



FORMATION ATTACHE(E) COMMERCIAL(E)

CONTENU ET OBJECTIFS DE FORMATION	
BLOCS DE MATIERES/COMPETENCES	Volume horaire
Accueil, personnalisation de la formation, présentation des objectifs et des outils	7h
1. Les savoirs	200h
<p>1.1 Gérer et optimiser l'activité commerciale : prospecter</p> <p>1.1.1 <u>Etudier l'état du marché pour adapter l'offre commerciale</u> Analyser et segmenter le marché en conformité avec l'objectif de développement fixé Identifier des cibles correspondantes à la stratégie de développement commercial de l'entreprise Créer, renseigner et enrichir un fichier prospects/clients Mettre en place des actions commerciales tenant compte de l'environnement et de la concurrence</p> <p>1.1.2 <u>Organiser un plan d'actions commerciales en cohérence avec les besoins du marché : prospecter</u> Identifier les priorités, en matière de prospection et en fonction des objectifs fixés Organiser la mise en place d'actions commerciales Sélectionner des prospects conformément à la stratégie de ciblage de clients potentiellement intéressants Qualifier un fichier prospects La prospection téléphonique Organisation de tournées de visites cohérentes Prospection physique Intégrer la notion d'éco-conduite dans les déplacements</p>	70h
<p>1.2 Mener un entretien de vente : écouter, proposer et conclure</p> <p>1.2.1 <u>Détecter un besoin, le définir et concevoir une solution technique</u> La mallette du commercial Les 7 étapes clés de la vente La découverte du besoin La présentation et l'argumentation de la proposition commerciale Proposer une solution adaptée et cohérente Mener la négociation tarifaire en appliquant les conditions financières fixées par la direction commerciale, la législation en vigueur et en prenant en compte les contextes économique et concurrentiel du secteur géographique concerné Mener La conclusion de la vente avec souplesse tout en respectant les directives en matière de préservation de la marge</p> <p>1.2.2 <u>Réaliser une proposition commerciale en vue d'un R2 et conclure la vente</u> Construire une offre répondant aux attentes du prospect/client Construire une proposition commerciale réaliste et adaptée au marché Rédiger une offre qui préserve les intérêts de l'entreprise en matière de rentabilité et de faisabilité de la mise en œuvre Réaliser une conclusion dans le respect des intérêts du prospect et de la politique tarifaire définie par sa hiérarchie Rédiger un contrat de vente conforme à la négociation</p>	70h

FORMATION ATTACHE(E) COMMERCIAL(E)

<p>1.2.3 <u>Faire le bilan de son activité commerciale auprès de sa hiérarchie</u></p> <p>Présentation de tableaux de bord Réaliser le bilan de chaque affaire Rédiger un compte-rendu rationnel et circonstancié à l'intention de sa hiérarchie</p>	
<p>1.3 Suivre et fidéliser les clients</p> <p>Favoriser la continuité de la relation commerciale grâce à l'attitude et les moyens mis en œuvre. S'assurer de la conformité de la solution négociée par rapport au contrat de vente signé. Mettre en œuvre des actions de fidélisation et de développement de la clientèle Traiter les réclamations dans le respect de l'intérêt des deux parties Préserver la relation commerciale et la renforcer par la mise en place d'actions commerciales et d'évènementiels propices à la fidélisation et au développement de la clientèle Adapter son renouvellement à l'évolution du besoin du client (évolution de l'activité, en taille, en typologie...)</p>	35h
<p>1.4 Faire le bilan de son activité commercial auprès de sa hiérarchie</p> <p>Planifier son activité Gérer un planning Réaliser le bilan de chaque affaire Présenter des tableaux de bord Rédiger un compte-rendu rationnel et circonstancié à l'intention de sa hiérarchie</p>	25h
2. Le savoir-être	50h
<p>2.1 Être commercial : la posture, le comportement et la préparation physique</p> <p>Le changement de posture Elocution et comportement : favoriser un échange cordial et professionnel La préparation physique</p>	7h 7h
<p>2.2 Un professionnel orientée client</p> <p>Prendre en compte la demande du client avec réactivité et pertinence Maintenir une relation chaleureuse, courtoise et durable dans le cadre de la gestion de la relation client</p>	8h
<p>2.3 Être un commercial 2.0 : social selling, réseaux sociaux, logiciels et neurosciences</p> <p>Le social selling : l'importance des réseaux sociaux pour le commercial aujourd'hui Présentation des différents logiciels (CRM, outils collaboratifs, et matériels informatiques utiles à la fonction commerciale Utilisation d'outils, de progiciels et d'espaces collaboratifs. Introduction aux neurosciences dans la fonction commerciale</p>	28h
3. Le savoir-faire	150h
<p>3.1 Préparation à l'immersion : connaissance de l'argumentaire, des outils de vente, de la culture d'entreprise</p> <p>Connaissance de l'argumentaire, des outils de vente, du marché de l'entreprise, des clients et de toutes les informations indispensables à l'activité du commercial en entreprise Coaching individuel 1 fois par semaine en centre de formation</p>	45h
<p>3.2 Stage pratique en entreprise</p> <p>Missions commerciales au sein de l'entreprise Validation des acquis sur le terrain</p>	91h



FORMATION ATTACHE(E) COMMERCIAL(E)

3.3 Suivi individuel de l'intégration en entreprise par un formateur Entretien 1 fois par semaine avec un formateur Objectif Commercial pour faire un point sur l'intégration en entreprise avec le stagiaire ainsi qu'avec le tuteur	14h
Total	400h

Note : Ce document n'est pas contractuel et peut faire l'objet de modifications afin de répondre à des impératifs d'ordres pédagogique