**PROGRAMME DE FORMATION :**

**Développement commercial**

**et entretien de vente**

**Client :** Nom des clients

**Période de formation :** Période de formation et nombre d’heures et de jours de formation

**Durée de formation :**  combien de temps dure la formation en jour ou en heure

**Objectif :** que va être capable de faire votre client à l’issue de la formation ? Quelles compétences, métier, ou savoir va-t-il acquérir, dans quelles circonstances va-t-il pourvoir les mettre en œuvre.

**Public visé :** Qui sont les personnes visées par cette formation ?

**Prérequis :** Quelles sont les connaissances de base pour suivre ses formations ?

**Moyen et modalité :** Comment se déroule la formation ? Que de la théorie dans une salle, ou de la pratique dans une salle, ou de la pratique dans un endroit prévu à cet effet.

**Évaluation :** Méthode d’évaluation choisie : sous quelle forme le client valide ses connaissances.

**Lieu :** Lieu de la formation ou espace de connexion à disposition des clients.

**Formateur :** Qui est le formateur, et quelles sont ses compétences ?

Dans les formations en ligne, il faut mettre en avant les compétences des personnes responsables du suivi de l’élève. Cela peut être le formateur ou une autre personne.

**Coordonnés de contact du formateur (si en formation en ligne) :**

Dans les formations en ligne, il faut indiquer comment le client peut contacter le formateur ou la personne en charge de son suivi.

**Modalité de contact du formateur ( si formation en ligne ) :**

Dans une formation en ligne, il faut expliquer comment le formateur / accompagnateur peut être contacté. Quelles périodes de contact, quels outils (chat, forum, mail, etc.) et sous quels délais il doit répondre.

**Méthode de suivi pédagogique si formation en ligne :**

Dans une formation en ligne, il y a obligatoirement un suivi pédagogique. Il faut donc expliquer comment vous allez le mettre en œuvre. Exemple : regroupement toute les semaines dans une classe, sur une web-conférence.

**Lieu au cas où le client n’a pas accès à internet (si formation en ligne) :**

Il faut pouvoir donner un lieu où le client va pouvoir aller se connecter pour suivre la formation s’il n’a pas internet chez lui.

**Objectif :**

La formation proposée ci-dessous couvre les aspects fondamentaux du développement commerciale et de l’entretien de vente pour les débutants en la matière.

**Pré-requis :**

Connaissance de l’entreprise et de son environnement

**La méthodologie :**

La formation alterne théorie, pratique, mises en situation et jeux de rôle/Formation collective

# **I - Mettre au point sa stratégie commerciale**

# 

1. LES CLÉS DE RÉUSSITE DANS LA VENTE

Les attitudes

Les qualités personnelles

La démarche structurée

Les connaissances de son environnement et de l’environnement client

Les techniques de vente et de négociation

2. Mettre au point sa stratégie commerciale

Définir les actions à mener

Cibler ses prospects

Mettre au point son cycle de vente

3. ORGANISER ET DÉVELOPPER SON PORTEFEUILLE D’AFFAIRES

Les étapes d’une affaire

Le compromis entre la prospection et le suivi des affaires

# **II - L’entretien de vente**

1. Préparer son entretien de vente

Connaitre son client

Préparer ses outils

Préparer son entretien de vente

2. Se faire accepter en tant que vendeur

Le bris de glace

Instaurer un climat de confiance

Valoriser son interlocuteur

3. Écouter son client

S’intéresser à son client

S’intéresser à ses problématiques

Imaginer les solutions ensemble

4. construire une proposition commerciale

Les 5 points forts d’une bonne proposition commerciale

Les éléments indispensables d’une bonne proposition commerciale

Présenter son offre

Les cinq principales causes de refus d’une proposition

5. Valider l’intérêt du client

Reconnaitre les 6 principaux signes d’intérêts

Les signes du manque d’intérêt

6. Vendre et conclure

Les différents types de situation de conclusion

Qui, quand, comment conclure.

Prendre congé