

# Techniques de vente

## Aperçu de la formation

Dans un contexte de concurrence renforcée, la qualité des vendeurs peut faire la différence. Pour réussir une vente, les qualités relationnelles, l'aptitude commerciale et l'aisance en clientèle ne suffisent pas. Une bonne maîtrise des **techniques de vente**, de la **préparation** à la **conclusion** sont indispensables.

Cette formation est articulée autour de cours académiques, de partage d'expériences et de cas pratiques. Elle permettra aux commerciaux de tous profils de progresser dans la **maîtrise de l'entretien de vente en face à face**.

## Programme

1. Préparation :
  - Fixer des objectifs et construire un plan de vente
2. Motivations d'achat : comprendre le client
  - Découvrir les besoins de l'acheteur
  - S'adapter à différents types de clients
3. Construire un argumentaire
4. Gestion du cycle de vente
5. Gestion du face à face : techniques comportementales
6. Argumenter et donner envie : La communication positive
7. Apprendre à poser les bonnes questions
8. Traiter les objections et déclencher la décision
9. Techniques de conclusion

## Bénéfices attendus ?

- Développer une compréhension en profondeur des comportements humains et de la psychologie de la vente
- Reconnaître les différents types d'acheteurs et s'y adapter
- Construire sa crédibilité et se différencier
- Gagner la confiance de vos interlocuteurs
- Développer les compétences d'écoute active
- Résoudre les problèmes avec créativité et flexibilité
- Présenter la solution d'une manière convaincante et engageante

# Vente persuasive

## Aperçu de la formation

95% des vendeurs parlent trop, et trop peu savent écouter !

La qualité de la présentation de vente détermine souvent l'achat du client. Cependant, la plupart des présentations sont rarement assez convaincantes pour motiver l'autre et emporter la décision d'achat.

Cette formation aidera les participants à **réussir leurs présentations** et **captiver leur auditoire**. Mais aussi à **réaliser des supports différenciants** qu'ils transmettront avec **enthousiasme et efficacité**.

## Programme

1. Les différents styles d'acheteurs et de vendeurs
2. Construire une proposition commerciale
3. La puissance du « Story telling »
4. La gestion du face à face
  - Savoir poser des questions
  - Traiter les objections
  - 6 Techniques de persuasion
5. Présenter avec impact

## Bénéfices attendus ?

Travailler l'écoute active et mettre les clients à l'aise  
Créer un rapport sincère avec le client  
Élaborer, organiser concevoir une présentation pour chaque client  
Utiliser les aptitudes physiques et de la voix pour effet maximum  
Gérer et tirer profit de questions difficiles  
Construire un discours convaincant  
Gagner du temps dans la préparation

# Comprendre ses clients pour mieux collaborer

## Aperçu de la formation

Un acheteur est soumis à de nombreuses pressions et contraintes. Il a des objectifs à atteindre, en respectant les processus et les échéances de son organisation, dans le cadre de la politique et de la stratégie du groupe.

Cette formation permet de comprendre les besoins et les **fonctionnements de vos clients** pour mieux y répondre et ainsi, **améliorer votre relation et vos performances**.

Chaque participant recevra un support complet et personnalisable de toutes les informations à réunir pour comprendre ses clients.

## Programme

1. L'univers du client
  - Stratégie, facteurs clés du succès, positionnement
  - Finance client
  - Profil consommateur et performance des catégories
2. Achats
  - Critères du client et comment les influencer
  - Attentes envers les fournisseurs
  - Motivations & rémunération des acheteurs
3. Méthode de travail des clients
  - Processus clés et timings (ex : Plan promotionnel)
  - Comprendre le processus de décisions.
4. Organisation des clients
  - La dernière ligne droite : comment influencer les ventes
  - Organisation (structure, points de vente)
  - Prévion de vente

## Bénéfices attendus ?

Comprendre les besoins et les motivations de vos clients  
Connaitre leur organisation et leurs processus de décisions  
Apprendre à travailler pour répondre à leurs attentes  
Influencer les décisions positivement  
Améliorer vos performances par une meilleure collaboration

# Négociation commerciale

## Aperçu de la formation

Perfectionnez vos techniques de négociations pour obtenir des accords qui produisent des résultats positifs pour toutes les parties. Cette formation très interactive permet de comprendre les **enjeux de la négociation**, de la **préparer efficacement** et de progresser dans la **gestion du face à face**, notamment dans la **gestion de la tension** et des **tactiques de déstabilisation**. La méthode pédagogique alterne présentations académiques et cas pratiques. Chaque participant recevra, notamment, une trame de préparation de négociation et de suivi personnalisé.

## Programme

1. Définition, principes et règles de la négociation
2. Préparation d'une négociation
  - Analyse de la situation (contexte et enjeux)
  - Stratégie, tactique, plan d'action
  - Préparer une « matrice de positions »
3. Vivre la négociation : la gestion du face à face
  - Techniques de négociation et de concession
  - Profils psychologiques / types de négociateurs
  - Gestion de la tension
4. Conclure une négociation et faire exécuter un accord

## Bénéfices attendus ?

Comprendre les enjeux de la négociation  
Maîtriser l'art de préparer une négociation  
Connaître les techniques, méthodes existantes pour améliorer vos compétences en négociation  
Apprendre à se connaître et à connaître ses interlocuteurs pour mieux adapter vos discours  
Construire une boîte à outils dans laquelle vous trouverez toujours les ressources nécessaires pour améliorer vos performances et gagner en confiance

# Vendre de la valeur & Négocier un tarif

## Aperçu de la formation

Les clients challengent de plus en plus les prix. Non seulement ils refusent les augmentations de tarif mais demandent en plus une diminution du tarif existant. Devant une telle pression sur les prix, il ne suffit plus **d'argumenter pour justifier son prix** mais il s'agit de leur offrir une **solution répondant à un besoin de création de valeur** plus global.

Ceci implique des démarches commerciales et marketing nouvelles qui obligent à aller plus loin dans la **compréhension des contextes clients** et de leurs attentes, ainsi que dans **l'élaboration des offres à proposer**.

Cette formation aidera vos équipes à identifier la valeur ajoutée que vous pouvez apporter à vos clients, puis la façon la plus performante de la leur proposer.

## Programme

1. Gestion des prix : Un rôle clé pour améliorer le P&L
2. A quoi ressemble votre "offre de valeur" ?
3. La perception de la valeur par vos clients
4. Analyse financière des clients (profitabilité réciproque)
5. Présenter votre offre de manière attrayante
6. Le concept de la cascade
7. Valoriser les concessions
8. Mieux négocier et contractualiser
9. 7 leviers pour argumenter une hausse de prix

## Bénéfices attendus ?

Gagner en confiance et en capacité à vendre de la valeur  
Changer la manière d'approcher les clients pour parler de valeur et non de prix.  
Comprendre pourquoi les clients sont obsédés par le prix et comment ils perçoivent/calculent la valeur.  
Créer votre propre boîte à outil pour valoriser l'offre auprès des différents clients en fonction de leurs attentes.

# Résolution de conflits

## Aperçu de la formation

Il est souvent désarmant de se trouver dans une situation de conflit et de gérer la tension que cela engendre.

Cette formation offre des méthodes et des techniques pour **comprendre les ressorts d'un conflit** et trouver **les solutions pour le régler** dans l'intérêt de toutes les parties.

Comment trouver une issue lorsqu'un conflit survient ? Comprendre pourquoi et comment la situation s'est dégradée ? Trouver des clés pour renouer le contact et parvenir à un accord ?

## Programme

1. Les qualités nécessaires à la résolution de conflit :
  - Techniques d'écoute
  - Techniques de reformulation
  - Intelligence émotionnelle
  - La compétence relationnelle pour installer la relation
2. Les profils psychologiques et leurs moteurs
3. Méthode de résolution de conflit : La Roue de Fiutak
4. La marche vers l'accord
  - Conditions préalables à l'accord
  - Les 4 étapes de la marche vers l'accord
  - Les 16 mini-accords avant l'accord

## Bénéfices attendus ?

Comprendre les raisons qui conduisent au conflit

Comprendre l'autre, ses motivations et ses besoins

Améliorer ses qualités relationnelles

Apprendre des techniques concrètes pour sortir d'une impasse et trouver un accord

Découvrir des méthodes utilisées en Médiation pour résoudre des conflits

Savoir gérer et affronter sans crainte, toutes sortes de conflits

# Mieux vivre la négociation par l'observation active des comportements

## Aperçu de la formation

La pression sur les négociateurs, quelque soit le domaine concerné est croissante. Il en ressort un malaise pour ces vendeurs, même les plus expérimentés, notamment quand l'irrationnel prend le dessus. Le rapport devient alors plus conflictuel et l'émotionnel l'emporte sur la raison.

Cette formation aide à **décrypter, en temps réel, les interactions**, tant verbales que non verbales avec vos interlocuteurs. Elle permet de **comprendre ce qui se joue et d'y répondre au mieux**, afin de gagner en efficacité mais aussi en sérénité.

### Programme

1. Contexte psychologique  
Les différents profils d'acheteurs et de vendeurs
2. Les qualités nécessaires à la résolution de conflit :  
Ecoute, reformulation, compétence relationnelle
3. Décrypter les réactions d'un négociateur sous pression et évaluer son profil d'après ses attitudes.
  - Mise sous tension et connaissance de son adversaire
  - Mesure du niveau de stress /analyse du langage corporel
4. Discerner les signes gestuels d'évolution de son interlocuteur pour parvenir à un accord
  - Le retour au dialogue
  - Les jeux du face à face
  - La marche vers l'accord (Roue de Fiutak, 16 micro-accord)

### Bénéfices attendus ?

- Saisir toute la portée du comportement observable dans la conduite d'une négociation
- Acquérir une méthode d'observation de la gestuelle de ses interlocuteurs
- Intégrer les indices non verbaux pour chaque phase de la négociation
- Pouvoir décrypter les tactiques de mise en scène de la partie adverse, pour ajuster ses attitudes et «mentaliser» sa tactique de réponse.
- Maîtriser les techniques de sortie de conflit pour parvenir à un accord

# Vendre et Négocier dans un univers multi-culturel

## Aperçu de la formation

Lorsqu'on pense à la négociation internationale, on tend à penser aux différences liées à la culture des peuples ou plus précisément aux cultures « nationales ». Se limiter à cela reviendrait à omettre le rôle de la culture personnelle, du sexe, de l'éducation, des expériences vécues et de l'humeur du moment. Pour cela, l'écoute et la capacité à **poser de bonnes questions** sont des atouts à exploiter intelligemment.

On peut néanmoins **identifier quelques différences majeures entre les cultures « nationales »** et **évaluer leur influence** sur la manière de négocier. Cela permet de **mieux comprendre comment l'autre pense et communique, pour éviter des maladroresses**

## Programme

1. Le but de la négociation : Gagner pour soi ou ensemble ?
2. Le style : Formel ou informel
3. La communication :
  - Directe ou indirecte ?
  - La valeur du Oui
4. Le rapport à la hiérarchie : Un leader ou une équipe ?
5. Le rapport au temps
6. Emotivité : Forte ou Faible ?
7. Construction de l'accord : Top down ou Bottom up
8. Le rapport au corps : Contact physique ou non ?
9. Prise de risque : Forte ou Faible ?

## Bénéfices attendus ?

Comprendre les différences culturelles et leur influence sur la relation à l'autre.

Adapter son comportement et sa communication pour éviter les maladroresses.

Améliorer son rapport à l'autre, sans manipulation mais pour le bien de la relation.

# Networking Multi-fonctionnel

## Aperçu de la formation

Vos clients ne sont pas une entité simple avec un décideur unique mais souvent une organisation complexe avec de multiples intervenants jouant tous un rôle dans la prise de décision. Pour améliorer vos résultats et vendre vos projets, vous devez **influencer la décision** et vous **assurer de la mise en place effective de ce qui est agréé**.

Pour cela, vous devez connaître et comprendre **les acteurs clé et leur processus de décision**, mais également **maîtriser leur fonctionnement** pour mieux **répondre à leurs attentes**..

Cette formation vous aidera à mieux organiser votre approche en réseau avec les différents services de vos clients.

### Programme

1. Les différents types d'organisations multifonctionnelles
2. Identifier les acteurs clés
3. Comprendre les rôles et responsabilités
4. Comprendre les besoins et y répondre
5. Construire son plan d'action et de contacts
6. Influencer les décisions
7. Garantir la mise en place des plans

### Bénéfices attendus ?

- Comprendre comment fonctionne l'organisation de vos clients
- Identifier les décideurs , leurs rôles et leurs besoins
- Connaître les processus de décision
- Développer un plan de prise de contact avec les acteurs clés
- Influencer les décisions
- Mettre en place et suivre un plan d'action ou un accord

# Gestion des comptes-clés

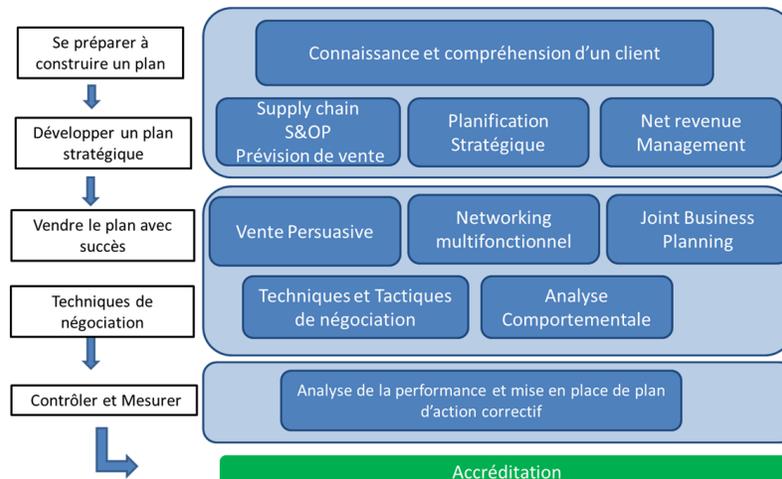
## Aperçu de la formation

Le rôle de compte-clé a beaucoup changé ces dernières années. Les relations avec les clients se tendent et réclament davantage de rigueur et de capacité de résistance à la pression. Par ailleurs, la gestion des comptes est plus sophistiquée, les outils sont plus complexes, les paramètres à prendre en considération sont plus nombreux. Et ce, quel que soit le circuit de distribution, l'industrie et le pays dans lequel le client se trouve. Aussi, pour réussir dans cet environnement les compte-clés doivent être préparés à **gérer des comptes complexes** (planning, pricing, condition commerciales), à **vendre** et à **négocier**. Ils doivent également être capables de **collaborer**, d'entretenir la relation ou de **gérer des conflits**.

Ce programme de formation, composé de modules distincts, est 100% modulable et interactif.

### Programme

#### Programme développement Compte-Clés



### Bénéfices attendus ?

- Développer ses connaissances et sa compréhension des fondamentaux nécessaires à la gestion des grands comptes
- Améliorer sa compréhension des clients dans leur fonctionnement et leurs attentes
- Augmenter sa capacité à construire un plan commercial et à pratiquer la prévision de ventes
- Comprendre et s'exercer à construire un plan d'activité annuel.
- Apprendre à créer de la valeur en collaborant avec ses clients tout en développant ses compétences en vente et en négociation

# Category Management

## Aperçu de la formation

Depuis déjà plusieurs années, le concept de Category Management s'est installé chez les distributeurs et les industriels, dans l'univers des produits de grande consommation. Les intérêts des uns (**protéger le territoire des marques, gagner de la part de marché**) et ceux des autres (**améliorer la rentabilité des linéaires, optimiser les flux logistiques**) ont compromis l'atteinte de l'objectif principal : « Faire en sorte que le consommateur soit pleinement satisfait ». Cette formation couvre tous les aspects du category management. Elle équilibre concepts, partage d'expérience et mise en œuvre pratique pour **favoriser la mise en place de projets de category management efficaces**.

## Programme

1. Principes & Objectifs du category management
2. Construire un projet collaboratif pérenne
3. Les bénéfices d'un projet de category management
4. Shopper : Segmentation, ciblage et réponses aux besoins
5. Méthodologie : Les 8 étapes du category management
6. Mise en place opérationnelle
7. Mesure et suivi
8. Organisation et outils
9. Les pièges du category management

## Bénéfices attendus ?

- Comprendre les enjeux d'une collaboration catégorielle pour se différencier.
- Intégrer l'ensemble des éléments à prendre en compte pour réussir un projet.
- Maîtriser les concepts, techniques et outils du category management
- Mettre en pratique les méthodes qui délivrent des résultats
- Identifier les pièges du category management pour mieux les éviter

# Management d'équipe

## Aperçu de la formation

La gestion d'équipe est un facteur clé de succès pour les entreprises et le bien-être de leurs employés. Le manager a la responsabilité d'atteindre ses objectifs grâce à la performance de son équipe, elle-même dépendante de la compétence et la motivation de ses membres. Ce séminaire interactif alterne présentations académiques, partage d'expériences entre les participants et exemples concrets pour permettre au managers de maîtriser les bases du management opérationnel en sachant **Organiser, Gérer, Animer et Motiver une équipe**.

## Programme

1. Les phases de développement d'une équipe
2. Construire son équipe
  - Les différentes organisations
  - Profils et rôles des membres de l'équipe
3. Le rôle du manager : Leadership
  - Anticiper, voir, fixer le cap
  - Motiver, faire adhérer, convaincre
4. Le rôle du manager : Développer
  - Donner les moyens, accompagner, former
  - Evaluer, récompenser, réprimer
5. Le rôle du manager : Animer
  - Communiquer
  - Gérer les conflits
6. Les 10 règles d'or

## Bénéfices attendus ?

- S'affirmer dans sa fonction de Manager
- Assumer ses propres décisions même si elles sont difficiles
- Obtenir le soutien naturel de son équipe
- Installer un climat de confiance et d'échange
- Créer une dynamique d'équipe positive
- Etre serein dans ses relations aux autres et à soi-même
- Gagner en efficacité et en productivité

# Leadership

## Aperçu de la formation

On ne dit plus aux employés ce qu'ils doivent faire ! Un leader ne dicte pas, il inspire et responsabilise !

Pour atteindre vos objectifs, vous devez engager votre équipe derrière vous.

Pour cela, vous pouvez apprendre à motiver plus efficacement votre équipe en développant votre leadership d'équipe.

Ce programme de formation vous enseignera comment **passer de la gestion d'équipe au leadership d'équipe**. Vous apprendrez aussi à **mieux vous connaître et à mieux comprendre vos collaborateurs pour mieux les développer**.

## Programme

1. Qu'est-ce que le leadership ? Les qualités des grands Leaders
2. Quel est votre style de leadership ?
3. Managers vs Leaders
4. Le rôle des Leaders :
  - Créer la Vision
  - Construire une équipe (attirer, retenir les talents)
  - Fixer les objectifs et répartir les tâches
  - Développer les collaborateurs
  - Motiver, responsabiliser et inspirer
5. Le Leadership de communication
6. Analyse des problèmes et prise de décisions (Méthode STEPS)

## Bénéfices attendus ?

Comprendre le leadership de comportement

Apprendre la différence entre Leadership et Management

Définir les qualités et les forces nécessaires

Développer les relations interpersonnelles

Savoir prendre les bonnes décisions

Manager votre stress et celui de vos équipes

Responsabiliser, Motiver et inspirer les autres

Diriger par l'exemple

# Leadership et gestion de carrière

## Aperçu de la formation

La carrière d'un salarié dépend de sa capacité à progresser et à délivrer les résultats qu'on attend de lui. Mais elle dépend aussi et surtout de sa réputation, de son potentiel supposé et de son leadership. Les entreprises font évoluer au sein de leur organisation, les collaborateurs identifiés comme les plus à même de porter la culture propre à chaque entreprise, d'assurer sa réputation et son ambition. La qualité, le niveau et la durée d'une carrière dépend donc de la capacité à « entrer dans ce moule » tout en gardant sa personnalité. Cette formation aide à **comprendre le fonctionnement des entreprises** en matière de gestion des ressources humaines et à **s'y adapter pour développer son potentiel d'évolution.**

### Programme

1. Pourquoi les entreprises établissent-elles des « Leadership standard » ?
2. Quels sont les « Leadership standard » les plus répandus ?
3. Comment s'auto-évaluer objectivement ?
4. Comment travailler son leadership ?
5. Comment créer sa « marque » et construire sa réputation ?
6. Les pièges à éviter
7. Comment préparer le futur ?
  - Quand considère-t-on qu'un collaborateur est prêt pour évoluer ?
  - Comment s'y préparer ?
8. Préparer un entretien de « job posting »

### Bénéfices attendus ?

Comprendre les critères de leadership dans l'entreprise ?  
Savoir comment il est évalué/mesuré et pouvoir vous positionner par rapport aux attentes de l'entreprise  
Construire et développer votre réputation  
Développer intelligemment votre « agilité organisationnelle »

# Organisation et gestion du temps

## Aperçu de la formation

Comment la gestion du temps permet-elle de mieux organiser vos activités, diminuer votre niveau de stress et gagner en efficacité ? Ce module de formation fournit une gamme complète d'outils et de techniques pour rendre la gestion du temps simple et efficace. Il permettra aux participants **d'identifier et de surmonter les obstacles pour une meilleure organisation**. Enfin, ils apprendront à **se donner des priorités**, à s'y tenir et à se concentrer sur les tâches ayant le **meilleur retour sur investissement**.

## Programme

1. Comprendre comment on utilise son temps
2. Devenir organisé
3. Calculer le coût du temps
4. Faire plus en faisant le même effort
5. Garder le contrôle de son temps
6. Techniques de priorisation
7. Analyse ABC
8. Analyse Pareto & la méthode Eisenhower
9. La méthode POSEC

## Bénéfices attendus ?

Optimiser son temps et être plus efficace  
Fixer des objectifs clairs et les atteindre  
Minimiser les pertes de temps et les tâches chronophages  
Éviter d'être détourné de vos priorités  
Obtenir des outils pratiques sur la façon de dire «non» à certaines demandes