




Programme de la formation

Prospecter et vendre

-  En groupe sur site
-  28 heures sur 4 jour(s)
-  Salarié en poste, Demandeur d'emploi, Indépendant et dirigeant
-  1 400 € Net de taxe par participant

Description courte

Cette formation s'adresse aux dirigeants, indépendants, demandeurs d'emploi en création, aux micro-entreprises, TPE sur Angers souhaitant parfaire leur **stratégie commerciale** (reporting commercial, plan commercial, gestion pour accroître mon chiffre d'affaires, performance dans ma prospection, performance dans la négociation et mes entretiens de vente...).

Le but : accroissement du CA, prospection, négociation, fidélisation de mes clients.

Profil des participants

- Chefs d'entreprise, dirigeants, indépendants TPE, micro-entreprise.
- Demandeur d'emploi en création.
- Salariés en reconversion et création d'entreprise.

Prérequis

- Connaissances en stratégie marketing et commerciale.
- Connaissances en techniques d'animation, et techniques de vente.
- Outils numériques
- Gestion comptable

Objectifs

Définir votre stratégie Marketing, **adapter** l'image de votre entreprise et **choisir** les bons supports de communication

Être performant dans votre prospection et vos entretiens de vente

Prendre goût et maîtriser la démarche commerciale

Aptitudes et compétences visées / attestées

- Mettre en place ma stratégie commerciale.
 - Lisser mon activité de vente sur l'année.
 - Accroître mon CA rapidement.
 - Performance de mes commerciaux (prospection, négociation, fidélisation avec mes clients).
-

-
- Utilisation d'outils digitaux et numériques en plus de la prospection téléphonique, physique, et par e-mailing, SMS... Se mettre à jour et trouver la stratégie commerciale qui me correspond à l'ère du numérique.

Contenu

PROGRAMME :

Fondamentaux du marketing, plan marketing et de communication (1 jour)

Définition de la stratégie marketing : les étapes clés

- Segmentation et ciblage des marchés prioritaires
- Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services
- **Définir son message :**
- Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux,
- Dans quel but ? Ventes, image, conquête, différenciation, fidélisation,
- Pour délivrer quel message ?
- Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?
- **Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital :**
- Argumenter en « bénéfiques clients »,
- Choix des messages : se distinguer de la concurrence.
- **Quels supports de communication pour quelles cibles ?**
- Print, Web et Digital selon ses objectifs.
- Avantages, inconvénients, limites.
- Mise en place d'un plan de communication
- Méthodes et outils de pilotage et de contrôle

La relation client (0,5 jours)

- **Identifier les parties prenantes de la relation commerciale**
- **Comprendre les enjeux de la relation client :**
- L'image
- Le chiffre d'affaire
- La fidélisation
- **Gestion de la relation client :**
- Distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
- Etablir le contact et favoriser la confiance
- Mettre en valeur ses solutions
- Suivre chaque étape, du premier contact à l'après-vente
- Les outils pour gérer la relation client (CRM)

Prospecter et décrocher ses rendez-vous commerciaux (1 jour)

- **Préparer sa prospection**
 - Définir ses cibles de prospects
 - Constituer ses fichiers prospects / partenaires prescripteurs
-

-
- Fixer ses objectifs de prospection
 - Se mettre en conditions optimales et lever ses freins personnels
 - **Techniques de prise de rdv téléphonique**
 - Savoir se présenter et susciter l'intérêt
 - Savoir franchir le barrage du secrétariat
 - Développer une écoute active
 - Détecter les besoins du prospect
 - Rédiger son scénario téléphonique
 - Se préparer aux objections des prospects

Réussir ses entretiens commerciaux (1,5 jours)

- **Négociateur, c'est quoi ?**
- **La préparation de l'entretien de négociation :**
- Les objectifs (court, moyen et long terme)
- Le timing de l'entretien
- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion
- **Les éléments en jeu en négociation**
- Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales)
- Les attitudes relationnelles
- Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
- Les pièges de l'argumentation
- **Basculer sur la vente**
- Savoir poser des questions et développer un argumentaire commercial
- Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix
- Résoudre et désamorcer les situations de conflit

Pédagogie et organisation

PÉDAGOGIE :

- Démarche interactive et participative, privilégiant les échanges entre participants tout en maîtrisant le contenu et la méthode
- Mobilisation et valorisation de la personne et de ses atouts
- Autonomisation et développement des compétences de la personne
- Individualisation : mise en place d'un plan d'actions individuel pour chaque entrepreneur, mise en pratique systématique dans le cadre de son entreprise, travaux individuels encadrés par le formateur pendant le temps de la formation, rendez-vous post-formation

MODALITÉS :

La formation alterne des :

-
- Séances de Grand Groupe avec apports du formateur, supports visuels, jeux de rôle, échanges.

- Séances de Petit Groupe: application et mises en pratique par sous-groupes formés en fonction des besoins des participants
- Travaux individuels encadrés par le formateur
- Accessibilité du formateur pour tout entretien individuel pendant la formation

Complétée après la formation par :

- Un entretien individuel post-formation
- L'adhésion à un réseau de créateurs d'entreprise (BGE Club)
- L'accès à une plateforme d'apprentissage en ligne

MOYENS PÉDAGOGIQUES :

- Salle de formation équipée en vidéoprojecteur et internet
- Temps réservé par le formateur pour des rendez-vous individuels, afin d'aider à la mise en place du plan d'action issu de la formation.
- Espace co-working : mise à disposition de postes de travail, et équipement informatique sur demande
- Autres salles de travail pour les travaux en petits groupes
- Sur demande, mise à disposition d'un bureau équipé pour les travaux personnels et/ou d'un ordinateur portable

Mode de validation

Une attestation de formation sera délivrée à chaque participant, ainsi qu'une évaluation des acquis réalisée par le formateur.

Financements possibles

- Fonds de formation des TNS (Agefice, FIFPL, FAFCEA).
- Formation éligible au Compte Personnel de Formation (CPF).

BGE apporte une assistance dans le montage des dossiers de demande de prise en charge.
