Tarif Nous consulter

Améliorer sa performance et doper ses résultats

Expert

Objectifs :	
• •Augmenter ses ventes en s'appuyant sur les réseaux sociaux. • Affiner sa stratégie commerciale auprès des grands comptes. • Maîtriser son comportement dans des situations de négociations difficiles ou tendues et préserver ainsi la relation commerciale. • Tester ses compétences commerciales en situation de négociation...	
PUBLIC	Tous commerciaux formés et expérimentés aux techniques de vente..
PRE REQUIS	Avoir de l'expérience en négociation commerciale.
ORGANISATION	Durée : 6 Jours (30h) Matériel : Un support de cours + pc Nombre de Stagiaires : Minimum : 1 personne et Maximum : 6 personnes
FORMATEUR	Formateur ayant une expérience confirmée dans la vente et la négociation
PEDAGOGIE	Pré-évaluation des besoins. Entretiens individuels et/ou collectifs. Mise en situation Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Réalisation lorsque le temps le permet des créations de projets personnels. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
MODULE SUIVANT	
HANDICAP	En cas de situation de handicap, contactez-nous pour connaitre l'accessibilité à la formation en fonction de nos partenaires handicaps

PROGRAMME

Utiliser les réseaux sociaux dans son activité commerciale (2 jours)
Gagner de nouveaux clients grâce aux médias sociaux

État des lieux des réseaux
- Les différentes formes de réseaux : réseaux d'entreprise, réseaux de proximité, réseaux sociaux.
- Le panorama des réseaux sociaux.
- L'intranet et l'extranet : optimiser son carnet d'adresses.
- Les objectifs de la gestion de ses réseaux relationnels.

S'approprier les fonctionnalités et usages des réseaux sociaux
- Découvrir les réseaux sociaux et leurs champs d'influence : Facebook, LinkedIn, Twitter…
- S'approprier les fonctionnalités des réseaux sociaux pour développer son impact commercial.
- Établir sa stratégie de vente :
  - o cibler ses communautés de prospects par la veille,
  - o utiliser des applications virales de e-commerce.

Dynamiser son approche commerciale avec les réseaux sociaux
- Identifier l'image et le positionnement de son entreprise, sa gamme, ses produits.
- Monter son réseau rapidement, l'étoffer.
- Susciter l'interaction entre les utilisateurs puis leur contribution.
- Déclencher l'effet de réseau.

Négocier avec les grands comptes (2 jours)
Modules e-learning : Déterminer son style de négociation - Sortir de la négociation marchandage
Intégrer les nouveaux processus d'achat grands comptes
- Découvrir les particularités de la relation avec un grand compte.
- Analyser l'évolution des méthodes d'achat et des moyens de recherche des fournisseurs.
- Adapter ses modes de négociation aux nouvelles configurations des grands comptes (rachat, fusion…).

Établir sa stratégie commerciale
- Définir et structurer son approche.
- Connaître les structures et le circuit de décision d'un grand compte en fonction du schéma organisationnel national/international.
- Repérer les personnes et leur capacité d'influence (prescripteurs/décideurs).
- Construire son équipe client et l'objectif d'investigation (conquête, fidélisation).
- Réaliser un plan de compte : planifier les actions à mettre en œuvre.

Préparer la négociation
- Préparer sa négociation : objectifs et contreparties adaptées à la situation.
- Structurer ses propositions selon la logique argument-objection.
- Construire les étapes de la négociation afin d'aboutir à une conclusion profitable.

Mener avec succès la négociation

• Entretenir son réseau en restant en contact.	• Déceler les objectifs des interlocuteurs d'une négociation grand compte. • Comprendre leurs attitudes/comportements et s'y adapter. • Proposer et refuser dans une optique gagnant-gagnant. • Valoriser les différents éléments du prix. • S'approprier les notions financières pour négocier à haut niveau. Conclure la négociation et développer une vision prospective de l'approche grands comptes • Formaliser et verrouiller l'accord. • Définir avec le client le calendrier des suites à donner à la négociation. • Élaborer les outils de planification et de suivi : planning, chiffre d'affaires et marges prévisionnels, tableaux de bord. • Tisser et développer son réseau. S'affirmer face à des négociateurs difficiles (2 jours) Modules e-learning : Comment diagnostiquer les motivations dominantes ? - Comment vous adapter avec efficacité aux motivations de votre interlocuteur ? Évaluer les comportements de ses clients pour s'y adapter • Décoder le style de communication de ses clients. • Identifier le type de comportement de ses interlocuteurs. Se préparer à une négociation difficile • Cerner ce qui négociable. • Éviter les pièges classiques : la concurrence identique, l'urgence, le budget limité, la dévalorisation, la menace, la mauvaise foi, le coup de théâtre. • Maîtriser ses émotions, gérer son stress en rendez-vous, s'automotiver pour réussir un entretien à fort enjeu. Gérer une situation conflictuelle en préservant la relation commerciale • Sortir des situations de blocage. • Réagir aux critiques et aux attaques. • Ramener un client difficile dans une relation commerciale constructive et positive.