

**COME-  
03**

## Techniques de vente et négociation

### CONTENU

#### OBJECTIFS

J1 et J2 : Retour sur les fondamentaux de l'acte de vente et renforcement des pratiques à chaque étape :

Développer une démarche commerciale orientée « ensemble des solutions RH du Groupe ».

Maîtriser les fondamentaux de la vente.  
S'affirmer en démarche de négociation.

J3 : Améliorer son efficacité par la programmation et le pilotage de son activité :

Analyser son portefeuille clients et identifier les clients « cible ».

Maîtriser son organisation commerciale et construire son Plan d'Actions Clients.

Programmer et réaliser une activité de développement efficace.

#### PUBLIC CONCERNÉS ET PRÉ-REQUIS

Chargé(e) de clientèle, technico-commerciaux.

Aucun pré-requis.

#### MOYENS PEDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Formation action avec alternance de théorie et de pratique avec mises en situation, exercices, Training vidéo individuel avec débriefing collectif, jeux de rôles.

Supports numériques, vidéos, photos, manuel stagiaire.

6 personnes maximum par formateur.

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS ET DOCUMENTS DÉLIVRÉS

Évaluation continue des connaissances.

Délivrance d'une Attestation d'Assiduité.

#### DUREE

3 jours non consécutifs soit 21 heures

#### 1<sup>ER</sup> JOUR

##### LES FACTEURS DE RÉSULTATS DE L'AGENCE

- Le contexte interne et externe du Groupe
- Les moyens
- L'équipe agence et les acteurs
- La mission des différents acteurs

##### LE PLAN D'ACTION COMMERCIAL

- La gestion et le développement du portefeuille clients
- Les leviers d'efficacité l'activité commerciale
- Le cycle de prospection

##### LA QUALIFICATION DES PROSPECTS

- Les sources d'information
- Les critères de qualification
- Les méthodes de qualification

##### LES DÉMARCHES DE VENTE

- Les objectifs de rendez-vous
- La vente en conquête
- La vente stimulée « les actions agence »

##### LES ÉTAPES DE LA DÉMARCHÉ DE VENTE

- Contacter
- Connaître, comprendre
- Convaincre
- Conclure, consolider

##### LES TECHNIQUES POUR « CONTACTER »

- Règle des « 4 fois 20 »
- Se présenter, présenter l'agence, présenter l'ensemble des solutions RH

#### 2<sup>ÈME</sup> JOUR

##### LES TECHNIQUES POUR « CONNAÎTRE, COMPRENDRE »

- L'entonnoir de découverte des écarts de besoins
- Les typologies de questions
- Les questions de Faits et les questions d'Opinions
- L'écoute et reformulation
- L'obtention d'accords...

##### LES TECHNIQUES POUR « CONVAINCRE »

- La construction de l'offre à deux vitesses : « solutions TT », « ensemble des solutions RH »
- La proposition d'intervention d'experts
- La communication
- Le traitement des objections

#### INTERFORMAT

20 rue Hippolyte Foucault - CS 72137 – 72021 LE MANS CEDEX 2

Tél. : 02.43.40.83.40 – Fax : 02.43.40.83.41

[interformat72@interformat.fr](mailto:interformat72@interformat.fr)

#### INTERFORMAT

Technopôle – Bât.L – 2 rue Albert Einstein – 53810 CHANGÉ

Tél. : 02.43.56.05.05 – Fax : 02.43.56.47.66

[interformat53@interformat.fr](mailto:interformat53@interformat.fr)

(2j + 1j)

**LES TECHNIQUES POUR « CONCLURE, CONSOLIDER »**

- La négociation agence (ensemble des éléments facteurs de rentabilité de l'agence)
- La négociation Offre Globale
- Oser conclure
- Les questions pour conclure
- Le suivi du client, la consolidation de la relation

**FORMALISATION D'UN PLAN DE PROGRÈS EN 3 POINTS****3<sup>ÈME</sup> JOUR****RETOUR SUR LES PLANS DE PROGRÈS DES PARTICIPANTS****LES LEVIERS D'AMÉLIORATION DE L'ACTIVITÉ**

- La dimension commerciale du poste : Responsable d'agence, Chargé de Clientèle
- Le nombre de visites à réaliser - élément primordial
- L'orientation des visites - la stratégie « agence »
- La qualité des visites - objectifs atteints ou non

**L'ORGANISATION DE SON ACTIVITÉ PAR LA CONSTRUCTION DU PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES**

- Le classement des clients et prospects
- L'analyse 20x80
- La segmentation ABC
- Le temps commercial disponible en période de reprise
- Les plans d'actions clients « cible »
- La planification de son activité annuelle

**LA PROGRAMMATION DE L'ACTIVITÉ DE PROSPECTION**

- Le déroulement du processus dans le temps
- Le nombre de visites nécessaires
- Les taux de transformation, le suivi

**LES OUTILS DE L'ORGANISATION COMMERCIALE ET DE LA COMMUNICATION**

- Le Plan d'Actions Commerciales
- La communication en interne
- Le planning de rendez-vous hebdomadaire
- Les comptes-rendus hebdomadaires et mensuels

**FORMALISATION D'UN PLAN DE PROGRÈS****INTERFORMAT**

20 rue Hippolyte Foucault - CS 72137 – 72021 LE MANS CEDEX 2

Tél. : 02.43.40.83.40 – Fax : 02.43.40.83.41

[interformat72@interformat.fr](mailto:interformat72@interformat.fr)**INTERFORMAT**

Technopôle – Bât.L – 2 rue Albert Einstein – 53810 CHANGÉ

Tél. : 02.43.56.05.05 – Fax : 02.43.56.47.66

[interformat53@interformat.fr](mailto:interformat53@interformat.fr)