

OBJECTIF DE LA FORMATION

Mettre en œuvre et développer son leadership commercial pour mieux écouter, mieux s'affirmer et susciter l'adhésion. Savoir gérer la fin de négociation en développant une démarche de confiance. Maîtriser les formules et les calculs commerciaux courants à travers le logiciel Excel.

PARTICIPANT

Commerciaux et Responsables Commerciaux, Négociateurs maîtrisant déjà les techniques de vente.

PRÉ-REQUIS

Connaissance des bases des techniques de vente.

FORMATEURS

Spécialiste commercial.

MODALITÉS ET PÉDAGOGIE

- Questionnaire d'évaluation en début et en fin de formation
- Cas pratiques et études de cas, Quiz
- Horaires : 9h00 à 12h30 – 13h30 à 17h00
- Nombre maximum de stagiaires : 8
- Formation disponible à distance ou en présentiel
- Méthode interactive et intuitive
- Support Stagiaire
- Assistance téléphonique
- Attestation de fin de stage
- Questionnaire de fin de formation

PROGRAMME**COMPRENDRE LE LEADERSHIP COMMERCIAL**

Qu'est-ce qu'un leader ?

Qu'est-ce qu'un leader commercial ?

Une qualité essentielle : l'écoute active.

DEVELOPPER SON LEADERSHIP AUPRES DE SON EQUIPE

Savoir définir les objectifs

Créer et partager un esprit d'équipe

Adapter son style de management à la personnalité de chacun

Savoir féliciter

Savoir encourager

Cadrer sans démotiver

Développer les performances en s'appuyant sur les talents de chacun

Savoir déléguer

Gérer les situations conflictuelles

S'affirmer dans les situations difficiles

Les Managers Intermédiaires

DEVELOPPER SON LEADERSHIP AUPRES DU CLIENT

Etablir un climat de confiance

Comprendre le mode de fonctionnement de son client (Ennéagramme)

Redécouvrir les besoins d'un client

Etablir une veille permanente sur l'évolution des exigences commerciales dans le contexte économique

Apporter de la valeur ajoutée à son client : devenir proactif et apporteur de solution

L'assertivité et le leadership

Savoir être persuasif (méthode CAAP)

AUTODIAGNOSTIC**LA REFERENCE ABSOLUE, LA REFERENCE MIXTE LES CALCULS DE BASE**

Les sommes cumulées

Le pourcentage

Les variations

LES FONCTIONS ELEMENTAIRES

SOMME, SOMME.SI, SOMME.SI ENSEMBLE

MOYENNE, MOYENNE.SI

MAX, MIN

GRANDE.VALEUR, PETITE.VALEUR

NB, NBVAL

NB.SI, NB.SI.ENSEMBLE

RANG

LES CALCULS DES PRIX ET LA NOTION DES COUTS

Le prix de vente, La TVA

Les remises et rabais

Le coût d'achat

La marge brute

Le taux de marge

Le taux de marque

Le coefficient multiplicateur

La moyenne pondérée

LE GROUPE 3D ET LES SYNTHESSES DE DONNEES**LA CONSOLIDATION DES DONNEES****LES SOUS TOTAUX**

L'ETAPE DE NEGOCIATION DANS L'ENTRETIEN DE VENTE

Identifier les différentes étapes de la vente et situer l'étape de la conclusion

Distinguer la vente de la négociation

SAVOIR ACCEPTER LES OBJECTIONS

L'objection, un point de résistance

Savoir éviter le conflit

Prendre confiance en soi

IDENTIFIER LES PREMIERS SIGNES D'UN ACCORD

Identifier les pistes d'accords potentiels

Définir des accords intermédiaires durant les phases de négociation

SAVOIR TRAITER LES OBJECTIONS

Mesurer les remises ou services consentis sur les marges

Valoriser son prix et mettre en avant les avantages clients

Identifier les décideurs finaux

Anticiper les objectifs de l'interlocuteur

Repérer les tentatives de déstabilisation du négociateur

ACCOMPAGNER LA PRISE DE DECISION FINALE

Redéfinir les objectifs du client

Faire prévaloir la collaboration dans la négociation

Accompagner le client vers le « oui »

Déterminer les contreparties

Préparer sa solution de repli

VALORISER LA FIN DE L'ENTRETIEN

Récapituler les propositions

Faire respecter les engagements mutuels

Sécuriser le client

Prévoir les suites à donner

Savoir prendre congés



DOLFI Formation

91 rue Saint Lazare 75009 PARIS – RCS : B438093791 – Siret : 438 093 791 00046

Tel : 01 42 78 13 83 – Fax : 01 40 15 00 53 – ✉ : formation@dolfi.fr

Retrouver toutes les informations sur nos stages : <https://www.dolfi.fr>