

OBJECTIF :

- Respecter l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique
- Elaborer les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- Prospecter à l'aide d'outils adaptés
- Adapter sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale

PROGRAMME DE LA FORMATION :

- Préparer l'entretien de vente (21 heures – 3 jours)
- Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins
- Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client
- Concevoir des OAV efficaces Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs
- Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection
- Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels
- Mener un entretien de vente (21 heures – 3 jours)
- Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre
- Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre
- Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale
- Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise
- Mener une vente complexe (21 heures – 3 jours)
- Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel
- Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe
- Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc.

PUBLIC CONCERNÉ :

Professionnels (salariés, indépendants, demandeurs d'emploi) dans le domaine du marketing et de la vente qui souhaitent développer leurs compétences professionnelles ou obtenir un Bac+3 (avec complément VAE) : Responsable marketing digital, responsable d'entreprise, assistant e-marketing, animateur marketing et commercial de site internet, animateur de sites internet et de réseaux sociaux, community manager. Chargé de clientèle, chargé de communication E-Boutique, vendeur, assistant chef de rayon, métiers du management de la relation client, etc.

PRÉREQUIS :

Baccalauréat ou équivalent – Une expérience professionnelle dans le domaine du marketing, de la vente ou du web.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES / ÉVALUATION :

- Épreuve orale (présentation devant un jury)

RECONNAISSANCE :

Certification / Diplôme inscrit-e au RNCP ou RS

ORGANISATION :

Durée de formation :

63h • 9 jours

Dates de sessions :

À définir

Lieu de réalisation :

IUT : À L'IUT

TARIFS PROPOSÉS :

€ Tarif horaire par groupe :

220 € HT/h

€ Tarif horaire par participant :

24 € HT/h