

SARL FOCONEX FORMATION

SARL au capital de 2 250€
13A BOULEVARD MARCEL HENRY
(RUE DU STADE DE CAVANI)
97600 MAMOUDZOU

0269 61 84 53
06 39 69 90 70

formations@foconex.fr
www.foconex.fr



Programme de formation

Commercial (renforcement des techniques de ventes et développement du portefeuille clientèle)_COMP3

But de la formation

Les entreprises perdent en moyenne 50 % de leurs clients tous les cinq ans, il est par conséquent indispensable de trouver de nouveaux clients pour continuer de développer son business. Comment optimiser et augmenter votre portefeuille clients ? Pour optimiser la gestion du portefeuille clients, il est nécessaire de mixer prospection et suivi client de manière objective tout en tenant compte des spécificités de chaque client. Grâce à cette formation commerciale, vous augmenterez rapidement votre portefeuille clients et par conséquent votre CA, mieux maîtriser la prise de RDV, de vous positionner avec un fort niveau de valeur ajoutée dès les 1ers instants et de varier les sources de prospection.

À l'issue de la formation, les participants seront capables :

- de valoriser sa double compétence technique et commerciale.
- de maîtriser sa communication et créer un climat propice à l'expression du besoin client.
- de garantir la synergie entre ses ressources internes et le client.
- de prioriser ses différentes missions en fonction du potentiel de business.
- d'identifier les sources d'optimisation du temps, des tournées et des rendez-vous.
- de construire son outil de pilotage de l'activité commerciale.
- de varier ses sources de prospection et savoir l'organiser.

Pré-requis

- Aucun
- Avoir la volonté de vouloir améliorer ses compétences

Type de public

- Toute personne, travaillant ou souhaitant travailler dans le domaine du commerce.
- Toute personne occupant une fonction technique et confrontée à des situations commerciales à forts enjeux.

Durée

- 14 heures (2 jours)
- **Possibilité de faire la formation sur plusieurs jours en fonction des besoins de la société (formation sur mesure)**

Lieu de la formation :

Formation Inter ou Intra

Taille du groupe

4 à 12 personnes _ 10 personnes (possibilité sur mesure)

Formateur

Omar ABDALLAH : professionnel (QHSSE) et dans le domaine du management et du leadership depuis plus de 10 ans.

Prix

Toute demande de devis doit être faite par mail sur formations@foconex.fr ou via notre site internet www.foconex.fr. Dans les 24h vous avez le devis. Sinon vous pouvez visualiser notre catalogue de formation qui est en ligne.

Inscription & Modalités d'accès

Toute demande d'inscription doit être confirmée par écrit par la société cliente, soit en utilisant notre formulaire, soit par un bon de commande qui lui est propre. Une convention mentionnant l'adresse et les horaires de formation est adressée par courrier ou par courriel au responsable de l'inscription dans les deux semaines qui précèdent le début du stage. Dès réception de votre inscription, nous vous adressons un mail personnalisé confirmant votre inscription (titre du stage, date et lieu). Les formations sont effectuées par un formateur agréé de son domaine.



Accessibilité aux personnes en situation de handicap : **nous consulter**. Nous nous tenons à disposition des personnes en situation de handicap pour étudier les possibilités de mise en œuvre de la formation au regard de leur(s) restriction(s) et, le cas échéant, les orienter vers les structures adéquates.



Une question ?
0639 69 90 70

Contrôle des connaissances

Pour assurer un suivi individuel, nous avons mis en place 3 types d'évaluation :

1. des évaluations des acquis en fin de formation. Elles peuvent être faites de différente manière selon le contenu de la formation suivie (Quiz, exercice pratique, jeu de rôles, mise en situation, etc...). Un questionnaire est donné aux stagiaires pour contrôler leurs connaissances à la suite de la formation. Une mesure de la qualité globale de la formation, de l'atteinte des objectifs et de l'impact sur la pratique professionnelle par le stagiaire : enquête de satisfaction à chaud puis à froid.
2. une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée à l'issue de chaque session.
3. une appréciation de l'acquisition des compétences et de l'atteinte des objectifs par l'organisme de formation : Évaluation continue par le formateur (coaching, consulting)

Une attestation de formation comportant toutes les parties règlementaires sera donnée au stagiaire à la fin de la formation.

Méthodes pédagogiques & documents remis aux stagiaires

La partie théorique est développée en salle en utilisant les moyens adaptés à la diffusion des diaporamas pédagogiques mais également à la projection de support vidéo afin de présenter des situations de travail auxquelles les candidats seront exposés

Tour de table de positionnement préalable afin de permettre au formateur de vérifier l'adéquation du parcours de chaque stagiaire et d'adapter son déroulé pédagogique. Méthode participative mettant à profit l'expérience des stagiaires et la mise en situation concrète à la fin de chaque module pour évaluer les comportements et réactions des stagiaires. L'objectif est que chaque stagiaire exécute tous les exercices.

Suivi d'exercices pratiques en respectant une progression pédagogique adaptée au niveau de chacun, mise en situation réelle des conditions de travail avec utilisation des équipements spécifiques (powerpoint, téléphone, ...) :

- La pédagogie sera centrée sur la mise en pratique, éclairée par des apports théoriques.
- Les pratiques seront basées sur des jeux de rôles et des exercices de simulation.
- L'utilisation de moyens vidéo sera privilégiée.
- Les études de cas seront préparées en dehors des séances de cours proprement dites.
- Réalisation d'une boîte à outils personnalisée.
- 1 salle de formation équipée vidéoprojecteur, connexion internet, paperboard, divers matériel pour mise en situation, support papier, vidéo pédagogique

NOUS AVONS UNE POLITIQUE DEONTOLOGIQUE STRICTE QUAND AU RESPECT DE LA VIE PRIVEE DE NOS STAGIAIRES. AUCUNE DIVULGATION DES DONNEES PERSONNELLES NE SERA QUESTION LORS DE CETTE FORMATION SANS L'ACCORD DU STAGIAIRE.

Indicateurs de performance :

La formation a-t-elle répondu à vos attentes ?	Conseilleriez-vous cette formation à une autre personne ?	Qualité de l'organisation :	Qualité du contenu :	Qualité de la pédagogie :
<i>*Oui : 95%</i> <i>*Non : 0%</i> <i>*Sans Réponse : 5%</i>	<i>*Oui : 93%</i> <i>*Non : 3%</i> <i>*Sans Réponse : 4%</i>	<i>*Très satisfait à 72%</i> <i>*Satisfait à 24%</i> <i>*Peu satisfait à 1%</i> <i>*Pas satisfait à 2%</i> <i>*Sans Réponse : 1%</i>	<i>*Très satisfait à 72%</i> <i>*Satisfait à 24%</i> <i>*Peu satisfait à 2%</i> <i>*Pas satisfait à 1%</i> <i>*Sans Réponse : 1%</i>	<i>*Très satisfait à 76%</i> <i>*Satisfait à 23%</i> <i>*Peu satisfait à 1%</i> <i>*Pas satisfait à 0%</i> <i>*Sans Réponse : 0%</i>
Nombre de stagiaire annuel : 162 en 2020				

1. La mission du technico-commercial

- Les aspects techniques.
- Les aspects commerciaux.
- Définition de la mission et du métier.
- Les avantages et les inconvénients de la posture technique et commerciale.

2. Préparer sa prospection

- Définir sa cible : classification des prospects (typologie, tailles, moyens financiers...)
- Constituer son fichier prospection et l'actualiser : les différentes options
- Choisir les moyens de prospection : avantage et inconvénients
- Fixer des objectifs, savoir les déterminer et les identifier : les objectifs SMART

3. 5 règles d'or de la négociation

- Rappels théoriques relatifs aux contextes et étapes clés d'un processus de négociation, que ce soit en B2C ou B2B

4. De la découverte à la proposition.

Travaux dirigés pratiques en sous-groupes, issus de la réalité du terrain :

- Découvrir le client, ses besoins et ses motivations
- Proposer et promouvoir une solution adaptée en réponse aux besoins exprimés ou sous-jacents
- Répondre aux objections, se démarquer de la concurrence
- Convaincre des bienfaits de la solution.

5. Maîtriser les outils de communication

- Développer l'empathie avec le client.
- Savoir écouter son client et reformuler son besoin.
- S'adapter à son style de communication.
- Faire des comptes rendus pertinents.
- Présenter de mauvaises nouvelles.

6. Défendre son prix et sa marge dans un contexte B2B ou B2C.

Travaux dirigés pratiques en sous-groupes, issus de la réalité du terrain :

- Proposer et défendre son prix
- Limiter les concessions

7. Négocier en situations difficiles dans un contexte B2B et B2C.

Travaux dirigés pratiques en sous-groupes, issus de la réalité du terrain :

- Négocier avec des personnalités difficiles
- Réussir à s'affirmer
- Rééquilibrer les rapports de force en situation de négociation
- Négocier avec un acheteur professionnel et déjouer ses pièges

8. Gérer les situations à fort enjeu.

- Créer des brèches pour découvrir les besoins clients.
- Présenter de manière simple et convaincante des informations complexes.
- Passer des caractéristiques aux bénéfices clients.
- Traiter des objections de type " inconvénients réels ".
- Gérer les situations d'après-vente fortes émotionnellement.
- Développer son réseau de prescripteurs chez le client.
- Savoir mobiliser les ressources aidantes par l'influence.

9. Brainstorming :

- Retour sur expérience : Échanges sur les situations individuelles.
- Conclusion de toute la formation.

