



Programme / fiche pédagogique : Formation au « Développement Commercial »

Version 1 du 01/10/2024

Public visé : Tous les professionnels ayant quelque chose à vendre (produits, services, etc...).

Pré requis : Connaissances de base en vente ou en service à la clientèle, compétences en communication, notions de base en marketing, motivation et volonté d'apprendre

Objectif(s) pédagogique(s)

Savoir-faire

- **Techniques de vente** : Maîtriser les différentes techniques de vente, y compris la vente consultative, la vente croisée et la vente incitative.
- **Prospection et fidélisation** : Acquérir des compétences en prospection de nouveaux clients et en fidélisation de la clientèle existante.
- **Analyse des besoins** : Être capable d'analyser les besoins des clients et de proposer des solutions d'assurance adaptées.
- **Gestion des objections** : Savoir gérer les objections des clients et transformer les objections en opportunités de vente.

Savoir-être

- **Empathie** : Développer une capacité à se mettre à la place du client pour mieux comprendre ses besoins et ses préoccupations.
- **Résilience** : Cultiver la capacité à persévirer face aux refus et aux défis, en maintenant une attitude positive.
- **Écoute active** : Améliorer les compétences d'écoute active pour bien saisir les informations et les besoins des clients.
- **Éthique professionnelle** : Promouvoir une conduite éthique et transparente dans toutes les interactions avec les clients et les collègues.

Durant la formation le stagiaire apprendra :

- **Techniques de prospection** : Apprendre à identifier et à cibler les prospects potentiels, à utiliser différents canaux pour atteindre ces prospects, à créer des listes de contacts qualifiées et d'apporteurs d'affaires.
- **Stratégies de vente** : Se familiariser avec les différentes approches de vente, telles que la vente consultative, la vente incitative et la vente croisée, pour maximiser les opportunités de vente.
- **Négociation et gestion des objections** : Développer des compétences en négociation pour conclure des ventes avantageuses pour les deux parties, et apprendre à gérer les objections des clients de manière efficace et constructive.
- **Utilisation des outils de gestion de la relation client (CRM)** : Apprendre à utiliser les logiciels de CRM pour suivre les interactions avec les clients, gérer les leads et analyser les données pour améliorer la performance commerciale.

À l'issue de la formation le stagiaire sera capable de :

- **Identifier et prospector de nouveaux clients** : Utiliser des techniques et des outils pour cibler et engager efficacement des prospects potentiels.
- **Conduire des entretiens de vente efficaces** : Maîtriser l'art de poser les bonnes questions, écouter activement et proposer des solutions adaptées aux besoins des clients.
- **Gérer les objections et conclure des ventes** : Répondre de manière convaincante aux objections des clients et finaliser des ventes avantageuses pour les deux parties.
- **Utiliser un logiciel CRM** : Manipuler les outils de gestion de la relation client pour suivre les interactions, gérer les leads et analyser les données de vente.
- **Fidéliser les clients** : Mettre en œuvre des stratégies pour maintenir et renforcer les relations avec la clientèle existante, permettant de faire ce ses clients des apporteurs d'affaires.

Durée et modalité d'organisation :

- Date : à définir
- Horaires : à définir
- Durée : 13,5 Jours - 108h de formation
- Organisation : en présentiel
- Taille du groupe : 1 ou 2 personnes maximum

Lieu :

à définir (probablement en agence/sur site de l'apprenant)

Accessibilité :

Pour toute situation de handicap merci de nous contacter pour envisager la faisabilité.

Nous nous engageons à analyser les aménagements possibles suivant la formation choisie. Les solutions sont aménagées au cas par cas, notamment :

- Tiers-temps ;
- Choix de la modalité en présentiel ou distanciel selon les besoins de la personne.

Les aménagements n'auront pas pour but de modifier le contenu des épreuves d'évaluation et garantiront le maintien du niveau de maîtrise des compétences requis.

Délai d'accès :

Le bénéficiaire doit retourner tous les documents et l'acompte 5 jours avant le début de la formation

Tarifs :

3780€ HT soit 4536€ TTC

Déroulé / contenu de la formation :

Module 1 : Analyse du Marché (1 jour/8h)

- Étude du marché
- Analyse de la concurrence
- Définition des cibles

Module 2 : Stratégie Commerciale (3 jours/24h)

- Élaboration de la stratégie commerciale
- Fixation des objectifs de vente
- Développement d'un plan d'action commercial

Module 3 : Techniques de Vente (3 jours/24h)

- Approches et techniques de prospection
- Prise de rendez-vous et négociation
- Techniques de closing

Module 4 : Marketing Digital (2 jours/16h)

- Utilisation des réseaux sociaux
- Création de contenu engageant
- Campagnes publicitaires en ligne

Module 5 : Gestion de la Relation Client (CRM) (1 jour/8h)

- Importance du CRM dans le développement commercial
- Outils et logiciels CRM
- Fidélisation de la clientèle

Module 6 : Suivi et Évaluation des Performances (3 jours/24h)

- Méthodes de suivi des performances
- Analyse des résultats et ajustement des stratégies
- Évaluation et feedback des participantes

Conclusion (½ journée/4h)

- Résumé des apprentissages
- Questions et réponses
- Remise des certificats de participation

Moyen d'encadrement : (Formateur) :

David Nouette, a pratiqué durant plus de 20ans des techniques de vente apprises au cours de sa carrière depuis 2001. Il a également été coaché durant 3 ans par un coach business qui lui a prodigué conseils et formation en vente (2010-2013)

De 2002 à 2024, son expérience de vendeur et de responsable commercial lui a permis de former environ 10 personnes sur le terrain aux techniques de vente.

Fort de ces expériences, David Nouette obtient un MASTER 2 “Manager des Entreprises et des Organisations” Option “Piloter opérationnellement un établissement ou une unité économique” à l’INSEEC de Bordeaux.

Le formateur est disponible à l'adresse suivante david.nouette@gmail.com

Délai de réponse de 48h

Méthodes mobilisées : (Moyens pédagogiques et techniques)

Moyens techniques :

- Vidéo-projecteur, chaises, tables, support pdf

Moyens pédagogiques :

- Face à face pédagogique
- Répartition pédagogique : 50% de théorie et 50% de pratique
- Participation active et expérimentation des participants

Modalités de suivi :

- Feuille d'émargement

Modalité d'évaluation :

Avant la formation : Test de positionnement sous forme de QCM pour tester ses connaissances.

Pendant la formation : Évaluation à chaud sous forme de mise en situation / cas pratique.

Après la formation : Évaluation à froid sous forme d'entretien téléphonique

Réussite si plus de 60% de réponses correctes à l'évaluation à chaud

Une attestation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de la formation, ainsi que l'évaluation des acquis sera remise à chaque stagiaire