

S'organiser pour mieux vendre



Réf : CLVT10

| | |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gagner du temps dans l'organisation pour l'investir dans le face à face client ▪ Donner plus de performance à la démarche commerciale de l'entreprise ▪ Savoir détecter et utiliser au mieux les compétences cachées de chacun ▪ Repartir avec un plan d'action |
| Destinataires | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirigeants de PME, encadrement commercial et toute personne exerçant une fonction commerciale |
| Pré Requis | Accessible à tous (Apporter son dossier commercial de l'année) |
| Méthodes Pédagogiques | <p>Partir de l'existant de chaque entreprise pour le rénover grâce à des outils d'analyse, de mesure et d'action.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pédagogie de la formation - action, s'appuyant sur : Des apports de connaissances, Des grilles d'analyse individuelles, Des exemples concrets, Des jeux de rôle, De la construction d'un plan d'action individualisé |
| Validation | Bilan de progrès - Évaluation de fin de stage et attestation de présence |
| Durée | 2 jours – 14 heures |
| Dates et lieu | <p>Site d'Annecy-le-Vieux</p> <p>♦ Nous consulter ♦</p> <p>Horaires : 8h30 -12h00 et 13h30 -17h00</p> |
| Tarif | 520 € HT |
| Contact | Sandra LATHUILLE - Tel : 04 50 64 12 09 - Courriel : sandra.lathuille@etudoc.asso.fr |

PARCOURS DE FORMATION

1 – S'organiser en interne

1. **Préparer et affûter les outils**
 - Quels outils avons-nous ?
(Fichiers, argumentaires, contre-argumentaires, documents de vente, book de tarification ...)
 - Des grilles pour mesurer leur efficacité
2. **Organiser l'action dans le temps**
 - Quelles actions menons-nous ? (Visites clients, porte à porte, mailing, téléphone, salons ...)
 - Comment les menons-nous ?
 - Un outil pour évaluer l'organisation.
 - Un planning pour structurer les actions
3. **Structurer l'équipe** avec l'ensemble des ressources de l'entreprise
 - Qui fait quoi ?
 - Qui sait bien faire quoi ?
 - Une méthode pour détecter les compétences cachées de chacun

2 – S'organiser dans la négociation

1. Des objectifs par action de vente
2. Envisager la négociation à rebours
 - Jeux de rôle
3. Eclaircir les échanges
 - Un outil de coaching au service de la vente
4. Répondre au besoin, aux motivations, aux attentes ?
 - Bien les cerner
 - Faire choisir le client

3 – Mieux vendre

- Gagner du temps
- Gagner de l'efficacité
- Gagner en dynamisme