



Programme de formation Module VENTE et NEGOCIATION 2024



VENTE ET NÉGOCIATION

- **Les 7 étapes clés d'une Méthode de vente**
- **Comment réussir en négociation vente : tout se passe dans la tête**
- **Comment réussir dans ses relations professionnelles**
- **Comment fidéliser son client**

Public visé

- Vendeur itinérant
- Vendeur sédentaire
- Chef des ventes
- Directeur des ventes
- Directeur commercial
- Responsable marketing
- Chef produit

Pré requis

Aucun

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation l'apprenant sera capable de :

- De maîtriser et d'appliquer les 7 étapes clés de la vente
- De maîtriser les principales techniques de prospection par téléphone
- De préparer un entretien commercial
- De découvrir les besoins de son client
- D'argumenter son client en fonction de ses besoins
- De conclure une vente
- De pratiquer la vente par recommandation et la vente additionnelle
- De vendre ce que le client a besoin et non ce qu'il demande
- De pratiquer la revente , la vente conseil au personnel commercial de son client

Durée et modalité d'organisation

Date : x

Durée : 5 jours / 35 h

Horaires : 9h / 13h

14h / 17 h

En présentiel

En intra

Nombre participants : 8 maximum

Déroulé et contenu de la formation

Journée 1

- C'est quoi une méthode de vente
- La prospection par téléphone pour prise de rendez-vous
- Le script de l'entretien téléphonique

Journée 2

- La préparation de l'entretien commercial
- Le Rendez-vous 1
- La prise de contact
- Comment créer la confiance

Journée 3

- La découverte des besoins
- L'argumentation

Journée 4

- C'est quoi une objection
- La réfutation des objections

Journée 5

- Les techniques de conclusion
- La vente par recommandation
- La vente additionnelle

Moyen d'encadrement

- Intervenant : Michel GARCIA Gérant de la SAS MGC depuis février 2012
- Formateur certifié DATADOCK et QUALIOPI
- Toutes les formations sont assurées par Michel GARCIA
- Face à face avec un formateur maîtrisant les techniques de management communication ,marketing et commerciales , disponible du lundi au samedi de 8h00 à 19h00
- Expérience de plus de 25 ans dans toutes tailles d'entreprises et d'organisations
- Ex Directeur commercial et marketing d'un groupe mondial leader sur son marché responsable d'équipes sédentaires ou itinérantes de 20 à 350 personnes
- Michel GARCIA entretient et développe régulièrement ses compétences par une veille informationnelle sur internet

Méthodes mobilisées (Moyens pédagogiques et techniques)

Méthodes :

- Des apports théoriques appuyés par des études de cas pratiques
- Jeux de rôles
- Mises en situation répétées
- Explications imagées
- Simulations avec débriefing
- Brainstorming
- Benchmarking de pratiques externes

Documents remis aux stagiaires:

- Fichier PPT
- Vidéos
- Bibliographie

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Camescope
- Paperboard

Modalités de suivi et d'évaluation

Mode évaluation :

- Mise en situation
- Documents remis aux stagiaires: Fichier PPT de la formation
- Attestation de formation
- Coaching : possibilité d'intervention en entreprise

27/02/2024

Public visé

- Vendeur itinérant
- Vendeur sédentaire
- Chef des ventes
- Directeur des ventes
- Directeur commercial
- Responsable marketing
- Chef produit

Pré requis

Aucun

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation l'apprenant sera capable de :

- De mieux se connaître pour s'accepter soi même pour arriver chez son client confiant et déterminé
- Ne pas se sous-estimer
- De se concentrer sur les points clés et donc prioritaires de sa négociation en évitant les préjugés
- D'apprendre à écouter et à parler moins chez son client
- De se fixer des objectifs toujours plus ambitieux , d'être persévérant et enthousiaste
- Ne pas confondre l'efficacité et l'efficience

Durée et modalité d'organisation

Date : x

Durée : 2jours / 14 h

Horaires : 9h / 13h

14h / 17 h

En présentiel

En intra

Nombre participants : 8 maximum



Déroulé et contenu de la formation

Journée 1

Module 1

Comment ne pas se mettre en situation d'échec chez son client

- Les préjugés et les stéréotypes
- Ne partez jamais battu d'avance
- Ne jugez pas sans savoir
- Évitez les idées reçues sur les clients
- Ne voyez pas que les risques
- Ne vous interdisez rien : oser c'est agir / Croire en vous et s'engager
- La maladie des excuses
- Le besoin d'approbation
- Le non respect des engagements
- La procrastination et ses effets
- La gestion du temps du commercial

Journée 2

Module 2

Se mentaliser pour être redoutable chez le client

- Réussite , ambition et épanouissement
- Observer , écouter et parler moins
- Efficacité et efficience
- Avoir des objectifs

Module 3

Les conditions de la réussite chez son client

- L'habitude de se plaindre
- La persévérance
- L'enthousiasme
- La gestion de l'échec
- Synthèse des 2 journées

Moyen d'encadrement

- Intervenant : Michel GARCIA Gérant de la SAS MGC depuis février 2012
- Formateur certifié DATADOCK et QUALIOPi
- Toutes les formations sont assurées par Michel GARCIA
- Face à face avec un formateur maîtrisant les techniques de management communication ,marketing et commerciales , disponible du lundi au samedi de 8h00 à 19h00
- Expérience de plus de 25 ans dans toutes tailles d'entreprises et d'organisations
- Ex Directeur commercial et marketing d'un groupe mondial leader sur son marché responsable d'équipes sédentaires ou itinérantes de 20 à 350 personnes
- Michel GARCIA entretient et développe régulièrement ses compétences par une veille informationnelle sur internet

Méthodes mobilisées (Moyens pédagogiques et techniques)

Méthodes :

- Des apports théoriques appuyés par des études de cas pratiques
- Jeux de rôles
- Mises en situation répétées
- Explications imagées
- Simulations avec débriefing
- Brainstorming
- Benchmarking de pratiques externes

Documents remis aux stagiaires:

- Fichier PPT
- Vidéos
- Bibliographie

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Camescope
- Paperboard

Modalités de suivi et d'évaluation

Mode évaluation :

- Quiz
- Documents remis aux stagiaires: Fichier PPT de la formation
- Attestation de formation
- Coaching : possibilité d'intervention en entreprise

27/02/2024

Public visé

- Toute personne sédentaire en contact avec un client (Professionnel ou particulier)
- Toute personne en contact avec un interlocuteur extérieur et partie prenante
- Toute personne en charge des litiges clients
- Toute personne en charge de l'accueil client (Téléphone ou en présentiel)

Pré requis

Aucun

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation l'apprenant sera capable de :

- De mieux se connaître pour utiliser ses atouts lors d'un échange professionnel
- Ne pas se sous-estimer
- De gérer un entretien en pratiquant l'écoute active
- Ne pas confondre l'efficacité et l'efficience
- De mieux gérer un entretien téléphonique
- De rechercher en permanence la satisfaction du client professionnel ou particulier
- De trouver la bonne posture pour gérer les litiges clients
- De travailler en respectant son environnement

Durée et modalité d'organisation

Dates

Durée : 2jours / 14 h

Horaires : 9h / 13h

14h / 17 h

En présentiel

En intra

Nombre participants : 27/02/2024

Déroulé et contenu de la formation

Jour 1

Module 1

Comment ne pas se mettre en situation d'échec avec ses interlocuteurs

- Le monde change , les entreprises compétitives s'adaptent
- Les stéréotypes et les préjugés
- Oser être soi
- La maladie des excuses
- Le besoin d'approbation
- Le non respect des engagements
- La procrastination et ses effets
- La gestion du temps

Jour 2

Module 2

Se mentaliser pour être performant

- Réussite , ambition et épanouissement
- Observer , écouter et parler moins
- Efficacité et efficience
- La gestion des litiges client
- Les facteurs clés de succès dans un échange téléphonique
- Avoir des objectifs

Module 3

Les conditions de la réussite

- L'habitude de se plaindre
- La persévérance
- L'enthousiasme
- La gestion de l'échec
- Synthèse des 2 journées

Moyen d'encadrement

- Intervenant : Michel GARCIA Gérant de la SAS MGC depuis février 2012
- Formateur certifié DATADOCK et QUALIOPI
- Face à face avec un formateur maîtrisant les techniques de vente , de communication et de négociation à haut niveau
- Expérience de plus de 25 ans de négociation en Grande distribution au niveau local , régional et national
- Ex Directeur commercial et marketing d'un groupe mondial leader sur son marché responsable d'équipes sédentaires ou itinérantes de 20 à 350 personnes

Méthodes mobilisées (Moyens pédagogiques et techniques)

Méthodes :

- Des apports théoriques appuyés par des études de cas pratiques
- Jeux de rôles
- Mises en situation répétées
- Explications imagées
- Simulations avec débriefing
- Brainstorming
- Benchmarking de pratiques externes

Documents remis aux stagiaires:

- Fichier PPT
- Vidéos
- Bibliographie

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Paperboard

Modalités de suivi et d'évaluation

Mode évaluation :

- Quiz
- Documents remis aux stagiaires: Fichier PPT de la formation
- Attestation de formation
- Coaching : possibilité d'intervention en entreprise

27/02/2024

Public visé

- Vendeur itinérant
- Vendeur sédentaire
- Chef des ventes
- Directeur des ventes
- Directeur commercial
- Responsable marketing
- Chef produit

Pré requis

Aucun

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation l'apprenant sera capable de :

- D'identifier les besoins réels de son client
- D'utiliser et de maîtriser la carte de l'empathie pour bien connaître son client
- De gérer l'insatisfaction client
- De bien gérer un litige client
- De s'adapter aux changements du marché
- De bien gérer le fichier client en maîtrisant les différentes typologies de clients
- De mesurer la satisfaction du client

Durée et modalité d'organisation

Date : x

Durée : 2jours / 14 h

Horaires : 9h / 13h

14h / 17 h

En présentiel

En intra

Nombre participants : 8 maximum

Déroulé et contenu de la formation

Journée 1

- Les caractéristiques des entreprises compétitives
- Fidéliser : un enjeu stratégique
- Ne pas confondre fidélisation client et fidélité du client
- Les chiffres clés de la fidélisation client
- Les 3 types de besoins de votre client
- Tout ce que vous devez savoir de votre client
- L'insatisfaction client et sa gestion
- Comment tirer profit d'un litige

Journée 2

- Le client n'achète pas ce qu'on lui vend
- Les avantages concurrentiels de votre entreprise
- Comment vendre les avantages concurrentiels
- Comment s'adapter aux changements du marché
- Il y a fichier client et fichier client

Moyen d'encadrement

- Intervenant : Michel GARCIA Gérant de la SAS MGC depuis février 2012
- Formateur certifié DATADOCK et QUALIOPI
- Toutes les formations sont assurées par Michel GARCIA
- Face à face avec un formateur maîtrisant les techniques de management communication ,marketing et commerciales , disponible du lundi au samedi de 8h00 à 19h00
- Expérience de plus de 25 ans dans toutes tailles d'entreprises et d'organisations
- Ex Directeur commercial et marketing d'un groupe mondial leader sur son marché responsable d'équipes sédentaires ou itinérantes de 20 à 350 personnes
- Michel GARCIA entretient et développe régulièrement ses compétences par une veille informationnelle sur internet

Méthodes mobilisées (Moyens pédagogiques et techniques)

Méthodes :

- Des apports théoriques appuyés par des études de cas pratiques
- Jeux de rôles
- Mises en situation répétées
- Explications imagées
- Simulations avec débriefing
- Brainstorming
- Benchmarking de pratiques externes

Documents remis aux stagiaires:

- Fichier PPT
- Vidéos
- Bibliographie

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Camescope
- Paperboard

Modalités de suivi et d'évaluation

Mode évaluation :

- Quiz
- Documents remis aux stagiaires: Fichier PPT de la formation
- Attestation de formation
- Coaching : possibilité d'intervention en entreprise

27/02/2024

Public visé

- Chef d'entreprise
- Manager d'une force de vente itinérante ou sédentaire
- Chef des ventes
- Directeur commercial
- Responsable Grands comptes

Pré requis

Détenir la responsabilité et la gestion d'un ou plusieurs clients Grands Comptes

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation l'apprenant sera capable de

- Préparer une négociation avec les GC
- Contrôle et conduite de l'entretien
- Le Modèle Process Com
- Se familiariser avec les techniques d'influence
- Adapter les techniques de communication à sa clientèle
- Convertir le négatif en positif
- Comment faire face aux mauvais tours des acheteurs
- Comment négocier avec les différents types d'acheteurs

Durée et modalité d'organisation

Dates : A définir

Durée : 5 jours / 35 heures

Horaires : 9h / 13h
14h / 17 h

En présentiel

En intra

Nombre participants : 27/02/2024

Déroulé et contenu de la formation

J1 et J2 : Le Modèle Process COM

- La préparation de la négociation
- Les 6 profils des négociateurs : caractéristiques
- Les besoins psychologiques à satisfaire
- La négociation avec chaque profil
- Comment faire acheter chaque profil
- Le stress de chaque profil
- Les mots clés à utiliser pour chaque profil
- Les comportements et attitudes à éviter pour chaque profil
- Le comportement du commercial à proscrire pour chaque profil

J3 le fichier client du responsable Grands Comptes

- Les 7 typologies de clients
- La gestion du portefeuille client
- Le PAC par typologies

J4 et J5 : les techniques de négociation avec les Grands Comptes

- Etablir un climat de sympathie
- Les techniques de communication et d'influence
- Faire face aux pièges des acheteurs professionnels
- Le bluff et le mensonge
- Les 3 types de comportements en négociation
- Le traitement des objections
- Comment défendre ses prix
- Tirer profit de la bonne gestion d'un litige

Moyen d'encadrement

- Intervenant : Michel GARCIA Gérant de la SAS MGC depuis février 2012
- Formateur certifié DATADOCK et QUALIOPi
- Toutes les formations sont assurées par Michel GARCIA
- Face à face avec un formateur maîtrisant les techniques de management communication, marketing et commerciales, disponible du lundi au samedi de 8h00 à 19h00
- Expérience de plus de 25 ans dans toutes tailles d'entreprises et d'organisations
- Ex Directeur commercial et marketing d'un groupe mondial leader sur son marché responsable d'équipes sédentaires ou itinérantes de 20 à 350 personnes
- Michel GARCIA entretient et développe régulièrement ses compétences par une veille informationnelle sur internet

Méthodes mobilisées (Moyens pédagogiques et techniques)

Méthodes :

- Pédagogie active et opérationnelle avec un plan d'action individuel concret
- Des apports théoriques appuyés par des études de cas pratiques
- Jeux de rôles
- Mises en situation répétées
- Explications imagées
- Simulations avec débriefing
- Brainstorming
- Benchmarking de pratiques externes

Documents remis aux stagiaires:

- Fichier PPT
- Vidéos
- Bibliographie

Moyens techniques

- Vidéoprojecteur
- Camescope
- Paperboard

Coaching

Possibilité d'intervenir en accompagnement terrain si accord du management

Modalités de suivi et d'évaluation

Mode évaluation :

- Mises en situation
- Documents remis aux stagiaires: Fichier PPT de la formation
- Attestation de formation
- Accompagnement possible des équipes en entreprise ou chez les clients pour vérification et application des acquis