Formation Développement commercial et stratégie de vente

STRUCTURER UNE DÉMARCHE COMMERCIALE COMPLÈTE

Le développement commercial et la stratégie de vente demandent une organisation claire et des méthodes adaptées au marché ciblé. Cette formation permet de structurer une démarche commerciale complète, depuis l'analyse du marché jusqu'au suivi des résultats. Les participants apprennent à définir une stratégie, à organiser leur prospection et à conduire leurs actions de vente avec méthode.

OBJECTIF

A l'issue de la formation Formation Développement commercial et stratégie de vente, diverses compétences vous seront transmises, notamment :

- Définir une stratégie de développement commercial adaptée à son marché
- Construire un plan d'actions commercial structuré
- Mettre en œuvre une prospection efficace et organisée
- Conduire un entretien de vente et négocier avec méthode

LES PRÉREQUIS

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation : un bilan préformation sera établi.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer ses compétences.

OUTILS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Matériel requis : Ordinateur, connexion Internet, navigateur web à jour, si la formation porte sur un logiciel spécifique, vous devez avoir une version de celui-ci. En cas de formation en présentiel, un PC avec les logiciels nécessaires pourra vous être prêté le temps de la formation.

Plateformes utilisées : outils collaboratifs (Google Docs, Drive pour échanges de fichiers), échange de mail, site web spécifique pour envoi de gros fichiers
Supports fournis : supports PDF, modèles de sites, bibliothèques d'exemples

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement signée. Une attestation de fin de stage est délivrée. Exercices pratiques tout au long de la formation. Une évaluation pratique & théorique sera réalisée en fin de parcours.

LES POINTS FORTS

Formation réalisable à distance,
en présentiel ou un mix des deux.

Formation sur mesure et adaptée.

Avancement à votre rythme
Devenez autonomes !

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de handicap,
Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

DÉLAI D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut et du financement de la formation. Pour en savoir plus, contactez-nous

SI FORMATION À DISTANCE

Dispositif d'exécution utilisé pour la visio : Nous utiliserons de préférence Google Meet, en cas de problème ou changement nous pouvons passer par Microsoft Teams, Zoom, Skype.

Dispositif mis en place pour échanger : Le formateur reste disponible par mail entre les séances pour toutes éventuelles question

DURÉE DE LA FORMATION

Se référer au devis

MODALITÉ D'EXECUTION

Se référer au devis

MODALITÉS D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

L’accompagnement comprend

– Un test de positionnement initial permettant d’adapter le parcours
– Un entretien de cadrage pédagogique en début de formation
– Un suivi continu durant les séances (feedback immédiat, corrections guidées)
– Un temps de questions/réponses en début de chaque session (10 à 15 minutes). Votre formateur vous pose quelques questions pour repérer ce qui a été retenu du cours précédent et fait une piqûre de rappel en cas de besoin
– Une disponibilité du formateur par email entre les séances (sous 48h ouvrées)
– Un point intermédiaire à mi-parcours
– Un bilan final de préparation à la certification

Encadrement

– Le formateur est là pour vous, il vous accompagne tout au long du processus
– Accompagnement individualisé en cas de difficulté
– Adaptation des exercices au niveau du candidat
– Tout en dirigeant cette formation, il s’adapte à votre rythme, à votre besoin

Modes d’évaluation de la progression

L’évaluation se fait tout au cours de la formation. Une fois un point du programme vu, un retour d’information oral peut s’effectue ou plus fréquemment une manipulation par le stagiaire pour voir si le point est compris et acquis.

La théorie, mais surtout la pratique est de mise pour atteindre l'objectif fixé

La durée annoncée de chaque module est la durée minimum, elle peut être allongée si nécessaire au bon déroulement de la formation.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 – Définir sa stratégie de développement commercial

- Analyser son environnement commercial
- Étudier son marché et ses tendances
- Identifier ses segments de clientèle
- Déterminer sa cible prioritaire
- Analyser la concurrence
- Clarifier son positionnement
- Définir sa proposition de valeur
- Fixer des objectifs commerciaux mesurables
- Choisir ses axes de développement
- Formaliser sa stratégie commerciale

Module 2 – Construire son plan d'actions commercial

- Définir les actions à mettre en place
- Planifier les actions dans le temps
- Déterminer les ressources nécessaires
- Fixer des priorités
- Établir un budget commercial
- Mettre en place des indicateurs de performance
- Créer un tableau de bord de suivi
- Organiser la répartition des tâches
- Prévoir des points de contrôle réguliers
- Ajuster le plan selon les résultats

Module 3 – Organiser et piloter la prospection

- Comprendre le rôle de la prospection dans la stratégie globale
- Définir des objectifs de prospection
- Identifier les canaux adaptés à sa cible

- Construire un fichier de prospects
- Qualifier ses contacts
- Préparer un argumentaire de prospection
- Structurer un script d'appel
- Organiser son planning de prospection
- Utiliser un outil de gestion des contacts
- Mesurer le taux de transformation
- Analyser les résultats obtenus

Module 4 – Maîtriser l'entretien de vente

- Préparer son rendez-vous commercial
- Définir un objectif d'entretien
- Réussir la prise de contact
- Créer un climat de confiance
- Découvrir les besoins du client
- Pratiquer l'écoute active
- Reformuler les attentes
- Présenter son offre de manière structurée
- Argumenter en mettant en avant les bénéfices
- Traiter les objections
- Conclure la vente
- Valider les prochaines étapes

Module 5 – Négocier et fidéliser dans la durée

- Préparer sa négociation
- Définir ses marges de manœuvre
- Identifier les points de blocage
- Distinguer objection et demande de concession
- Argumenter face à une demande de remise
- Obtenir une contrepartie
- Formaliser un accord
- Assurer le suivi après la vente
- Mettre en place un plan de fidélisation
- Mesurer la satisfaction client
- Développer les ventes additionnelles