



IDEO Consultants Organisme de formation certifié Qualiopi - Déclaration enregistrée sous le N° 82 26 02262
26 auprès du préfet de la région ARA

PROGRAMME DETAILLE DE LA FORMATION **AMELIORER SON EFFICACITE COMMERCIALE**

Nature de l'action de formation conformément à l'article L.6313-1 CT :

Ce programme de formation a pour objectif de former les participants au développement de leur activité commerciale.

Durée : 49 heures (7 journées de 7 h)

Effectif : de 2 à 8 apprenants

Lieu : Locaux d'IDEO Consultants ou en ENTREPRISE ou FOAD si les circonstances le justifient

Objectifs :

Au terme de cette formation, l'apprenant sera capable de :

- Formaliser leur stratégie commerciale ;
- Mettre en place un plan de développement structuré ;
- Monter en compétence sur la relation client et les techniques de ventes ;
- Construire un plan d'actions commerciales approprié ;
- Optimiser le dispositif commercial.

Prérequis :

Être dirigeant(e) d'entreprise, Directeurs commerciaux, commerciaux, personne en charge du développement de l'entreprise ou collaborateur concerné, équipé d'un PC sous windows10 mini et connaître la base de l'utilisation d'un PC sous Windows. (Utiliser Apple est possible)

Modalités et accessibilité :

La formation pourra se dérouler au siège d'Idéo Consultants, sis au 4, rue Georges AURIC, 26000 VALENCE, ou dans un espace externe permettant l'accueil des personnes à mobilité réduite. (Sous réserve d'un surcoût et d'un délai de prévenance de 2 semaines aux personnes de forte surdité). Les autres situations peuvent être examinées au cas par cas.

Modalités d'évaluation :

- Questionnaire de positionnement en amont de la formation permettant au formateur de choisir des exemples et des études de cas directement inspirés des besoins
- Contrôle d'acquisition final (sous forme de QCM)
- Evaluation de la satisfaction à l'issue de la formation



IDEO Consultants Organisme de formation certifié Qualiopi - Déclaration enregistrée sous le N° 82 26 02262
26 auprès du préfet de la région ARA

Modalités de déroulement (moyens techniques et pédagogiques mis en œuvre) :

La formation est dispensée par un(e) consultant(e) formateur(trice) dûment habilité(e).

Les sessions de formation alterneront apports de connaissances, mises en situations et utilisation de cas pratiques issus de situations réelles.

Les supports pédagogiques (cas pratiques, cahier du participant) sont remis selon les cas sur papier ou support électronique. L'animateur utilisera tout support pédagogique approprié : ordinateur, vidéoprojecteur, caméra vidéo.

Sanction : Attestation de fin de formation délivrée à l'issue de la formation

Contacts :

Catherine RIGOLLET, Responsable Administrative, catherine.rigollet@ideo-consultants.com
Tel. : 04 75 78 26 62 - 06 30 36 70 04

Roméo DE PASCALIS, Consultant Formateur & Coach, depascalis@ideo-consultants.com,
Tél. : 06 71 59 78 24

Tarif par participant : **2 812,50 € H.T.** (+ TVA en vigueur si applicable) par participant.

Délai d'accès : 2 semaines

Méthodes de formation utilisées : Magistrale – Interrogative - Découverte

Matériel mis en œuvre par le formateur :

- PC sous Windows
- Connexion très haut débit

Éléments à fournir par la société : NEANT



IDEO Consultants Organisme de formation certifié Qualiopi - Déclaration enregistrée sous le N° 82 26 02262
26 auprès du préfet de la région ARA

PROGRAMME DETAILLE

Durée	7 jours (49 heures) de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30
Programme	<p><u>JOUR 1</u></p> <p>1. Introduction – Tour de table</p> <p>2. Les fondamentaux de l'efficacité commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none">• Les informations commerciales / le CRM• Le portefeuille clients /prospects• La politique et les canaux de communication• Les moyens opérationnels <p>3. Analyser son entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none">• Présentation et mise en main de l'outil DIAGNOSTIC PANORAMIQUE• Administration du questionnaire Diagnostic à chaque participant• Restitution et analyse du résultat <p><u>JOUR 2</u></p> <p>4. Construire son portefeuille de prospects :</p> <ul style="list-style-type: none">• Choisir les bons critères : profil, potentiel, historique...• Prioriser et pondérer les critères• Présentation et entraînements sur études de cas• Définition des critères-clés permettant de définir le prospect idéal• Mise en main et paramétrage de l'outil MASTER ACCOUNT MANAGEMENT

JOUR 3

5 Elaborer sa stratégie de lancement :

- Définition des objectifs – quantitatifs - qualitatifs
- Le choix des indicateurs clés
- Le choix des bons canaux de communication :
 - Les différents canaux – caractéristiques – avantages – inconvénients - efficacité - tarifs – retour sur investissement
 - Exercice de mise en application en sous-groupe
 - Restitution / débat en plénière

JOUR 4

6. Formaliser une offre de services différenciée :

- Adapter les niveaux de traitement, de réponses, d'offres et d'efforts à chaque segment du portefeuille pour :
 - Développer les clients et prospects à fort potentiel
 - Fidéliser les clients majeurs
 - Optimiser la prise en charge des clients mineurs

JOUR 5

7. Communiquer pour se faire connaître :

- Savoir présenter son offre (les mots – les visuels)
- Valoriser les messages clés
- Savoir donner envie
- Exercices d'application

8. Focus sur les fondamentaux de la communication :

- Quelques notions d'Analyse Transactionnelle
- La méthode MASTER pour obtenir l'adhésion

JOUR 6

9. La prospection au téléphone et en face à face :

- Préparer sa prospection

	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les bons points d'accroche • Présenter et valoriser son offre • Gérer les objections • Engager un suivi efficace • Exercice de construction d'un scénario téléphonique et face à fac <p><u>JOUR 7</u></p> <p>10.Elaborer son plan d'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation et mise en main du gestionnaire Planning Performance • Construction du plan d'actions pour les 2 agences • Suivi du plan d'action à 3 mois, 6 mois, 1 an <p>11.Synthèse :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remise à chaque participant d'une application informatique Master Account Management pour construction de son portefeuille prospects et du support Planning Performance • Synthèse du stage
<p>Outils pédagogiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> • DIAGNOSTIC PANORAMIQUE <ul style="list-style-type: none"> ○ Identification des forces, des faiblesses et des potentiels ○ Définition des leviers prioritaires • MASTER ACCOUNT MANAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> ○ Définition de critères clés permettant d'identifier les cibles prioritaires à prospecter ; ○ Définition des processus commerciaux appropriés • PLANNING PERFORMANCE <ul style="list-style-type: none"> ○ Etablissement d'un plan d'actions ○ Mise en place d'un processus de suivi