE

JOUR 2

La vente à deux :

- Le principe de la vente à deux
- La préparation
- La répartition des rôles

L'argumentation :

- Argumentation rationnelle
- Argumentation concurrentielle
- Argumentation émotionnelle
- Présenter son prix

La proposition commerciale :

- Le fond
- La forme
- Le processus de construction

La soutenance commerciale :

- La préparation
- Le jour J
- Après la soutenance

Le traitement des objections :

- Questionner
- Reformuler
- Isoler
- Répondre
- Verrouiller

La conclusion :

- Les techniques de conclusion

METHODES PEDAGOGIQUES

- Exposés théoriques réalisés par notre formateur
- Apport d'expériences de notre formateur
- Travaux en sous-groupes et mise en situation.
- Echanges et retours d'expérience entre les participants.
- Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires et au formateur d'évaluer les progrès individuels et collectifs

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

- Mise en situation
- Questionnaire d'évaluation à chaud
- Quizz
- Plan d'actions

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale, communication, relation client, management commercial.

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14 heures ou 2 jours

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Pour toute inscription de personnes en situation de handicap, il convient de nous prévenir de manière à étudier l'aménagement de la formation.

Le référent handicap est Léa Ménager , **07 62 50 71 95** [lmenager@fglearning.fr](mailto:lménager@fglearning.fr)

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 19
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%

CONTACT

FG LEARNING (First Group) 25 rue du Général Foy - 75008 Paris 01.80.06.94.00

Mail : contact@firstgroup.fr

Lien direct accessible depuis le site internet de l'organisme de formation :

<https://www.fglearning.fr/>



SALES CAMPUS – CHEF DES VENTES

Ce parcours se compose de 3 modules – 7 jours en tout

Module 1 : La vente by STEF

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir passé le questionnaire DISC Sales

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître la vente by STEF
- S'entraîner et développer des réflexes de vente
- Être plus à l'aise dans son métier
- Être plus efficace dans sa relation client
- Développer son agilité commerciale

COMPETENCES

- Identifier les différentes étapes de la vente
- Détecter les différents profils de communication
- Acquérir les techniques et outils d'aide à la vente

PROGRAMME DE FORMATION

JOUR 1

- La logique et la démarche :
 - Comprendre le sens et la logique de construction de la méthode
 - La prise de rendez-vous téléphonique :
 - Préparation Franchir les barrages
 - La phrase d'accroche (susciter l'intérêt de son interlocuteur) Traiter les objections du TAC au TAC
 - Obtenir un rendez-vous Conclure l'appel
 - La préparation du rendez-vous :
 - Définir le contexte client
 - Sélectionner ses objectifs
 - Déterminer sa stratégie d'action
 - La prise de contact :
 - Les étapes de la prise de contact réussie
 - Présenter la proposition de valeur au client au travers d'un discours de conviction
 - Bien se connaître pour bien communiquer :

- Comprendre le modèle DISC
- Les caractéristiques de chaque profil, comment communiquer, décoder le comportement

JOUR 2

- La découverte :
 - Les différentes techniques de questionnement
 - Le FOCA
 - Les motivations d'achat du client : le SONCASE
 - La vente à deux
 - Le principe de la vente à deux
 - La préparation
 - La répartition des rôles
- L'argumentation :
 - Argumentation rationnelle - Argumentation concurrentielle - Argumentation émotionnelle
 - Présenter son prix
 - L'assertivité :
 - Définition - Les comportements associés
 - Identifier son niveau d'assertivité
 - Le traitement des objections :
 - Comprendre et identifier la nature des objections
 - Les 6 étapes de traitement de l'objection
 - La conclusion :
 - Les techniques de conclusion

JOUR 3

- La vente stratégique
- La cartographie des interlocuteurs :
 - Les rôles, positions et poids dans le processus de décision des interlocuteurs
 - La proposition commerciale :
 - La structure - Le fond - La forme
 - La soutenance commerciale.
 - Réussir ses préparations de soutenance commerciale
 - Soutenir en maîtrisant les techniques d'argumentation et de communication - Obtenir un feed-back de son sponsor
 - La négociation commerciale :
 - Connaître les enjeux d'une négociation commerciale
 - Préparer ses négociations
 - Identifier les techniques des négociateurs
 - La revalorisation :
 - Le sens - les enjeux.
 - Comprendre l'impact d'une action de revalorisation (bénéfices et risques à ne pas le faire).
 - Connaître les étapes à respecter pour mener à bien les revalorisations.



METHODES PEDAGOGIQUES

Quiz

Travail en sous-groupes

Mise en situation

Jeux de rôles

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

Jeux de rôles

Quiz

Mises en situation

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 0 / en 2021 :
- Taux d'assiduité : 0% /
- Taux de satisfaction des stagiaires : 0% /

Module 2 : Pilotage commercial et relation client by STEF

Version du 29/12/2022

PREREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir suivi le module sur la vente.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser son périmètre commercial.
- Définir et piloter son action commerciale.
- Développer des automatismes commerciaux au travers des mises en situation.
- Être plus à l'aise et plus efficace dans l'exercice de son métier.
- Manager la relation client

COMPETENCES

- Connaitre les différents outils de pilotage
- Savoir analyser un portefeuille client
- Savoir fidéliser un client

PROGRAMME DE FORMATION

Introduction :

- Les leviers de la performance commerciale
- Les piliers de l'activité commerciale

Le plan d'actions commerciales local :

- La vision stratégique
- La vision portefeuille
- La vision compte
- Les étapes d'un plan d'actions commerciales local

La vision portefeuille :

- Analyse de la performance globale du portefeuille clients
- Analyse de la composition du portefeuille clients
- Analyse de la répartition des clients au sein du portefeuille
- Analyse de la concentration des clients au sein du portefeuille
- Analyse de l'évolution du portefeuille clients
- Analyse des potentiels clients
- Analyse de l'effort de développement sur le portefeuille
- L'analyse FFOM

La vision compte :

- Les composantes de la vision compte : La fiche d'identité du compte, L'historique du compte, Le niveau de satisfaction, Définir la stratégie relationnelle : la carte des interlocuteurs, Définir les ambitions : le potentiel de développement sur le compte
- L'analyse FFOM

La revue d'opportunité commerciale :

- Les étapes de la revue d'opportunité
- Actions à mener
- Constats possibles
- Conseils

Le pilotage commercial SPANCO :

- Définition et mise en œuvre

Le plan de prospection :

- Définir ses objectifs
- Définir sa cible
- Définir le canal de communication - vente :
- La prospection téléphonique, La prospection terrain, La prospection digitale, La prospection par e-mail, La prospection par courrier, La prospection via les salons professionnels
- Planifier son action
- Définir le message

La fidélisation client :

- Les bénéfices de la fidélisation
- Comment réussir ?
- Comment gérer un client difficile
- Comment reconquérir un client
- Les événements clients

Réussir ses entretiens de performance commerciale :

- Préparation de l'entretien
- Pendant l'entretien
- Check list des éléments à aborder
- Conseils

Conclusion

METHODES PEDAGOGIQUES

Exposés théoriques réalisés par notre formateur :

- Apport d'expériences de notre formateur
- Travaux en sous-groupes et mise en situation.
- Echanges et retours d'expérience entre les participants.
- Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires
- et au formateur d'évaluer les progrès individuels et collectifs

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

- Mise en situation
- Questionnaire d'évaluation à chaud
- Quizz
- Plan d'actions

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 42
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97%

Module 3 : Management commercial by STEF : animer les équipes

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir suivi les modules sur la vente.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les différents actes du management commercial
- Développer les compétences de ses collaborateurs
- Inscrire les rituels managériaux dans son quotidien

COMPETENCES

- Avoir pris conscience des rites et des rythmes managériaux à instaurer dans son quotidien
- Identifier les différents actes de management
- Savoir fixer un plan de progrès individuel

PROGRAMME DE FORMATION

- Développer une posture de manager coach :
 - Les missions du manager coach.
- Réussir ses séances de training - jeu de rôles :
 - Les quatre phases d'une séance de training - Comprendre l'importance du débrief.
- Réussir ses speed trainings :
 - Comprendre le principe du speed training - S'entraîner à l'animation de speed training.
- Réussir ses visites accompagnées :
 - Faire la différence entre visite accompagnée et vente à deux - Débriefing des visites accompagnées.

- Réussir les coachings individuels sur opportunité :
 - Les étapes clés d'un coaching individuel sur opportunités.
 - Fixer un plan de progrès individuel :
- L'importance du plan de progrès - Les étapes clés.
- Organiser et réussir les séances de phoning :
 - Les objectifs - Les clés de réussite.
 - Réussir ses réunions d'équipe :
 - Les différents types d'atelier.
 - Animer un atelier de codéveloppement :
 - Comprendre le fonctionnement d'atelier de codéveloppement - Les 6 étapes.
 - Savoir déléguer - savoir féliciter - savoir recadrer :
 - Les principes - Les étapes clés.

METHODES PEDAGOGIQUES

Exposés théoriques réalisés par notre formateur :

- Apport d'expériences de notre formateur
- Travaux en sous-groupes et mise en situation.
- Echanges et retours d'expérience entre les participants.
- Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires et au formateur d'évaluer les progrès individuels et collectifs

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

- Mise en situation
- Questionnaire d'évaluation à chaud
- Quizz
- Plan d'actions

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale, communication, relation client, management commercial.

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Pour toute inscription de personnes en situation de handicap, il convient de nous prévenir de manière à étudier l'aménagement de la formation.

Le référent handicap est Léa Ménager , **07 62 50 71 95** [lmenager@fglearning.fr](mailto:lménager@fglearning.fr)

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 7
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%



CONTACT

FG LEARNING (First Group) 25 rue du Général Foy - 75008 Paris 01.80.06.94.00

Mail : contact@firstgroup.fr

Lien direct accessible depuis le site internet de l'organisme de formation :
<https://www.fglearning.fr/>



SALES CAMPUS – ATTACHES COMMERCIAUX

Ce parcours se compose de 3 modules de formations réparties sur 6 jours.

Module 1 : Les incontournables de la vente by STEF partie 1

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir passé le questionnaire DISC Sales

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les différentes étapes de la vente
- S'entraîner et développer des réflexes de vente
- Développer son agilité commerciale

COMPETENCES

- Identifier les différentes étapes de la vente
- Détecter les différents profils de communication
- Acquérir les techniques et outils d'aide à la vente

PROGRAMME DE FORMATION

La prise de rendez-vous téléphonique :

- Préparation
- Franchir les barrages
- La phrase d'accroche (susciter l'intérêt de son interlocuteur)
- Traiter les objections du TAC au TAC
- Obtenir un rendez-vous
- Conclure l'appel

La préparation du rendez-vous :

- Définir le contexte client
- Sélectionner ses objectifs
- Déterminer sa stratégie d'action

La prise de contact :

- Les étapes de la prise de contact réussie
- Présenter la proposition de valeur au client au travers d'un discours de conviction

Bien se connaître pour bien communiquer :

- Comprendre le modèle DISC
- Les caractéristiques de chaque profil, comment communiquer, décoder le comportement
- Ø La découverte :
- Les différentes techniques de questionnement
- Le FOCA
- Les motivations d'achat du client : le SONCASE

La vente à deux

- Le principe de la vente à deux
- La préparation
- La répartition des rôles

L'argumentation :

- Argumentation rationnelle
- Argumentation concurrentielle
- Argumentation émotionnelle
- Présenter son prix

L'assertivité :

- Définition
- Les comportements associés
- Identifier son niveau d'assertivité

Le traitement des objections :

- Comprendre et identifier la nature des objections
- Les 6 étapes de traitement de l'objection

La conclusion :

Les techniques de conclusion

METHODES PEDAGOGIQUES

Quiz

Travail en sous groupes

Mise en situation

Jeux de rôles

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

Jeux de rôles

Quiz

Mises en situation

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.



NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 13
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%

Module 2 : Les incontournables de la vente by STEF partie 2

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir réalisé le niveau 1

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître la vente en environnement stratégique
- S'entraîner et développer les réflexes commerciaux
- Etre plus à l'aise dans son métier
- Etre plus efficace dans sa relation client
- Développer son agilité commerciale

COMPETENCES

- Connaître la spécificité de la vente stratégique
- Savoir structurer une proposition commerciale et la soutenir
- Comprendre son écosystème et la cartographie de ses interlocuteurs

PROGRAMME DE FORMATION

Révision du module Les incontournables de la vente by STEF partie 1

La vente en environnement stratégique :

- Qu'est-ce que la vente en environnement stratégique
- Comprendre la différence entre cycle d'achat et cycle de vente
- Réussir à développer une approche de co-construction

La cartographie des interlocuteurs :

- Les rôles, positions et poids dans le processus de décision des interlocuteurs

La proposition commerciale

- La structure
- Le fond
- La forme

La soutenance commerciale

- Réussir ses préparations de soutenance commerciale
- Soutenir en maîtrisant les techniques d'argumentation et de communication
- Obtenir un feed-back de son ambassadeur

La négociation commerciale

- Connaître les enjeux d'une négociation commerciale
- Préparer ses négociations
- Identifier les techniques des négociateurs

La revalorisation tarifaire

- Connaître les enjeux d'une revalorisation tarifaire
- Les étapes à respecter
- Identifier les contreparties à obtenir

La conclusion

METHODES PEDAGOGIQUES

Exposés théoriques réalisés par notre formateur

Apport d'expériences de notre formateur

Travaux en sous-groupes et mise en situation.

Echanges et retours d'expérience entre les participants.

Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires et au formateur d'évaluer les progrès individuel et collectif.

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

- Mise en situation
- Questionnaire d'évaluation à chaud
- Quizz
- Plan d'actions

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 16
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 100%

Module 3 : Pilotage commercial et relation client by STEF

Version du 29/12/2022

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir suivi les modules sur la vente.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser son périmètre commercial.
- Définir et piloter son action commerciale.
- Développer des automatismes commerciaux au travers des mises en situation.
- Être plus à l'aise et plus efficace dans l'exercice de son métier.
- Manager la relation client

COMPETENCES

- Connaître les différents outils de pilotage
- Savoir analyser un portefeuille client
- Savoir fidéliser un client

PROGRAMME DE FORMATION

Introduction :

- Les leviers de la performance commerciale
- Les piliers de l'activité commerciale

Le plan d'actions commerciales local :

- La vision stratégique
- La vision portefeuille
- La vision compte
- Les étapes d'un plan d'actions commerciales local

La vision portefeuille :

- Analyse de la performance globale du portefeuille clients
- Analyse de la composition du portefeuille clients
- Analyse de la répartition des clients au sein du portefeuille
- Analyse de la concentration des clients au sein du portefeuille
- Analyse de l'évolution du portefeuille clients
- Analyse des potentiels clients
- Analyse de l'effort de développement sur le portefeuille
- L'analyse FFOM

La vision compte :

- Les composantes de la vision compte : La fiche d'identité du compte, L'historique du compte, Le niveau de satisfaction, Définir la stratégie relationnelle : la carte des interlocuteurs, Définir les ambitions : le potentiel de développement sur le compte
- L'analyse FFOM

La revue d'opportunité commerciale :

- Les étapes de la revue d'opportunité
- Actions à mener
- Constats possibles
- Conseils

Le pilotage commercial SPANCO :

- Définition et mise en œuvre

Le plan de prospection :

- Définir ses objectifs
- Définir sa cible
- Définir le canal de communication - vente :
- La prospection téléphonique, La prospection terrain, La prospection digitale, La prospection par e-mail, La prospection par courrier, La prospection via les salons professionnels
- Planifier son action
- Définir le message

La fidélisation client :

- Les bénéfices de la fidélisation
- Comment réussir ?
- Comment gérer un client difficile
- Comment reconquérir un client
- Les événements clients

Réussir ses entretiens de performance commerciale :

- Préparation de l'entretien
- Pendant l'entretien
- Check list des éléments à aborder
- Conseils

Conclusion

METHODES PEDAGOGIQUES

Exposés théoriques réalisés par notre formateur :

- Apport d'expériences de notre formateur
- Travaux en sous-groupes et mise en situation.
- Echanges et retours d'expérience entre les participants.
- Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires et au formateur d'évaluer les progrès individuels et collectifs

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

- Mise en situation
- Questionnaire d'évaluation à chaud
- Quizz
- Plan d'actions

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale, communication, relation client, management commercial.

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 14,00 heures ou 2 jours
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES

Pour toute inscription de personnes en situation de handicap, il convient de nous prévenir de manière à étudier l'aménagement de la formation.

Le référent handicap est Léa Ménager , **07 62 50 71 95** [lmenager@fglearning.fr](mailto:lménager@fglearning.fr)

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 42
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97%



CONTACT

FG LEARNING (First Group) 25 rue du Général Foy - 75008 Paris 01.80.06.94.00

Mail : contact@firstgroup.fr

Lien direct accessible depuis le site internet de l'organisme de formation :
<https://www.fglearning.fr/>