









FORMATION MAITRISER L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCIAL

OBJECTIFS : Réveiller les clients en sommeil, résister à l'échec et/ou à la provocation, entre le marketing et la vente : le plan d'action commerciale terrain, connaître son métier de vendeur, transmettre des informations commerciales, la prise de parole en public

PUBLIC ET PRE-REQUIS : technico-commerciaux, V.R.P., chefs de ventes et directeurs commerciaux et formateurs techniques de vente

DUREE ET CONTENU : 21 heures

Aptitudes & Capacités	Connaissances Savoirs – Concepts	Technique professionnelle	Savoir être Comportement
AUTRE APTITUDE			
 Réveiller les clients en sommeil	Marketing direct Fichier informatique	Préparer un scénario d'appel + technique comme téléphone	Imagination Persévérance Sens du contact Conviction
 Résister à l'échec et/ou à la provocation	Psychologie du conflit Typologie des comportements		Assurance Contrôle de soi Distanciation
 Entre le Marketing et la vente : le plan d'action commerciale terrain	Stratégie d'approche des cibles/clients Plan d'action	Cibler/segmenter Evaluer les segments Définir les objectifs de vente Apprécier la rentabilité Fixer un échéancier d'actions Construire des outils de suivi	Autonomie Organisation Goût de la performance Rigueur Esprit « rentabiliser »
 Connaître son métier de vendeur	Missions et tâches d'un vendeur Les différents métiers de la vente L'esprit général du métier		
 Transmettre des informations commerciales	L'information interne et externe	Transmettre une commande Rédiger un rapport d'activité Elaborer une note de synthèse sur le marché et la concurrence S'exprimer par écrit et oralement (exposé)	Précision Concision Rigueur
 La prise de parole en public	Communication verbale et non verbale Gestion des relations positives et négatives	Prendre la parole en public Construire son discours Faire une démonstration Mener un entretien	Méthode Confiance en soi Charisme Fluidité verbale