

FORMATIONS COURTES  
**DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL**

Michel CONDOMITTI SAS



# SOMMAIRE

Notre Organisme de Formation est certifié Qualiopi, de ce fait, nos formations sont éligibles au financement par les fonds publics.

Nos formations sont dispensées en intra-entreprise, en inter-entreprise, elles peuvent être construites à la carte pour s'adapter aux besoins de l'entreprise, les fiches actions du catalogue ne sont pas figées dans leur contenu et leur durée.

Les modalités d'accès à nos formations se font à partir d'un entretien de positionnement, qui est effectué en amont, pour vous proposer une formation adaptée à vos besoins.



Pour en savoir plus : [www.paedagogia.fr](http://www.paedagogia.fr)

- I.** Développer ses ventes en B to B
- II.** Elaborer sa stratégie commerciale et construire son plan d'actions commerciales
- III.** Prospection / négociation commerciale
- IV.** Perfectionner ses négociations achats

## PROGRAMME DE LA FORMATION

# I. DÉVELOPPER SES VENTES EN B TO B

### PUBLIC VISÉ

- Dirigeant TPE/PME
- Manageur commercial
- Commercial

### ACCESSIBILITÉ

En inter la formation est dispensée dans une salle adaptée et accessible au public en situation de handicap

### PRÉREQUIS

Aucun

### ELIGIBILITÉ

Evaluations diagnostiques avant la formation

### MODALITÉS

### PÉDAGOGIQUES

- Présentiel
- Inter
- Intra

## CARACTÉRISTIQUES DE LA FORMATION



Durée de la formation:  
7h / jour



Durée de la formation:  
3 jours



Présentiel en  
intra ou inter  
entreprise



Etudes de cas,  
jeux de rôle,  
simulations...



Suivi par nos  
experts :  
évaluations



Réussite de la  
formation

### ENVIRONNEMENT

### PEDAGOGIQUE

- Modalités et outils pédagogiques : exercices d'application, mémoires, ordinateur, vidéoprojecteur, caméscope, film, cas écrits, QCM, support de contenu papier
- Evaluation des acquis : formative, formatrice, sommatives critériées
- Evaluation de la satisfaction des apprenants : questionnaire individuel et anonyme à chaud
- Evaluation satisfaction financer : questionnaire d'évaluation à froid

### TARIFS

- En intra :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 1000€/jour  
Bilan : 200€/personne
- En inter :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 300€/personne  
Bilan : 200€/personne

### DÉLAI D'ACCÈS

1 mois maximum à partir de la signature du contrat de prestation

# PROGRAMME DÉTAILLÉ

## OBJECTIFS

- Connaître les techniques de ventes et de négociations en face à face des produits ou des prestations de services
- Connaître les techniques de prospection
- Gérer son portefeuille clients

## VENDRE ET NÉGOCIER EN FACE À FACE DES PRODUITS OU DES PRESTATIONS DE SERVICE

- Mener un entretien de vente et de négociation de produits et de prestations de services en situation de face à face pour réaliser une transaction commerciale
- Représenter son entreprise et contribuer à la valorisation de son image
- Traiter les réclamations du client en prenant en compte les intérêts l'entreprise du vendeur

## GÉRER LA CLIENTÈLE

- Evaluer la rentabilité des actions commerciales
- Evaluer la valeur client

## MENER UNE CAMPAGNE DE PROSPECTION

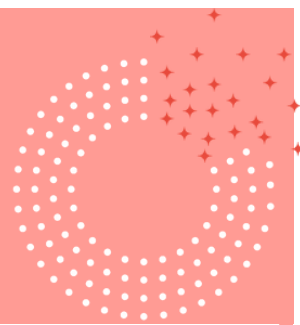
- Organiser sa prospection
- Préparer son entretien
- Savoir franchir les différents barrages
- Réussir le premier entretien prospect en face à face
- Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés
- Assurer le suivi de la prospection

## ANALYSER SON PORTEFEUILLE CLIENTS

- Comprendre et utiliser les méthodes d'analyse du portefeuille client : Pareto, ABC, RFM
- Définir l'effort commercial et l'allocation des ressources pour les différents segments de clients

## PROGRAMME DE LA FORMATION

# II. ELABORER SA STRATÉGIE COMMERCIALE ET CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES



### PUBLIC VISÉ

- Dirigeant d'entreprise
- Manager commercial

### PRÉREQUIS

Aucun

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Présentiel
- Inter
- Intra

### ACCESSIBILITÉ

En inter la formation est dispensée dans une salle adaptée et accessible au public en situation de handicap

### ELIGIBILITÉ

Evaluations diagnostiques avant la formation

## CARACTÉRISTIQUES DE LA FORMATION



Durée de la formation :  
7h / jour



Durée de la formation :  
3 jours



Présentiel en  
intra ou inter  
entreprise



Etudes de cas,  
jeux de rôle,  
simulations...



Suivi par nos  
experts :  
évaluations



Réussite de la  
formation

## ENVIRONNEMENT PEDAGOGIQUE

- Modalités et outils pédagogiques : exercices d'application, mémoires, ordinateur, vidéoprojecteur, caméscope, film, cas écrits, QCM, support de contenu papier
- Evaluation des acquis : formative, formatrice, sommatives critériées
- Evaluation de la satisfaction des apprenants : questionnaire individuel et anonyme à chaud
- Evaluation satisfaction financier : questionnaire d'évaluation à froid

## TARIFS

- En intra :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 1000€/jour  
Bilan : 200€/personne
- En inter :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 300€/personne  
Bilan : 200€/personne

## DÉLAI D'ACCÈS

1 mois maximum à partir de la signature du contrat de prestation

# PROGRAMME DÉTAILLÉ

## OBJECTIFS

- Mettre en place une démarche commerciale et marketing pour définir une stratégie
- Définir les actions nécessaires à la mise en oeuvre et au pilotage de la stratégie commerciale

## CONNAÎTRE LES GRANDES ÉTAPES DE LA DÉMARCHE MARKETING

- Identifier les principaux éléments du macro-environnement et les traduire en opportunités et/ou menaces
- Analyse externe du micro-environnement
- Analyse interne des forces et faiblesses de l'entreprise
- Définir les problématiques

## ELABORER SA STRATÉGIE COMMERCIALE

- Définir les axes de sa stratégie commerciale
- Elaborer ses objectifs stratégiques
- Définir les objectifs intermédiaires (SMART)

## CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

- Les principes pour rédiger son PAC
- Utiliser l'hexamètre de Quintilien pour construire son PAC :  
QQOQCCP

## CONNAÎTRE LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES D'ACTIONS À METTRE EN PLACE

- Définition et finalité du PAC
- Les 4 grands types d'actions à envisager dans le PAC
- Passer de la réflexion et des idées aux actions concrètes et précises

## IDENTIFIER LES INDICATEURS OPÉRATIONNELS À METTRE EN PLACE POUR CHAQUE TYPE D'ACTIONS COMMERCIALE ET ÉVALUER LA PERFORMANCE

- Les indicateurs d'évaluation de la productivité
- L'entonnoir de prospection et les ratios de prospection
- Les tableaux de bord

## PROGRAMME DE LA FORMATION

### III. PROSPECTION/NÉGOCIATION COMMERCIALE

#### PUBLIC VISÉ

- Chef d'entreprise
- Commercial junior
- Collaborateur en charge du développement du CA de son entreprise

#### ACCESSIBILITÉ

En inter la formation est dispensée dans une salle adaptée et accessible au public en situation de handicap

#### PRÉREQUIS

- Connaissance et maîtrise de base de l'outil informatique
- Parler français

#### ELIGIBILITÉ

Evaluations diagnostiques avant la formation

### CARACTÉRISTIQUES DE LA FORMATION



Durée de la formation:  
7h / jour



Durée de la formation:  
2 jours



Présentiel en  
intra ou inter  
entreprise



Etudes de cas,  
jeux de rôle,  
simulations...



Suivi par nos  
experts :  
évaluations



Réussite de la  
formation

#### ENVIRONNEMENT

#### PEDAGOGIQUE

- Modalités et outils pédagogiques : exercices d'application, mémoires, ordinateur, vidéoprojecteur, caméscope, film, cas écrits, QCM, support de contenu papier
- Evaluation des acquis : formative, formatrice, sommatives critériées
- Evaluation de la satisfaction des apprenants : questionnaire individuel et anonyme à chaud
- Evaluation satisfaction financer : questionnaire d'évaluation à froid

#### TARIFS

- En intra :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 1000€/jour  
Bilan : 200€/personne
- En inter :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 300€/personne  
Bilan : 200€/personne

#### DÉLAI D'ACCÈS

1 mois maximum à partir de la signature du contrat de prestation

# PROGRAMME DÉTAILLÉ

## OBJECTIFS

- Organiser sa prospection commerciale
- Constituer un fichier de prospects et le qualifier
- Constituer un argumentaire pour mettre en valeur vos services et positionner des RDV commerciaux
- Adopter la posture commerciale en toute circonstance
- Effectuer des reportings et s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue

## LA PROSPECTION COMMERCIALE

- Les objectifs de prospection SMART
- Les outils (création et adaptation)
- L'organisation de la prospection
- Les conditions matérielles et psychologiques

## LE FICHIER PROSPECTS

- Les sources de prospects
- Les informations d'identification
- Les informations de qualification
- Les informations commerciales
- Sensibilisation au RGPD

## L'APPEL DE QUALIFICATION

- Préparer son appel avec le CROC
- Récupérer les informations de qualification
- Simulations

## L'APPEL DE PROSPECTION

- Préparer son appel
- Passer le barrage de l'accueil
- Identifier les besoins et motivations d'achats
- Présenter ses services à l'aide d'un argumentaire adapté
- Traiter les objections
- Positionner un RDV
- Conclure
- Simulations

## LA POSTURE COMMERCIALE

- Le savoir être commercial
- Les bases de la communication (simulation)
- Les spécificités de la négociation
- La communication interne, le suivi client

## L'APPEL DE QUALIFICATION

- Les critères et indicateurs de performance
- Le PDCA
- Le tableau de reporting
- Présenter un reporting
- S'inscrire dans une démarche d'amélioration continue



## PROGRAMME DE LA FORMATION

# IV. PERFECTIONNER SES NÉGOCIATIONS ACHATS

## PUBLIC VISÉ

- Dirigeant d'entreprise TPE/PME
- Acheteur, chef de produit, category manager

## ACCESSIBILITÉ

En inter la formation est dispensée dans une salle adaptée et accessible au public en situation de handicap

## PRÉREQUIS

- Aucun

## MODALITÉS PEDAGOGIQUES

- En présentiel
- En intra ou inter entreprise

## ELIGIBILITÉ

Evaluations diagnostiques avant la formation

## CARACTÉRISTIQUES DE LA FORMATION



Durée de la formation:  
7h / jour



Durée de la formation:  
2 jours



Présentiel en  
intra ou inter  
entreprise



Etudes de cas,  
jeux de rôle,  
simulations...



Suivi par nos  
experts :  
évaluations



Réussite de la  
formation

## ENVIRONNEMENT

### PEDAGOGIQUE

- Modalités et outils pédagogiques : exercices d'application, mémoires, ordinateur, vidéoprojecteur, caméscope, film, cas écrits, QCM, support de contenu papier
- Evaluation des acquis : formative, formatrice, sommatives critériées
- Evaluation de la satisfaction des apprenants : questionnaire individuel et anonyme à chaud
- Evaluation satisfaction financier : questionnaire d'évaluation à froid

## TARIFS

- En intra :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 1000€/jour  
Bilan : 200€/personne
- En inter :  
Positionnement : 100€/personne  
Animation : 300€/personne  
Bilan : 200€/personne

## DÉLAI D'ACCÈS

1 mois maximum à partir de la signature du contrat de prestation

# PROGRAMME DÉTAILLÉ

## OBJECTIFS

- Maîtriser les outils spécifiques à la négociation achats

### MAITRISER L'EXPRESSION D'UN BESOIN

- Analyser fonctionnellement un besoin
- Approcher globalement les prix

### ÊTRE OUVERT ET CRÉATIF

- Être en veille permanente
- Adapter son style pour mieux collaborer
- Identifier les styles de négociateur
- Travailler son profil

### MAITRISER L'ENTRETIEN DE NÉGOCIATION

- Concevoir
- Contacter
- Connaître
- Comprendre
- Conseiller et convaincre
- Conclure
- Consolider et conserver
- Analyser ses pratiques professionnelles

### ÊTRE UN VÉRITABLE COMMUNICANT

- L'écoute
- Répondre au message
- Utiliser tous les canaux de la communication

### FAIRE FACE AUX BLOCAGES

- Nature et conflit
- Trois réactionstypes inefficaces en situation de conflit
- Les outils pour gérer un conflit
- Faire face aux situations critiques

### S'AFFIRMER ET PERENNISER LA RELATION

- Principes et fondements de l'assertivité
- Être assertif