

Assistant commercial Gérer efficacement sa relation commerciale by Stef 1,5 jours

Version du 21/02/2024

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Aucun

COMPETENCES

- Etre assertif, Gérer les appels entrants et sortants, Développer et renforcer sa posture commerciale, Maitriser les fondamentaux de la relation client

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maitriser les fondamentaux de la relation client.
- Développer et renforcer sa posture commerciale.
- Connaitre les techniques permettant de développer un portefeuille client.
- Être plus à l'aise dans l'exercice de son métier.
- Développer son agilité commerciale.

PROGRAMME DE FORMATION

JOUR 1

Séquence 1 : Introduction

- Présentation du programme
- Tour de table et recueil des attentes et règles de vie

Séquence 2 : test de connaissances

Séquence 3 : la gestion des appels sortants

- Contexte, objectifs, stratégie
- *Mise en situations*
- La présentation, la validation de l'interlocuteur, la phrase d'accroche, la découverte
- *Mise en situations*
- Questions ouvertes, fermées
- Le FOCA
- Le SONCASE
- *Mises en situations*
- L'argumentation
- Le BAC
- Le traitement des objections

- La revalorisation tarifaire
- La conclusion de l'appel
- *Mises en situations*

Séquence 4 : La relance téléphonique

- Définition

Séquence 5 : la gestion des appels sortants

- Méthodologie
- Mises en situations

Séquence 6 : Les mots à utiliser, à éviter

- Principe d'encodage
- *Mises en situations*

Séquence 7 : L'assertivité

- Définition
- Passation du test de Gordon

Séquence 8 : quiz final

JOUR 2

Retour d'expériences, approfondissement, mises en situations

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

- Quiz d'entrée et quiz final de connaissances
- Jeux de rôles
- Mises en situations

NOTRE FORMATEUR

David : expert en efficacité commerciale

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de 10,50 heures ou 1,5 jours
- Lieu de la formation :

- 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, lménager@fglearning.fr

MODALITES ET DELAI D'ACCES

- Formation intra/sur mesure : validation du planning avec le client / commanditaire.
- Délai de réponse (obtention du devis et des conditions de formation) : 24 à 72h
- Délai d'entrée en formation : fonction de la date décidée avec le client.

TARIF ET INSCRIPTION

- Prix de la formation sur mesure : nous consulter

NIVEAU DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation depuis 23 : 12
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97%

CONTACT

FGLearning (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/>



Parcours attachés commerciaux

Ce parcours est composé de 3 modules : soit 6 jours

Module 1 : Les incontournables de la vente

Version 14/02/24

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
- ØLa 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

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale

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 : 13
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%

Attachés Co : Module 2 Training

Version du 21/02/2024

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir suivi les Fondamentaux de la vente 1 ou pour tout public étant déjà en situation de vente

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Réviser la formation « Les incontournables de la vente by STEF
- Tester ses connaissances
- Ancrer les méthodes
- S'entraîner, développer des réflexes commerciaux
- 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

Retour sur « Les incontournables de la vente by STEF » partie 1
QUIZ

Training, mises en situations
La prise de rendez-vous téléphonique
Traiter efficacement les objections
La prise de contact
La découverte

JOUR 2

Révision « Bien se connaître pour bien communiquer »
QUIZ

Training
La découverte (styles de communication)
L'argumentation
Le traitement des objections
La revalorisation tarifaire
La conclusion

METHODES PEDAGOGIQUES

Apport pédagogique du formateur
Etude de cas
Jeux de rôles
Travail en sous-groupes

MODALITES D'EVALUATION

Questionnaire préalable contenant des questions sur le sujet étudié
Evaluation tout au long de la formation

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale

MODALITE, LIEU 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

Pour toute demande d'aménagement nécessaire au bon déroulement de la formation pour tous, vous pouvez contacter notre référent handicap :
Léa Ménager , **07 62 50 71 95** [lmenager@fglearning.fr](mailto:lménager@fglearning.fr)



NIVEAUX DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi une formation en vente depuis 2023 : 35
- Taux d'assiduité : 95%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%

Module 3 : Pilotage commercial et relation client by

Version du 21/02/2024

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 depuis 2023 : 17
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97%

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/>

Parcours CHEF DES VENTES

Ce parcours est composé de 4 modules, soit 8 jours de formation

Module 1 : la vente by Stef

Version du 24/02/2024

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

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 21 heures ou 3 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 depuis 23 : 12
- Taux d'assiduité : 98%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97 %

Module 2 : Les incontournables du management : animer les équipes

Version du 21/02/2024

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 depuis 2023 : 12
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%

Module 3 : training

Version du 21/02/21

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir suivi le Module 1 et 2 (La vente by STEF et Animer les équipes commerciales by STEF)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Réviser la formation « Les incontournables du management commercial et la vente by STEF
- Tester ses connaissances
- Ancrer les méthodes
- S'entraîner, développer des réflexes commerciaux
- Développer sa posture de manager coach

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

Retour sur « Les incontournables du management commercial by STEF

Test de connaissances

Révision « La vente by STEF et les incontournables du management commercial

Révision « La vente by STEF

Révision « Bien se connaître pour bien communiquer

Révision « Les incontournables du management commercial - Animer les équipes

TRAINING

Réussir ses séances de training - Jeu de rôles
La prise de rendez-vous téléphonique

Réussir ses visites accompagnées
La prise de contact et la découverte
La découverte

Réussir ses visites accompagnées
L'argumentation, le traitement des objections, la conclusion
Speed training

Réussir ses séances de training - Jeu de rôles
La revalorisation tarifaire

METHODES PEDAGOGIQUES

Apport pédagogique du formateur
Etude de cas
Jeux de rôles
Travail en sous-groupes

MODALITES D'EVALUATION

Questionnaire préalable contenant des questions sur le sujet étudié
Evaluation tout au long de la formation

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale

MODALITE, LIEU ET DUREE

- Formation de : 7h heures ou 1 jour
- En présentiel dans les locaux de l'organisme de formation ou chez le client.

ACCESSIBILITE

Pour toute demande d'aménagement nécessaire au bon déroulement de la formation pour tous, vous pouvez contacter notre référent handicap :

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

NIVEAUX DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation depuis 2023 : 14
- Taux d'assiduité : 99%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%



Module 4 : le pilotage commercial et la relation client

Version du 21/02/2024

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 depuis 2023 : 10
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 97%

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/>



Piloter et animer les équipes commerciales DF

Version du 14/02/24

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.

COMPETENCES

- 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 depuis 2023 : 15
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%

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/>

SALES CAMPUS - VENDEURS GRANDS COMPTES

Ce parcours comprend 3 modules, soit 5 jours en tout

Module 1 : La vente en environnement stratégique

Version du 21/02/2024

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- 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

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale

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 depuis 2023 : 11
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 99%

Module 2 : Training

Version du 21/02/2024

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir suivi le module 1

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- S'entraîner avec de mises en situations sur tout ce qui a été vu pendant le module 1 :
 - 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

Introduction

- Passation d'un quiz de connaissances sur tous les sujets abordés dans le module 1

Déroulement de la journée

- La journée est une alternance de mises en situations, entraînements sur des cas précis, avec à l'issue de chaque mise en situation un débrief permettant aux participants d'identifier leurs points de réussite et leur point de progrès, avec une consolidation de la part du consultant des apports en lien avec la mise en situation.

Conclusion

- Rédaction d'un plan d'action pour chacun des participants

METHODES PEDAGOGIQUES

Exposés théoriques réalisés par notre formateur :

- Apport d'expériences de notre formateur
- Mises 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'ÉVALUATION 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 : 7,00 heures ou 1 jour
- 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 depuis 2023 : 18
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 98%

Module 3 : Pilotage commercial et relation client

Version du 21/02/2024

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Tout public étant déjà en situation de vente
Avoir rempli DISC sales simple
Avoir fait le module 1 et 2

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

JOUR 1

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 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

La méthode MEDDIC

L'approche BANT

JOUR 2

La soutenance commerciale (training)

La fidélisation client

Comment gérer un client mécontent

Reconquérir un client perdu

METHODES PEDAGOGIQUES

Apport pédagogique du formateur

Etude de cas

Jeux de rôles

Travail en sous-groupes

MODALITES D'EVALUATION

Questionnaire préalable contenant des questions sur le sujet étudié

Evaluation tout au long de la formation

NOTRE FORMATEUR

Expert en efficacité commerciale

LIEU ET DEROULEMENT DE LA FORMATION ET DUREE

- Formation de : 7,00 heures ou 1 jour
- 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 depuis 2023 : 11
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 96%

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/>