

MANAGEMENT

Formation maîtriser la relation commerciale pour tout public

Durée : 2 jours (14 h)

Public : Commerciaux et vendeurs, responsables de la relation client, Managers d'équipe commerciale, entrepreneurs et indépendants, toute personne en contact avec des clients ou partenaires.

	Code produit	Tarifs *	Participants	Modalités spécifiques
INTRA	M2044	2 690 € pour 1 groupe	De 1 à 8 participants	

* Les tarifs sont nets de TVA, les formations en INTRA engendrent des frais > Nous consulter

Objectifs :

- Renforcer son efficacité personnelle dans les relations
- Augmenter son volume d'affaires
- Fidéliser les clients

Programme :

1. Maîtriser les règles d'une bonne relation commerciale
 - Comprendre les bases d'une relation commerciale efficace : écoute, courtoisie et réactivité.
 - Identifier les attentes et besoins implicites de l'interlocuteur.
 - Adapter son discours pour instaurer une relation de confiance durable.
2. Savoir cerner son interlocuteur
 - Identifier les différents profils d'interlocuteurs (clients, partenaires, fournisseurs).
 - Reconnaître les motivations et freins spécifiques de chaque profil.
 - Ajuster sa communication pour répondre aux attentes de manière personnalisée.
3. Être stratégique dans ses échanges commerciaux
 - Préparer ses échanges : collecter les informations nécessaires avant chaque interaction.
 - Fixer des objectifs clairs pour chaque étape de la relation commerciale.
 - Utiliser des techniques de négociation pour maximiser les opportunités tout en préservant la satisfaction de l'interlocuteur.
4. Maîtriser l'art du questionnement
 - Poser les bonnes questions pour recueillir des informations pertinentes.
 - Utiliser les techniques de questionnement (ouvertes, fermées, alternatives) pour orienter les échanges.
 - S'assurer de la compréhension mutuelle en reformulant les réponses obtenues.
5. Bien cerner ce que l'on a à proposer
 - Identifier les atouts et les spécificités des produits ou services proposés.
 - Mettre en avant les avantages concurrentiels de manière claire et convaincante.
 - Adapter son argumentaire commercial en fonction des besoins spécifiques de l'interlocuteur.
6. Être efficace dans tous les contacts
 - Gérer chaque interaction avec professionnalisme, que ce soit en présentiel, par téléphone ou en ligne.
 - Prioriser les actions pour optimiser son temps et ses ressources.
 - Maintenir une communication fluide et proactive tout au long de la relation commerciale.
7. Donner et laisser une bonne image de l'entreprise
 - Soigner son attitude et son discours pour refléter les valeurs de l'entreprise.



- Gérer les situations délicates ou conflictuelles avec tact et professionnalisme.
- Assurer un suivi régulier pour renforcer la satisfaction et la fidélité de l'interlocuteur.

Prérequis :

Savoir lire et écrire la langue française

Moyens techniques et pédagogiques :

- Salle équipée de chaises et tables permettant la projection de supports informatiques (écran ou mur blanc)
- Ordinateur et vidéoprojecteur
- Un tableau

Intervenant et moyens d'encadrement :

- Les formateurs / consultants en management sont spécialisés dans l'optimisation des performances, offrant des solutions stratégiques et opérationnelles adaptées aux besoins des entreprises.

Modalités d'évaluation :

QCM

Mises en situation

Etude de cas

Informations complémentaires :

A l'issue de la formation, les participants recevront un compte-rendu ainsi que les supports utilisés lors de la formation.

Certification Qualité :



CATEGORIE D'ACTION CONCERNEE :

L. 6313-1 – 1 : Les actions de formation

