

PROGRAMME DE FORMATION

## MANAGEMENT COMMERCIAL



**2 formats au choix**

**Durée : 25h en individuel, à distance en ou en présentiel**

Zoom sur les spécificités de l'individuel : flexibilité, personnalisation, aménagement du programme, le tout en fonction de vos besoins et convenance. Avec démarrage immédiat en fonction de vos disponibilités et de celles du formateur.



**2 lieux au choix**

De chez vous, à distance ou dans nos locaux  
au 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris.  
Métro Saint Michel ou Odéon  
Parking Vinci à la Place St André des Art



**Equipement**

En présentiel, nous mettons à votre disposition des ordinateurs PC équipés des licences adéquates mises à jour. À distance, c'est à vous de jouer et d'avoir un ordinateur équipé des licences adéquates. Dans ce cas, notre équipe peut vous conseiller.



**Public visé et pré-requis** - Salariés, demandeurs d'emploi, auto entrepreneurs, particuliers ou bénévoles souhaitant progresser dans l'acquisition de connaissances et savoirs.

**Accessibilité** - Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap, notamment grâce à notre partenariat avec une structure spécialisée pour nous permettre d'adapter nos formations aux besoins de chacun. Si vous êtes concerné(e), n'hésitez pas à contacter notre référent en toute confidentialité. Chlomo Zenou - 01 43 29 28 45 - chlomo.peaj@gmail.com

**Méthodes et moyens pédagogiques**

Tout au long de la formation, des temps théoriques alternent avec des temps pratiques (créations de contenus, exercices, recherches, simulations, jeux, études de cas...). Des supports écrits sont transmis au stagiaire en versions numérique et papier. En amont de la formation, un test de positionnement ou un entretien téléphonique sont réalisés pour définir les besoins et demandes des stagiaires afin que la formation corresponde au mieux.

**En présentiel** - En appui des temps théoriques, un diaporama et un écran mural sont utilisés, tout en laissant place à une forte interactivité entre les stagiaires et les formateurs.

**En distanciel** - Une solution à distance permettant la vidéo, le son, le partage d'écran, l'enregistrement des sessions, est utilisée : la formation est ainsi organisée sous la forme de classe virtuelle ou de visioconférence ou de elearning. Un assistant technique est également sollicité afin d'apporter une aide aux stagiaires qui auraient du mal à se connecter.

**Formateurs expérimentés** - Experts dans le milieu du management commercial, tous nos formateurs cumulent de nombreuses journées de formation auprès de différents organismes dont notre structure.

Association PEAJ - 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris - 0143292845 - www.peaj.org

N° de Siret : 50758326800010 - N° de déclaration d'activité : 11754834175

Centre de formation Datadock et Qualiopi - Programme mis à jour le 19/09/2022

**Au plaisir de vous accueillir en formation !**

## Evaluation - À l'issue de la session,

Un test de fin de formation (QCM, créations, exercices, projet, présentation orale) est réalisé afin de valider les acquis.

Chaque stagiaire est invité à participer à un bilan oral "à chaud" complété par un questionnaire "à froid" envoyé quelques semaines plus tard, pour connaître l'impact de la formation suivie et d'en mesurer les apports au niveau professionnel.

Chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation reprenant les compétences acquises ou en cours d'acquisition ainsi qu'une attestation de présence. Dans le cas des formations à distance, un certificat de réalisation est délivré par nos soins.

## Tarifs & financement

*Nos tarifs sont nets de TVA, par heure et par personne, déjeuner non compris*

Cette formation est éligible à l'ensemble des financements liés à la formation continue : OPCO, AIF, Financements personnels. N'hésitez pas à nous contacter pour des conseils.

## SESSION EN INDIVIDUEL 25H - 1750 €

*Je réserve ma place*

*Je souhaite un devis pour un groupe déjà constitué*

Les détails finaux concernant la formation (lieu, durée, présentiel, distanciel...) sont indiqués dans le devis et la convention, remis avec le règlement intérieur de PEAJ.

**Une question ? Besoin d'aide ? S'inscrire ?**

**Contactez-nous au 01 43 29 28 45**

**[contact.peaj@gmail.com](mailto:contact.peaj@gmail.com)  
[marielucie.peaj@gmail.com](mailto:marielucie.peaj@gmail.com)**

**[www.peaj.org](http://www.peaj.org)**



## MANAGEMENT COMMERCIAL



### Prospection commerciale - Vente par téléphone - Fidélisation client

#### OBJECTIFS

- Organiser sa prospection commerciale de manière plus efficace pour de meilleurs résultats.
- Développer une méthodologie et ses compétences de négociateurs au téléphone pour accompagner sa démarche de prospection.
- Mettre en place une stratégie de fidélisation client qui permet de maintenir des relations dans la durée.

#### Prospection Commerciale

##### Se préparer et s'organiser

- Faire l'état de son portefeuille actuel.
- Identifier les secteurs géographiques à prospecter.
- Recenser les typologies d'entreprises à contacter.
- Inventorier les outils.
- Créer un fichier de prospects et optimiser son tableau de suivi

##### Apprendre à rendre un message intéressant

- Maîtriser les techniques de communication interpersonnelle.
- S'entraîner à la communication rapide : l'Elevator Pitch.
- Savoir se présenter.
- Observer son interlocuteur et pratiquer l'écoute active.

##### Construire son argumentaire et préparer ses entretiens

- Connaître son offre et celle de ses concurrents.
- Valoriser ses atouts concurrentiels.
- Construire un argumentaire orienté bénéfices Client (méthode CAB).
- Élaborer ses différents scénarios d'appels.
- Adapter son offre et son argumentaire aux différents profils.

##### Mener des entretiens face-à-face

- Élaborer le scénario d'entretien.
- Dérouler les différentes phases de l'entretien.
- Réussir sa phase de découverte et d'argumentation. Mettre en valeur des preuves et des expériences.
- Anticiper un face-à-face improvisé

##### Argumenter et traiter les objections

- Comprendre le mécanisme des arguments performants.
- Préparer ses réponses à objections.
- Utiliser les objections pour étoffer ses arguments
- Prévoir les parades aux objections
- Dédramatiser la présentation du prix



## Gérer son agenda

- Apprendre à créer un rythme de prospection
- Maîtriser son agenda de prospection
- Prévoir un suivi de prospection

## Prospecter au téléphone

### Elaborer ses scénarios d'appels

- Préparer des arguments en fonction des profils prospects
- Déclencher la prise de rendez-vous
- Organiser et "timer" la prospection
- Suivre son tableau d'indicateurs et analyser ses résultats
- Faire de chaque entretien un entraînement
- Développer sa résistance à l'échec

### Être percutant et ouvrir le dialogue au téléphone

- Développer son écoute active
- Maîtriser les techniques de questionnement et de reformulation
- Lever les barrages au téléphone
- Identifier le ou les interlocuteurs impliqués
- Susciter l'intérêt en personnalisant son introduction
- Utiliser sa voix comme outil percutant
- Développer son assertivité face à l'agressivité
- Argumenter et mener l'entretien de vente par téléphone
- Découvrir le cahier des charges du prospect
- Sélectionner les argumentaires adaptés à la cible
- Traiter tous les types d'objection grâce au questionnement
- Maîtriser le Storytelling pour favoriser la décision d'achat
- Gérer les tensions et garder la maîtrise de sa voix
- Pratiquer l'autodiagnostic

### Développer ses compétences de négociateur au téléphone

- Préparer sa négociation commerciale
- Savoir présenter son offre de prix initiale
- Développer son aisance dans les négociations de prix
- Obtenir une contrepartie à toute concession accordée
- Maîtriser les techniques de conclusion



## Fidélisation client

- Générer la satisfaction client
- Valoriser le client par le questionnement
- Développer son écoute active pour améliorer sa connaissance client
- Utiliser la reformulation et renforcer la qualité dans le dialogue
- Consolider son empathie pour s'adapter à tous les profils de clients et les profils d'entreprises
- Développer les ventes additives

### Préserver la qualité dans la Relation Client

- Identifier les sources de mécontentement client.
- Faciliter le dialogue pour diminuer l'insatisfaction : empathie, écoute active
- Installer une relation de confiance durable avec les clients

### Mettre en place sa stratégie de fidélisation

- Connaître son offre et celle de ses principaux concurrents
- Se fixer des objectifs adaptés à chaque type de clients
- Valoriser ses atouts concurrentiels
- Préparer les objections courantes pour faire face à tous les profils clients
- Identifier les attitudes et motifs d'insatisfaction