

# Catalogue de : Commercial - Ventes

## Sommaire

- 1 - Publicité sur le web et les réseaux sociaux : SEA, Display, Social ads, Retargeting
- 2 - Gérer les risques client et traiter les impayés
- 3 - Négociation : les bases
- 4 - Négociation : pratiques et outils au quotidien
- 5 - Convaincre et s'imposer en négociation
- 6 - Bâtir et communiquer son plan d'actions commerciales
- 7 - Commerciaux : adaptez votre communication à votre client
- 8 - Construire et déployer sa stratégie commerciale
- 9 - Convaincre les clients : les 5 clés de la persuasion
- 10 - Responsable commercial et développer les ventes
- 11 - Entraînement intensif à la prise de rendez-vous de prospection
- 12 - Le coaching efficace des commerciaux
- 13 - Le manager commercial digital
- 14 - Les techniques de closing
- 15 - Manager commercial : animez et motivez vos équipes
- 16 - Mieux écouter pour mieux vendre
- 17 - Négociation avec les acheteurs de la grande distribution
- 18 - Négociation avec les acheteurs de l'industrie
- 19 - Négociation commerciale complexe
- 20 - Négociation commerciale - niveau 1 : les 6 étapes gagnantes
- 21 - Négociation commerciale - niveau 2 : tactiques et comportements
- 22 - Networking commercial
- 23 - Nouveau manager commercial : réussir votre prise de fonction

- 24 - Profession commercial
- 25 - Profession manager commercial
- 26 - Prospecter avec les réseaux sociaux
- 27 - Prospecter et gagner de nouveaux clients
- 28 - Rempoter un appel d'offres
- 29 - Réussir une vente complexe
- 30 - S'affirmer face aux clients difficiles - Niveau 1
- 31 - S'affirmer face aux clients difficiles - Niveau 2
- 32 - Social selling
- 33 - Tableau de bord commercial : piloter la performance
- 34 - Techniques de vente - Niveau 1
- 35 - Techniques de vente - Niveau 2
- 36 - Vendre aux grands comptes
- 37 - Vendre et négocier par téléphone
- 38 - Vendre et négocier une hausse de tarif
- 39 - Vente et négociation pour non-commerciaux
- 40 - Business Relationship Manager : les meilleures pratiques
- 41 - Réaliser un cahier des charges
- 42 - Concevoir un cahier des charges : ateliers ludiques et jeux de rôles
- 43 - Merise pour les concepteurs l'approche opérationnelle
- 44 - Tests et recettes pour la maîtrise d'ouvrage, introduction
- 45 - Tests et recettes pour la maîtrise d'ouvrage, perfectionnement
- 46 - Mieux accompagner vos commerciaux sur le terrain
- 47 - Négocier avec efficacité, niveau 1 se positionner, argumenter
- 48 - Négocier avec efficacité, niveau 2 être bon stratège et réussir en environnement complexe
- 49 - Commercial pour non-commerciaux
- 50 - Intégrer les réseaux sociaux dans votre stratégie e-commerce les bonnes pratiques du Social Commerce
- 51 - Optimiser la gestion financière de l'activité commerciale les bons leviers pour améliorer ses marges
- 52 - Digitaliser l'expérience client en point de vente
- 53 - Key Account Manager : bâtir des stratégies gagnantes
- 54 - Renforcer son impact en entretien de vente
- 55 - Perfectionnement aux techniques de vente

- 56 - CIEL Gestion Commerciale, perfectionnement
- 57 - Vendeur en point de vente : être bon communicant
- 58 - Prospecter par téléphone et obtenir des rendez-vous
- 59 - Se perfectionner à la vente et à la négociation
- 60 - Devenez agent commercial
- 61 - Manager et dynamiser une équipe commerciale
- 62 - Négocier et rédiger un contrat commercial
- 63 - Bâtir et piloter le Plan d'Actions Commerciales
- 64 - Optimiser ses ventes par téléphone
- 65 - Introduction to Cisco Sales (ICS)
- 66 - Techniques de commercialisation & merchandising
- 67 - Gestion des Ventes, Logiciels et Outils
- 68 - Digitalisation appliquée au commercial

## Publicité sur le web et les réseaux sociaux : SEA, Display, Social ads, Retargeting



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Les campagnes publicitaires sur le web et les réseaux sociaux sont un moyen efficace d'améliorer sa visibilité sur la Toile et d'attirer de nouveaux clients. La moindre efficacité du référencement naturel sur les moteurs de recherche, la diminution de la portée organique des messages sur les réseaux sociaux conduit aujourd'hui les responsables marketing et communication à mieux exploiter les ressources des solutions publicitaires disponibles sur le web et les réseaux sociaux.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Responsable marketing et marketing digital. Responsable de la communication digitale. Responsable de communication. Chargé(e) de communication. Cadre en charge de la communication externe ou globale. Attaché(e) de presse. Responsable de la publicité.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Préparer et mener votre campagne publicitaire sur le web et les réseaux sociaux
- Mesurer la performance de vos actions publicitaires sur le web et les réseaux sociaux
- Attirer des clients grâce au web et aux réseaux sociaux

### Programme de la formation

- En amont du présentiel
- L'écosystème de la publicité digitale Complémentarité des médias à travers le modèle POEM (Paid, Réussir sa campagne display Définir sa stratégie display. Les modes d'achat du display : CPM, CPC, CPL, CPA, ...
- Publicité sur les médias sociaux

- Mesurer la performance de vos campagnes
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## Gérer les risques client et traiter les impayés



CV-65 2 Jours (14 Heures)



### Description

Pour éviter les impayés et améliorer les procédures de recouvrement, il est important de mettre en place des méthodes préventives et d'utiliser des outils de suivi, tels que le tableau de bord crédit client, pour évaluer la solvabilité des clients. Cela permet aux entreprises de prendre des décisions éclairées et de réduire les pertes dues aux impayés.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Dirigeants, membres des services comptabilité client ou crédit management, comptables uniques de PME souhaitant acquérir les bons réflexes pour bien gérer le risque client.

#### Prérequis

Connaissance des mécanismes comptables de base.

### Les objectifs de la formation

- Appréhender les enjeux financiers pour l'entreprise des risques clients et des impayés Calculer les principaux ratios de solvabilité d'une entreprise Mettre en place des méthodes préventives pour éviter les impayés Améliorer les procédures de relance et de recouvrement amiable et contentieux Elaborer des outils de suivi, de pilotage et d'évaluation des risques clients

### Programme de la formation

- Les enjeux financiers
- L'évaluation de la solvabilité des clients
- Le traitement préventif : la gestion des encours client
- Le traitement curatif : le recouvrement amiable
- Le traitement curatif : le recouvrement contentieux
- L'externalisation de la gestion des comptes clients
- Pilotage et suivi du risque crédit client

## Négociation : les bases



CV-65 2 Jours (14 Heures)

### Description

La négociation fait partie des actes professionnels quotidiens. Que ce soit avec les membres de son équipe, ceux des autres équipes, ses partenaires, ses clients, il s'agit de savoir construire une relation saine, constructive et pérenne. La formation 'Négociation : les bases' vous apportera les outils et méthodes utiles pour améliorer votre efficacité en négociation.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne vivant au quotidien des situations de négociation.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante

### Programme de la formation

- En amont du présentiel
- Choisir son approche en négociation
- Préparer sa négociation
- Maîtriser les étapes clés de la négociation
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## Négociation : pratiques et outils au quotidien



CV-66 3 Jours (21 Heures)



### Description

La négociation fait partie des actes professionnels quotidiens. Que ce soit avec les membres de son équipe, ceux des autres équipes, ses partenaires, ses clients, il s'agit de savoir construire une relation saine, constructive et pérenne. La formation 'Négociation : pratiques et outils au quotidien' vous apportera les outils et méthodes utiles pour améliorer votre efficacité en négociation, même dans les situations de négociation difficiles les plus courantes.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne vivant au quotidien des situations de négociation. Pour les personnes qui souhaitent une formation spécifique à la négociation commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

### Programme de la formation

- Choisir son approche en négociation
- Préparer sa négociation
- Maîtriser les étapes clés de la négociation
- Gérer quatre situations difficiles en négociation

## Convaincre et s'imposer en négociation



CV-67 3 Jours (21 Heures)

### Description

La capacité personnelle du dirigeant à négocier efficacement est un facteur essentiel de succès pour lui-même comme pour ses équipes et son entreprise. En négociation, la divergence des intérêts suscite de la méfiance, crée des tensions, voire génère des conflits. Les négociateurs sont alors entravés dans la recherche de solutions négociées. Ces obstacles peuvent être évités et surmontés quand le négociateur mobilise toutes ses compétences méthodologiques et relationnelles.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Dirigeant, cadre dirigeant et cadre supérieur appartenant à une équipe de direction qui a besoin de renforcer ses compétences de négociateur.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Acquérir une vision claire des stratégies et tactiques les plus efficaces dans les différents types de négociation.
- Maîtriser un ensemble cohérent de méthodes et outils pour faciliter la préparation et la conduite de négociations à fort enjeu.
- Mettre en place les réflexes indispensables à la conclusion d'accords durables et profitables.

### Programme de la formation

- Établir des stratégies gagnantes
- Préparer sa négociation : point essentiel de la réussite
- Établir une relation favorable à une négociation constructive Connaître son style relationnel.
- Conclure des accords profitables
- Éviter les risques et les pièges majeurs en négociation

## Bâtir et communiquer son plan d'actions commerciales



CV-69 2 Jours (14 Heures)



### Description

L'attendu est bien de délivrer des résultats commerciaux conformes aux objectifs... mais pas n'importe comment. Respecter la stratégie de l'entreprise est le point de passage obligé : il s'agit de contribuer à son déploiement. C'est à ce stade de la gestion commerciale qu'intervient le plan d'actions commerciales. Le plan d'actions commerciales combine l'analyse amont, un positionnement commercial, la fixation des priorités d'action pour développer le chiffre d'affaires. Et il associe la force de vente jusqu'à la mise en œuvre. Cette formation à la gestion commerciale propose aux managers commerciaux une méthode simple pour élaborer leur plan d'actions commerciales et en faire un outil de performance.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Directeur et responsable commercial, directeur commercial régional, chef de marché, chef d'agence, chef des ventes, responsable Grands Comptes.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Identifier les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie
- Analyser le portefeuille client et la performance commerciale
- Élaborer le plan d'actions commerciales par cible
- Faire adhérer la force de vente au plan d'actions commerciales

### Programme de la formation

- Analyser son marché et définir sa stratégie commerciale
- Décider des actions et construire son business plan Action : définir ses choix en fonction de son analyse.
- Déployer le plan d'actions commerciales Action : formaliser et communiquer le plan d'actions commerciales.

## Commerciaux : adaptez votre communication à votre client



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Vous est-il déjà arrivé de rencontrer un nouveau client et de ne pas être à l'aise face à lui, de sentir que vous avez du mal à 'accrocher' avec cette personne ? Cette expérience est arrivée à tout commercial expérimenté, et peut entraîner la perte d'un contrat, voire la rupture de la relation avec le client. Comment faire pour mieux se comprendre et établir une communication efficace avec vos clients ? En vous donnant l'opportunité d'identifier votre style de communication, de comprendre comment son expression est ressentie par les autres, et d'adapter votre style de communication à vos différents clients, cette formation vous permet de développer une argumentation commerciale encore plus percutante.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, cadre et responsable commercial. Chargé d'affaires, responsable Grands Comptes, ingénieur et technico-commercial, attaché commercial.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Communiquer efficacement avec tout type de client
- Renforcer son impact commercial en face-à-face
- Repérer et désamorcer les situations d'incompréhension

### Programme de la formation

- Identifier son style de communication et son impact sur les clients Découvrir les 4 styles de communication DEFI. Découvrir son style de communication privilégié. Repérer ses points forts.
- Identifier le style de communication et les besoins relationnels de ses clients
- Adopter un mode de communication efficace à chaque étape de la vente

- 2Prévenir et gérer les situations de tension
- Activité à distance

## Construire et déployer sa stratégie commerciale



CV-67 2 Jours (14 Heures)

### Description

Le plan d'actions commerciales combine l'analyse amont, un positionnement commercial, la fixation des priorités d'action pour développer le chiffre d'affaires. Et il associe la force de vente jusqu'à la mise en œuvre. Cette formation à la stratégie commerciale propose aux managers commerciaux une méthode simple pour élaborer leur plan d'actions commerciales et en faire un outil de performance.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Directeur et responsable commercial, directeur commercial régional, directeur des ventes, chef de marché, chef d'agence.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Identifier les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie
- Faire adhérer la force de vente au plan d'actions commerciales
- Élaborer le plan d'actions commerciales par cible

### Programme de la formation

- Définir les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie Traduire les objectifs stratégiques en objectifs commerciaux. Définir sa zone de responsabilité. Définir sa stratégie d'objectifs. Évaluer les ressources nécessaires tant humaines que
- Analyser son marché et adapter le plan d'actions commerciales
- Décider des actions et construire son business plan Définir ses choix en fonction de son analyse. Traduire ses décisions en objectifs de vente : le business plan du territoire.
- Déployer le plan d'actions commerciales Formaliser et communiquer le plan d'actions commerciales.

## Convaincre les clients : les 5 clés de la persuasion



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Certaines idées ou certains projets suscitent parfois de l'opposition, qu'elle soit larvée ou frontale. Dans cette formation, vous travaillerez sur la manière de faire passer vos idées, en décryptant votre environnement, en écoutant les autres et en traitant leurs réactions, ou encore en les faisant participer.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial et toute personne amenée à argumenter face à un client.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Persuader durablement le client
- Fidéliser le client par ses comportements
- Gérer les situations commerciales délicates avec aisance
- Renforcer sa confiance en soi et ses ressources personnelles

### Programme de la formation

- 232 Identifier les clés de la persuasion
- 55 Faire de l'écoute le premier levier de la conviction
- Convaincre le client avec une offre gagnante
- Valoriser son offre par son talent oratoire
- Cultiver un lien authentique avec le client
- Développer sa confiance en soi Alimenter ses croyances positives.

## Responsable commercial et développer les ventes



CV-69 5 Jours (35 Heures)



### Description

Construire les conditions de la performance et développer l'activité commerciale de son entreprise, de son établissement ou de son centre de profit constituent les principales missions du directeur commercial. En intégrant les évolutions récentes des méthodes, des outils stratégiques, du développement commercial et du management des équipes, ce cycle de formation de référence s'adresse à celles et ceux qui souhaitent réussir dans cette fonction. Il permet de renforcer ses compétences et ses comportements en adéquation avec les exigences du métier, des équipes et les évolutions de l'environnement de l'entreprise.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Directeur commercial récent dans sa fonction.

Directeur des ventes, responsable de centre de profit.

Manager des ventes appelé à évoluer vers un poste de directeur commercial.

#### Prérequis

Aucun

### Les objectifs de la formation

- Acquérir les outils de l'analyse stratégique
- Batir sa stratégie commerciale
- Choisir et déployer les meilleures solutions de commercialisation
- Créer les conditions de la réussite sur le terrain
- Optimiser la rentabilité des ventes et la productivité de sa force de vente
- Développer un comportement de leader pour donner la direction et engager les équipes commerciales dans l'action
- Motiver durablement en utilisant les outils RH
- Investir sur les hommes et développer leurs compétences

## Programme de la formation

- PARTIE 1 : Acquérir les outils de l'analyse stratégique (2 jours)
- PARTIE 2 : Déployer la politique commerciale sur le terrain (1 jour)
- PARTIE 3 : Diriger son équipe par son leadership et sa communication (1 jour)
- PARTIE 4 : Manager les hommes pour motiver, avec une approche RH structurée (1 jour)

## Entraînement intensif à la prise de rendez-vous de prospection



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Élargir sa clientèle est un enjeu crucial pour chaque entreprise. La première étape vers la réussite consiste à obtenir des rendez-vous 'utiles'. Comment acquérir un discours suffisamment attractif et fluide pour accrocher l'intérêt des prospects ? Comment faire en quelques instants la différence auprès de prospects hyper sollicités ? Cette formation intensive à la prospection et à la prise de rendez-vous par téléphone associe les bonnes questions de qualification, l'optimisation des accroches et l'entraînement à leur formulation. En s'entraînant, les participants affinent leur discours, acquièrent des réflexes face aux objections, gagnent en aisance, en confiance et en ténacité.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, ingénieur commercial, téléprospecteur, assistant commercial ou vendeur sédentaire souhaitant optimiser l'efficacité de sa prise de rendez-vous par téléphone.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Organiser son action de prospection téléphonique
- Qualifier ses prospects
- Obtenir le rendez-vous
- Savoir rebondir sur les refus

### Programme de la formation

- Préparer sa séance de phoning
- Donner confiance dès les premiers instants
- Obtenir le rendez-vous

- Finaliser la prospection téléphonique

## Le coaching efficace des commerciaux



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Dans la recherche de la performance commerciale, investir sur les hommes est essentiel. Cette formation au coaching commercial vous permet d'acquérir la méthode et les comportements associés indispensables pour devenir le premier développeur de compétences de votre équipe. Une attention particulière est portée sur la technique de questionnement dans le cadre du coaching des commerciaux. Pour développer et pérenniser les résultats, construire les fondations d'une motivation durable, fidéliser les meilleurs, devenez un véritable coach !

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Manager d'équipe de vente, chef des ventes, directeur commercial, directeur des ventes, inspecteur, animateur commercial ou responsable d'agences. Animateur de réseaux déjà formé aux méthodes de management, avec ou non un lien hiérarchique avec les commerciaux.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Comprendre les principes de base du coaching
- Identifier les progrès individuels et collectifs à obtenir
- Débriefing un entretien commercial, des résultats
- Sélectionner et mettre en place l'action de coaching la plus efficace
- Engager et donner l'envie de progresser
- Accompagner et entretenir le progrès grâce au coaching commercial

### Programme de la formation

- Diagnostiquer la performance de chaque membre de son équipe
- Construire la relation de coaching avec son vendeur

- Mettre en œuvre un plan de progrès
- Accompagner son vendeur sur le parcours de l'autonomie

## Le manager commercial digital



CV-67 2 Jours (14 Heures)

### Description

Nous sommes entrés dans une nouvelle ère : celle du changement permanent et des crises répétées, celle des nouvelles relations au travail, celle du client hyper connecté, celle enfin de l'imprédictibilité à long terme du business. C'est la fin programmée des modèles traditionnels d'organisation. Pour autant le manager commercial a toujours la même responsabilité : porter la performance commerciale de son équipe. Pour cela, le digital va l'aider à développer de nouveaux comportements au sein de son équipe, plus tournés vers le client, plus collaboratifs, plus innovants. Cette formation au management commercial vous apporte les clés essentielles pour faire du digital un accélérateur de performance commerciale.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Manager commercial, chef des ventes. Animateur de réseaux. Responsable d'équipe de télévente.  
Manager commercial.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Intégrer le digital dans ses pratiques managériales
- Porter la transformation digitale auprès de ses vendeurs
- Insuffler un état d'esprit digital au sein de son équipe commerciale

### Programme de la formation

- En amont du présentiel
- 1er outil pratique. Le digital accélérateur de business
- Encourager le social selling
- Animer son équipe commerciale avec le digital

- Développer les pratiques ouvertes et collaboratives Améliorer la connaissance client avec les outils de curation. Développer l'utilisation des outils de partage entre commerciaux.
- Former avec le digital Développer la formation 'on the job'. Réaliser des coachings à distance.
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## Les techniques de closing



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

La conclusion est le moment crucial de la vente ; c'est aussi le moment le plus craint par les commerciaux. Combien d'actes de vente réussis n'aboutissent jamais sur une commande. Qui prendra la décision et sur quels critères ? Comment éviter l'indécision des clients ? Comment faciliter et accélérer la décision ? Autant de questions auxquelles vos commerciaux trouveront des réponses dans cette formation aux techniques de closing pour accélérer leur cycle de vente.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, ingénieur commercial, technico-commercial. Manager commercial souhaitant accélérer le cycle de vente de ses équipes.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Surmonter ses craintes du refus.
- Repérer et agir sur les décideurs.
- Oser conclure.

### Programme de la formation

- Repérer les enjeux de la conclusion
- Identifier le groupe de décision
- Agir sur le groupe de décision pour accélérer la décision
- Réussir le closing en face-à -face Garder la maîtrise de l'entretien.
- Agir après la conclusion

## Manager commercial : animez et motivez vos équipes



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Au-delà de leurs compétences métiers, c'est grâce à une motivation sans faille que les commerciaux atteignent, voire dépassent, leurs objectifs. Le manager commercial est le plus puissant vecteur de cette motivation. Cette formation repose tant sur l'apprentissage des gestes clés du management d'équipe commerciale que sur la prise en compte des leviers de la motivation des commerciaux.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Chef des ventes, animateur de réseaux, manager d'équipe de vendeurs, de délégués, de technico-commerciaux, de télévendeurs. Manager commercial. Directeur d'agence commerciale. Responsable d'équipe de vente sédentaire.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Renforcer son efficacité de manager commercial au quotidien et sur les actes clés.
- Développer la motivation et la compétence de chacun de ses commerciaux pour booster ses ventes.
- Créer et renforcer l'esprit d'équipe.
- Concevoir et animer des réunions motivantes.
- Traiter les cas difficiles en management.

### Programme de la formation

- Appréhender votre profil de manager commercial
- Adapter son management au profil des commerciaux
- Motiver individuellement ses commerciaux au quotidien
- Utiliser les réunions commerciales pour motiver collectivement son équipe
- Préserver la motivation des vendeurs dans toutes les situations

## Mieux écouter pour mieux vendre



CV-67 2 Jours (14 Heures)

### Description

Tous les commerciaux savent qu'écouter est essentiel à la réussite de la vente... et pourtant, les clients, eux, ne se sentent pas compris, alors que se passe-t-il donc entre ce que dit le client et ce qu'entend le commercial ? Et si vous écoutiez vos clients autrement ? Cette formation commerciale à l'écoute active du client traite les 3 volets complémentaires et incontournables pour développer son écoute éclairée au service de ses objectifs commerciaux : stratégie de questionnement adaptée à l'objectif, techniques de questionnement appropriées, posture d'écoute active.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne impliquée dans le face-à -face commercial et souhaitant améliorer son écoute pour mieux convaincre les clients.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Maîtriser les techniques de questionnement
- Optimiser sa capacité d'écoute dans toutes les situations commerciales
- Utiliser son écoute pour augmenter sa force de persuasion

### Programme de la formation

- Écouter ses clients Repérer ses propres freins à l'écoute. Découvrir la posture de l'écoute éclairée : de commercial à consultant.
- S'approprier les techniques de questionnement Se préparer à questionner.
- La posture d'écoute éclairée : la méthode RARE

## Négociation avec les acheteurs de la grande distribution



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Face au pouvoir de la distribution, le commercial doit maîtriser les techniques de vente mais surtout développer de véritables qualités de négociateur et une forte capacité d'affirmation de soi. Cette formation à la négociation avec les acheteurs de la grande distribution, conçue et animée par des consultants à la double compétence - côté distributeur et côté industriel -, est déjà suivie par de nombreux comptes clés appartenant aux entreprises les plus exigeantes. Elle agit comme véritable accélérateur de performance commerciale.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Directeur d'enseigne, responsable commercial, Key Account Manager, responsable des clients nationaux, responsable en charge des centrales de la grande distribution (GSA, GSB, GSS...).

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Intégrer les objectifs et enjeux de l'acheteur dans sa stratégie commerciale
- Négocier en maintenant l'équilibre des forces en présence
- Construire un accord commercial profitable
- Résister aux pressions pour préserver la rentabilité de son offre

### Programme de la formation

- Comprendre le nouvel environnement de la grande distribution
- Btir sa stratégie globale face à l'enseigne
- Rééquilibrer le rapport de force commercial Déceler les objectifs personnels de chaque acteur de la négociation. Préparer une argumentation en réponse aux moyens de pression employés. Déjouer les pièges utilisés par les acheteurs. Conduire sa négociation

- Renforcer ses comportements de négociateur

## Négociation avec les acheteurs de l'industrie



CV-66 3 Jours (21 Heures)



### Description

Vendre et négocier avec l'industrie nécessite une véritable compréhension des mécanismes et spécificités du secteur, ainsi qu'une parfaite maîtrise des techniques de négociation. Cette formation à la négociation avec l'industrie fait référence sur le marché. Cette formation propose une double approche qui renforce les compétences métier des participants et optimise le résultat de leurs négociations.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Ingénieur commercial et technico-commercial, ingénieur d'affaires, ingénieur Grands Comptes, commercial en charge de la négociation avec l'industrie. Ingénieur commercial issu de la technique et démarrant dans la fonction commerciale auprès de clients industriels. Chef de vente, responsable d'équipe commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Maîtriser le processus d'achat industriel.
- Développer une approche commerciale dédiée aux enjeux et aux spécificités du milieu industriel.
- Négocier avec profit avec les acheteurs de l'industrie.

### Programme de la formation

- Intégrer le contexte industriel actuel
- Analyser les spécificités des différents secteurs industriels
- Maîtriser le processus d'achat
- Répondre aux préoccupations des acheteurs industriels Le portefeuille achat : analyse de
- S'adapter aux différents profils d'acheteurs

## Négociation commerciale complexe



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Cette formation à la négociation de haut niveau permet aux négociateurs d'en appréhender toutes les facettes : stratégies, tactiques, comportements gagnants. Les négociateurs s'entraînent à développer de nouvelles ressources en négociation.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Négociateur confirmé : ingénieur commercial, responsable comptes clés, responsable Grands Comptes, chef de projet, responsable et directeur commercial.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Construire a stratégie et sa tactique en négociation commerciale complexe
- Mener ses négociations en combinant souplesse et fermeté
- Résister à la pression des négociations à fort enjeu

### Programme de la formation

- Agir en amont de la négociation
- Définir sa stratégie de négociation.
- Construire sa tactique
- Adapter sa tactique et sa communication
- Conduire l'entretien de négociation jusqu'à la réussite

## Négociation commerciale - niveau 1 : les 6 étapes gagnantes



CV-67 2 Jours (14 Heures)

### Description

Pression prix de plus en plus forte, renégociations permanentes, acheteurs de plus en plus formés et de plus en plus exigeants sur les conditions... savoir négocier pour garantir la rentabilité de son activité est une compétence incontournable pour tous les commerciaux. Cette formation à la négociation commerciale propose une approche unique et reconnue et met à votre disposition toutes les conditions pour devenir un négociateur efficace et plus serein. Elle aborde tant la partie méthodes de la négociation commerciale que la dimension comportementale et vous apporte les réflexes et techniques pour résister à la pression croissante de vos clients. Vous hésitez entre niveau 1 et niveau 2 : Évaluez-vous.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, technico-commercial, ingénieur d'affaires rompus à la pratique des techniques de vente et devant négocier ses conditions. Entreprise qui souhaite offrir à ses commerciaux des techniques de négociation pour augmenter la rentabilité de ses ventes. Pour les vendeurs de la Grande Distribution, se reporter à la formation 'Négociation avec les acheteurs de la grande distribution' (réf. 1614).

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Préparer et mener sa négociation commerciale
- Valoriser son offre pour défendre ses marges
- Résister aux demandes de remises
- Obtenir des contreparties aux efforts consentis
- Conclure plus rapidement ses négociations

### Programme de la formation

- Anticipez pour mieux négocier

- Osez afficher la valeur de votre offre
- Résistez à l'objection prix
- Obtenez des contreparties
- Limitez vos concessions
- Engagez-vous vers la conclusion
- Certification

## Négociation commerciale - niveau 2 : tactiques et comportements



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation de perfectionnement à la négociation, par son format centré sur la pratique et l'entraînement, permet aux commerciaux d'acquérir les outils et réflexes pour repérer, se préparer et mener efficacement ses négociations dans les contextes plus complexes - interlocuteurs multiples, rapport de forces déséquilibré - et à fort enjeu. Vous hésitez entre niveau 1 et niveau 2 : Évaluez-vous.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial expérimenté souhaitant perfectionner son approche de la négociation. Responsable comptes clés régional, national. Responsable Grands Comptes.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Aborder avec confiance les négociations à enjeu
- Mettre en œuvre sa tactique de négociation
- Sortir du rapport de forces
- Réussir face à des négociateurs difficiles

### Programme de la formation

- Préparer sa tactique de négociation
- Rétablir le rapport de forces dès le début de la négociation Les manœuvres de déstabilisation en négociation : le temps, le choix, le poids, l'influence, l'information, la sanction.
- Faire valoir ses arguments avec assertivité
- Développer ses ressources personnelles pour négocier profitablement Repérer ses croyances négatives en matière de négociation.

## Networking commercial



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

En vente complexe, avoir la meilleure offre ne suffit plus. Identifier les décideurs, s'appuyer sur la force de son réseau, bâtir une stratégie d'influence, tout cela devient une compétence incontournable pour les commerciaux. Cette formation au networking commercial allie 3 compétences complémentaires pour gagner en influence et faire la différence dans la dernière ligne droite : stratégie de networking, tactiques commerciales et postures adaptées.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial expérimenté. Dirigeant Commercial, Bid Manager. Responsable Grands Comptes, Key Account Manager. Ingénieur d'Affaires.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Faire de son capital relationnel un levier business
- Organiser son networking commercial
- Gagner en influence et en visibilité au sein des comptes

### Programme de la formation

- En amont du présentiel
- Capitaliser sur son réseau actuel pour le développer
- Organiser sa stratégie d'influence au sein d'un compte
- Optimiser son identité numérique
- Pratiquer le networking commercial au quotidien
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## Nouveau manager commercial : réussir votre prise de fonction



CV-67 3 Jours (21 Heures)



### Description

Vous allez exercer la responsabilité de manager commercial ou de chef des ventes. Commercial efficace jusqu'à présent, votre nouvelle mission consiste à rendre votre équipe commerciale efficace. Cette formation au management de la force de vente apporte les outils et repères pour aider les nouveaux manager commerciaux ou nouveaux chefs des ventes à passer de la logique du 'faire' au 'faire faire', éviter les écueils les plus fréquents et asseoir rapidement leur autorité de manager commercial. Cette formation est conçue pour accélérer et augmenter votre efficacité de manager commercial dès les premiers mois dans votre nouvelle fonction.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial qui va être nommé manager commercial ou chef de vente. Manager commercial, chef de vente en poste depuis quelques mois.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Prendre la mesure de ses nouvelles responsabilités de manager de force de vente
- Asseoir rapidement son autorité et son leadership
- Réussir ses premiers actes clés de management commercial : entretiens, réunions
- Batir un plan de réussite pour les 6 prochains mois : mode de travail ; objectifs ; plan d'actions ; pilotage

### Programme de la formation

- Prendre en main sa nouvelle fonction
- Principes et moments clés pour réussir sa prise de poste
- Identifier son profil de manager commercial

- Réussir ses 1ers entretiens Instauration d'un climat de confiance.
- Évaluer et stimuler la performance de son équipe Construire son reporting commercial : activité, objectifs, résultats, indicateurs.
- Affirmer son leadership dans les réunions commerciales
- Activités à distance

## Profession commercial



CV-67 8 Jours (56 Heures)

### Description

La vente est un métier ! Pour réussir durablement dans les métiers de la vente, aptitudes commerciales et relationnelles en clientèle ne suffisent plus. Ce cycle de formation à la vente constitue la formation de référence des professionnels de la vente et intègre les opportunités du social selling. De la vente à la négociation, un cycle de formation complet pour réussir dans sa fonction d'attaché commercial et s'approprier les 3 clefs de succès : organisation efficace, maîtrise des techniques de vente en face à face, capacité à négocier pour défendre la rentabilité de son entreprise.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne appelée à évoluer vers une fonction commerciale. Vendeur, ingénieur commercial, technico-commercial, attaché commercial.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Obtenir des rendez-vous utiles
- Réussir l'entretien de vente pour augmenter le CA et fidéliser ses clients Défendre son prix et négocier les conditions les plus rentables
- Établir un plan de développement ou de prospection
- Gérer ses priorités pour optimiser son temps sur le terrain

### Programme de la formation

- Structurer sa démarche commerciale
- Préparer ses visites
- Réussir la prise de contact avec le client, le prospect
- Connaître les besoins et attentes du client

- Argumenter pour convaincre
- Traiter les objections à la vente
- Conclure la vente
- Construire son plan d'actions commerciales
- Prendre des rendez-vous utiles par téléphone
- Gérer son temps et ses priorités commerciales
- Intégrer les réseaux sociaux dans son approche
- Préparer et anticiper efficacement la négociation commerciale
- Démarrer efficacement la négociation
- Obtenir en cours de négociation
- Engager son client vers la conclusion
- Bien négocier, même dans les situations difficiles
- Activité à distance

## Profession manager commercial



CV-67 6 Jours (42 Heures)

### Description

Souvent issu de la vente, le manager commercial doit, pour réussir dans sa mission, acquérir des compétences nouvelles en management pour entraîner sa force de vente vers la performance attendue. Ce cycle de formation dédié au manager commercial lui permet d'acquérir toutes les clés pour déployer efficacement la stratégie commerciale et accroître ses résultats, renforcer les performances de ses vendeurs en les motivant, et en développant leurs compétences. Le manager commercial, véritable chef des ventes gagne ainsi en efficacité par la maîtrise de méthodes éprouvées et de comportements proactifs.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Chef des ventes en fonction. Manager commercial souhaitant challenger sa pratique actuelle. Tout collaborateur encadrant directement une équipe de commerciaux.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Se positionner face à la direction commerciale et face à l'équipe
- Cerner ses responsabilités et son champ d'action
- Éviter les pièges les plus courants dans son management
- Maîtriser les outils, méthodes, et techniques permettant d'exercer pleinement l'ensemble de ses missions : animer, piloter, motiver, accompagner son équipe
- Bâtir et mettre en œuvre des plans d'actions commerciales qui produisent des résultats
- Acquérir les comportements qui permettent d'obtenir l'engagement maximum de ses commerciaux

### Programme de la formation

- Diagnostiquer son style de management et s'adapter à l'équipe

- Comprendre son équipe et la manager en leader
- Construire et animer des réunions commerciales efficaces et motivantes
- Mener des entretiens individuels qui mobilisent ses commerciaux
- Activités à distance
- Définir le potentiel client/marché
- Construire un plan d'actions commerciales efficace
- Analyser et exploiter les résultats commerciaux
- Être sur le terrain, acte de management commercial
- Utiliser l'accompagnement terrain pour faire progresser les vendeurs
- Utiliser les leviers de la motivation pour obtenir davantage de ses vendeurs
- Activités à distance

## Prospecter avec les réseaux sociaux



CV-67 1 Jours (7 Heures)

### Description

Quand prospecter devient une nécessité, tous les moyens sont bons pour atteindre ses cibles. Si les leviers traditionnels - téléphone, mailing, salons, ... - sont toujours d'actualité, le social selling constitue un véritable booster. Encore faut-il savoir les utiliser pour ne pas se disperser ! Cette formation très opérationnelle fait le focus sur les réseaux sociaux au service de la prospection et vous outille pour mettre en œuvre immédiatement.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, ingénieur commercial, manager commercial. Toute personne qui voudrait utiliser les réseaux sociaux pour booster sa prospection.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Adapter sa stratégie de prospection commerciale aux réseaux sociaux
- Cultiver son personal branding commercial
- Communiquer avec ses prospects de manière claire et efficace

### Programme de la formation

- Définir des objectifs de réseautage en accord avec sa stratégie de prospection commerciale
- Repérer les points clés d'un profil attractif et différenciant
- Utiliser l'approche directe pour entrer en contact avec ses prospects cibles
- Utiliser l'approche indirecte pour se faire repérer par ses prospects cibles

## Prospecter et gagner de nouveaux clients



CV-67 2 Jours (14 Heures)

### Description

Les entreprises perdent en moyenne 50 % de leurs clients tous les cinq ans et leurs clients existants ne peuvent suffire à garantir le développement de leur chiffre d'affaires. La conquête de nouveaux comptes est vitale pour limiter le risque financier, remplacer les clients les moins fidèles et développer son business. La prospection est un enjeu majeur pour assurer leur réussite commerciale dans la durée. Cette formation à la prospection commerciale vous donne les trois clés de succès des meilleurs 'chasseurs' : techniques, organisation et mental. Devenez expert et maîtrisez les subtilités d'une prospection réussie.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne en charge de la prospection commerciale ou devant relever un challenge de prospection. Commercial, chasseur, technico-commercial, ingénieur commercial, ingénieur d'affaires.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Organiser son action de prospection
- Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés
- Donner envie au prospect de changer de fournisseur
- Entretenir son mental de chasseur

### Programme de la formation

- Organiser sa prospection Définir ses cibles.
- Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés
- Réussir le premier entretien prospect en face-à -face
- Assurer le suivi de sa prospection

## Rempporter un appel d'offres



CV-66 3 Jours (21 Heures)

### Description

Mieux décrypter le cahier des charges et procéder par étapes, personnaliser sa réponse et anticiper la négociation, argumenter et défendre son offre, à l'écrit et à l'oral, et jusqu'à la signature... Dans cette formation aux appels d'offres, sept pratiques incontournables du processus de réponse à l'appel d'offres sont détaillées pour vous permettre d'optimiser votre taux de transformation.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne devant rédiger, présenter et négocier des réponses à des appels d'offres de services ou de produits dans le secteur privé ou public. Commercial, Directeur commercial, big manager.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Identifier les éléments qui différencieront votre réponse de celles des concurrents.
- Donner envie de lire par la qualité de son offre écrite.
- Valoriser et défendre son offre technique en soutenance orale.
- Négocier l'offre commerciale face à un comité d'acheteurs.

### Programme de la formation

- Acte 1 : savoir lire le cahier des charges
- Acte 2 : décider du go/no go
- Acte 4 : rédiger une proposition convaincante
- Acte 5 : positionner son offre et préparer la négociation
- Acte 6 : réussir une soutenance marquante
- Acte 7 : défendre et négocier son offre jusqu'à la signature

## Réussir une vente complexe



CV-66 3 Jours (21 Heures)

### Description

Les ventes complexes réunissent les trois caractéristiques suivantes : vente en mode projet à fort enjeu, systèmes de décision longs et complexes, recours de plus en plus fréquent à l'appel d'offres. Pour le commercial, il s'agit de maîtriser parfaitement son processus de vente, en accélérer le processus pour gagner des affaires. Cette formation à la vente complexe vous aidera à faire la différence en adoptant une approche structurée et adaptée à chaque phase du processus.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, ingénieur d'affaires, ingénieur commercial. Key Account Manager. Bid Manager. Manager commercial.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Adapter sa stratégie de réponse à la typologie de l'affaire
- Créer de la valeur par la maîtrise de la relation entre l'entreprise et votre client en repérant le jeu des acteurs
- Piloter l'ensemble des ressources au service de l'affaire
- Accélérer les prises de décision

### Programme de la formation

- En amont du présentiel
- Les compétences en vente complexe
- M comme Mener une stratégie en vente complexe
- E comme Envisager de créer de la valeur
- N comme Nouer des relations au plus haut niveau

- T comme Tracer les membres du GRID
- A comme Animer l'équipe projet
- L comme Lancer la proposition
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## S'affirmer face aux clients difficiles - Niveau 1



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation à la relation avec les clients difficiles apportera à tous ceux qui sont en relation avec de multiples clients une méthode pour gérer les rapports délicats, tendus, voire conflictuels, grâce aux techniques d'assertivité. Mieux connaître ses propres faiblesses et comment les pallier, mieux décoder les comportements déstabilisants de ses interlocuteurs et savoir les désamorcer, oser plus et demander sereinement : des techniques simples pour des résultats immédiats face aux clients difficiles.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne souhaitant mieux s'affirmer dans sa relation commerciale et faire respecter ses engagements. Commercial, technico-commercial, ingénieur commercial, responsable grands comptes, assistante commerciale, collaborateur avant-vente.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Déjouer les tentatives d'agression, de manipulation, de fuite des clients. Oser dire 'non' en confiance.
- Formuler et gérer les critiques avec plus d'assurance.
- Faire respecter ses engagements.

### Programme de la formation

- Évaluer ses réactions dans les relations commerciales
- Réagir aux comportements passifs, agressifs et manipulateurs des clients
- Oser s'affirmer sereinement face aux clients
- Gérer les critiques des clients et éviter les conflits

## S'affirmer face aux clients difficiles - Niveau 2



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Face à des acheteurs de plus en plus 'difficiles en affaires', il est indispensable d'affirmer sa position avec fermeté et souplesse, de savoir surmonter les différends et les conflits, pour faire valoir efficacement ses intérêts tout en préservant une relation constructive. Cette formation de perfectionnement aux comportements commerciaux vous apprend à développer des attitudes gagnantes pour bien gérer ce face-à-face. Par l'apport de méthodes et d'entraînements sur des situations concrètes de négociations difficiles, elle a déjà permis à de nombreux commerciaux de prévenir et résoudre les conflits en négociation pour obtenir de meilleurs résultats.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, technico-commercial, délégué, ingénieur commercial, responsable Grands Comptes et manager commercial expérimentés souhaitant développer leurs ressources personnelles pour aborder les situations commerciales difficiles plus sereinement.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Se préparer aux négociations difficiles.
- Ajuster sa communication aux comportements de son interlocuteur.
- Développer des réflexes efficaces en situation de conflits (négociation tendue, indifférence, agressivité, mauvaise foi...).

### Programme de la formation

- Outil n° 1 : les états du Moi Découvrir ses modes de communication privilégiés : autodiagnostic.
- Outil n° 2 : les positions de vie Repérer ses positions de vie de référence en négociation difficile.

- Outil n° 3 : les recadrages en négociation difficile Utiliser le recadrage pour aider le client à modifier sa perception : le recadrage de sens, le recadrage de temps.
- Outil n° 4 : l'ancrage Se fixer un objectif. Développer sa stratégie d'auto-motivation.

## Social selling



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Les habitudes d'achat de vos clients BtoB ont radicalement changé : on estime aujourd'hui qu'un acheteur qui rentre en contact avec un fournisseur a déjà réalisé 57 % de son parcours d'achat ! Aujourd'hui, les équipes commerciales doivent aller chercher les clients et prospects là où ils sont : c'est l'objectif du social selling. Cette formation permet aux commerciaux d'adapter leurs process commerciaux aux nouveaux outils digitaux, mais aussi d'adopter une nouvelle démarche commerciale plus adaptée aux réseaux sociaux. À l'issue de cette formation social selling, vous saurez coordonner ces 3 aspects de la fonction commerciale digitale : sales process, sales Tech et savoir être commercial moderne.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, ingénieur commercial, attaché commercial, responsable grands comptes. Directeur Commercial, Chef des Ventes souhaitant optimiser l'approche commerciale de ses équipes grâce au digital. Marketeur, web-marketeur souhaitant optimiser la collaboration marketing-ventes au service de l'efficacité commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Connaître et utiliser les différents media sociaux
- Développer sa légitimité sur le web
- Identifier et contacter des leads
- Optimiser le processus commercial digital

### Programme de la formation

- En amont du présentiel

- La prospection commerciale dans un monde digital L'évolution des comportements des acheteurs
- Les nouveaux gestes du social selling
- Définir une stratégie de contenus : l'inbound selling Quelle stratégie de contenu ?
- Détecter des opportunités commerciales et des leads Approcher les prospects via les réseaux. Élargir sa base prospects en tenant compte de critères précis.
- Optimiser sa prospection : l'outbound selling L'outbound selling : les apports du digital et du big data.
- Fluidifier et accélérer le processus commercial
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## Tableau de bord commercial : piloter la performance



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Une fois les objectifs commerciaux déterminés, les règles du jeu établies, les moyens explicités, le challenge de toute force de vente reste de 'réaliser les objectifs' avec les moyens disponibles. Entre prévision et réalisation, résultats et objectifs, le manager commercial a besoin de piloter son équipe vers le succès : il doit mesurer pour prévoir, réagir et ré-orienter. Cette formation au pilotage des ventes place le tableau de bord commercial au cœur du processus commercial et de la motivation des vendeurs.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Chef des ventes récent dans sa fonction. Tout responsable commercial souhaitant réactualiser sa pratique du pilotage des ventes.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Mettre son activité commerciale sous contrôle pour pouvoir la piloter
- Identifier dans son processus de vente les indicateurs les plus pertinents
- Concevoir un tableau de bord commercial efficace
- Analyser les chiffres pour diagnostiquer sa productivité commerciale
- Manager la performance commerciale en communiquant avec le tableau de bord commercial

### Programme de la formation

- Mettre son activité commerciale sous contrôle
- Identifier les étapes clés génératrices de résultat
- Identifier les indicateurs les plus pertinents
- Motiver et challenger ses équipes avec le PAC
- Activité à distance

## Techniques de vente - Niveau 1



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Pour réussir vos entretiens de vente, cette formation aux techniques de vente vous fait découvrir et maîtriser les 7 réflexes gagnants de la vente, la méthode à mettre en œuvre auprès des clients dès le retour sur le terrain, en face-à-face ou à distance !

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Tout commercial B to B en prise de fonction ou souhaitant acquérir les techniques de vente.

Toute personne souhaitant s'orienter vers un métier commercial.

Pour les commerciaux sédentaires,

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- S'adapter aux nouveaux parcours d'achat des clients B to B
- Acquérir les techniques et outils de la vente.
- Maîtriser les étapes de l'entretien de vente pour faire vivre une expérience client mémorable.

### Programme de la formation

- RÉFLEXE I : CERNER les attentes clients dans sa démarche commerciale
- RÉFLEXE II : CIBLER son client ou prospect pour mener un rendez-vous commercial utile
- RÉFLEXE III : CONTACTER pour enclencher le dialogue
- RÉFLEXE IV : CONNAÎTRE les besoins du client pour adapter son offre
- RÉFLEXE V : CONVAINCRE des bénéfices de l'offre pour persuader d'acheter
- RÉFLEXE VI : CONCLURE la vente pour emporter la commande
- RÉFLEXE VII : CONSOLIDER la relation pour mieux fidéliser le client

## Techniques de vente - Niveau 2



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Cette formation aux techniques de vente pour commerciaux ayant déjà une bonne pratique ouvre de nouvelles perspectives pour améliorer son taux de transformation. Vous hésitez entre niveau 1 et niveau 2 : Évaluez-vous.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commercial, ingénieur commercial, technico-commercial, faisant de la vente en face-à -face, qui souhaite se perfectionner en intégrant de nouvelles compétences.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Repérer le niveau de maturité du besoin client/prospect.
- Adapter ses techniques de vente à chaque situation client.
- Convaincre le client/prospect dans toutes les situations en développant les techniques adaptées.

### Programme de la formation

- Adapter son approche commerciale aux besoins client
- Co-construire la solution : la vente conseil
- Créer le besoin : la vente persuasive
- Se différencier par son expertise : vente réactive
- Accélérer l'envie de changer : la vente créative

## Vendre aux grands comptes



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Parce qu'ils représentent un potentiel important de développement, de nombreuses entreprises se tournent vers les grands comptes. Or, si toutes les règles concernant la vente s'y appliquent, elles ne sont pas suffisantes. Pour réussir avec les grands comptes, il faut également intégrer leurs spécificités. Cette formation à la vente aux grands comptes vous apporte les clés incontournables pour réussir avec les grands comptes : volonté d'apporter de la valeur, lobbying au sein du compte, travail en équipe pour développer à moyen terme le client.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne ayant dans son portefeuille clients des grands comptes. Commercial, ingénieur commercial, chargé d'affaires souhaitant développer une approche dédiée aux grands comptes.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Adapter son approche commerciale à la cible grands comptes
- Construire un plan d'action commercial adapté
- Tisser son réseau relationnel chez le client, comme en interne, au service de ses affaires

### Programme de la formation

- Définir ses cibles Analyser son portefeuille clients. Évaluer le potentiel du compte.
- Développer son réseau chez le client Identifier les nouveaux processus d'achat grands comptes.
- Analyser le grand compte
- Construire sa stratégie grand compte Définir sa proposition de valeur : le plan de compte.
- Développer son réseau interne Vendre son plan d'actions à sa hiérarchie.

- Activités à distance

## Vendre et négocier par téléphone



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Vendre et négocier par téléphone est aujourd'hui une nécessité et un véritable relais de croissance à la vente en face-à-face. Que l'on soit commercial, téléconseiller ou assistante commerciale, cette formation à la vente par téléphone pour vendeur, technico-commercial, commercial sédentaire, assistante commerciale, téléconseiller, orientée résultats, permet de maîtriser les méthodes spécifiques de la vente par téléphone et de les appliquer lors de simulations d'entretiens enregistrées et analysées en groupes, en appel entrant comme en appel sortant.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne ayant pour objectif de développer ses ventes et fidéliser ses clients par téléphone, en appel entrant comme en appel sortant. Vendeur, technico-commercial, commercial sédentaire, assistante commerciale, téléconseiller, chargé de clientèle.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Maîtriser les techniques de commercialisation par téléphone
- Convaincre et conclure au téléphone
- Résister aux demandes de négociation
- Obtenir des contreparties utiles

### Programme de la formation

- En amont du présentiel
- Adapter sa communication pour vendre au téléphone
- Réussir les 1 ers instants au téléphone Accueillir en appel entrant.

- Argumenter pour vendre
- Négocier et préserver ses marges Affirmer sa valeur ajoutée et argumenter son prix. Résister pour valoriser son offre.
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## Vendre et négocier une hausse de tarif



CV-66 1 Jours (7 Heures)

### Description

Vous devez régulièrement faire passer des hausses de tarif et vous appréhendez les réactions de vos interlocuteurs, de l'incompréhension à la menace à peine voilée en passant par les marchandages à n'en plus finir ? Cette formation opérationnelle fait le focus sur ce moment spécifique et vous apporte des clés pour bien vous préparer, annoncer, et faire accepter vos hausses de tarif.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Vendeur, commercial, technico-commercial, attaché commercial, ingénieur d'affaires. Responsable Grands Comptes, manager commercial.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Présenter sereinement une hausse de tarif à ses clients.
- Engager le client et faire de la hausse de tarif un levier de fidélisation.

### Programme de la formation

- Préparer le terrain en amont de l'augmentation
- Préparer et personnaliser sa stratégie d'argumentation
- Annoncer la hausse de tarif avec conviction
- Finaliser l'engagement et préparer l'avenir

## Vente et négociation pour non-commerciaux



CV-66 3 Jours (21 Heures)



### Description

Plus que jamais, dans toute entreprise orientée client, les cadres sont appelés à contribuer à l'action commerciale en faisant appel, au-delà de leurs compétences métier, aux savoir-faire et attitudes professionnelles des commerciaux. Au cours de cette formation commerciale pour non-commerciaux, les cadres découvrent l'importance de leur participation active à l'acte de vente et l'impact réel de leurs actions et interventions sur la conclusion gagnante des situations clients et des affaires. Ils apprennent ainsi à développer au quotidien une posture commerciale centrée satisfaction client.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne souhaitant développer son esprit commercial. Chef de produit, ingénieur, responsable SAV, bureaux d'études, responsable ADV, logistique, production, finance. Responsable de projet, de chantier ou d'agence. Ingénieur technico-commercial et avant-vente, ingénieur et cadre non commercial intervenant dans la relation commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- S'approprier les principes de la vente et de la négociation
- Adopter un comportement commercial dans ses contacts clients
- Défendre les intérêts de son entreprise
- Contribuer activement à la vente
- Négocier les meilleures conditions possibles

### Programme de la formation

- En amont du présentiel
- Démystifier la vente Les attentes des clients.

- Réussir son premier contact Préparer son entrée en relation.
- Obtenir les informations pour mieux vendre Réaliser un diagnostic complet.
- Conseiller et convaincre le client
- Adopter un comportement commercial
- De la vente à la négociation :
- S'adapter dans les situations plus difficiles Gérer la mauvaise foi du client. Manager les réclamations.
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

## Business Relationship Manager : les meilleures pratiques



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Le BRM établit les liens indispensables aux niveaux stratégiques et tactiques, entre l'entreprise et ses multiples fournisseurs de services. Il garantit que la fourniture de service sera apte à satisfaire les exigences du business. Ce séminaire décrit le rôle et la posture du BRM au sein de la DSI. Il fournit les concepts et techniques nécessaires pour assurer la fonction.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Responsables des systèmes d'information, MOA et MOE souhaitant renforcer la maîtrise de la fonction de Business Relationship Manager ou évoluer vers celle-ci.

#### Prérequis

Connaissances de base du marketing et des composantes d'un système d'information.

### Les objectifs de la formation

- Etablir le rôle du Business Relationship Manager.
- Préciser la posture du BRM comme partenaire stratégique et tactique de l'entreprise.
- Transformer les exigences business en cahier de charge pour les fournisseurs de services.
- Garantir la conformité des changements et leurs succès.
- Maximiser la création valeur par une gestion pertinente du portefeuille de services.

### Programme de la formation

- Perspectives d'évolution des entreprises et de leurs SI
- Emergence et rôle clé du Business Relationship Manager
- Le BRM, partenaire stratégique et tactique de l'entreprise
- La gestion du portefeuille de services et la création de valeur
- Le Business Relationship Management et le Customer Relationship Management

## Réaliser un cahier des charges



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Ce stage vous montrera comment réaliser un cahier des charges pour les projets informatiques de gestion. Il vous apprendra notamment à choisir le bon niveau de description ainsi qu'à identifier les bons niveaux de granularité.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne devant participer à la rédaction d'un cahier des charges : maître d'ouvrage, assistant maîtrise d'ouvrage, maître d'oeuvre devant accompagner les maîtrises d'ouvrage.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Décrire les principales fonctions d'une application à développer avec UML
- Rédiger les différents clauses d'un cahier des charges pour le développement d'un logiciel
- Décrire le plan de développement et les exigences sur le suivi du projet dans le cahier des charges
- Alimenter un cahier des charges spécifiques (intégration, web...)

### Programme de la formation

- Cahier des charges : objectif et typologie
- Contenu du cahier des charges
- Cas d'un cahier des charges pour le développement d'un logiciel
- La stratégie de développement
- Autres cahiers des charges

## Concevoir un cahier des charges : ateliers ludiques et jeux de rôles



CV-65 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation vous montrera comment concevoir un cahier des charges à l'aide d'ateliers jeux construits autour d'une étude de cas. Il vous présentera une méthode de conception de cahier des charges ainsi que les techniques de recueil d'information et d'analyse de besoins.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

MOA, MOE, utilisateur, tout participant à la constitution d'un cahier des charges.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Cadrer une expression de besoin par une note de synthèse Appliquer la technique appropriée de recueil d'information Analyser les besoins fonctionnelles et techniques Structurer les différentes parties d'un cahier des charges

### Programme de la formation

- Présentation générale de la démarche
- Cadrage de la demande
- Analyse du besoin
- Analyse des fonctions
- Analyse des exigences non fonctionnelles
- Synthèse

## Merise pour les concepteurs l'approche opérationnelle



CV-65 5 Jours (35 Heures)



### Description

Ce stage intensif et complet sur la méthode Merise propose une formation opérationnelle en fournissant un exposé clair et concis des concepts, ainsi que de nombreux exercices pratiques. De plus, il met l'accent sur l'application concrète sur le terrain en fournissant des références fréquentes. Grâce à cette approche, les participants pourront acquérir une maîtrise réelle de la méthode Merise.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne impliquée directement dans la conception d'une application (chef de projet, concepteur, informaticien).

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Définir un dictionnaire de données à partir du cahier des charges d'une application
- Elaborer des modèles de flux pour décrire les échanges d'informations
- Construire un modèle conceptuel de données à partir d'un existant
- Passer des modèles de flux aux modèles de traitements avec Merise
- Appliquer les règles pour décrire l'organisation des traitements et des données
- Représenter les fonctions logiques avec Merise

### Programme de la formation

- Présentation de la méthode Merise
- Les modèles de flux (MCF, MCC, MOF)
- Niveau conceptuel des données (MCD)
- Niveau conceptuel des traitements (MCT, MCTA, CVO)
- Niveau organisationnel des traitements (MOT, MOTA)
- Niveau organisationnel des données (MOD)

- Niveau logique des traitements (MLT)
- Merise vers UML

## Tests et recettes pour la maîtrise d'ouvrage, introduction



CV-66 3 Jours (21 Heures)



### Description

Etre capable de prononcer la recette d'une application informatique requiert des compétences dans le domaine du test, pour s'assurer de la qualité d'un logiciel et accompagner son déploiement auprès des utilisateurs. Axé fortement sur la pratique, ce stage permet d'acquérir les concepts, techniques et méthodes essentiels pour la conduite des tests et de la recette des logiciels.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Ce stage s'adresse aux testeurs ou assistants à la maîtrise d'ouvrage en charge de la recette des applications. Mais également à toutes les personnes se préparant aux métiers du test fonctionnel.

#### Prérequis

Aucun

### Les objectifs de la formation

- Concevoir des scénarios de tests en utilisant différentes techniques
- Créer et organiser les tests dans un référentiel de test
- Mener une revue de test Exécuter des tests (manuels/automatiques), enregistrer les résultats Faire un bilan et prononcer la recette

### Programme de la formation

- Introduction à la recette
- Le contexte projet
- La démarche de recette
- La gestion des tests et des non-conformités
- La conception de tests
- L'implémentation des tests
- La campagne de recette

## Tests et recettes pour la maîtrise d'ouvrage, perfectionnement



CV-66 3 Jours (21 Heures)



### Description

Afin de satisfaire les exigences qualité des clients, il est essentiel de maîtriser la démarche globale des tests. Ce stage propose des outils et des bonnes pratiques pour aider les participants à construire des indicateurs de pilotage, à suivre et à évaluer les tests à chaque étape du processus, et à gérer efficacement les tests. En comprenant cette approche, les participants pourront améliorer la qualité de leurs produits et services, renforcer leur satisfaction client et optimiser leur performance globale.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Ce stage s'adresse aux maîtres d'ouvrage, aux responsables de recette, aux testeurs en charge de la recette des applications.

#### Prérequis

Connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Test et Recette pour la Maîtrise d'ouvrage, conception et implémentation" (réf. REA).

### Les objectifs de la formation

- Définir la stratégie de recette fonctionnelle Identifier l'impact des référentiels qualité sur la stratégie de recette.
- Définir et valider les indicateurs liés à la couverture des exigences. Mettre en oeuvre quelques outils pour la gestion des tests.
- Suivre et analyser les indicateurs définis en phase de campagne de test.

### Programme de la formation

- Le contexte de la recette
- Le plan de recette
- L'approche qualité et la recette
- La mise en oeuvre du plan de recette

- L'outillage des tests de recette
- La campagne de test
- Le déploiement et l'accompagnement

## Mieux accompagner vos commerciaux sur le terrain



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Une formation dynamique et interactive pour accompagner efficacement vos commerciaux sur le terrain. Elle vous apprendra notamment à adopter la posture de manager coach, à débriefier vos collaborateurs et à développer leurs compétences.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Responsables commerciaux, directeurs commerciaux, chefs de ventes, en charge de l'animation d'une équipe commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Passer de la posture de manager opérationnel à celle du coach terrain Créer l'autonomie et la motivation de ses commerciaux Maîtriser le succès d'une visite terrain en double Construire un débriefing terrain complet, structurant et motivant

### Programme de la formation

- Comprendre les enjeux de l'accompagnement sur le terrain
- Asseoir sa crédibilité de manager coach
- Maîtriser les étapes de la démarche d'accompagnement terrain
- Réussir le débriefing et le suivi de son accompagnement terrain

## Négocier avec efficacité, niveau 1 se positionner, argumenter



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Ce stage s'adresse à tous ceux qui souhaitent développer la dimension relationnelle dans les négociations et mieux cerner leur style personnel. Il leur permettra d'analyser les rapports de force en présence et le fonctionnement de leur interlocuteur en vue d'adapter leur comportement et leur argumentation.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Tous ceux qui souhaitent développer leur potentiel de négociateur.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Apprendre à se situer dans un situation de négociation Communiquer et prendre l'ascendant sur son interlocuteur Construire un scénario pour atteindre ses objectifs Argumenter pour influencer la négociation Repérer les moments et les signes pour conclure

### Programme de la formation

- Identifier les enjeux de la négociation
- Maîtriser la psychologie de la négociation
- Savoir analyser les rapports de force
- Savoir construire sa stratégie
- Se préparer à négocier
- Identifier la mission du négociateur
- Savoir argumenter pour influencer la négociation
- Savoir conclure efficacement une négociation

## Négocier avec efficacité, niveau 2 être bon stratège et réussir en environnement complexe



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Développer une approche stratégique de la négociation. Optimiser le résultat dans un environnement complexe. Se préparer efficacement aux négociations en équipe. Apprendre à confronter des points de vue divergents en restant constructif et à progresser en maturité émotionnelle dans les situations difficiles.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne désireuse de développer son savoir-faire en matière de négociation, intervenant en relations hiérarchiques, commerciales ou transverses.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Comprendre les stratégies de négociation S'entraîner à la pratique de la négociation en équipe Traiter les objections de façon constructive Entrez ici un objectif pédagogique

### Programme de la formation

- Distinguer les deux stratégies de négociation
- Mettre en oeuvre la stratégie directe
- Mettre en oeuvre la stratégie indirecte
- Négocier en équipe
- Traiter les objections de façon constructive
- Désamorcer les situations conflictuelles
- Faire face aux comportements difficiles

## Commercial pour non-commerciaux



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Ce stage pratique vous permettra d'adopter un esprit commercial gagnant afin de pouvoir accompagner vos actions, recueillir des informations pertinentes, porter vos projets et comprendre les techniques pour construire et gérer la relation avec un client interne ou externe.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne souhaitant développer son esprit commercial et/ou comprendre la logique d'une démarche commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Développer une posture commerciale pour mieux vendre son offre ou son projet Dépasser ses à priori sur l'approche commerciale Maîtriser les étapes d'un entretien centré sur les besoins et attentes client Argumenter en bénéfices pour son interlocuteur/client Animer une présentation structurée et dynamique de son offre

### Programme de la formation

- Adopter un comportement commercial
- Dépasser vos freins
- Découvrir les besoins potentiels de vos interlocuteurs
- Susciter l'intérêt de vos interlocuteurs
- Développer un argumentaire
- S'adresser à un auditoire

## Intégrer les réseaux sociaux dans votre stratégie e-commerce les bonnes pratiques du Social Commerce



CV-66 1 Jours (7 Heures)



### Description

Le Social Commerce est devenu pour les annonceurs un levier incontournable pour influencer l'acte d'achat des consommateurs. Ce séminaire vous expliquera comment les marchands transforment les produits, promotions et actes d'achat de leurs clients en "objets sociaux" et comment ils mesurent l'impact de ces partages.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Décideurs, directeurs commerciaux et marketing, e-commerçants, comparateurs de prix, experts de sites d'avis de consommateurs...

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Connaître les services Social Commerce et les différentes approches stratégiques.
- Détecter les différents mécanismes sociaux dans un contexte e-commerce.
- Maîtriser les différents réseaux sociaux en termes d'intégration e-commerce.

### Programme de la formation

- Mesurer les bénéfices des réseaux sociaux pour le Social Commerce
- Optimiser la viralité des produits du Social Commerce
- Vendre et promouvoir sur Facebook
- Le M-commerce et le Social Shopping du futur.

## Optimiser la gestion financière de l'activité commerciale les bons leviers pour améliorer ses marges



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation vous apportera les notions fondamentales pour mesurer l'impact financier de vos décisions commerciales. Cela vous permettra d'évaluer la performance à l'aide d'indicateurs pertinents en vue d'améliorer l'efficacité et la rentabilité de votre activité commerciale.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Managers commerciaux, dirigeants et cadres non spécialisés en gestion financière chargés d'évaluer la solvabilité des prospects, directeurs financiers chargés d'optimiser la marge commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Apprendre à évaluer les risques pesant sur la santé financière de vos partenaires clients Optimiser la performance commerciale Identifier les points faibles et les opportunités de développement de l'activité commerciale de l'entreprise Maîtriser la méthodologie d'audit des indicateurs d'alerte comptables et financiers des activités commerciales

### Programme de la formation

- Lire et comprendre bilan et compte de résultat de l'entreprise
- Construire un budget commercial pour le niveau de rentabilité souhaité
- Manager la rentabilité avec ses vendeurs
- Manager le risque client par la construction d'un tableur d'évaluation
- L'intelligence économique pour mesurer la santé financière de vos clients

## Digitaliser l'expérience client en point de vente



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Dans un contexte omnicanal, la digitalisation du point de vente est devenue un objectif majeur. Elle consiste en l'adoption d'applications digitales permettant d'optimiser l'expérience du client sur son lieu d'achat. Cette formation vous permettra d'en comprendre les clés et les enjeux stratégiques pour l'entreprise.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Responsables marketing, responsables point de vente ou merchandising, responsables stratégie digitale...

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Appréhender les perspectives d'évolution du commerce et du e-commerce
- Mettre en oeuvre une stratégie digitale dans un point de vente
- Créer une nouvelle expérience client enrichie
- Générer du trafic vers son point de vente

### Programme de la formation

- Etat des lieux de l'e-Business
- Les nouveaux comportements d'achat
- Le magasin connecté dans une stratégie omnicanale
- La technologie au service de l'expérience client
- Le pilotage des campagnes
- Les impacts organisationnels pour l'entreprise

## Key Account Manager : bâtir des stratégies gagnantes



CV-65 2 Jours (14 Heures)



### Description

Comment tirer parti d'un environnement concurrentiel et optimiser sa stratégie de comptes? Quels leviers pour développer, consolider et pérenniser les partenariats? Comment stimuler les équipes pour relever les challenges ? Cette formation vous propose les méthodes et outils pour répondre aux enjeux du métier de KAM.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commerciaux, managers commerciaux, responsables de BU destinés à exercer la fonction de Key Account Manager.

#### Prérequis

Aucn.

### Les objectifs de la formation

- Organiser son activité de Key Account Manager
- Fédérer autour de son projet commercial pour en assurer la réussite
- Développer son impact sur le compte
- Exercer une meilleure influence en interne et en externe
- Accompagner et faciliter les changements liés aux projets commerciaux
- Identifier ses axes personnels de progrès

### Programme de la formation

- Organiser la stratégie de développement
- Développer la stratégie d'information
- Communiquer la vision stratégique aux équipes
- Déployer son impact sur les comptes

## Renforcer son impact en entretien de vente



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Ce stage pratique vous permettra de maîtriser votre image et votre crédibilité, pour renforcer votre impact en entretien de vente. Vous découvrirez les techniques de communication et de persuasion qui vous permettront de conduire le client vers la signature d'une affaire dans les conditions que vous recherchez.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commerciaux, managers commerciaux, vendeurs, consultants et techniciens avant-vente.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Mener une négociation commerciale efficace Organiser son activité commerciale, prendre des rendez-vous utiles Réussir l'entretien de vente en face à face

### Programme de la formation

- Identifier vos réactions face à vos clients
- Oser dépasser vos craintes, vos appréhensions
- Développer votre image et votre crédibilité
- Argumenter de façon persuasive et assertive
- Oser vous affirmer face à vos clients
- Influencer votre client

## Perfectionnement aux techniques de vente



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Organisée autour de mises en situation réalistes, cette formation vous permettra de vous perfectionner aux techniques de vente, notamment d'améliorer vos comportements commerciaux, votre argumentaire et le traitement des objections.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commerciaux et technico-commerciaux.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Améliorer l'efficacité de sa prise de contact
- Approfondir sa collecte d'informations stratégiques
- Affûter son argumentation et démarquer son offre de la concurrence
- Détecter les signaux d'achat pour bien conclure

### Programme de la formation

- Obtenir un rendez-vous avec un décideur
- Acquérir la confiance dès les premières minutes de l'entretien
- Découvrir
- Affiner son argumentation
- Traiter les objections
- Conclure

## CIEL Gestion Commerciale, perfectionnement



CV-66 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation très pratique vous permettra d'approfondir vos connaissances du logiciel CIEL Gestion Commerciale Evolution pour Windows. Vous apprendrez notamment à gérer les stocks et les fournisseurs, à procéder aux paiements et à utiliser les fonctionnalités avancées du logiciel.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Responsables et collaborateurs d'un service en charge de gestion commerciale et toutes personnes amenées à utiliser le logiciel CIEL Gestion Commerciale.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Maîtriser les opérations avancées du logiciel Savoir gérer les éléments de stocks et d'analyse de performance commerciale Savoir enregistrer les acomptes et les règlements

### Programme de la formation

- Connaître les fonctions avancées de CIEL Gestion Commerciale
- Créer et paramétrer les fournisseurs
- Gérer les stocks
- Gérer les paiements
- Connaître les particularités de gestion de certains secteurs d'activités
- Connaître les fonctionnalités avancées de CIEL Gestion Commerciale

## Vendeur en point de vente : être bon communicant



CV-69 2 Jours (14 Heures)



### Description

Face à des clients de plus en plus exigeants, la qualité de la communication devient un facteur clé de succès dans la vente. Cette formation vous permet d'identifier les différents profils de clients et d'améliorer vos performances commerciales grâce à l'application de bonnes pratiques de communication.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Vendeur en point de vente, collaborateurs de petites, moyennes ou grandes surfaces, collaborateurs de SAV, commerçants, personnels en contact avec la clientèle.

#### Prérequis

Aucun

### Les objectifs de la formation

- Redynamiser et exploiter son potentiel relationnel
- Améliorer ses performances commerciales
- Connaître et exploiter les techniques de communication
- Satisfaire les exigences de la clientèle
- Adopter la bonne posture lors de situations difficiles

### Programme de la formation

- Vendeur(se) : véhiculer l'image de marque
- Maîtriser les techniques de communication
- S'exprimer pour susciter l'intérêt
- Gérer les situations difficiles
- Réflexion et Plan d'Action Personnel de progrès

## Prospecter par téléphone et obtenir des rendez-vous



CV-69 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation pratique vous apprend à utiliser le téléphone comme un véritable outil de performance au service de l'action commerciale. Elle permet d'identifier et de dépasser ses freins personnels, tout en maîtrisant les techniques de communication efficaces pour atteindre ses objectifs de prise de rendez-vous. Elle fournit également des méthodes et outils concrets pour réussir une démarche de prospection téléphonique.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

- Commerciaux, ingénieurs d'affaires, vendeurs, chargés de prospection, assistant(e)s.
- Tout collaborateur en charge d'obtenir des rendez-vous commerciaux.

#### Prérequis

Aucun.

### Les objectifs de la formation

- Organiser sa démarche et son temps de prospection
- Développer une communication efficace au téléphone
- Obtenir des rendez-vous ciblés
- Développer son portefeuille client
- Aborder commercialement les appels difficiles

### Programme de la formation

- Développer une communication adaptée à la prospection par téléphone
- S'organiser pour réussir sa prospection et sa prise de rendez-vous
- Réussir un appel de prospection et de prise de rendez-vous
- Déjouer l'obstacle du "barrage"
- Argumenter et traiter les objections

- Evaluer son activité de prospection

## Se perfectionner à la vente et à la négociation



CV-69 2 Jours (14 Heures)



### Description

Négocier est devenu un art. Dans le cadre de vos échanges commerciaux avec des clients en BtoB ou BtoC, la maîtrise des techniques de négociation est incontournable. Ce stage de formation perfectionnement en techniques de négociation vous permettra de vous positionner en négociateur, de travailler votre posture et surtout de maîtriser les techniques fondamentales de la négociation. Cette formation est disponible en inter intra entreprise et peut se décliner sur mesure, en fonction de vos besoins et de vos attentes.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

- Commerciaux
- Grands Comptes
- Commerciaux Seniors, Juniors
- Vendeurs itinérants

#### Prérequis

- Exercer une activité commerciale pour suivre la formation négociation perfectionnement

### Les objectifs de la formation

- Augmenter votre potentiel négociateur afin d'optimiser vos négociations Garder la maîtrise de l'entretien en respectant les différentes étapes de la vente Argumenter en tenant compte des besoins et motivations du prospect Conclure la négociation sur une image de professionnalisme et consolider la relation pour la pérenniser

### Programme de la formation

- Identifier les différents styles de négociateur
- Optimiser sa prise de contact dans le cadre d'une négociation
- Optimiser son questionnement en négociation

- Optimiser son écoute dans la négociation
- Optimiser son argumentation
- Optimiser son traitement des objections
- Optimiser sa conclusion
- Optimiser sa personnalité de négociateur

## Devenez agent commercial



CV-67 30 Jours ( Heures)



### Description

Pour réussir durablement dans les métiers de la vente, aptitudes commerciales et relationnelles en clientèle ne suffisent plus. Ce cycle de formation à la vente constitue la formation de référence des professionnels de la vente et intègre les opportunités du social selling. De la vente à la négociation, un cycle de formation complet pour réussir dans sa fonction d'attaché commercial et s'approprier les 3 clefs de succès : organisation efficace, maîtrise des techniques de vente en face à face, capacité à négocier pour défendre la rentabilité de son entreprise.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Toute personne appelée à évoluer vers une fonction commerciale. Vendeur, ingénieur commercial, technico-commercial, attaché commercial.

#### Prérequis

Maîtrise des techniques commerciales de base.

### Les objectifs de la formation

- Suivre, évaluer et adapter son plan d'action commerciale Cibler les bons interlocuteurs et organiser sa stratégie d'influence Adopter une visibilité efficiente des indicateurs retenus et des écarts sur objectifs Encourager son équipe et la rendre performante et soudée

### Programme de la formation

- Bâtir et piloter le plan d'action commerciale
- Construire sa stratégie d'influence commerciale
- Tableaux de bord commerciaux : piloter la performance
- Management d'équipe

## Manager et dynamiser une équipe commerciale



CV-66 3 Jours (21 Heures)



### Description

Structurer sa pratique à travers l'acquisition d'outils managériaux opérationnels. Apprendre à dynamiser et motiver une équipe commerciale. Définir des objectifs commerciaux, les décliner en plans d'actions d'équipes et individuels. Faire progresser ses collaborateurs en se comportant en leader.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Cette formation s'adresse aux Responsables et managers commerciaux, chefs de ventes...

#### Prérequis

Expérience commerciale.

Etre en situation de management ou en prise de poste

### Les objectifs de la formation

- Maîtriser les techniques de communication et les savoir-être managériaux Fixer des objectifs motivants et mobiliser chaque commercial Accompagner concrètement le commercial dans l'atteinte des objectifs Construire ses outils d'évaluation et de pilotage de l'activité commerciale

### Programme de la formation

- Bien se connaître pour mieux manager
- Maîtriser les outils du management
- Mener des entretiens individuels efficaces
- Savoir évaluer les performances
- Renforcer la motivation des commerciaux
- L'accompagnement terrain
- Savoir traiter les situations conflictuelles
- Mettre en place ses plans opérationnels

## Négocier et rédiger un contrat commercial



CV-66 2 Jours (14 Heures)

### Description

Grace à une étude détaillée et approfondie des clauses des contrats commerciaux (objet, modalités, garanties, obligations, transfert, limite de responsabilité ...), vous serez en mesure de rédiger vos contrats. Vous aborderez également les aspects juridiques en cas d'inexécution et le droit de la concurrence.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Cette formation s'adresse aux Managers et responsables commerciaux, aux commerciaux, assistant(e)s juridiques.

#### Prérequis

Aucune connaissance particulière.

### Les objectifs de la formation

- Connaître la législation, jurisprudence des contrats commerciaux Analyser la portée des obligations réciproques Analyser les clauses essentielles d'un contrat Rédiger un contrat commercial

### Programme de la formation

- Le contrat commercial
- La portée des obligations réciproques
- Les clauses essentielles du contrat
- La gestion des cas d'inexécution du contrat
- Les éléments essentiels du droit de la concurrence

## Bâtir et piloter le Plan d'Actions Commerciales



CV-66 3 Jours (21 Heures)



### Description

Cette formation vous permettra d'acquérir les méthodes et outils pour définir votre Plan d'Actions Commerciales (PAC), d'identifier les actions de marketing opérationnel pertinentes de maîtriser les étapes de la construction du PAC et de vous entraîner à sa mise en œuvre et aux procédures de contrôle.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Cette formation s'adresse aux Responsables commerciaux, managers commerciaux, chefs des ventes, toutes les personnes en charge du déploiement des stratégies opérationnelles et commerciales.

#### Prérequis

Connaissances en marketing.

### Les objectifs de la formation

- Analyser son portefeuille ou son marché Fixer ses objectifs et élaborer sa stratégie commerciale globale
- Construire son Plan d'Actions Commerciales et le décliner en actions de marketing opérationnel
- Suivre, évaluer et adapter son Plan d'Actions Commerciales
- Promouvoir son Plan d'Actions Commerciales auprès de sa direction et de ses collaborateurs

### Programme de la formation

- Du plan marketing au Plan d'Actions Commerciales
- Analyse et diagnostic
- Définir sa stratégie d'objectifs
- Décider des actions et bâtir son Plan d'Actions
- Planifier, lancer et contrôler des actions
- Savoir "vendre" son PAC à sa hiérarchie et à ses collaborateurs

## Optimiser ses ventes par téléphone



CV-67 2 Jours (14 Heures)

### Description

Comment développer son chiffre d'affaire grâce aux techniques de prospection par téléphone ? Comment lever ses propres freins ? Comment mieux communiquer avec tous les profils de prospects identifiés ? Cette formation pratique vous propose les méthodes et outils pour réussir votre démarche de vente par téléphone.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Commerciaux, commerciaux sédentaire, assistant(e)s commerciaux, téléconseillers, vendeurs, chargés de prospection.

#### Prérequis

Aucune connaissance particulière.

### Les objectifs de la formation

- Maîtriser les méthodes pour préparer et organiser sa prospection par téléphone
- Construire un argumentaire convaincant et l'adapter à tous les profils
- Savoir questionner et susciter l'intérêt au téléphone
- Structurer et conduire un entretien de vente par téléphone
- Connaître et mettre en œuvre les techniques d'argumentation, de persuasion et de conclusion

### Programme de la formation

- Se préparer et organiser sa prospection
- Construire son argumentaire et préparer ses entretiens
- Etre percutant et ouvrir le dialogue au téléphone
- Argumenter et mener l'entretien de vente par téléphone
- Développer ses compétences de négociateur au téléphone

## Introduction to Cisco Sales (ICS)



CV-67 2 Jours (14 Heures)



### Description

Cette formation permet aux participants d'acquérir les compétences et connaissances des architectures, des produits et solutions Cisco. L'accent est mis sur la façon dont le personnel de vente peut vendre efficacement et aligner les solutions Cisco sur les exigences commerciales de leurs clients.

Cette formation couvre des sujets similaires à ceux de la formation en ligne "Introduction aux ventes Cisco", mais il est beaucoup plus approfondi. Cette formation aidera les participants à se préparer à l'examen Cisco 700-150, qui est l'un des examens de gestionnaire de compte requis pour les spécialisations de canal Cisco

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Cette formation s'adresse aux directeurs de comptes partenaires, aux responsables du développement commercial, aux ingénieurs de vente ainsi que toute autre personne souhaitant obtenir l'examen Cisco 700-150 ICS.

#### Prérequis

Aucun requis

### Les objectifs de la formation

- Comprendre l'approche de la vente de Cisco.
- Décrire l'expérience client du point de vue de Cisco.
- Articuler les architectures, produits et solutions Cisco.
- Se préparer pour l'examen ICS

### Programme de la formation

- Pourquoi Cisco
- L'approche de Cisco en matière de vente

- Vendre les solutions d'entreprise et de réseau numérique Cisco
- Vendre des solutions de sécurité Cisco
- Vente de solutions Cisco Data Center et Architecture Cloud
- Vente de solutions de collaboration Cisco
- Introduction à l'expérience client

## Techniques de commercialisation & merchandising



CV-67 2 Jours ( Heures)



### Description

La formation en Techniques de Commercialisation & Merchandising vise à doter les participants des compétences nécessaires pour exceller dans les domaines de la vente, du marketing et du merchandising et se déroulera sur une période déterminée et comprendra des modules variés couvrant les aspects essentiels de la commercialisation et du merchandising.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Cette formation est ouverte à tous les publics.

#### Prérequis

Ce programme de formation ne nécessite pas de pré-requis particulier.

### Les objectifs de la formation

- Doter les participants des compétences nécessaires pour exceller dans les domaines de la vente, du marketing et du merchandising
- Former des professionnels capables de comprendre les besoins du marché
- Développer des stratégies de vente efficaces
- Optimiser la présentation des produits dans un environnement commercial

### Programme de la formation

- Qu'est-ce que le merchandising ?
- Concept magasin (macro merchandising)
- Implantation des familles de produits
- Optimisation de l'offre
- Implantation des produits (micro merchandising, les règles)
- Merchandising de séduction
- Théorie

- Développement personnel

## Gestion des Ventes, Logiciels et Outils



CV-67 3 Jours ( Heures)

### Description

Cette formation offre une approche pratique de la gestion des ventes en mettant l'accent sur l'utilisation de logiciels et d'outils modernes. Les participants auront l'occasion de travailler sur des cas concrets et d'appliquer les connaissances acquises à des situations réelles. Des démonstrations en direct et des exercices interactifs seront intégrés pour renforcer la compréhension et la maîtrise des outils.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Cette formation s'adresse aux professionnels des ventes, responsables commerciaux, chefs d'équipe, et toute personne cherchant à améliorer ses compétences en gestion des ventes à l'aide de logiciels et d'outils modernes.

#### Prérequis

Avoir une connaissance de base des principes de vente et de la gestion commerciale. Une familiarité avec les outils informatiques et une compréhension générale des logiciels d'entreprise sont également recommandées.

### Les objectifs de la formation

- Acquérir des compétences approfondies en gestion des ventes et utilisation des logiciels associés.
- Maîtriser les concepts de CRM et savoir les appliquer dans un contexte professionnel.
- Savoir collecter, analyser et interpréter les données de vente pour optimiser les performances.
- Automatiser les processus de vente pour gagner du temps et accroître l'efficacité.
- Développer des compétences pratiques dans l'utilisation des logiciels spécifiques à la gestion des ventes.

### Programme de la formation

- Fondamentaux de la Gestion des Ventes
- Utilisation des Logiciels de Gestion des Ventes
- Analyse de Données et Reporting

- Automatisation des Processus de Vente
- Gestion de la Relation Client (CRM)

## Digitalisation appliquée au commercial



CV-69 3 Jours ( Heures)

### Description

La formation sur la digitalisation appliquée au commercial offre une approche pratique et concrète pour intégrer la technologie dans les processus commerciaux. Les participants auront l'occasion de mettre en pratique les concepts appris à travers des exercices, des études de cas et des démonstrations en direct. La formation se concentre sur l'acquisition de compétences opérationnelles pour relever les défis actuels du commerce numérique.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Cette formation s'adresse aux professionnels du commerce, aux responsables commerciaux, aux entrepreneurs, aux responsables marketing, ainsi qu'à toute personne souhaitant développer des compétences en matière de digitalisation appliquée au commercial.

#### Prérequis

Aucun prérequis spécifique n'est nécessaire, mais une connaissance de base des concepts commerciaux traditionnels serait bénéfique. Une familiarité avec l'utilisation des ordinateurs et d'Internet est recommandée.

## Les objectifs de la formation

- Acquérir une compréhension approfondie de la digitalisation appliquée au domaine commercial.
- Maîtriser les outils et les plateformes numériques essentiels pour le commerce.
- Développer des stratégies de marketing digital efficaces pour générer des leads.
- Comprendre les aspects pratiques de la vente en ligne et de l'e-commerce.
- Optimiser l'expérience client à l'aide de la technologie.
- Utiliser l'analyse de données pour orienter les décisions commerciales.

## Programme de la formation

- Introduction à la Digitalisation Commerciale
- Outils et Plateformes Numériques
- Stratégies de Marketing Digital
- Vente en Ligne et E-commerce
- Optimisation de l'Expérience Client
- Analyse de Données Commerciales