

**PROGRAMME DE FORMATION**  
**Cultiver sa performance commerciale**

<b>INTITULE DE LA FORMATION</b>	<b>Cultiver sa performance commerciale</b>
<b>OBJECTIFS PEDAGOGIQUES</b>	A l'issue de la formation, les participants seront capables de : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place différentes stratégies pour construire des solutions cohérentes</li> <li>• Savoir analyser un portefeuille client et définir des objectifs ciblés en fonction de la typologie clients</li> <li>• Connaître son marché et son environnement commercial pour décrocher de ventes et/ou des rdv prospects</li> <li>• Maîtriser les étapes de la préparation d'une visite : définition objectifs commerciaux - supports/moyens d'aide à la vente - relance devis...</li> <li>• Maîtriser les étapes de la vente</li> </ul>
<b>POPULATION VISEE Prérequis</b>	Vendeur itinérant débutant ou confirmé Aucun Prérequis*
<b>MODALITES FORMATIVES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En présentiel : intra ou inter-entreprises</li> <li>• En distanciel (classe virtuelle)</li> <li>• EN AFEST</li> </ul>
<b>PROGRAMME ET CONTENU</b>	<p><b>Objectif 1 : L'analyse de son environnement commercial et de son portefeuille clients</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre les enjeux de mon activité commerciale : forces, faiblesses, opportunités, concurrence</li> <li>• Analyser son portefeuille et définir des objectifs commerciaux cohérents : pyramide clients, potentiel d'achat, objectifs visite</li> <li>• Se fixer un objectif de visite en amont de l'entretien</li> <li>• Les étapes de la prospection client pour pérenniser son portefeuille</li> </ul> <p><b>Objectif 2 : La structuration d'un entretien de vente efficace</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construire un argumentaire de vente à partir de différentes ressources pour garder le C.A.P</li> <li>• Argumenter une offre globale et anticiper les "chantiers à venir" : susciter l'intérêt</li> <li>• Défendre son prix et sa marge</li> <li>• Gérer les situations difficiles dans la relation client : les étapes de gestion d'un litige, d'une réclamation, d'un mécontentement, la prise en charge d'une objection, le recouvrement de créances</li> </ul> <p><b>Objectif 3 : La conclusion pour fidéliser le client ou engager le prospect</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étapes de la conclusion d'une vente</li> <li>• Pérenniser et fidéliser le client : renforcer l'image son image et l'image de marque de l'enseigne</li> <li>• Etablir un compte-rendu de visite efficace</li> </ul>

**PROGRAMME DE FORMATION**  
**Cultiver sa performance commerciale**

<b>MODALITES D'ORGANISATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ En salle de réunion, dans les locaux de l'entreprise ou dans un lieu habilité à recevoir du public, par groupes de 8 à 10 participants idéalement</li> </ul>
<b>METHODES D'EVALUATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Analyse de vidéos</li> <li>○ Exercices de mise en situation</li> <li>○ Quiz en évaluation sommative validera les acquis théoriques fin de session</li> <li>○ Questionnaire de satisfaction fin de formation</li> </ul>
<b>DUREE</b>	<p>Présentiel : 14h :2 jours de formation (horaires indicatifs : 8h30 – 12h00 / 13h30 – 17h00)            Distanciel : 5x2h            AFEST : 14 h</p>
<b>INTERVENANT(S) EVOLU'VIA</b>	Jesahel SABATIER



\* Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques pour accéder ou suivre cette formation, merci de nous prévenir en amont de la session pour que nous prenions les mesures nécessaires pour vous accueillir dans les meilleures conditions