

Valider les compétences commerciales du chargé de clientèle

Objectifs

Valider les compétences commerciales du chargé de clientèle

Public Visé

Chargé de clientèle

Pré Requis

- Lire/ écrire/ parler le français
- Expérience minimum de 6 mois en tant que chargé du clientèle au sein du réseau

Objectifs pédagogiques

- Réaliser une restitution de l'expertise métier du collaborateur mise en oeuvre lors de ses expériences commerciales
 - Identifier les compétences acquises au regard du référentiel métier
 - Réaliser un inventaire de ses axes d'amélioration
- A l'issue de la validation des acquis un plan d'action sera proposé au stagiaire précisant ses axes d'amélioration en termes de compétences.

Méthodes et moyens pédagogiques

Jeux de rôle

Etude de cas et simulations

Questionnaire d'évaluation des connaissances sur plateforme LMS

Grille des compétences commerciales

Contenu

• La posture commerciale client:

Représenter son enseigne

Adapter son langage et son discours à son interlocuteur selon son métier
Proposer les prestations adaptées et mettre en œuvre le discours technique et commercial

• Le ciblage de prospects:

Réaliser une recherche critiquée sur un outil CRM
Intégrer la cohérence d'un cycle de statut pour rechercher les bonnes cibles/ entités (contact/ prospect/ Suspect/ Client)

Définir le nombre d'entités éligibles à la prospection

• La démarche de phoning:

Prévoir/ organiser/ planifier une démarche de phoning
Eviter les écueils dans l'organisation et la réalisation en se fixant des objectifs précis

Adopter la bonne attitude et se positionner dans le bon environnement

Atteindre le bon interlocuteur

• La prospection terrain:

Prévoir sa prospection terrain et cibler une zone à prospection
Alimenter et optimiser sa prospection terrain selon les rdv chantiers

Mettre en œuvre la méthodologie du pitch

Adapter son discours à l'interlocuteur avec le pitch adapté

Tracer la prospection et réaliser un compte-rendu

• L'entretien de découverte:

Déceler les besoins/ informations client

Préparer/ identifier les questions nécessaires à la construction de l'argumentaire

Respecter les phases de l'entretien découverte

Poser des questions ouvertes/ reformuler

• L'argumentaire et traitement les objections:

Adapter son argumentaire aux besoins détectés et aux informations recueillies
Valider et traiter les principales objections, et maîtriser le rebond

Adopter l'attitude requise et respecter son client

• Le concept de marque:

Comprendre le positionnement d'une marque et intégrer l'identité de sa marque

Valoriser les avantages d'une marque

Intégrer son positionnement face à la concurrence

Mettre en avant la reconnaissance du client : la fierté de travailler avec la marque

• La négociation:

Déterminer son profil et travailler son style et sa technique de négociation.

Maîtriser les principales tactiques de négociation

Négocier le meilleur compromis et arriver à un accord final gagnant.

• L'approche commerciale du contrat d'entretien:

Maîtriser l'offre et les variantes du contrat d'entretien

Créer et s'approprier l'argumentaire du contrat d'entretien

Sensibiliser son client au contrat d'entretien

• Le closing et l'offre adaptée:

Institut de Développement Des Entrepreneurs - Numéro de déclaration d'activité : 84 69 18038 69

Décliner l'argumentaire et générer l'acquiescement du client en reformulant
Proposer une offre adaptée et concrète pour le client

Maitriser les process de validation pour conclure et projeter le client

• **La construction de l'activité commerciale:**

Identifier et intégrer ses objectifs commerciaux

Intégrer le logigramme de performance client

Planifier son activité grâce aux outils de suivi de la démarche commerciale

• **Les indicateurs et résultats commerciaux:**

Lire et interpréter des résultats commerciaux

Intégrer et comprendre les indicateurs et les outils de la GRC

Autoévaluer sa performance

• **La GRC : suivi d'activité et optimisation:**

Identifier et évaluer son positionnement vis-à-vis de ses objectifs

Adapter, réajuster son activité commerciale : mettre en place les mesures correctives

Optimiser son plan d'actions commerciales

• **L'acte de vente dans l'élaboration de son devis:**

Formaliser un devis adapté à la vente

Prendre en compte les besoins du client en intégrant des informations pertinentes dans la réalisation d'un devis

Réaliser un devis avec les bons outils et en appliquant une méthodologie

Méthodes et modalités d'évaluation

-Exercices pratiques en contrôle continu (études de cas et mises en situation sur la base du référentiel métier)

-Enquête de satisfaction

Modalités d'Accessibilité

Locaux accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous contacter pour toute demande spécifique nécessitant une adaptation de la prestation (Référent Handicap - tgiroux@attila.fr)

Durée

14.00 Heures

2 Jours

Effectif

6 à 10 participants



Contactez-nous !

Caroline SACHOT
COORDINATRICE FORMATION

Tél. : 0238963690
Mail : formation@attila.fr