

PERFORMANCE COMMERCIALE

TECHNIQUES COMMERCIALES

COM 01 Z 05 : Accueil et service public/clientèle	PAGE 2
COM 01 Z 10 : Pratique de la communication téléphonique	PAGE 3
COM 01 Z 17 : Relance téléphonique des litiges et impayés commerciaux	PAGE 3
COM 01 Z 15 : Marketing téléphonique	PAGE 4
COM 01 Z 45 : Marketing direct : accroche commerciale efficace avec vos prospects et clients	PAGE 4

GAGNER EN PERFORMANCE COMMERCIALE

COM 02 Z 50 : Animer une équipe de commerciaux	PAGE 7
COM 02 Z 20 : Maîtriser les techniques de vente	PAGE 5
COM 02 Z 25 : Négociation commerciale : Vendre plus, vendre mieux	PAGE 5
COM 02 Z 27 : Créer, avec vos commerciaux, des argumentaires de vente	PAGE 6
COM 02 Z 40 : Connaître vos acheteurs pour vendre mieux	PAGE 6
COM 02 Z 05 : Développer des attitudes commerciales et communicantes	PAGE 8
DIR 14 Z 20 : Développer votre aisance relationnelle par l'usage du théâtre	PAGE 9
COM 02 Z 30 : Fidéliser les clients : le nouvel enjeu des techniciens	PAGE 10

85% de nos formations sont réalisées en INTRA ou en accompagnement individualisé. Nous consulter.

Pour une intervention :

Inter

Saint-Etienne / Lyon

Durée : 4 jours

**Lancement : 19. 20. 29
et 30 avril 2004
1. 2. 11 et 12 oct. 2004**

Coût H.T. : 725 euros

Renseignements
et inscriptions :

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755

prix appel local

Pour une intervention :

Intra

Contacter :

Eveline MIROGLIO

emiroglgio@institut-copernic.com

COM 01 Z 05 ACCUEIL ET SERVICE PUBLIC/CLIENTÈLE

PERSONNES CONCERNÉES :

Toute personne assurant
le premier contact (physique
ou par téléphone), fonction
accueil.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation ,
les participants seront
capables de :

- Optimiser la qualité
des relations
avec le public/la clientèle.
- Développer leurs attitudes
communicantes.
- Améliorer l'expression
verbale.
- Mieux analyser et résoudre
les problèmes rencontrés
quotidiennement auprès
du public/de la clientèle.

PROGRAMME :

- Bilan de la pratique
des participants :
 - identification des types
d'interlocuteurs
et des situations rencontrés,
- étude et analyse des accueils
physiques et téléphoniques,
prises de messages, outils
utilisés.
- Travail sur les différentes
formes d'accueil et conditions
matérielles dans lesquelles
il se déroule :
 - accueil : 1er contact
de l'interlocuteur avec
l'entreprise,
- prise de conscience
de l'impact sur l'image
de marque.
- Les formulations positives.
- La logique d'entretien :
 - au téléphone,
 - à l'accueil physique.

- Aspects techniques

et relationnels :

- comment mettre à l'aise ?
(discours / attitudes),
- techniques
de questionnement
et reformulation,
- savoir conclure.

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

- Mise en situation et jeux
de rôles, entraînement par
exercices progressifs à l'aide
du magnétophone.
- Etudes de situations
délicates : analyse critique
et constructive.
- Approche ludique grâce au
jeu de plateau : "Mémoire
d'Eléphant".

Pratique

Théorie

COM 01 Z 10 PRATIQUE DE LA COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE

PERSONNES

CONCERNÉES :

Toute personne utilisant le téléphone dans l'entreprise en émission/réception d'appels.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Développer leur efficacité personnelle pour optimiser les performances de toute l'entreprise.
- Prendre conscience de leur rôle, dans l'image de marque de l'entreprise,

à travers la communication téléphonique.

- Faire du téléphone, un support privilégié de communication interne et externe.

PROGRAMME :

- Spécificité de l'entretien téléphonique : émission et réception d'appels.
- Techniques d'expression au téléphone (rythme, ton, vocabulaire...).
- Acquérir les règles de l'écoute.
- Poser les bonnes questions.
- Reformuler.

- Typologie des comportements.
- Les moments de vérité :
 - Comment mettre à l'aise ?
 - Comment prendre en charge ?
 - Comment trouver une solution ?
 - Comment conclure ?

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

- Travaux de construction d'entretiens téléphoniques, enregistrement et analyse.
- Approche ludique : jeu de plateau "Mémoire d'Eléphant".

Pratique

Théorie

Pour une intervention :

Inter

COM 01 Z 10

Saint-Etienne / Lyon

Durée : 3 jours

Lancement :
23. 24 fév.
et 5 mars 2004

Coût H.T. : **653 euros**

Renseignements
et inscriptions :

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755
prix appel local

Pour une intervention :

Intra

Approche individualisée

Contacter :

Eveline MIROGLIO

emiroglia@institut-copernic.com

COM 01 Z 17 RELANCE TÉLÉPHONIQUE DES LITIGES ET IMPAYÉS COMMERCIAUX

PERSONNES

CONCERNÉES :

Commerciaux et Assistants commerciaux, services administration des ventes, contentieux.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Prendre conscience que les relances téléphoniques pour les litiges et impayés s'inscrivent dans une démarche commerciale.
- Mettre en œuvre les techniques, comportements et vocabulaires adaptés.

PROGRAMME :

- L'acte d'achat-vente : tendances.
- La place du recouvrement dans le processus commercial.
- Les attentes des clients dans la relation client/fournisseur et les comportements commerciaux à adopter.
- La typologie des débiteurs.
- Les techniques de maîtrise d'entretien téléphonique.
- Les formulations égalitaires et constructives.
- La gestion des clients difficiles.

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

- Echanges avec les participants pour l'étude constructive des pratiques et la prise de conscience des changements à effectuer.
- Pédagogie active, orientée pratique.
- Mises en situation, simulations, entraînements à l'aide du magnétophone.

Pratique

Théorie

Pour une intervention :

Intra

Contact :
Eveline MIROGLIO
emiroglia@institut-copernic.com

Camille SANCHEZ
csanchez@institut-copernic.com
N°Azur 0 810 810 755
prix appel local

COM 01 Z 15

MARKETING TÉLÉPHONIQUE

PERSONNES CONCERNÉES :

Commerciaux, secrétaires commerciales, télévendeurs.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation , les participants seront capables de :

- Utiliser le téléphone comme un outil commercial.
- Optimiser la prospection téléphonique.

PROGRAMME :

- Prendre conscience de son rôle dans l'image de marque de l'entreprise.
- Acquérir et appliquer les règles d'écoute active et de questionnement.
- Connaître et développer les avantages produit/service.
- Construire des argumentaires.
- Construire un plan d'entretien.
- Typologie des comportements.

- Méthodologie : tableaux de bord, fiches clients.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Réflexion et élaboration en commun.
- Construction d'argumentaires adaptés.
- Nombreux exercices de mise en application avec enregistrement, analyse et critique constructives.

Pratique

Théorie

COM 01 Z 45

LE MARKETING DIRECT

Accroche commerciale efficace avec vos prospects et clients

PERSONNES CONCERNÉES :

Responsables commerciaux, commerciaux et assistants commerciaux qui réalisent des actions de marketing direct.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation , les participants seront capables de :

- Connaître les techniques de marketing direct.
- Définir les cibles.
- Créer le message associé au support.
- Mettre en œuvre des actions de phoning et mailing.

PROGRAMME :

- Le marketing direct : outil de conquête et de fidélisation commerciales.
- Les outils de marketing direct.
- Les fichiers.
- Les éléments d'un mailing :
 - enveloppe porteuse, plaquette, lettre, coupon-réponse,
- Techniques rédactionnelles adaptées aux supports,
- Méthodologies pour structurer la lettre : SPRI et AIDA au service de la vente.
- L'action téléphonique.
- Les "trucs" et astuces : remises, parrainage, promotions, ...

- Lancement des opérations
 - phase de test,
 - validation et généralisation de l'action,
 - analyse des résultats.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Accompagnement du consultant formateur qui assure le rôle du Directeur de Création.

Les stagiaires sont invités à se munir de cas concrets afin de travailler sur leurs objectifs professionnels.

Pratique

Théorie

COM 02 Z 50 ANIMER UNE ÉQUIPE DE COMMERCIAUX

PERSONNES CONCERNÉES :

Directeurs et responsables
commerciaux, chefs
de secteurs

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation ,
les participants seront
capables de :

- Animer et motiver
une équipe de vendeurs.
- Prendre en compte
les situations, la personnalité
des vendeurs et les résultats
à atteindre.

PROGRAMME :

- **Moi et les autres :**
 - Auto-diagnostic : quel est
mon profil d'animateur
commercial, quel est

mon système de valeurs ?

- Comment suis-je perçu ?
- Comment adapter mon style
pour atteindre mes objectifs
de motivation ?

- **La motivation :**

- Inventaire des facteurs
de motivation.
- Auto-motivation.
- Leviers et outils
de motivation.

- **Moi et mon équipe :**

- Qu'est-ce qu'une équipe ?
- Mes rôles de manager.
- Construire et développer
l'esprit d'équipe.

- **L'équipe et ses résultats :**

- Objectifs à atteindre
et moyens à mettre en œuvre.
- Place de la motivation
dans les résultats de chacun
et de l'équipe.

- **Mes outils d'animation
d'équipe.**

- Réunion.
- Entretien individuel.

- **Synthèse : le Management
situationnel.**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Réflexions et échanges,
travaux en sous-groupes.
- Mises en situation
des participants à l'aide
de la vidéo.
- Etudes de cas.

Pratique

Théorie

Pour une intervention :

Intra Coaching individualisé

Contacter :

Eveline MIROGLIO

emiroglio@institut-copernic.com

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755

prix appel local

Pour une intervention :

Intra

Approche individualisée

Contacter :

Eveline MIROGLIO

emiroglia@institut-copernic.com

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755

prix appel local

COM 02 Z 20

MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE VENTE - niveau 1

PERSONNES

CONCERNÉES :

Vendeurs, technico-commerciaux juniors .

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation , les participants seront capables de :

- Mettre en œuvre les techniques de base de l'acte commercial.
- Maîtriser la communication avec la clientèle.
- Organiser leur activité commerciale.

PROGRAMME :

- Connaissance et analyse de la clientèle :
- la communication avec le client et les techniques de l'écoute active,
- l'élaboration d'une typologie des clients.
- Maîtrise de la relation client/vendeur :
- typologie des comportements,
- adapter son comportement à la situation,
- maîtriser son expression.
- L'entretien de vente :
- les phases de la vente,

- construction d'argumentaires et de réponses aux réfutations,
- techniques de conclusion.
- Plan d'action commerciale : méthodologie : tableaux de bord, fiches clients, etc. . .

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

Mise en situation des participants et utilisation des moyens vidéo afin d'analyser et d'améliorer de façon efficace et concrète la prestation des participants.

Pratique

Théorie

COM 02 Z 25

NÉGOCIATION COMMERCIALE : VENDRE PLUS, VENDRE MIEUX - niveau 2

PERSONNES

CONCERNÉES :

Commerciaux, acheteurs et vendeurs confirmés.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation , les participants seront capables de :

- Maîtriser les situations de négociations.
- Contribuer efficacement à la performance de la force de vente.

PROGRAMME :

- L'efficacité de la force de vente
- la compétition et la collaboration

dans la force de vente, - le rôle de la force de vente dans l'entreprise.

- L'analyse de la négociation
- les différents types de négociation,
- préparation de la négociation,
- les facteurs de réussite et d'échec d'une négociation,
- les habitudes, points forts et points faibles du vendeur,
- comment développer ses atouts.

- La conduite de la négociation
- savoir repérer les motivations et les freins de l'interlocuteur,

- travailler les techniques de questionnement,
- adapter son expression à l'interlocuteur,
- faire face aux objections imprévues, désamorcer les conflits.

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

- Travail sur cas concrets.
- Mise en situation des participants.
- Utilisation des moyens vidéo afin d'analyser les pratiques et de rendre plus performants les participants.

Pratique

Théorie

COM 02 Z 27

CRÉER, AVEC VOS COMMERCIAUX, DES ARGUMENTAIRES DE VENTE

PERSONNES CONCERNÉES :

Dirigeants, Responsables d'équipes commerciales, animateurs de réseaux de distribution.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Pratiquer les techniques de création d'argumentaires.
- Créer - avec leur équipe

commerciale - des argumentaires de vente à fort impact pour enrichir leur rôle de "coach-fédérateur" d'équipe.

PROGRAMME :

- Connaissance et analyse de l'argumentation.
- Les différents types d'argumentaires.
- Savoir décrypter un argumentaire.
- Mise en relief et formulation

des "plus" concurrentiels et différentiels des produits ou services.

- Créer son argumentaire sur le support adapté.

MÉTHODE

PÉDAGOGIQUE :

- Etude de cas.
- Travail collectif sur les cas d'entreprises des stagiaires.

Pratique

Théorie

Pour une intervention :

Intra

Contacter :

Eveline MIROGLIO

emiroglio@institut-copernic.com

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755

prix appel local

COM 02 Z 40

CONNAÎTRE VOS ACHETEURS POUR VENDRE MIEUX

PERSONNES CONCERNÉES :

Responsables commerciaux, commerciaux désireux de mieux connaître les profils des individus avec lesquels ils négocient.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les logiques du métier d'acheteur pour être plus performant dans la négociation commerciale.

PROGRAMME :

- Les achats : fonction stratégique de l'entreprise.

- L'évolution de l'offre et de la demande.
- L'environnement de l'acheteur.
- Les pouvoirs de l'acheteur.
- La stratégie et les parades de l'acheteur.
- L'évolution du métier de l'acheteur : savoir, savoir-faire, savoir-être.
- Les 7 profils du vendeur.
- Les 7 profils de l'acheteur.
- La mise en adéquation des profils vendeur / acheteur.
- Les 4 grandes phases de la négociation et les comportements adaptés du vendeur face à l'acheteur :
- Découvrir,
- Connaître,

- Convaincre,
- Conclure.
- Simulations appliquées aux cas des participants.

MÉTHODES

PÉDAGOGIQUES :

- Apports de méthodes et d'outils d'achat
- Appropriations simultanées des rôles du vendeur et de l'acheteur par de nombreuses simulations progressives enregistrées au magnétoscope.

Pratique

Théorie

Pour une intervention :

Intra

Contacter :

Eveline MIROGLIO

emiroglia@institut-copernic.com

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755

prix appel local

COM 02 Z 05

DÉVELOPPER DES ATTITUDES COMMERCIALES ET COMMUNICANTES

PERSONNES

CONCERNÉES :

Toute personne d'entreprise en relation avec le client. Collaborateurs des services commerciaux, administration des ventes, comptabilité, contentieux.

Toute personne des établissements publics ou parapublics ayant à promouvoir le service public.

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Optimiser l'esprit de service et le sens du client par le développement d'attitudes commerciales et communicantes.

PROGRAMME :

- Soi et les autres : comprendre les interlocuteurs et les situations.
- Clarification des objectifs des situations de communication pour mobiliser les attitudes appropriées.
- Affirmation de soi, assertivité.
- Mise en œuvre d'attitudes commerciales : au service

du client, fournisseur, collègue.
- Conviction et esprit de service.

MÉTHODES

PEDAGOGIQUES :

- Pédagogie active, orientée pratique
- Démarche P.N.L. (Programmation Neuro-Linguistique).
- Entraînements et simulations
- Analyse des mises en situation.

Pratique

Théorie

DIR 14 Z 20

DÉVELOPPER VOTRE AISANCE RELATIONNELLE PAR L'USAGE DU THÉÂTRE

PERSONNES CONCERNÉES :

- Toute personne désireuse d'optimiser son aisance relationnelle dans un esprit ludique et de jeux de rôle
- Commerciaux désireux de travailler spécifiquement leur aisance relationnelle.

OBJECTIFS :

- A l'issue de la formation, les participants seront capables de :
- Explorer leurs capacités expressives et de développer leur gestion de l'interaction.
 - Pratiquer la notion de « rôle » et de développer la fluidité comportementale.
 - Gérer leur émotivité et leur stress.

PROGRAMME :

- Prise de conscience de ses attitudes par une auto-analyse de ses comportements.
- Le théâtre : approche approfondie des situations professionnelles.

- Pratique d'exercices théâtraux s'appuyant sur des textes de théâtre : notion du "rôle".
- Pratique du jeu dans l'espace, face à l'autre, pour expérimenter la force expressive de chacun, grâce à la communication verbale et non verbale.
- Développement de ses outils expressifs :
 - respiration,
 - gestuelle,
 - mimique,
 - déplacements.
- Approche du travail de scènes de théâtre à 2 : mise en espace et en jeu
- Transposition entre l'univers de la communication interpersonnelle ou de la vente et celui du théâtre :
 - éveiller l'attention et susciter l'intérêt,
 - convaincre et persuader,
 - théâtraliser,
 - revenir à la situation de communication ou de vente : analyse des attitudes positives avant et après.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- La méthode théâtrale favorise l'expression, l'art de communiquer en améliorant ses capacités créatives et sa position dans l'échange relationnel.
- Pratiques d'exercices théâtraux et de mises en jeu (vidéo).
- Profil de l'intervenant : psychologue, comédien et metteur en scène.

Pratique

Théorie

Pour une intervention :

Intra

**Approche
individualisée**

Contacteur :

Eveline MIROGLIO

emiroglia@institut-copernic.com

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755

prix appel local

Institut Nicolas Copernic

Pour une intervention :

Intra

Contacter :

Eveline MIROGLIO

emiroglia@institut-copernic.com

Camille SANCHEZ

csanchez@institut-copernic.com

N°Azur 0 810 810 755

prix appel local

COM 02 Z 30 FIDÉLISER LES CLIENTS : LE NOUVEL ENJEU DES TECHNICIENS

PERSONNES CONCERNÉES :

Techniciens ayant une relation avec les clients et fournisseurs (S.A.V., supports, dépannage, ...).

OBJECTIFS :

A l'issue de la formation , les participants seront capables de :

- Développer des attitudes de conseil et de service.
- Participer à l'image de marque de l'entreprise.
- Devenir un relais commercial et fidéliser le client.

PROGRAMME :

- Bilan de sa pratique actuelle.
- Analyse des attentes du client, fournisseur.
- Attitude d'écoute active : prise en compte des informations échangées et exploitation commerciale.
- Techniques de questionnement et de reformulation.
- Adaptation aux interlocuteurs et aux situations.
- affirmation de soi,
- attitudes commerciales par l'approche Programmation

Neuro-Linguistique (P.N.L.).

MÉTHODES

PEDAGOGIQUES :

- Pédagogie active.
- Démarche P.N.L (Programmation Neuro Linguistique).
- Etudes de cas et jeux de rôles.
- Entraînements par vidéo pour une analyse constructive et efficace.

Pratique

Théorie