



DEVELOPPER LA PERFORMANCE COMMERCIALE

RENFORCER LA POSTURE COMMERCIALE DES SALARIES NON VENDEURS : « Tous vendeurs »

Réf. Action : Formation standard 03 / 06	
Pré-requis : Aucun	Durée : 2 jours en sessions collectives (14 h)
Public : Tous les personnels non commerciaux	
 <p>Un programme qui peut, sous certaines conditions, bénéficier d'un cofinancement du Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels dans le cadre du projet MUTECO opéré par l'AGEFOS PME (nous consulter)</p> 	Lieu de formation : GRADIAN et / ou l'entreprise bénéficiaire Coût de la formation : 920 € HT par jour et par stagiaire, plus frais de déplacements éventuels de l'intervenant
Objectifs pédagogiques : <ul style="list-style-type: none">• Maîtriser les fondamentaux de la posture commerciale pour devenir un maillon de la force commerciale de l'entreprise, adopter le principe du « tous vendeurs » en tant qu'acteur à part entière de la force commerciale.• Démystifier le processus de vente et développer la culture de la vente comme fonction vitale dans l'entreprise.• Sensibiliser les personnes qui n'ont pas de composante commerciale inscrite dans leur fonction, à la réalité de leur influence sur la relation client et le développement de l'activité.• Comprendre l'importance de la fidélisation du client et de son corollaire, un chiffre d'affaires récurrent.• Transmettre les techniques et outils et entrainer les stagiaires afin qu'ils deviennent proactifs dans le développement des activités de leur entreprise :<ul style="list-style-type: none">- Savoir être : Comportement en face à face ou échange téléphonique avec un client.- Repérer le besoin du client et le reformuler.- Répondre à une objection.- Coopérer avec ses collègues, passer le relais aux commerciaux.- Définir un plan d'action personnel.	
Programme :	
1^{ère} journée <ul style="list-style-type: none">• S'accorder sur la finalité de l'entreprise<ul style="list-style-type: none">- La chaîne de valeur- La satisfaction client• Le processus de vente dans la chaîne de valeur globale de l'entreprise• La déconstruction du stéréotype du vendeur• Le client : celui sans qui rien n'est possible<ul style="list-style-type: none">- La nécessité de passer en mode client	

- « Tous clients »
- Les attentes du client
- L'importance de la fidélisation du client, les ventes récurrentes

(Formation standard 03/06 p2)

2ème journée

- Savoir être : comment se comporter seul ou en présence d'un commercial
 - Le salarié représentant de l'entreprise
 - Hiérarchie fonctionnelle en présence du client
- Coopérer avec ses collègues, passer le relai aux commerciaux
 - Principes de la collaboration
 - Quand, pourquoi et comment passer le relai ?
- Identifier tous les actes qui, au quotidien influent sur la relation client
 - Toute interaction contribue au processus de vente
 - Influence des actes sans interaction directe
- Répondre à une objection
 - Adopter une attitude appropriée
 - Comprendre les racines de l'objection-Questionnement
 - Formuler une réponse
- Repérer le besoin du client et reformuler.
 - Ecoute active
 - Assertivité
- Introduire la vente personnalisée, la vente du 21ème siècle
 - Tenir compte des besoins et des attentes
 - Apporter une solution
 - Etablir une relation de confiance