

PROGRAMME DE FORMATION

« Être un Architecte de la Relation Commerciale »

Dernière mise à jour : MARS 2024

Durée et horaires : 2 jours de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h30

Prérequis : Aucune connaissance préalable n'est requise pour suivre cette formation.

Public : Commerciaux, managers, indépendants ou toute profession désireuse de développer ses ventes.

Objectifs :

Notre signature « Architecte de la relation commerciale » répond à notre ambition d'accompagner nos clients dans les domaines du management et du développement commercial de leurs activités.

Vous souhaitez :

- Une appropriation des techniques de ventes immédiatement opérationnelle et une formation sur mesure en fonction des connaissances de chacun.
- Accélérer votre prise de conscience des attitudes et comportements à modifier en clientèle, un travail sur l'image professionnelle et la communication interpersonnelle.
- Une motivation et une fidélisation accrues des commerciaux par un management adapté.
- Un accroissement de l'efficacité et de la performance commerciale.
- Un gain de temps essentiel par rapport à une formation classique qui monopolise les équipes et qui est limitée à un apport théorique.

Pour atteindre ces objectifs, nous proposons trois approches :

- La première consiste à travailler sur les leviers hiérarchiques du client pour construire des relations efficaces. Cela nécessite un travail sur la dimension communication (qualité de l'écoute, conviction, force de proposition, négociation) et cartographie du compte.
- La seconde, sur la mise en place des process (règles d'animation et de suivi des affaires).
- La troisième, d'avoir une réflexion sur le comportement afin qu'il soit approprié à chaque cas individuel.

L'intérêt final étant de créer des relations de confiance, d'améliorer les performances de chacun et d'optimiser la dynamique collective.

A l'issue de la formation, les participants s'approprient leur stratégie de développement commercial alignée avec les enjeux de vente fixés par l'entreprise.

Il est organisé autour d'apports théoriques et scientifiques, de mises en situation spécifiques aux enjeux de l'entreprise. Les compétences visées d'augmenter l'autonomie et la dynamique de motivation seront expérimentées grâce aux échanges. Nous aborderons les succès, les difficultés, l'avancement des actions en cours et l'approfondissent des compétences apportées sous l'angle théorique et pratique.

Délai d'accès - dates et lieu :

Délai d'accès : 3 semaines à partir de la validation de la commande
Dates : Les dates sont fixées d'un commun accord entre le client et le prestataire en tenant compte des délais d'accès.
Lieu : Chez le client ou toute salle de formation conforme à la réglementation ERP (Établissement Recevant du Public)

Public visé :

Tout professionnel : collaborateur, manager ou indépendant souhaitant mettre en œuvre les bonnes pratiques de la Relation Commerciale pour atteindre ses objectifs commerciaux.

Modalité d'évaluation :

Une évaluation préalable à l'inscription sera réalisée à l'aide d'un questionnaire.

Une évaluation des acquis tout au long de la formation et clôturée par un questionnaire est mis en place en fin de formation, sanctionnée par une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques abordés. Cette attestation sera délivrée à chaque apprenant à l'issue de la formation.

Méthode pédagogique :

Une méthodologie pédagogique simple, rigoureuse et interactive, basée sur une alternance d'apports didactiques et de travaux pratiques, sur un rythme permettant une appropriation progressive des techniques et des enseignements en prenant soin de :

- Donner du sens à la relation commerciale, la construire et la faire durer dans le temps.
- Mettre en avant le potentiel de chacun sur ce qu'il incarne auprès de son client (réseaux, connaissances, métiers, etc...)
- Travailler sur sa véritable mission pour élargir son champ d'investigation et ainsi découvrir de nouvelles opportunités auprès de ses clients

Comprendre les enjeux est une chose, mesurer sa propre capacité commerciale en est une autre à savoir « être un architecte de la relation commerciale »

Sur lesquels PAIRSPECTIVES apporte des « meilleures pratiques », les participants partagent leurs pratiques, s'auto évaluent, s'entraînent et définissent leur plan progrès personnalisé

Le programme est adapté à l'actualité des participants dans le cadre de leurs objectifs commerciaux

Ingénierie de la formation :

Conception du déroulement, préparation des exercices et cas, définition du cadre de diagnostic, réunions préparatoires.

Dispositif mis en place :

Ce module de formation est optimal pour 9 participants.

Il est conçu pour être réalisée selon un format présentiel, sur demande peut être proposé en format distanciel.

En option : nous pouvons proposer un suivi personnalisé pour ancrer les actions mises en place.

Tarif :

Nos tarifs étant sur mesure, veuillez-nous en faire la demande à contact@pairspectives.fr

Pour une demande de prise en charge : nous consulter.

Accueil de personnes en situation de handicap possible :

Pour les personnes à mobilité réduite : nous pouvons vous les accueillir à condition d'être informés suffisamment à l'avance pour réserver une salle adaptée. Pour les autres familles de handicap : nous vous invitons à nous signaler la spécificité du handicap afin que nous puissions apporter une réponse adaptée en lien avec notre réseau de partenaires.

Programme de la formation :

Jour 1 : 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h30

MATIN : La relation client

Introduire les fondamentaux de la Relation Client

Construire son pitch et définir la légitimité de ses actions commerciales son « fil rouge ». Réaliser sa propre auto-évaluation, la présenter et recevoir du feed-back d'amélioration et du feed-back positif.

APRÈS-MIDI : Préparer sa stratégie commerciale

Quelle stratégie concurrentielle : mon périmètre, mes objectifs.

Quel réseau d'influence : matrice de mes prospects, clients et partenaires.

Quelle Posture : empathie, écoute, parité, valeurs de l'entreprise.

Jour 2 : 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h30

MATIN : Plan de Progrès Personnalisé

Définir le Plan Personnel de Progrès, planifier sa stratégie « opérationnelle », diriger des actions ciblées et mener les relations clés. Ce programme est adapté à « l'actualité commerciale » des participants pour être au plus proche de la réalité du terrain.

APRÈS-MIDI : Plan d'Action Commercial

Être impactant : préparer son PAC (Plan d'Action Commerciale), se mettre en conditions de réussites
Mise en situation au travers d'ateliers et de jeux de rôles débriefés afin d'être autonome dans la réalisation de l'atteinte de ses objectifs.