

## Parcours Learning Partners

Version du 20/01/24

### PREREQUIS

Bac +3 dans un domaine lié à l'activité commerciale ou la relation client ou les ressources humaines + 5 ans d'expérience professionnelle minimum.

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Construire son plan d'action commercial au travers d'une méthodologie rigoureuse précisant son champ d'action et en utilisant le CRM pour recueillir, traiter et mettre à jour les informations
- Adopter une posture commerciale permettant de s'adapter à son interlocuteur
- Cibler et contacter ses prospects en choisissant le canal et l'angle d'approche approprié
- Préparer ses rendez-vous commerciaux au travers d'une analyse du contexte client, des interlocuteurs concernés et de ses propres avantages concurrentiels
- Utiliser les techniques du Social Selling pour concevoir une campagne de communication/marketing ciblée pour accroître la visibilité de l'offre et favoriser le développement des ventes
- Analyser les attentes et besoins d'un client, avant et pendant un entretien de découverte
- Construire un pitch structuré pour présenter son activité de manière claire, concise et impactante en s'appuyant sur des supports mis à disposition
- Identifier les principaux leviers de satisfaction client pour la valoriser
- Formuler une proposition de service claire, pertinente et respectant les exigences légales, de la politique commerciale et des CGV
- Suivre sa performance et rester motivé dans ses activités commerciales au quotidien
- Argumenter ses propositions et traiter les objections positivement
- Préparer et conduire une négociation commerciale pour remporter l'adhésion

## COMPETENCES

- Construire son plan d'action commercial.
- Adopter une posture commerciale adaptable.
- Cibler et de contacter les prospects.
- Préparer efficacement ses rendez-vous commerciaux.
- Utiliser les techniques du Social Selling.
- Analyser les attentes et besoins d'un client.
- Construire un pitch impactant.
- Identifier les principaux leviers de satisfaction client.
- Formuler une proposition de service conforme.
- Suivre sa performance et de maintenir sa motivation.
- Argumenter ses propositions et de traiter les objections positivement.
- Préparer et de conduire des négociations commerciales réussies.

## PROGRAMME DE FORMATION

### Entretien de positionnement

- Objectifs :
  - Evaluer le acquis et marges de progrès des apprenants
  - Identifier les points forts de chacun
  - Identifier le profil de chacun et de l'équipe
- Modalité : Entretien individuel à distance de présentation personnelle et professionnelle

### Module 1 – Le plan d'action commercial

- Objectifs :
  - Analyser la concurrence
  - Identifier son champ d'action
  - Connaître et appliquer une méthodologie de PAC
  - Utiliser le CRM en place pour recueillir, traiter et mettre à jour les informations
- Thèmes abordés :
  - La veille concurrentielle
  - Méthodologie et outils de création du PAC
  - Création d'un PAC sous un modèle commun

### Module 2 – La posture commerciale

- Objectifs :
  - Adopter une posture commerciale adaptée
  - Adapter son comportement à son interlocuteur (DISC)
  - Oser et s'exprimer efficacement
- Thèmes abordés
  - Le modèle DISC
  - Posture haute/ Posture basse
  - Jeux de rôle sur la prise de parole

## Module 3 – La chasse

- Objectifs :
  - Choisir ses cibles de prospection : clients, contacts
  - Choisir le canal de contact
  - Se fixer des objectifs de prospection, des délais, des outils de mesure
  - Planifier sa prospection
  - Etablir son discours et son angle d'approche
- Thèmes abordés
  - Techniques de ciblage
  - Canaux de prospection et utilisation différenciée
  - Fonctions, postes, sources de contacts
  - Identifier le bon niveau d'interlocuteur
  - Angles d'accroches : service, discours, supports
  - Travailler son image et son mental

## Coaching Flash

- Réaliser un point de progrès individuel après le début du parcours pour mesurer l'atteinte des objectifs + résoudre des problématiques spécifiques rencontrées en clientèle

## Module 4 – Préparer les RDV

- Objectifs :
  - Etudier le contexte client et adapter son approche
  - Collecter des informations sur les prospects/clients
  - Identifier les interlocuteurs du rendez-vous
  - Préparer son questionnement
  - Préparer son offre et ses arguments de vente
- Thèmes abordés
  - Bonnes attitudes VS Erreurs fréquentes
  - Préparer son scénario de rdv
  - Préparation d'une liste type de questionnement
  - Outils identifiés d'aide à la vente
  - Exercice sur cas réel individuel

## Module 5 – Social selling

- Objectifs :
  - Connaître les outils et techniques liées aux réseaux sociaux utiles dans le cadre de la vente
  - Concevoir une campagne de marketing automation en collaboration avec le service communication/marketing au travers de l'outil de CRM et des réseaux
  - Identifier les objectifs, participer à la définition d'un message clé, ainsi que les canaux de diffusion d'une campagne
  - Mettre en place des actions récurrentes pour accroître la visibilité de l'offre et favoriser le développement des ventes
- Thèmes abordés
  - Les différents RS et leur utilité
  - Le marketing automation
  - Créer des tunnels de vente
  - Cas pratique de prospection via RS

## Module 6 – Prise de contact et découverte

- Objectifs :
  - Optimiser ses prises de contact par mail et par téléphone
  - Analyser les attentes et besoins d'un client
  - Mener un entretien de découverte
  - Démarrer un entretien
- Thèmes abordés
  - Les 4 profils DISC
  - Techniques de questionnement
  - Recherche des enjeux
  - Motivations d'achat
  - Critères de choix et processus de décision
  - Jeux de rôles et training sur chaque partie

## Module 7 – Pitcher

- Objectifs :
  - Structurer son discours
  - Présenter son entreprise et son activité de manière claire, concise et impactante
  - Utiliser les supports de présentation mis à disposition par le marketing
  - Renforcer le lien entre la présentation et son argumentaire de vente
  - Personnaliser son argumentaire
- Thèmes abordés
  - Les étapes d'un pitch convaincant
  - Parler aux différents profils d'interlocuteurs
  - Slides de support
  - Techniques de prise de parole et entraînement

## Coaching Flash

- Objectifs : Réaliser un point de progrès individuel après le début du parcours pour mesurer l'atteinte des objectifs + résoudre des problématiques spécifiques rencontrées en clientèle

## Module 8 – La relation client

- Objectifs :
  - Identifier les principaux leviers de satisfaction client
  - Préparer des actions de valorisation de la RC
  - Gérer les insatisfactions dans la RC
- Thèmes abordés
  - Motivations et satisfaction client
  - Cycle de vie du client, parcours client et expérience client : trois notions à distinguer
  - Optimiser et coordonner les canaux de communication avec le client
  - Culture orientée client et valeurs qui animent la RC
  - Construire un parcours client
  - Désamorcer les situations conflictuelles

## Module 9 – Développer une proposition commerciale

- Objectifs :
  - Utiliser les supports privilégiés pour monter son offre
  - Problématiser le besoin client
  - Apporter une réponse précise et claire au client
  - Argumenter autour de sa proposition de service
  - Formuler une proposition finale dans le respect des exigences légales, de la politique commerciale ainsi que des CGV
  - Soutenir sa proposition
- Thèmes abordés
  - Rédiger une proposition commerciale fictive + la soutenir devant ses pairs + Feedback

## Module 10 – Pilotage et animation commerciale

- Objectifs :
  - Mettre à jour ses objectifs de manière régulière
  - Suivre ses indicateurs de performance
  - Trouver des leviers de motivation
  - Préparer et animer des réunions commerciales efficaces
- Thèmes abordés
  - Suivi commercial et challenges
  - Motivation individuelle et collective
  - Animation de réunions et de moments d'équipe

## Module 11 – Argumentation et traitement des objections

- Objectifs :
  - Argumenter ses propositions
  - Anticiper les objections et scénarios possibles
  - Traiter les objections positivement
  - Faire des objections un levier de satisfaction client
- Thèmes abordés
  - BAC
  - Le levier émotionnel
  - La différenciation
  - Présenter et valoriser son prix
  - Identifier et comprendre une objection
  - Traiter pour rassurer "TOP"

## Module 12 – Négociation et Closing

- Objectifs :
  - Identifier les enjeux d'une négociation
  - Définir son objectif de négociation
  - Préparer une négociation
  - Bien communiquer lors des échanges de négociation
- Thèmes abordés
  - Les 3 dimensions de la négociation
  - Les 10 éléments clés de la négociation
  - Mes signaux d'achats
  - Jeu de rôle (préparation, jeu, debrief)

## Module 13 – Fidélisation et intelligence émotionnelle

- Objectifs :
  - Décrypter les émotions de son client pour comprendre fineement ses besoins
  - Être lucide sur ses émotions pour mieux maitriser la relation commerciale
  - Pratiquer l'empathie en gardant le bon niveau de distance
- Thèmes abordés
  - Connaître les 6 émotions et les reconnaître
  - Comprendre le modèle et les étapes du fonctionnement de l'IE (Identifier, Comprendre, Réguler, Utiliser, Exprimer)
  - Identifier les déclencheurs et les besoins derrière les émotions
  - Les niveaux d'empathie, l'empathie mature pour réguler les relations

### Soutenance

Réalisation d'un dossier professionnel et jeux de rôles pour mesurer l'acquisition des compétences

## METHODES PEDAGOGIQUES

Notre formation s'articule sur une alternance d'apports théoriques et de pratiques :

- Exposés théoriques réalisés par notre formateur
- Apport d'expériences de notre formateur et des apprenants
- Travaux en sous-groupes
- Mise en situation et jeux de rôle
- Exercices et ateliers d'application permettant aux stagiaires et au formateur d'évaluer les progrès individuels et collectifs

## MODALITES D'ÉVALUATION

Le parcours de formation permet de préparer le Bloc 2 « Décliner la stratégie de développement du portefeuille client » de la certification « **Responsable développement Commercial** » de l'ESGCV, immatriculé NSF 312 - Niveau 6 – RNCP36610, Enregistré au RNCP par décision de France Compétences en date du 01/07/2022 et dont le référentiel est accessible à l'adresse suivante :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36610/>

### Evaluation initiale :

- L'entretien de positionnement permet une évaluation des participants avant leur entrée dans le parcours pour s'assurer d'une bonne adaptation des contenus de formation
- Un questionnaire préalable est envoyé aux participants pour recueillir leur auto-positionnement sur certaines compétences liées au parcours

### Evaluation finale :

- Dossier d'évaluation professionnel
- Soutenance devant un jury (présentation et jeu de rôle)

## NOTRE FORMATEUR

Ensemble de 7 formateurs, spécialisés dans leurs domaines d'expertise : Vente pure, Relation client, Social Selling, Animation commerciale, Emotions et empathie, Rédaction de propositions commerciales

## MODALITE, LIEU ET DUREE

### Modalité :

- Présentiel pour les modules de formation
- Distanciel pour les coachings

### Lieu :

- En présentiel dans les locaux du client

### Durée :

Formation d'une durée de 48 heures sur 6 à 8 mois.

## 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**, [lménager@fglearning.fr](mailto:lménager@fglearning.fr)

## INSCRIPTION ET DELAIS

- Formation intra/sur mesure : validation du planning avec le client / commanditaire.

## TARIFS

Formation sur mesure : Sur demande, tarif communiqué au client.

## NIVEAUX DE PERFORMANCE

- Nombre de stagiaires ayant suivi la formation en 2023 : 4
- Taux d'assiduité : 100%
- Taux de satisfaction des stagiaires : 96%
- Taux d'obtention de la certification : NA (Passage en Juillet 2024)

## TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES:

Les intitulés métiers du Responsable du développement commercial sont variés et peuvent différer selon les domaines et structures dans lesquels il évolue.

- Business developer
- Responsable commercial
- Responsable grands comptes ou comptes clés
- Responsable partenariat
- Responsable clientèle
- Responsable des ventes
- Chef de vente

- Chef de secteur/zone
- Responsable de secteur
- Chargé d'affaires
- Conseiller commercial
- Consultant commercial

## CODE(S) ROME :

M1707 - Stratégie commerciale

D1407 - Relation technico-commerciale

D1406 - Management en force de vente

## TAUX D'INSERTION :

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2021	718	1	92	67	-
2020	279	1	89	71	-
2019	215	0	96	80	79

## CONTACT

FGlearning (by First Group)

63 avenue de Villiers, 75017 Paris

01 80 06 94 00

Mail : [contact@firstgroup.fr](mailto:contact@firstgroup.fr)

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