

Commercial 360° - Optimiser sa démarche pour un succès assuré

Public et Objectifs :

Commerciaux qui souhaitent optimiser leur performance commerciale en s'organisant et en structurant leur démarche commerciale :

- Maîtriser les techniques de gestion du temps et d'organisation pour optimiser l'activité commerciale
- Identifier et exploiter efficacement les différents canaux de prospection, y compris les réseaux sociaux professionnels
- Structurer une démarche commerciale cohérente, incluant l'analyse du portefeuille clients et l'élaboration d'un plan d'action
- Construire et présenter un argumentaire de vente percutant
- Développer des compétences en traitement des objections et en gestion des situations de vente complexes
- Acquérir des techniques de ventes additionnelles (cross-selling et up-selling)
- Maîtriser les techniques de closing et de négociation dans un contexte B2B
- Mettre en place un système de reporting efficace et savoir analyser les KPIs pertinents pour améliorer sa performance commerciale
- Élaborer un plan d'action personnel pour appliquer les acquis de la formation dans son activité quotidienne

Prérequis : Être en situation d'activité commerciale

Durée : 2 jours

Méthodes - Outils pédagogiques – Modalité d'évaluation

- Alternance théorie et mises en situation basées sur des cas concrets apportés par les participants / Alternance de partages en collectif et de temps de réflexion individuelle / Débriefing sur les comportements mis en œuvre : analyse de pratique / Ateliers pour mise en application directe dans les objectifs opérationnels
- Support de cours
- Évaluation des acquis tout au long de la formation par des mises en situations tirées des retours d'expériences des participants

Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin d'adaptation, retrouver le contact de notre référent handicap et les modalités d'accueil sur la page : [Infos pratiques/Situation de Handicap](#)

Programme de formation

Jour 1 - Structurer et Optimiser l'activité commerciale

- **Organiser et gérer son temps**
Organiser son action commerciale.
Faire respecter ses priorités.
- **Identifier et exploiter les flux de prospection**
Identifier et exploiter efficacement les différents canaux de prospection, y compris les réseaux sociaux professionnels
- **Structurer sa démarche commerciale**
Comprendre le cycle de vie d'un client et se situer dans celui-ci : Prospecter, Développer, Fidéliser
Définir ses cibles de prospects
Identifier les attentes des prospect, motivations et freins
Repérer les différents profils prospects
Analyser la concurrence et les atouts de ma valeur ajoutée
Les 6 étapes incontournables de la vente.
- **Construire et Maîtriser son argumentaire de vente**
Bâtir son plan de découverte : QQQQCP, 3C, 4S...
Construire son argumentaire commercial : CAP/SONCAS
Travailler ses argumentaires types.
Mettre en avant ses atouts, pourquoi suis-je le bon partenaire commercial ?

Ateliers pratiques : Mises en situations : retour d'expériences des participants. Construire son plan d'action pour améliorer sa démarche commerciale et son argumentaire de vente.

Jour 2 - Techniques de vente avancées et suivi de l'activité

- **Communiquer sur son offre**
Établir le diagnostic de ma propre communication
L'importance du non verbal dans la qualité des échanges : voix, intonations, rythme, regard, gestuelle...
Apprendre à se décentrer pour pouvoir aborder l'autre sans comparer avec son cadre de référence et sans porter de jugements, d'a priori
Apprendre à changer d'angle pour aller à découverte du modèle de l'autre
Écouter pour comprendre : l'écoute active
- **Savoir traiter des objections**
Accueillir l'objection, en comprendre les raisons
Savoir rassurer
Méthode CRAC
Préparer son argumentaire pour répondre aux objections principales

- **Développer des ventes additionnelles**
Maîtriser les techniques de Cross-selling et up-selling
- **Maîtriser le closing b to b**
Les enjeux de la conclusion : optimiser les processus de décision, signer ou faire un pas de plus vers la vente.
S'assurer de l'engagement du client
- **Maîtriser des reportings efficaces**
Mettre en place un système de reporting efficace et savoir analyser les KPIs pertinents pour améliorer sa performance commerciale
- **Elaborer son plan d'action**
Déterminer ses axes de progrès personnels et les actions à mettre en œuvre
Se fixer ses objectifs et son planning de réalisation

Ateliers pratiques : Nombreux jeux et mises en situations à partir du vécu des participants