
OPTIMISER L'ACTION COMMERCIALE DANS L'ENTREPRISE ARTISANALE

Objectifs : Optimiser l'action commerciale dans le cadre d'une entreprise artisanale

Profil stagiaires : Artisans, collaborateurs et assistantes en charge de l'action commerciale dans l'entreprise artisanale.

Prérequis : Expérience préalable de la vente ou de la relation client souhaitable.

Formateur : Thierry OLIVIER, 12 ans de direction commerciale et marketing dans l'industrie médicale et la prestation de services. Consultant et formateur depuis 16 ans. Consultant accrédité Arc en Ciel RH. Intervenant dans le dispositif d'accompagnement de l'entreprise artisanale CAPEA. Chargé d'enseignement à l'ESSCA

Méthode pédagogique : Exposés théoriques - Exercices pratiques – Remise d'un support de cours reprenant les différentes notions

Durée : 3 journées de 7 heures soit un total de 21 heures

Evaluation – Validation : une attestation de participation est fournie au stagiaire ayant suivi l'intégralité de la formation

Programme pédagogique

Journée 1 : La stratégie commerciale

- Le processus commercial :
 - Le processus de vente R1/R2/ R+
 - Le prix de revient / Le prix de vente
 - Le devis :
 - Présentation, mentions obligatoires
 - Suivi des devis, taux de transformation
- La communication
 - Les outils Online et Offline : logo, site web, réseaux sociaux, emailing, flyers, carte de visite, marquage, plv, marquage véhicules, etc.
 - Le fichier clients :
 - Utilité : fidélisation, vente additionnelle, etc.
 - Forme et format - RGPD
 - Outils, etc.

ADONNANTE DEVELOPPEMENT

Evolution et Développement de la PME - Conseil et formation : des outils et des hommes
Management – Développement commercial – Relations clients

Journée 2 : L'entretien de vente

- Se présenter
 - Connaître son entreprise et sa concurrence
 - Connaître ses avantages compétitifs
 - Construire une fiche CAP : base de l'argumentaire performant
 - Faire le « pitch » : en dire assez, ne pas en dire trop
- Découvrir les besoins du client
 - Poser les questions qui font vendre
- Traiter les réactions du client
 - Les pièges de l'affectif : le grand Huit
 - La tactique de réponse : Parade/Riposte
 - « C'est trop cher » et les autres objections les plus courantes !
- Faire signer le client
 - Connaître et pratiquer les techniques d'engagement

Journée 3 : Le comportement

- Savoir, Savoir-Faire et Savoir-être
- Votre style de vente
 - Quel vendeur suis-je ?
- S'adapter à son client
 - Avec quel acheteur suis-je le plus/moins efficace ?
 - Pourquoi ?
- S'adapter à la situation
 - A quel moment suis-je le moins/plus à l'aise ?
 - Sortir de sa zone de confort
 - Devenir plus flexible
- Le commercial : l'affaire de tous et de tous les instants
 - Rôle des autres collaborateurs de l'entreprise : ouvriers, poseurs, assistante, etc.

ADONNANTE DEVELOPPEMENT

Evolution et Développement de la PME - Conseil et formation : des outils et des hommes
Management – Développement commercial – Relations clients