



Développer son intelligence commerciale

Construire sa démarche commerciale
Se former aux techniques de vente en respectant son éthique et ses valeurs dans la relation à l'autre



Et si construire son plan d'action commercial était d'abord une question de méthode ?
Et si la vente était avant tout une histoire de process et d'étape à franchir ?

Notre parcours sur 4 jours étalé sur 6 mois alterne des moments d'apport de connaissance et des ateliers de mise en pratique

Le tout animé par des coachs certifiés et experts dans les relations interpersonnelles



Pendant 4 jours nous allons vous faire travailler sur :

- La définition de vos cibles prioritaires et de leurs besoins
- Les caractéristiques de votre offre et les points de différenciations
- Votre démarche commerciale et votre stratégie réseau
- La présentation de votre offre
- Les différentes étapes de la vente
- La défense de l'offre et la défense du prix

Ceci pour développer durablement votre courant d'affaires

Ce stage est pour vous si :

- Vous souhaitez structurer votre stratégie commerciale
- Vous souhaitez construire votre plan d'action commerciale
- Vous avez envie de profiter pleinement de votre réseau
- Vous souhaitez transformer vos prospects en clients réguliers
- Vous avez envie de booster votre chiffre d'affaires
- Vous voulez défendre vos prix et vos marges



PROGRAMME

En nous appuyant sur de la méthode et des ateliers pratiques nous vous proposons :

- Formaliser votre plan d'actions commerciales
- Identifier votre stratégie réseaux
- Pratiquer les techniques de vente selon un process défini
- De travailler votre argumentaire et votre défense du prix
- De construire une offre commerciale efficace sur le fond et sur la forme

Déroulé des 4 jours

Préambule : un entretien pour déterminer les attentes du participant et comprendre son environnement

Journée 1 : Construire sa stratégie commerciale

Atelier 1 : Définir son cadre de référence

- Définir son ambition et ses objectifs commerciaux à 3 ans
- Rédiger sa promesse et établir son positionnement
- Identifier ses cibles, leurs besoins et les prioriser

Atelier 2 : Le patrimoine commercial

- Définition du patrimoine et de ses composantes
- Chiffrer et segmenter ses clients – prospects et suspects en Or / Argent / Bronze
- Établir une liste de priorité, des efforts à produire et du résultat à obtenir

Atelier 3 : La stratégie réseau

- Identifier les principaux réseaux dans mon environnement
- Choisir les plus approprié – Coût et qualité des contacts
- Rédiger son pitch de présentation
- Réaliser le mapping de son système

Tous les ateliers sont des exercices de mises en pratiques à partir des exemples concrets des participants

Journée 2 et 3 : Rencontrer son prospect et présenter son offre



Atelier 1 : Prendre contact avec son client

- Comment se comporter pendant les 30 premières secondes
- Se présenter en quelques minutes
- Poser le cadre et sa légitimité
- Les pièges à éviter

Atelier 2 : Réaliser la phase de découverte

- Les différents types de questions et leurs efficacités
- Comment développer une vraie écoute active
- La boussole de la vente : les informations qui valent de l'or

Atelier 3 : Présenter son offre de service et argumenter

- Présenter son offre avec la méthode SIMAC
- L'argumentation sous forme de Caractéristique – Avantage – Bénéfice

Atelier 4 : Répondre aux objections

- La méthode AQR
- Les objections comme levier pour négocier

Journée 4 : Rédiger une proposition commerciale, la présenter et conclure la vente



Atelier 1 : Rédiger sa proposition commerciale

- Les éléments clés de la présentation : Contexte / Enjeux / objectif
- Les éléments de réassurance : La présentation de l'entreprise et les références clients
- Mise en pratiques à partir de cas concret

Atelier 2 : Présentation de l'offre et défense du prix

- Les bonnes attitudes à adopter
- Comment annoncer le prix
- Quels éléments négocier et pour quelles contreparties

Atelier 3 : La conclusion de la vente

- Les différentes façons de conclure
- Les opportunités de vente additionnelles
- Que faire une fois la vente signée ?



MODALITES

Pour qui ? : Dirigeants, équipes de directions commerciales et leurs forces de vente
Coachs et indépendants qui souhaitent développer leurs activités

Durée : 4 jours

Lieu : Paris

Tarif : 450 HT euros par jour et par personne

Possibilité de fournir une convention et une attestation de formation pour un financement OPCA



INTERVENANT



Yann Sonneck accompagne les organisations, les équipes et les individus dans leurs transformations depuis plus de 10 ans.

Coach certifié HEC et expert en accompagnement au changement, il intervient en France comme à l'étranger pour accompagner les dirigeants à élaborer de nouvelles stratégies, à formaliser leurs projets et à engager durablement leurs équipes dans cette démarche.

Habitué à des problématiques complexes, il interagit seul ou en équipe pluridisciplinaires auprès de dirigeants, de leur comité de direction et de leurs équipes.

Après une solide expérience de la vente dans l'industrie et le transport, il a enseigné les techniques de vente et de négociation pendant plus de 10 ans dans les organisations.

Aujourd'hui il associe les méthodes de vente et les postures comportementales pour permettre à chacun de s'approprier les techniques en restant aligner avec son savoir être

Il intervient régulièrement pour des grands groupes sur cette thématique