



## DÉVELOPPER LA PERFORMANCE DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE FORMATION CERTIFIANTE EN PRÉSENTIEL

Formation visant la Certification : DEVELOPPER LA PERFORMANCE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE inscrite au RSCH et délivrée à CIRCULAR CONSULTING sous le numéro RS5010.

### Objectif

Dans un contexte fortement concurrentiel où les clients se montrent de plus en plus exigeants, améliorer sa performance commerciale est un enjeu stratégique majeur pour les entreprises pour assurer la pérennité de l'organisation. De la préparation de la prospection à la mesure de la performance de l'activité commerciale, en passant par les étapes de l'entretien de vente et la négociation, cette formation permet de maîtriser le cycle de vente dans son ensemble, d'améliorer les relations commerciales et d'accroître le taux de transformation de prospects en clients.

### A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de :

- Développer l'efficacité de la prospection commerciale
- Conduire les différentes étapes de l'entretien de vente
- Optimiser la négociation commerciale
- Suivre et mesurer la performance de l'activité commerciale

### Programme :

#### ➤ Préparer et organiser la prospection commerciale

Etablir les objectifs de prospection  
Choisir les cibles  
Concevoir les actions  
Les objectifs d'une base de données  
Les outils : un logiciel ou bâtir sa base de données avec Excel ?  
La recherche de prospects  
Les sources relationnelles (réseau personnel, professionnel, les clients, les partenaires, etc...)  
Les sources externes (annuaires, la presse, sondage, bases de données en ligne, etc...)  
Les sources internes (SIC, le site internet, les employés, etc...)  
La méthode de recherche sur les réseaux sociaux : Viadeo, LinkedIn, etc...

Les différentes informations de la base de données : les données signalétiques, les informations de qualification, les informations d'actions, etc.  
Les critères de segmentation  
Choisir ses cibles de prospection  
Qualifier son fichier  
Mise en œuvre de la compétence 1  
Préparer et planifier la campagne de prospection (QQCOQP)  
La méthode AIDA  
Méthodologie de réponse aux objections  
La réponse aux objections les plus fréquentes  
Le script de prospection  
La préparation physique et mentale  
Les données en B to B et B to C

La qualité des données  
Enrichir sa base

Trier les datas (retraits de données inutiles ou  
erronées, dédoublonner, dédupliquer)  
La mise à jour des donnée

➤ **Réaliser des actions efficaces et structurées de prospection téléphonique**

Les astuces pour contourner les « garde-  
barrières ».  
Paroles d'expert  
La méthode AIDA  
Les premiers mots : ce qu'il faut éviter de dire

Repérer les premières objections et y répondre  
Les informations utiles à collecter  
Les phases d'une prise de rendez-vous efficace  
L'alternative ou non ?  
Savoir relancer en cas de refus  
Conclure positivement l'entretien

➤ **Préparer l'entretien de vente**

L'analyse du dossier client : le SWOT, les  
opportunités et menaces micro et  
macroéconomiques (PESTEL)  
Les facteurs clés de succès  
Faire émerger des opportunités  
Evaluer le risque client  
Les différents types d'objectifs de vente  
Se fixer des objectifs ASMAC  
Les motivations et les freins  
La méthode CAP /SONCASE

Rédiger un bon argument  
Hiérarchiser son argumentaire  
Les pièges à éviter  
Les supports commerciaux : brochures, vidéos, cas  
clients, etc., lequel choisir ?  
Le message  
La diffusion  
Créer et personnaliser les designs pour tout type  
de projet, de façon simple et intuitive avec Canva

➤ **La découverte du prospect**

Le premier contact  
Briser la glace  
Les enjeux de la vente  
Les supports de la présentation de son entreprise  
Quelles informations pertinentes sur son  
entreprise  
Le comportement à adopter lors de la  
présentation  
La méthode AHOS (Activités, Hommes, Objectifs,  
Solutions) et la méthode BEBEDC (Besoins, Enjeux,  
Budget, Echéances, Décideur, concurrence)

La règle des 4X20  
Soigner sa communication verbale et non verbale

Les différents types de questions  
La reformulation  
La prise de notes structurées  
Comprendre les différents socio-styles  
Savoir les repérer  
Calibration et synchronisation

➤ **L'argumentation commerciale**

Structurer son approche  
Attaquer par le meilleur argument de vente  
Présenter l'argumentaire de façon synthétique et  
adaptée en faisant le lien avec les besoins et  
motivations du prospect  
Dérouler les arguments commerciaux de façon  
structurée

L'argumentation n'est pas un monologue  
Valider les points d'accord au fur et à mesure pour  
engager l'interlocuteur  
Les différents types de preuve  
Organiser une démonstration

➤ **Traiter les objections**



2 méthodes de réfutation des objections : ICVR,  
CRAC  
La reformulation pour comprendre

Rebondir sur l'objection pour développer un  
argument  
Un cas particulier : l'objection prix

➤ **Conclure la vente**

L'écoute active  
La communication non verbale  
Congruence et incongruence

Les techniques de closing  
Réussir sa prise de congé pour préparer l'après-  
vente

➤ **Optimiser la négociation commerciale**

Préparer pour anticiper  
Préparer sa grille de négociation avec :

- Les acteurs en présence
- Les objectifs de vente
- Les tactiques et stratégies de négociation

- Les arguments et outils utilisés  
Calcul du prix de revient, du budget et de la marge  
de la solution envisagée  
Préparer différents scénarios de négociation  
Le scénario gagnant-gagnant et l'ajustement des  
variables

➤ **Suivre l'activité commerciale**

Le suivi de l'après-vente  
Le tableau de suivi des ventes  
La mesure de la satisfaction client et utilisateur  
Fichiers de suivi et CRM  
Entre le prévisionnel et les résultats

La collecte et la mesure de l'activité  
Les données qualitatives et quantitatives  
Les différents outils de reportings  
Maintenir la relation-client, clé de la fidélisation.

➤ **Mesurer et analyser l'activité commerciale**

Le tableau de bord : outil d'analyse de l'activité  
Les métriques du tableau de bord en termes de  
Résultats, Objectifs et Activités  
Les indicateurs de performance et de productivité.  
Réaliser son tableau de bord

Calculer ses ratios  
Analyse comparative résultat / objectif  
Prise de décision stratégique en vue d'améliorer  
ses résultats





## Public visé

Commerciaux, salariés ou demandeurs d'emploi cherchant à développer, optimiser et structurer leurs techniques de vente et leur activité commerciale afin d'accroître leurs résultats. entreprises voulant former ses commerciaux à la négociation et augmenter la rentabilité de ses ventes

## Modalités d'exécution et de suivi de l'action

- ✓ Feuille d'émergence
- ✓ Evaluation de la satisfaction à chaud
- ✓ Evaluation de la pratique à froid
- ✓ Certificat de compétences professionnelles

## Prérequis

Pas de prérequis. Une expérience d'un an dans la vente est appréciée.

## Accessibilité et positionnement

Pour accéder à la formation :

Fiche de pré-inscription, questionnaire de recueil des attentes, réunion d'information, entretien de positionnement.

Acompte de 1393,20 €

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter

## Durée, effectif, tarifs

Face à face : 105 heures (3 semaines)

Evaluation : 2h40

Total : 108h00

Effectif : de 6 à 12 personnes

Tarif de la formation : 2 952 € HT / personne

**3188,16 € TTC**

## Financement :

Consultez votre OPCO ou le FAF

**Possibilité de payer en 3 ou 4 fois SANS FRAIS** (nous contacter)

## Moyens pédagogiques et techniques

Formation dynamique et pédagogie active à travers laquelle l'apprenant est acteur de sa formation.

L'apprenant est au centre de la pédagogie et nos formateurs s'appuient sur ses connaissances

préexistantes (empiriques ou théoriques). Diverses méthodes et outils pédagogiques combinées : Exposés théoriques, temps d'échange, études de cas, jeux de rôle, autoscopie, grilles d'analyse de pratique, simulaphone, internet haut débit

## Lieu et dates de la formation

93 route de chateauboeuf 97200 Fort-de-France

Dates :

- **Du 23 mai au 14 juin 2023 (hors évaluation finale)**
- **Autres sessions à planifier**

## Le formateur :

Elle a une expérience significative et des compétences dans l'organisation et le pilotage de l'activité commerciale dans les entreprises.

Elle possède une expertise en andragogie (ingénierie de formation, ingénierie pédagogique, animation-guidance-évaluation, démarches réflexives) et dans le domaine du conseil et de l'accompagnement.

Tous nos formateurs respectent les exigences du Référentiel National Qualité.

## Modalités d'évaluation des acquis de la formation

L'évaluation finale porte sur :

- Etude de cas pratique sur l'organisation d'une prospection commerciale
- Des jeux de rôle sur une action de prospection téléphonique, un entretien de vente et sur une négociation commerciale
- Un exercice pratique sur le suivi et l'analyse de l'activité commerciale

**NOUS CONTACTER : 0696 115 715**

[contact@beeformation@yahoo.fr](mailto:contact@beeformation@yahoo.fr)

SAS REMYR au capital de 1 000 €

[contact@beeformation.fr](mailto:contact@beeformation.fr) / [www.beeformation.fr](http://www.beeformation.fr)

N° de déclaration d'activité : 02973355697 Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat

**Maj 25/04/2023**

SIRET 908 973 035 000 11

0696 115 715