

**Conseiller, former et coacher
les forces commerciales
pour un changement durable**

Points clés de la performance commerciale B to C

Circuits de distribution	Modules de formation	Commerciaux terrain Points clés de la performance
Vente directe 	Techniques de vente directe consommateur	<ul style="list-style-type: none"> • Vente de persuasion • Empathie • Découverte de la personnalité et des besoins du client pour proposer l'offre la mieux adaptée
Vente téléphone 	Techniques de vente téléphone	<ul style="list-style-type: none"> • Vente rapide basée sur l'écoute des besoins et la détection des opportunités
Food et GSS 	Techniques de vente PGC Expertise merchandising	<ul style="list-style-type: none"> • Vente rapide avec des interlocuteurs professionnels très sollicités • Aller à l'essentiel, susciter l'intérêt, être percutant dans ses arguments
Distribution détail 	Techniques de prospection et de vente réseau détail Techniques d'Aide à la revente	<ul style="list-style-type: none"> • Vente de relation et de conviction • Savoir gérer son portefeuille de clients et de prospects • Etre capable d'aider les clients à revendre

B to C : Maîtrise de la vente directe consommateur



Objectifs	<p>Maîtriser les techniques de vente en s'adaptant aux différentes personnalités et besoins des clients</p> <p>Maîtriser parfaitement l'offre produits et solutions</p>
Participants	Commerciaux vente directe
<p>Contenu</p> <p>A adapter en fonction des objectifs plus précis de formation de l'entreprise</p>	<p>Session 1 - Les techniques de vente</p> <p>Les évolutions de l'univers de consommation et les attentes des consommateurs</p> <p>Le métier de commercial terrain : les actions à mener</p> <p>La connaissance de l'offre</p> <p>Le pré diagnostic</p> <p>La prise de contact, l'empathie</p> <p>La découverte des besoins et des attentes des clients pour proposer la solution produit/service la plus performante</p> <p>La méthode de vente : 3 IMAC</p> <p style="padding-left: 40px;">Intérêt : susciter l'intérêt du client, Idée : exposer brièvement son offre,</p> <p style="padding-left: 40px;">Mécanisme : expliquer le détail de l'offre</p> <p style="padding-left: 40px;">Avantages : avantages pour le consommateur</p> <p>La réponse aux objections</p> <p>La Conclusion : conclure sa vente</p> <p>Session 2 – la découverte des personnalités</p> <p>Les différents types de personnalités</p> <p>La communication : fond et canal adapté aux différentes personnalités</p> <p>Gérer les situations difficiles et les conflits</p>
Acquis	<p>A l'issue de cette formation, les stagiaires sont capable d'appréhender et de maîtriser avec succès la vente à tout type de consommateur</p> <p>Ils savent définir les méthodes et les phases de la vente</p>

B to C : Maîtrise de la vente téléphone



Objectifs	Maîtriser les techniques de vente téléphone en s'adaptant aux différentes personnalités et besoins des clients
Participants	Commerciaux vente directe
Contenu A adapter en fonction des objectifs plus précis de formation de l'entreprise	Session 1 - Les techniques de vente Les évolutions de l'univers de consommation et les attentes des consommateurs Les fondamentaux de la communication au téléphone, l'écoute La gestion de la voix La mise au point de l'argumentaire Entraînement à l'entretien téléphone La prise de contact, l'empathie La découverte des besoins et des attentes des clients La méthode de vente : 3 IMAC La réponse aux objections La Conclusion : conclure sa vente Session 2 – retour d'expérience et coaching Entraînement et coaching individuel sur base de conversations clients réelles enregistrées
Acquis	A l'issue de cette formation, les stagiaires sont capable d'appréhender et de maîtriser avec succès la vente par téléphone

B to C : Maîtrise de la vente Food et GSS



<p>Objectifs</p>	<p>Maîtriser les techniques de vente en intégrant les spécificités de l'univers de Distribution déployer les aspects « expert » de son métier commercial, pour générer des opportunités de croissance long terme chez ses clients.</p>
<p>Participants</p>	<p>Commerciaux terrain Food et GSS</p>
<p>Contenu A adapter en fonction des objectifs plus précis de formation de l'entreprise</p>	<p>Session 1 - Les techniques de vente Les évolutions de l'univers client Organisation client et profil des interlocuteurs : construire la relation Le métier de commercial terrain : les actions à mener La préparation de visite La prise de contact La découverte des besoins La méthode de vente : 3 IMAC Intérêt : susciter l'intérêt du client Idée : exposer brièvement sa proposition Mécanisme : expliquer la logique de la proposition Avantages : avantages pour le client La réponse aux objections La Conclusion : conclure sa vente Session 2 - L'expertise point de vente L'expertise marketing et merchandising : la maîtrise des nouveaux aspects techniques Conseiller et « former » son client Gérer les situations difficiles et les conflits</p>
<p>Acquis</p>	<p>A l'issue de cette formation, les stagiaires sont capable d'appréhender et de maîtriser avec succès tout type de visite client Ils savent définir les méthodes et les phases de la vente</p>

B to C : Maîtrise de la vente Distribution détail



Objectifs	Maîtriser les techniques de prospection et de vente en intégrant les spécificités de l'univers de Distribution déployer les aspects « expert » de son métier commercial, pour gérer son secteur et pour aider les clients à revendre
Participants	Commerciaux terrain détail
Contenu A adapter en fonction des objectifs plus précis de formation de l'entreprise	<p>Session 1 - Les techniques de prospection vente Les évolutions de l'univers de consommation et les attentes des clients Le métier de commercial terrain : les actions à mener Mener une prospection performante Construction de l'argumentation prospection la connaissance de l'offre Le pré diagnostic La visite performante La préparation de visite La prise de contact, La découverte des besoins La méthode de vente 3 IMAC : Intérêt : susciter l'intérêt du client, Idée : exposer brièvement sa proposition, Mécanisme : expliquer la logique de la proposition, Avantages : avantages pour le client La réponse aux objections La Conclusion : conclure sa vente Session 2 - L'expertise secteur Le plan d'action secteur : gérer son secteur et prioriser ses clients et prospects Ciblage des prospects et Organisation des tournées Conseiller et « former » son client à la revente Gérer les situations difficiles et les conflits</p>
Acquis	A l'issue de cette formation, les stagiaires sont capable d'appréhender et de maîtriser avec succès tout type de visite client Ils savent définir les méthodes et les phases de la vente

Points clés de la performance commerciale B to B

Circuits de distribution	Modules de formation	Commerciaux terrain Points clés de la performance
Vente directe 	Techniques de prospection et vente directe clients professionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Savoir gérer son portefeuille de client set de prospects • Empathie et découverte de la personnalité et des besoins du client pour proposer l'offre la mieux adaptée • Détecter les opportunités commerciales
Vente indirecte 	Motiver les distributeurs à vendre et créer des partenariats, les aider à vendre et travailler efficacement	<ul style="list-style-type: none"> • Motiver les distributeurs à vendre et créer des partenariats, • les aider à vendre et travailler efficacement

B to B : Maîtrise de la vente directe



Objectifs	Maîtriser les techniques de vente en s'adaptant aux différentes personnalités et besoins des clients. Maîtriser parfaitement l'offre produits et solutions
Participants	Commerciaux vente directe
Contenu A adapter en fonction des objectifs plus précis de formation de l'entreprise	<p>Session 1 - Les techniques de vente</p> <p>Les évolutions de l'environnement marché et les attentes des clients Le métier de commercial terrain : les actions à mener La connaissance de l'offre Le pré diagnostic La prise de contact, l'empathie La découverte des besoins et des attentes des clients pour proposer la solution produit/service la plus performante La visite performante : la méthode BAP La prise de contact, l'empathie La découverte des besoins et des motivations des clients pour proposer le partenariat La méthode de vente : BAP Besoins du clients, avantages des solutions proposées, preuves La réponse aux objections La Conclusion: conclure sa vente</p> <p>Session 2 – la découverte des personnalités</p> <p>Les différents types de personnalités La communication : fond et canal adapté aux différentes personnalités Gérer les situations difficiles et les conflits</p>
Acquis	A l'issue de cette formation, les stagiaires sont capable d'appréhender et de maîtriser avec succès la vente à tout type de client Ils savent définir les méthodes et les phases de la vente; ils sont à même de détecter les opportunités commerciales

B to B : Maîtrise de la vente indirecte



Objectifs	Maîtriser les techniques de vente en s'adaptant aux différentes personnalités et besoins des Clients. Maîtriser parfaitement l'offre produits et solutions
Participants	Commerciaux vente indirecte
Contenu A adapter en fonction des objectifs plus précis de formation de l'entreprise	<p>Session 1 - Les techniques de prospection (recrutement) vente Les évolutions de l'univers de distribution et les attentes des clients Le métier de commercial terrain : les actions à mener Mener une prospection performante Savoir recruter de nouveaux distributeurs Détection des potentiels Les différents types de visite : L'entretien de prospection/recrutement, l'entretien de suivi, l'entretien de présentation de nouvelles offres La visite performante : la méthode BAP La prise de contact, l'empathie La découverte des besoins et des motivations des clients pour proposer le partenariat La méthode de vente : BAP Besoins du clients, avantages des solutions proposées, preuves La réponse aux objections La Conclusion : conclure sa vente</p> <p>Session 2 – la formation des clients Faire démarrer un nouveau distributeur : le former aux offres Faire progresser un nouveau distributeur : le former aux aides à la vente Conduite de réunion de formation Gérer les situations difficiles et les conflits Arrêter un distributeur</p>
Acquis	A l'issue de cette formation, les stagiaires sont capable d'appréhender et de maîtriser avec succès le recrutement de nouveaux distributeurs et de les conduire au succès