



**Inventeurs de
possibles**

- **Donnez à vos équipes les moyens de réussir les négociations avec leurs clients et leurs prospects.**
- **Homogénéiser les comportements des équipes.**
- **Améliorer leur activité et leur performance de façon pérenne.**

Formation au face à face commercial

Les objectifs :

- Comment **optimiser votre équipe commerciale dans la relation en face à face ?**
- Comment optimiser l'organisation avant et après les rencontres ?
- Comment peut-elle **imposer vos prix et valoriser vos marges ?**
- Comment **développer leur plaisir de vendre, qui garantit la réussite de votre équipe ?**

Les objectifs déclinés :

Réussir l'acte de vente pour chaque membre de l'équipe :

- **Assimiler les techniques de vente en face à face :**
 - La préparation de la rencontre
 - La vente en face à face : les 9 étapes clés
- **Rétablir les rapports de force vendeur / acheteur :**
 - Décoder le langage de l'acheteur
 - Les 10 questions clés qui rétablissent les rapports de force acheteurs / vendeurs
 - Déjouer les pièges de l'acheteur
- **Vendre en défendant mieux les marges :**
 - Savoir valoriser son prix
 - Convaincre avant de négocier le prix
 - Obtenir une contre partie à toute concession : les 4 clés.

Préparer l'équipe à l'action de vente réussie :

- **Créer les conditions d'appropriation par les équipes de la stratégie commerciale, de ses contraintes, de ses objectifs :**
 - *Ce qu'un groupe veut, il l'obtient toujours... pour peu que chaque membre le veuille assez fort...*
 - La stratégie de vente, clef de la réussite d'une équipe commerciale
 - Les éléments constitutifs d'une stratégie de vente efficace :
 - la perception positive des produits ou services
 - la hiérarchisation du portefeuille clients
 - la hiérarchisation du portefeuille prospects
 - la visualisation des étapes de réalisation
 - la préparation rigoureuse des rencontres
 - l'obtention des résultats
- **Les comportements d'équipe vecteurs de la réussite de l'entreprise :**
 - Les "gimmicks" des commerciaux, signes de ralliement à l'équipe
 - Les outils communs, signes d'appartenance à l'entreprise
 - Les objectifs d'équipe, matérialisation de la reconnaissance de l'équipe.

Garantir la réussite de l'équipe à long terme :

- **L'exploitation des réunions commerciales en lieux ressources, constructives.**
- **L'harmonisation des échanges :**
 - **Anticiper les risques**
 - **Créer les conditions de recherche et d'émergence des vraies solutions.**

Méthodologie / Séquences

■ Phase □ Evaluation initiale :

⊕ 1/2 journée / organisation □ 1/2 journée par commercial

Stratégie et Développement effectue une **première observation de l'organisation commerciale**.

En doublon avec le commercial durant une demi-journée, un consultant du cabinet situe les **champs de progrès du commercial** dans la perception de son métier et de son **organisation** ; dans ses **préparations d'entretiens** ; dans **l'assimilation technique et comportementale** en situation de face à face, sur la base d'une grille de 55 critères.

■ Phase □ formation - action / les principes de la négociation en face à face

⊕ 1/2 journée

Après avoir présenté, développé, les conclusions de l'audit initial auprès de la Direction Commerciale et insisté sur les points la concernant (management, circulation des informations, réunions...), Stratégie et Développement développe l'ensemble des apports théoriques de la formation : ● typologie des acheteurs ● prise de conscience des conséquences d'une remise, d'un rabais ou d'une ristourne ● négociation sur le prix ● phase de conclusion.

■ Phase □ Mise en pratique par jeux de rôle :

⊕ 4 demi-journées espacées d'une semaine.

Les stagiaires, forts des apports théoriques effectués au cours des sessions précédentes, développent **leurs propres outils de travail** : check list de préparation, argumentaires en face à face, fiches de suivi, outils de remontée d'informations... **Une série de simulations filmées en situation**, critiquées et commentées avec le groupe, permet une appropriation par les stagiaires des différents thèmes abordés, et des outils élaborés.

Entre chaque session de travail, les stagiaires effectuent un travail d'auto-évaluation et d'observation de leurs difficultés.

Le cabinet met en place une " HOT LINE " ; à tout moment les stagiaires peuvent nous contacter.

■ Phase □ Mise en place sur le terrain :

⊕ 1/2 journée

Les consultants veillent à la mise en place dans l'entreprise des outils techniques élaborés avec les stagiaires et validés par la Direction Commerciale et le cas échéant par la Direction Générale.

■ Phase □ Evaluation terrain :

⊕ 1/2 journée

Après quelques semaines d'expérimentation terrain, une nouvelle observation est réalisée, sur les mêmes critères d'évaluation que l'évaluation initiale, clarifiant ainsi les évolutions réelles.

⇒ Possible ! ❖ Evaluation permanente ❖

Un **baromètre** permet une mesure objective (tous les trimestres, par exemple) de l'**évolution qualitative des comportements commerciaux**, sur la base de visites en **doublon**, sur la même grille d'évaluation.

Durée en stage des personnels : 4 jours

Tarification :

6 000 euros HT

Cette démarche peut être prise en charge par votre **Fonds d'Aide à la Formation**.

Vos contacts :

Stratégie&Développement

Félix LABONNE
Gilles MARQUIS
Malika BOUCHAMI

■ Par téléphone : 03 81 40 21 10

■ Fax : 03 81 50 71 00

■ Mail : contact@strategie-developpement.com