

SOGEC ACADEMY – Parcours Certifiant

Version du 11/04/2023

PREREQUIS ET PUBLIC

Public :

- Directeurs de Clientèle
- Chef de projet
- Directeurs de Groupe Commercial

Prérequis : Diplôme de Niveau BAC+3 ou 5 années d'expérience sur un poste similaire – Formation certifiante

OBJECTIFS

Pour les Directeurs de Clientèle :

- Mettre en œuvre les fondamentaux de la vente, de la préparation à la conclusion
- S'adapter à l'ensemble des situations clients
- Renforcer son taux de conclusion

Pour les Chefs de Projet Promo :

- Comprendre l'importance du planning pour l'organisation interne et externe du projet
- Communiquer efficacement avec les différentes parties prenantes
- Suivre une solution du cadrage aux bilans et préconisations

Pour les Directeurs de Groupe Commercial :

- Suivre la montée en compétence de leurs équipes
- Manager une équipe opérationnelle
- Être le « meilleur vendeur » de l'équipe

COMPETENCES

Pour les Directeurs de Clientèle :

- Préparer et démarrer un entretien
- Découvrir les enjeux et les attentes
- Décoder le profil de mon interlocuteur et découvrir ses besoins
- Argumenter et traiter les objections
- Négocier et conclure
- Analyser et gérer son portefeuille
- Réaliser un plan d'actions commerciales
- Mettre en place des actions de conquêtes et fidélisation

Pour les Chefs de Projet Promo :

- Prendre une posture de chef de projet
- Organiser et planifier le projet
- Suivre efficacement le projet
- Bien communiquer sur son projet
- Etablir et suivre une stratégie de relation client
- Bien communiquer avec son client
- Fidéliser les clients et gérer les situations difficiles ou critiques

Pour les Directeurs de Groupe Commercial :

- Identifier et comprendre les différentes personnalités
- Organiser la montée en compétences de son équipe
- Développer une posture coach
- Organiser l'équipe selon les compétences
- Motiver une équipe commerciale
- Suivre la performance
- Diriger les ventes et connaître son marché

PROGRAMME DE FORMATION

Dispositif de formation sur une année comprenant :

- Une phase de positionnement :
 - Questionnaire en ligne sur les connaissances métier
 - Evaluation par le manager sur les compétences ciblées
 - Evaluation par la formatrice lors d'un entretien d'une heure (physique)
- Passage du test DISC et Forces Motrices et distribution du rapport personnalisé
- **Module 1 :**
 - Pour les Directeurs de clientèle : Les essentiels de la vente (2 jours - 14h)
 - Préparer et démarrer un entretien : Se fixer des objectifs, étudier le contexte client et adapter son approche, préparer son pitch, son argumentation, sa réponse, réussir le démarrage, prendre le lead, se présenter et présenter son entreprise, introduire le déroulé
 - Décoder le profil de mon interlocuteur et découvrir ses besoins : Les 4 profils DISC, Techniques de questionnement, recherche des enjeux, motivations d'achat, critères de choix et processus de décision.
 - Argumenter et traiter les objections : BAC, le levier émotionnel, se différencier, présenter et valoriser son prix, construire une proposition commerciale impactante, Identifier et comprendre une objection, traiter pour rassurer

- Négocier et conclure : Techniques de négociation commerciale, Engager le client, détecter les signaux d'achat, traiter les dernières résistances
- Pour les Chefs de projet : Gestion de projet Promo (2 jours - 14h)
 - Rôle et posture du chef de projet : Rôle et missions du chef de projet, Les 3 niveaux d'intervention, le triangle d'or de la gestion de projet, typologie et phasage de projets, recenser les parties prenantes
 - Organiser et planifier le projet : Organisations types, organigramme de projet, Définir des objectifs, Les différents types de, affectation des ressources, notions de chemin critique, marges de manœuvre
 - Suivre efficacement le projet : Gestion des coûts et délais, indicateurs et tableaux de bord, animer une réunion de gestion de projet, Modèles et points de bilan (intermédiaire, final), faire des préconisations opérationnelles solides
 - Bien communiquer sur son projet : La réunion de lancement de projet, Le partage d'information, les règles d'or de la relation client
- Pour les Directeurs de Groupe : Le Manager Commercial Coach (1 jour - 7h)
 - Le style de leadership : Styles de management, points d'appui et zones d'inconfort, le leadership dans l'action managériale
 - Identifier et comprendre les différentes personnalités : Les 4 profils (approche DISC), manager avec les couleurs, cartographie des membres de l'équipe, réveiller le potentiel des collaborateurs
 - Organiser la montée en compétences de son équipe : Auto-diagnostic et radar de la vente, coaching opérationnel (à chaud et à froid), méthode DIAM, méthode CAR, organiser la montée en compétences par des trainings efficaces et ludiques
 - La posture coach : Croire en son champion, écouter, questionner, reformuler, féliciter, les outils du coaching adaptés à l'accompagnement commercial, les trainings
- **Module 2 :**
 - Pour les Directeurs de clientèle : Relation Client, Développement du portefeuille et fidélisation (2 jours - 14h)
 - Proposer des mesures de réajustement de la stratégie de relation client : Définir une stratégie de relation client, ajuster sa posture relationnelle
 - Développer son portefeuille client : la prospection commerciale, la gestion du portefeuille client, les interlocuteurs appropriés
 - Fidéliser ses clients : actions de fidélisation, image de marque
 - Assurer la gestion administrative et commerciale des ventes : formaliser les processus internes, comprendre l'enjeu de l'après-vente sur la fidélisation client
 - Préparation à la soutenance d'évaluation finale

- Pour les Chefs de projet : Gestion de la relation client (2 jours - 14h)
 - Proposer des mesures de réajustement de la stratégie de relation client
 - Prendre en charge la relation client pour fidéliser
 - Mieux communiquer
 - Le management transversal d'une équipe projet
 - Pour les Directeurs de Groupe : Manager une équipe opérationnelle (2 jours - 14h)
 - Organiser une équipe de commerciaux selon les compétences individuelles et collectives : mapping d'équipe, analyse de la cartographie de l'équipe en fonction des profils
 - Motiver une équipe de commerciaux (mode managérial adapté et valorisation des performances) : les leviers de motivation, le feedback
 - Suivre les performances des équipes : le rythme du suivi commercial, les différents outils d'accompagnement
 - Préparation à l'évaluation (étude de cas)
- **Evaluation finale** : Production d'un dossier professionnel de présentation de ses pratiques, présentation orale sur une thématique issue du dossier et permettant de valider le bloc de la certification concernée, réalisation d'un jeu de rôle en soutenance.

METHODES PEDAGOGIQUES

- Exposés théoriques
- Travaux en sous-groupes
- Présentation du modèle de personnalité DISC
- Interventions en posture coach

MODALITES D'EVALUATION INITIALE ET FINALE

Evaluation initiale :

- Assessment réalisé en tripartite (auto-évaluation, évaluation du manager, évaluation de la formatrice)

Evaluation en cours de formation :

- Jeux de rôles
- Exercices de groupe

Evaluation finale :

- Production d'un dossier professionnel de présentation de ses pratiques
- Présentation orale sur une thématique issue du dossier et permettant de valider le bloc de la certification concernée et réalisation d'un jeu de rôle en soutenance.
- Questionnaire d'évaluation à chaud

- Questionnaire d'évaluation à froid (3 mois après) afin d'apprécier l'impact de la formation

NOTRE FORMATEUR

Formateur spécialiste de l'efficacité commerciale, la relation client et le management.

MODALITES D'INSCRIPTION

Inscriptions en amont en accord avec les prises en charge OPCO.

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 36 à 72 heures selon les publics (partie en présentiel, partie en travaux réalisés par les apprenants)

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2022 : 20
- Taux d'assiduité : 65%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 95%
- Taux d'obtention de la certification : 83%

Type d'emplois accessibles :

Selon la taille et l'organisation de l'entreprise ces professionnels peuvent occuper le poste sous les libellés ou appellations suivantes :

- Responsable marketing et commercial
- Responsable / chargé marketing
- Responsable / chargé de communication
- Développeur marketing et commercial / commercial et marketing
- Chargé de développement commercial et marketing
- Chef de produit
- Conseiller clientèle
- Chef de secteur
- Responsable de rayon

Code(s) ROME :

M1705 - Marketing

M1701 - Administration des ventes

D1406 - Management en force de vente

D1407 - Relation technico-commerciale

M1707 - Stratégie commerciale



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**, lménager@fglearning.fr

CONTACT

FG LEARNING (First Group) 63 avenue de Villiers - 75017 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/>