

## COMMERCIAUX : GAGNER EN EFFICACITE DANS LA VENTE A DISTANCE

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Renforcer ses compétences commerciales dans le cadre d'une relation client/prospect à distance.

### PUBLIC CONCERNE

Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs d'affaires en prise de fonction ou souhaitant développer leurs compétences dans un contexte de vente à distance

Formation accessible aux personnes en situation de handicap

### PRÉREQUIS

Absence de prérequis

### LIEU DE FORMATION

Formation inter-entreprises : Strasbourg

Formation intra-entreprise : dans les locaux du client

### DUREE

14 heures, soit 2 jours

### DATES DE FORMATION

En inter-entreprise : le jeudi et vendredi de la deuxième semaine de chaque mois

En intra-entreprise : dates à définir ensemble

### FORMATEUR / FORMATRICE

Formateur / formatrice expert(e) dans le domaine de la vente.

### METHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

**Formation présentielle** ou **formation mixte alternant** du présentiel et du distanciel ou **formation à distance**

Méthodes actives avec mises en situation/exercices pratiques/jeux de rôle/travaux en sous- groupes avec analyse puis exposés théoriques.

Fiche de synthèse des points clés remise à chacun à l'issue de la formation

### MATERIEL NECESSAIRE PENDANT LA FORMATION

Le stagiaire doit se munir d'un PC et d'une connexion internet

Le formateur fournira le vidéoprojecteur, le tableau blanc, le paperboard, les feutres, les post-it

## SUIVI ET ÉVALUATION

**Avant la formation** : Entretien individuel avec chaque stagiaire pour mieux cerner ses attentes spécifiques

Test de positionnement individuel permettant une évaluation diagnostique

**Pendant la formation** : évaluation des apprentissages tout au long de la formation grâce à des exercices validant l'appropriation des acquis, travaux individuels à mettre en pratique au poste de travail en intersession avec feedback lors du jour de formation suivant

**A l'issue de la formation** : évaluation sommative et évaluation individuelle à chaud, évaluation individuelle à froid sous forme d'un questionnaire et d'un entretien avec le client 6 mois après la formation

Attestation mentionnant les acquis de la formation.

Attestation de présence et d'assiduité individuelle.

## EFFECTIF

Minimum 5 participants

Maximum 12 participants

## COUT PEDAGOGIQUE NET DE TVA PAR STAGIAIRE

Formation inter-entreprises : 920 € / participant

Formation intra-entreprise : nous contacter

## PROGRAMME DE FORMATION

### **La relation client à distance en réponse aux évolutions sociétales : contraintes et atouts**

- Un changement de pratiques accéléré par le contexte sanitaire
- Etapes de la relation client concernées par ce changement de modalité d'entretien
- La courbe du changement adaptée au télétravail
- Prendre conscience des atouts, en plus des contraintes

### **Conditions nécessaires à la réussite dans une relation commerciale à distance**

- Se différencier par son professionnalisme : état d'esprit positif et méthode
- Optimiser son espace de travail
- Structurer sa journée et s'organiser : compartimenter vie professionnelle/vie personnelle
- Adapter sa communication et maîtriser les outils de visioconférence

### **Réaliser la phase de découverte prospect en entretien distanciel**

- Préparer son entretien avec professionnalisme : informations stratégiques à collecter
- Réussir la phase de prise de contact en visioconférence : objectif et structure de l'entretien
- Identifier les problématiques : méthode de questionnement et principes de l'écoute active
- Repérer les mobiles d'achat et susciter un désir d'achat « à distance »

### **Présenter une solution à forte valeur ajoutée en visioconférence**

- Synthétiser les éléments clés de la phase de découverte et les présenter
- Opter pour une argumentation persuasive : posture et techniques, réponses aux objections
- Annoncer son prix comme une caractéristique
- Clore l'entretien de vente et annoncer la prochaine étape

### **Réussir ses entretiens de suivi en visioconférence ou par téléphone**

- Repérer les différents types d'entretiens de suivi : entretien de suivi intermédiaire et bilan qualité annuel
- Adapter le contenu de sa présentation à l'objectif poursuivi
- Optimiser la présentation du bilan qualité annuel : posture du commercial, structure de la présentation
- Fidéliser ses clients « à distance » : quelles actions mettre en œuvre pour favoriser le réachat