

SKEMA EXECUTIVE - FORMATION CONTINUE

Parcours certifiant Vente
et Business Development



CPF
209046

OBJECTIFS

Grâce à une approche vente et orientée client, ce parcours approfondit les connaissances sur les techniques de persuasion pour mieux maîtriser les situations de vente et de négociation. Il permet de comprendre les différents rôles du Key Account Manager et de maîtriser la gestion des comptes stratégiques.

PUBLIC

Tout collaborateur ayant besoin de compétences commerciales solides et en développement professionnel.
Toute personne se positionnant sur le marché de l'emploi dans les métiers liés à la vente ou visant une activité commerciale (Key account manager, responsable commercial, business developer responsables marketing, chefs de produit, managers commerciaux, chef des ventes...

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Application des principes par des cas concrets.
Mises en situation.
Simulations filmées avec analyse et feedback.
Présentations orales visant à évaluer la capacité à communiquer, argumenter, négocier.
Tests individuels : exercices pratiques testant le degré de maîtrise des compétences visées.

LISTE DES MODULES

A vous de choisir le ou les modules auxquels vous souhaitez participer - chaque module est éligible au CPF

- Développer des synergies entre la force de vente et le marketing
- Réussir les entretiens commerciaux
- Négocier avec les acheteurs de la distribution
- Pratiquer la vente consultative
- Améliorer ses ventes par une meilleure écoute
- Maîtriser les clés de la persuasion
- Gérer des comptes stratégiques

INFORMATIONS CLÉS

CPF
209046



Certification

Matérialisation officielle de la certification : Un certificat de compétences est délivré sous format papier SKEMA portant l'intitulé de la certification, le nom du candidat, le lieu de l'examen et la date de l'évaluation, la date de remise du certificat.

Evaluation des acquis

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la formation par le formateur par le biais de questions réponses. Plusieurs tests écrits peuvent compléter ces évaluations.

A la fin de chaque formation, les acquis sont évalués au travers de test écrits et de questions.

Intervenants

Tous nos intervenants sont sélectionnés par SKEMA. Ce sont des professionnels dans leur quotidien, ils ont tous une expérience dans la vente et le marketing.



Dates :

Du 4 mai au 5 juillet 2018.
14 jours (98 heures)



Tarif inter-entreprises :

9 500 euros nets de taxes

Tarif intra-entreprise :

Nous consulter

Votre contact



Céline Brocard
Coordinatrice Formation Continue
+33 (0)4.93.95.32.48
celine.brocard@skema.edu
www.skema-bs.fr/formation-continue/

CONTENU DE LA FORMATION



Objectifs du module

Comprendre l'approche marketing et l'intégrer dans la stratégie commerciale. Connaître les outils et approches du marketing. S'ouvrir à de nouvelles visions de son activité.



Public visé

Toute personne souhaitant développer des compétences en marketing associé au secteur de la vente.
Exemples : Marketers : resp markg, chefs de produit - Commerciaux : managers commerciaux, chef des ventes.



Pas de prérequis

Le formateur évaluera le niveau de chaque participant et adaptera son approche pédagogique en conséquence.

I. Développer des synergies entre la force de vente et le marketing

- La vision marketing : marchés, clients, valeur
- Les outils du marketing : la valeur sous toutes ses formes, SWOT, benchmarking, cartographie de l'écosystème, positionnement et analyse de la concurrence, le prix, la marque
- Comprendre une stratégie marketing
- Construire un plan marketing
- Comprendre les enjeux du choix des canaux de distribution.
- Gestion des canaux de distribution dans un monde multi-canal
- Le marketing et les canaux de distribution : trade marketing, gestion de catégorie
- Découverte et application des outils de veille marketing.
- La fonction commerciale comme outil de veille marketing



Compétences acquises

A l'issue du module, les participants sont capables d'intégrer une vision marketing dans leur activité commerciale en identifiant les différents canaux de distribution et en réalisant une veille marketing.

- **Durée du module** : 14h – 2 jours
- **Date de la session / lieu de la session** : 22 et 28 juin 2018 à Sophia Antipolis

CONTENU DE LA FORMATION



Objectifs du module

Développer les compétences clefs pour un entretien commercial.
Connaître les composantes d'une démarche commerciale efficace.



Public visé

Cette formation s'adresse à tout public souhaitant travailler dans le secteur de la vente.



Prérequis et évaluation:

Pas de prérequis
Le formateur évaluera le niveau de chaque participant et adaptera son approche pédagogique en conséquence.

II. Réussir les entretiens commerciaux

- Préparer son entretien commercial
- Identifier le bon interlocuteur chez le client.
Savoir préparer et structurer ses rendez-vous et ses entretiens clients.
- Mener et diriger l'entretien à partir des objectifs et de son plan d'entretien.
- Prendre le leadership de l'entretien pour maintenir une relation équilibrée avec le client.
- Analyser le positionnement et les enjeux du client.
- Savoir faire passer des messages par un positionnement verbal et non verbal approprié.
- Maîtriser les différentes techniques de vente
- Découvrir les besoins et enjeux du client
- Anticiper (avoir une démarche proactive pour influencer le client) afin de lever les freins
- Argumenter avec conviction
- Traiter les objections
- Conclure une vente gagnant-gagnant.



Compétences acquises

A l'issue du module, les participants sauront préparer et mener un entretien commercial en analysant le positionnement et les enjeux du client, ceci afin de réussir à conclure la vente.

- **Durée du module** : 14h – 2 jours
- **Date de la session / lieu de la session** : 4 et 14 mai 2018 à Sophia Antipolis

CONTENU DE LA FORMATION



Objectifs du module

Comprendre les enjeux du secteur de la distribution et adapter son approche commerciale afin de développer une relation de partenariat. Connaître les enjeux de la distribution et adapter son approche commerciale aux enjeux de la distribution. Intégrer le modèle économique et les indicateurs de performance de la distribution dans son approche commerciale. Diagnostiquer les enjeux et les attentes du client, influencer et faire émerger les besoins.

Public visé



Tout commercial ou responsable commercial qui veut perfectionner ses compétences dans la négociation avec les acheteurs de la distribution.
Exemples : chef des ventes, responsable commercial, business développer.

Prérequis et évaluation:



Pas de prérequis
Le formateur évaluera le niveau de chaque participant et adaptera son approche pédagogique en conséquence.

III. Négocier avec les acheteurs de la distribution

- Les enjeux de la distribution dans un monde multi-canal.
- Le modèle économique de la distribution, les indicateurs de performance de la distribution.
- Le category management, le trade-marketing
- Préparer sa négociation : analyser le contexte, les enjeux, définir ses objectifs et sa marge de négociation, préparer ses arguments
- Maîtriser les différentes étapes de la négociation ainsi que les différentes techniques.
- Les erreurs à ne pas commettre en négociation
- Gérer les situations difficiles : les freins, les conflits, la déstabilisation.
- Identifier les opportunités de développement et conclure la négociation.

Compétences acquises

A l'issue de la formation, les participants seront force de proposition en adaptant leur approche commerciale dans les négociations avec la distribution afin d'obtenir l'engagement du distributeur.

- **Durée du module** : 14h – 2 jours
- **Date de la session / lieu de la session** : 15 et 18 mai 2018 à Sophia Antipolis

CONTENU DE LA FORMATION



Objectifs du module

Comprendre ce qu'est la vente consultative et savoir l'appliquer pour son propre marché.



Public visé

Tout commercial souhaitant développer des compétences dans la vente consultative.

Exemple : commerciaux, managers commerciaux, chefs des ventes.

Prérequis et évaluation:



Pas de prérequis

Le formateur évaluera le niveau de chaque participant et adaptera son approche pédagogique en conséquence.

IV. Pratiquer la vente consultative

- Savoir passer de la vente produit à la vente solution.
- Adopter la posture consultative : connaître et maîtriser les techniques de la vente consultative.
- Développer les méthodes SPIN et autres approches consultatives
- Maîtriser les techniques de questionnement ainsi que l'écoute active.
- Bien mener une vente 'enquête'.
- Analyser et diagnostiquer les besoins du client.
- Bien présenter les axes de développement possibles
- Se positionner comme accompagnateur de choix.
- Etre source de proposition, de conseil voir de consultant pour le client.



Compétences acquises

A l'issue du module, les participants sont capables de maîtriser et appliquer dans leur activité commerciale les méthodes de la vente consultative. Ils sont capables de maîtriser les techniques d'écoute et d'accompagnement inhérente à la vente consultative.

- **Durée du module** : 14h – 2 jours
- **Date de la session / lieu de la session** : 29 et 31 mai 2018 à Sophia Antipolis

CONTENU DE LA FORMATION



Objectifs du module

Développer une approche vente orientée client en appliquant les techniques de l'écoute active. Ce module permettra aux participants de mieux gérer le contact avec le client, de reformuler pour obtenir des précisions.



Public visé

Tout commercial souhaitant développer des compétences dans la vente.
Exemple : commerciaux, managers commerciaux, chefs des ventes.



Prérequis et évaluation:

Pas de prérequis
Le formateur évaluera le niveau de chaque participant et adaptera son approche pédagogique en conséquence.

V. Améliorer ses ventes par une meilleure écoute

- Diagnostiquer les enjeux du client : apprendre techniques de préparation permettant de cerner la situation du client.
- Découvrir les techniques et approches pour développer une intelligence des situations
- Découvrir et développer les techniques de questionnement.
- Découvrir et développer les techniques de reformulation et de synthèse.
- Mises en situation pour développer l'écoute active.
- Partir des besoins du client pour être force de proposition.
- Mises en situations filmées avec analyse et feedback.



Compétences acquises

A l'issue du module, les participants sont capables d'appliquer les techniques d'écoute active et de questionnement pour développer une approche orientée client et devenir force de proposition dans un entretien de vente.

- **Durée du module** : 14h – 2 jours
- **Date de la session / lieu de la session** : 7 et 12 juin 2018 à Sophia Antipolis

CONTENU DE LA FORMATION



Objectifs du module

Comprendre les leviers de l'influence et les techniques de persuasion pour mieux maîtriser les situations de négociation.



Public visé

Tout commercial ou responsable commercial qui veut perfectionner ses compétences dans la négociation.
Exemples : chef des ventes, responsable commercial, business développer.



Prérequis et évaluation:

Pas de prérequis
Le formateur évaluera le niveau de chaque participant et adaptera son approche pédagogique en conséquence.

VI. Maîtriser les clés de la persuasion

- Connaître les techniques d'argumentation persuasive et les techniques de conclusion.
- Etre capable de déterminer le profil du client à partir des signaux de communication (verbaux et non verbaux) et adapter sa communication.
- Savoir négocier des contreparties en cas de concession (techniques de négociation).
- Manager la relation client dans un objectif de partenariat sur le long terme (adapter son niveau d'engagement au niveau du client, win-win).
- Etre assertif (défendre son point de vue sans être agressif ou sans céder à la pression du client).
- Résister aux pressions
- Utiliser les leviers d'influence
- Renforcer sa capacité à conclure.



Compétences acquises

A l'issue du module, les participants sont capables d'appliquer les techniques d'influence et de persuasion pour mieux maîtriser les situations de vente et de négociation.

- **Durée du module** : 14h – 2 jours
- **Date de la session / lieu de la session** : 20 et 26 juin à Sophia Antipolis

CONTENU DE LA FORMATION



Objectifs du module

Comprendre les différents rôles du Key Account Manager et maîtriser la gestion des comptes stratégiques.



Public visé

Key Account Manager, Responsable commercial, Business developer



Prérequis et évaluation:

Pas de prérequis
Le formateur évaluera le niveau de chaque participant et adaptera son approche pédagogique en conséquence.

VII. Gérer des comptes stratégiques

Comprendre le rôle et les enjeux du Key Account Management.

Analyser le secteur : cartographie de l'écosystème, grille d'analyse des concurrents, benchmarking.

Analyser son portefeuille de clients.

Analyser son compte clé : enjeux stratégiques, analyse organisationnelle ; analyse des parties-prenantes, des décideurs et des contacts privilégiés.

Définir une stratégie de compte.

Formaliser la stratégie dans un Account Business Plan.

Etre chef d'orchestre des ressources internes

Se positionner par rapport à la concurrence

Adopter une posture consultative. Bien présenter les axes de développement possibles

Valoriser la solution auprès du client. Intégrer les enjeux des différentes parties-prenantes

Se positionner comme accompagnateur de choix.

Etre source de proposition.



Compétences acquises

A l'issue du module, les participants sont capables de gérer les compte stratégiques par l'analyse, l'évaluation des axes de développement et la mobilisation de ses équipes.

• **Durée du module** : 14h – 2 jours

• **Date de la session / lieu de la session** : 3 et 5 juillet 2018
à Sophia Antipolis