

13 - 20

LES FONDAMENTAUX DE L'ACTION COMMERCIALE TERRAIN

PUBLIC

Commercial externe / A.T.C

PRÉREQUIS

Idéalement, avoir un début d'expérience en négociation

DURÉE

2 jours / 14 heures

NIVEAU spécialisation I

Acquisition / Consolidation des fondamentaux

OBJECTIFS

SAVOIR-FAIRE commercial

- » Analyser son environnement et mettre en œuvre le développement commercial de son secteur
- » Préparer et suivre ses visites
- » Découvrir les besoins du client et conduire un entretien de vente en visite client
- » Communiquer avec les clients et l'équipe de l'agence

SAVOIR commercial

- Connaître les principales étapes de la gestion d'une action commerciale terrain
- Identifier les points clés des compétences requises pour réussir ses actions et accroître ses ventes : les leviers et les techniques d'organisation d'une action commerciale terrain, les techniques d'entretien avec la clientèle, les outils de suivi et de mesure de l'efficacité, les règles de communication

PROGRAMME

Donne les essentiels de la préparation, de la conduite et de la gestion d'un entretien de vente en visite client

L'ANALYSE DU SECTEUR ET LA MESURE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

L'analyse du secteur : potentiel du secteur, concurrence, présence des fournisseurs
 L'analyse du portefeuille clients : potentiel clients, évolutions, risques liés au portefeuille clients
 L'analyse de l'agence : ressources et forces de l'agence : plan de vente, services, plan de stock ...
 La mesure de l'activité commerciale : outils de suivi des résultats du portefeuille-clients : tableaux de bord



LA PRÉPARATION ET LE SUIVI DES VISITES

La préparation : recueil des infos de l'agence, organisation des tournées, préparation des contacts
 Le suivi des visites : compte-rendu et transmission des infos, mise à jour du fichier clients, contrôle des encours, élaboration de nouvelles propositions, relance des devis, commandes en cours

LA DÉCOUVERTE DES BESOINS ET LA CONDUITE D'UN ENTRETIEN DE VENTE EN VISITE CLIENT

La prise de contact : les règles et techniques à respecter, les bonnes attitudes
 La découverte des besoins : le questionnement, l'écoute, la reformulation, la validation
 La proposition et l'argumentation de l'offre : l'offre ciblée « Produits et Services », les complémentaires les avantages concurrentiels, le traitement des objections
 La présentation du devis : les étapes et les règles à respecter
 La négociation commerciale : les éléments de la négociation, la défense de la marge
 La conclusion de l'entretien : la prise de commande, la prise de congé



LA COMMUNICATION AVEC LES CLIENTS, LES INTERLOCUTEURS ET L'ÉQUIPE DE L'AGENCE

Les règles d'or de la communication : les attitudes appropriées à l'instauration d'une relation de confiance (Voix, sourire, écoute, directivité, personnalisation / valorisation)
 Le traitement des situations : relationnelles délicates la découverte des raisons d'un mécontentement...
 les mots, les gestes et les postures qui désamorcent
 savoir dire non : s'affirmer dans le respect d'autrui
 la recherche d'une solution gagnant/gagnant

Outils
Méthodes

Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, quizz, exercices, jeux de rôle, analyses Livret formation - Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »