

NOUVELLE
FORMULE

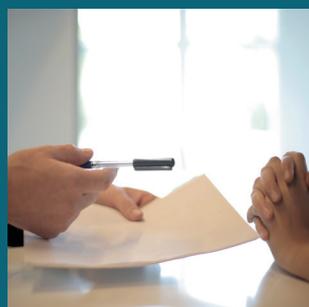
MOTIVENTE

DÉCUPLEONS VOS FORCES DE VENTE

Édition 2024

FORMATION
COMMERCIALE

ACCOMPAGNEMENT
INDIVIDUEL



www.motivente.com



“ Mon expérience de plus de 15 ans sur le terrain m’a constamment obligé à me remettre en question et m’a permis d’acquérir une connaissance approfondie des méthodes de vente. C’est cela que je souhaite vous transmettre. ”

La vente est le point d’entrée incontournable dans l’entreprise.

L’activité commerciale ne doit pas être improvisée. Cela demande du travail mais également des compétences.

Des collaborateurs sans méthodes vous feront gagner difficilement de nouveaux clients.

Ils se sentent en difficulté et malgré leur travail se démobilisent par manque de résultats.

Ils perdent ainsi toute confiance en leur capacité à réussir.

**C’est ainsi que MOTIVENTE a vu le jour.
Pour vous accompagner dans votre progression.**

Selon votre profil vos besoins sont différents. Aujourd’hui vous souhaitez :

- L’optimisation de votre temps.
- Des collaborateurs compétents.
- Des résultats en hausse.
- Un suivi de vos indicateurs.

MES SOLUTIONS

FORMATION COMMERCIALE

- Gagner de nouveaux prospects.
- Confirmer votre implication client.
- Diriger son service commercial.

ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL

- AFEST (Action de Formation en Situation de Travail).
- Coaching commercial.
- Conseil au dirigeant.

LA FORMATION

DES
FORMATIONS
NOVATRICES
ET BASÉES
SUR LA
PERFORMANCE

LES ENJEUX :

Selon le cône d'expérience d'Edgar Dale, dans l'apprentissage nous retenons 10% de ce que nous lisons, 20% de ce que nous entendons, 30% de ce que nous voyons, 50% de ce que nous voyons et entendons.

Et si vous pratiquez un apprentissage basé sur la réalisation, l'assimilation sera à 90%.

Ainsi l'impact de la formation sera visible pour le dirigeant seulement si celle-ci est accompagnée d'actions.

L'objectif d'une formation est une montée en compétence des collaborateurs.

LES FORMATIONS SONT ORGANISÉES SELON LES THÈMES SUIVANTS :

GAGNER DE NOUVEAUX PROSPECTS	G1 : Organiser une prospection commerciale efficace. G2 : Mener efficacement son entretien de vente.
CONFIRMER VOTRE IMPLICATION CLIENT	C3 : Confectionner sa négociation sur mesure. C4 : Renforcer la relation client.
DIRIGER SON SERVICE COMMERCIAL	D5 : Lancer sa stratégie commerciale. D6 : Manager avec succès ses forces de vente.

LES ÉTAPES :

Avant la formation :

- L'analyse des besoins est réalisée avec le commanditaire pour identifier le niveau de départ, le niveau attendu et les objectifs de la formation.
- Une fois la convention signée, une feuille d'identification des attentes est envoyée à chacun des apprenants pour analyser chacun des besoins.

Pendant la formation :

- Les formations sont réalisées en présentiel avec des moyens pédagogiques favorisant l'interactivité et l'apprentissage (projection au tableau, jeux, questionnement).
- Les 4 méthodes d'animation sont utilisées : méthode expositive, interrogative, démonstrative, active avec des études de cas et des jeux de rôles.
- Des exercices ludiques et interactifs sont proposés pour confirmer les connaissances.
- L'apprentissage est optimisé.

À la fin de la formation :

- Les participants sont évalués au début et à la fin de la durée de formation avec un quiz.
- Un document distribué au début de la formation permet à chacun d'y ajouter ses propres notes. L'apprenant repart avec le document personnalisé et sa feuille de route.
- Un suivi téléphonique personnalisé par apprenant de 30 min avec mise en place d'actions est proposé.

QUALITÉ :

MOTIVENTE est déclaré par la DRIEETS avec le numéro de déclaration d'activité : 11930922693.

Les formations répondent au référentiel QUALIOP1.

Les formations sont dispensées par une formatrice professionnelle ayant validé son titre de Formateur professionnel d'adultes en janvier 2023.

Ainsi elles sont finançables par vos opérateurs de compétences (OPCO) grâce à des partenariats mis en place avec d'autres organismes de formation.



G1 : Organiser une prospection commerciale efficace



PUBLIC CONCERNÉ

- Chargés d'affaires, Commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

PRÉREQUIS

- En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.



OBJECTIF OPÉRATIONNEL

Gagner de nouveaux prospects en regroupant différentes méthodes de développement de la clientèle.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- S'approprier sa fonction de commercial.
- Créer un fichier de prospection adapté à son activité.
- Identifier les canaux de prospection pour construire une prospection efficace.
- Optimiser son utilisation des réseaux sociaux.
- S'approprier les usages du téléphone pour prendre des RDV.
- Appliquer les techniques de prises de rendez-vous téléphoniques.
- Analyser les moments pour prospecter différemment (recommandations, autres réseaux).

FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expériences commerciale.

LIEUX

- Dans vos locaux.

PROGRAMME DE LA FORMATION

1

INTRODUCTION AU MÉTIER DE COMMERCIAL

- Identifier ses objectifs de prospection.
- Définir ses attentes en terme de résultats.

2

LA CRÉATION D'UN FICHIER DE PROSPECTION

- Définir sa cible.
- Trier les informations pertinentes.
- Organiser sa prospection dans son agenda.
- Créer des indicateurs d'efforts et de performance.

3

S'INITIER AUX DIFFÉRENTS RÉSEAUX SOCIAUX

- Identifier les réseaux utiles à son fonctionnement.
- Définir des objectifs spécifiques avec les réseaux sociaux.
- Créer une identité visuelle (calendrier éditorial).
- Aborder un prospect par des messages personnalisés.
- Utiliser les logiciels d'automatisation.

4

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES D'UNE PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

- Identifier les bonnes pratiques téléphoniques.
- Se préparer.
- S'entraîner.
- Mettre en œuvre l'entretien de prospection.
- Décomposer ses résultats.

5

UTILISER LA RECOMMANDATION

- Reconnaître les moments propices pour recommander.
- Créer une méthodologie de recommandation.

6

S'APPROPRIER LE FONCTIONNEMENT DU RÉSEAUTAGE

- Analyser les réseaux appropriés selon son activité.
- Préparer sa sortie réseaux.
- Identifier les comportements gagnants lors d'événements réseaux.

G2 : Mener efficacement un entretien de vente



PUBLIC CONCERNÉ

- Chargés d'affaires, Commerciaux débutants, Commerciaux confirmés.

PRÉREQUIS

- En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.



OBJECTIF OPÉRATIONNEL

Maîtriser la conduite de son entretien de vente pour augmenter ses chances de réussite.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier le rôle du commercial.
- Intégrer toutes les étapes de l'entretien de ventes.
- Mesurer l'intérêt d'une bonne préparation.
- Mener une découverte complète.
- Déployer une argumentation adaptée à son prospect.
- Analyser les objections et élaborer des réponses adaptées.
- Intégrer l'importance de la conclusion.
- Elaborer une consolidation client rigoureuse.

FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expériences commerciale.

LIEUX

- Dans vos locaux.

PROGRAMME DE LA FORMATION

- 1 INTRODUCTION AU MÉTIER DE COMMERCIAL**
 - Identifier ses objectifs de vente.
 - Identifier ses attentes en terme de résultats.
- 2 LA PRÉPARATION**
 - Préparer les différentes étapes du RDV.
 - Déterminer ses objectifs et hypothèses.
 - Utiliser les méthodes de communication.
 - Se conditionner mentalement.
- 3 LES ÉTAPES DE LA VENTE**
 - Employer l'attitude appropriée.
 - Réussir son introduction.
 - Identifier le rôle majeur de la découverte client.
 - Reconnaître les motivations majeures d'achats.
 - Reformuler avec méthodologie.
 - Argumenter :
Formuler ses réponses en bénéfices clients.
 - Persuader le client avec des méthodes éprouvées.
 - Présenter son offre.
 - Identifier les objections et répondre avec méthodologie.
 - Engager vers la conclusion.
- 4 CONSOLIDER LE LIEN AVEC LE CLIENT**
 - Réaliser des relances efficaces.
 - Optimiser le lien avec le prospect.

C3 : Confectionner sa négociation sur mesure



PUBLIC CONCERNÉ

- Chargés d'affaires, Commerciaux débutants, Commerciaux confirmés.

PRÉREQUIS

- Expérience en ventes/ ou avoir réalisé la formation "mener un entretien de vente".

 **OBJECTIF OPÉRATIONNEL**
Structurer une négociation selon des étapes à appliquer pour optimiser la transformation d'affaires.

 **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier l'intérêt et le rôle de la négociation.
- S'approprier les règles de négociation.
- Appliquer la théorie pour une préparation de sa négociation.
- Mettre en œuvre sa négociation pour gagner des ventes.
- Engager le client vers la signature.

FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expériences commerciale.

LIEUX

- Dans vos locaux.

PROGRAMME DE LA FORMATION

1

DÉFINITION ET RÈGLES DE NÉGOCIATION

- Définir la différence entre vendre et négocier.
- Différencier les deux logiques de négociation.
- Identifier les curseurs du pouvoir et être en mesure de les appliquer.
- Utiliser correctement les règles en négociation.

2

LA PRÉPARATION ANNONCIATRICE DE RÉUSSITE

- Evaluer la rentabilité de son affaire.
- Définir ses objectifs et marges de négociation.
- Préparer ses arguments et contreparties possibles.
- Estimer les hypothèses du futur client.
- Déterminer sa MESORE (MEilleure SOLutions de REemplacement).
- Analyser le rapport de force.
- Préparer son mental.

3

LES ÉTAPES DE LA NÉGOCIATION

- Employer une attitude assertive.
- Clarifier les intérêts de chacun.
- Présenter son offre.
- Répondre aux objections.
- Creuser pour confirmer les demandes de négociations.
- Conclure et engager vers la conclusion.

4

IDENTIFIER ET DÉJOUER LES PIÈGES DE SES CLIENTS

- Identifier l'inégalité du rapport de force.
- Repérer les pièges (dévalorisation, menace, urgence, effet columbo).

C4 : Renforcer la relation client une fois la vente réalisée



PUBLIC CONCERNÉ

- Collaborateurs en contact total ou partiel avec la clientèle.

PRÉREQUIS

- En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Comprendre en autonomie la demande du client et s'assurer de la réaliser en optimisant sa satisfaction.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Adapter sa communication pour mettre en valeur son image et celle de l'entreprise.
- Appréhender les enjeux d'une prestation du point de vue client.
- Identifier les situations délicates avec un client.
- Communiquer avec assertivité.
- Saisir une opportunité de ventes additionnelles.

FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expériences commerciale.

LIEUX

- Dans vos locaux.

PROGRAMME DE LA FORMATION

1

OPTIMISER SA POSTURE POUR VALORISER SON IMAGE

- Renforcer l'image de l'entreprise.
- S'approprier les différentes formes de communication.

2

PAR LA QUALITÉ DU TRAVAIL EFFECTUÉ

- Mesurer l'enjeu du besoin client.
- Identifier la demande et la motivation du client.
- Reformuler correctement une demande.
- Optimiser le rendu de l'offre.

3

IDENTIFIER LES SITUATIONS DÉLICATES AVEC UN CLIENT

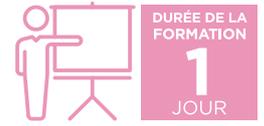
- Identifier l'ampleur de la situation de conflits éventuels.
- Gérer une urgence, un client envahissant, une réclamation client, une demande impossible.
- Communiquer avec assertivité.
- Dire non sans entrer en conflit.

4

SAISIR UNE OPPORTUNITÉ DE VENTE ADDITIONNELLE

- Appliquer l'écoute active.
- Reformuler en engageant.
- Identifier l'intérêt d'une réponse immédiate.
- S'engager auprès d'un client.
- Remonter une information.

D5 : Lancer sa stratégie commerciale



PUBLIC CONCERNÉ

- Dirigeants, Directeurs des ventes, Responsables commerciaux.

PRÉREQUIS

- Diriger une entreprise, diriger une équipe de ventes.



OBJECTIF OPÉRATIONNEL

Définir une organisation commerciale afin de faire progresser ses équipes dans le but d'augmenter ses résultats.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir une organisation commerciale adaptée à son activité.
- Mettre en œuvre l'arrivée d'un collaborateur pour plus d'engagement.
- Construire une organisation équitable pour faire progresser ses collaborateurs.

FORMATEUR

- Formatrice et experte en accompagnement commerciale.

LIEUX

- Dans vos locaux.

PROGRAMME DE LA FORMATION

1

LE PRÉALABLE À LA MONTÉE EN PUISSANCE D'UNE ÉQUIPE DE VENTES

- **Déterminer son chiffre d'affaires à réaliser :**
 - Mise au point sur le CA des années précédentes.
 - État des lieux du marché.
 - Définition d'un CA à atteindre.
- **Définition d'une stratégie commerciale claire :**
 - Déterminer sa politique.
 - Définir sa cible :
- **Répartition des clients :**
 - Définition des règles.
 - Analyse des clients stratégiques.
- **La mise en place de bonnes conditions de travail :**
 - Travailler en confiance.
 - Travailler de façon responsable.

2

LA TRAÇABILITÉ DES FORCES DE VENTE AU QUOTIDIEN

- **L'accueil du collaborateur à la mise en place du poste :**
 - Définir des objectifs SMART et obtenir l'accord du collaborateur.
 - Identifier les outils pour mesurer les résultats.
 - Coacher pour rendre autonome.
- **Le suivi des indicateurs :**
 - Indicateurs de performance.
 - Indicateurs d'efforts.
 - Mise en place de suivi des indicateurs/auto responsabilisation.
 - Ajustement des indicateurs.
- **Communiquer, tracer pour performer :**
 - Mise en place de one to one pour anticiper les dérives.
 - Planifier des réunions de groupe à valeur ajoutée (présentiels et distanciels).
 - Créer des challenges motivants.
 - Identifier son style de management.

D6 : Manager avec succès ses forces de vente



PUBLIC CONCERNÉ

- Gérants et présidents de sociétés, Directeur des ventes, Responsables commerciaux.

PRÉREQUIS

- Expérience en ventes.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Augmenter l'implication de son personnel.**
- **Adopter une posture de leader.**



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- **Mesurer l'importance de son rôle de manager.**
- **Mettre en place des objectifs réalistes et adaptés.**
- **Construire une organisation équitable.**
- **Gérer les situations délicates avec ses collaborateurs.**

FORMATEUR

- Formatrice et experte en accompagnement commerciale.

LIEUX

- Dans vos locaux.

PROGRAMME DE LA FORMATION

- 1 SAVOIR ÊTRE UN LEADER LÉGITIME**
 - Connaissance de soi.
 - Apprendre à communiquer.
 - Identifier les axes pour valoriser vos équipes.
 - Identifier les facteurs de responsabilisation.
- 2 METTRE EN PLACE DES ACTIONS CONCRÈTES**
 - Définir des objectifs et obtenir l'accord du collaborateur.
 - Déterminer les facteurs de performances :
 - Définition d'indicateurs d'efforts.
 - Définition d'indicateurs de performances.
- 3 MANAGER DES ÉQUIPES AU QUOTIDIEN**
 - Identifier les facteurs de motivation :
 - Les modèles SCARP
 - Cultiver la transparence et la confiance
 - Cultiver le lien avec vos équipes
 - Identifier les axes de valorisation
 - Coacher sereinement ses équipes :
 - Intégrer un nouveau collaborateur.
 - Accompagner en RDV et rendre autonome.
 - Communiquer au quotidien:
 - Suivre ses indicateurs.
 - Mise en place de one to one pour anticiper les dérives.
 - Planifier des réunions à valeur ajoutée (présentiels et distanciels).
 - Analyser son activité :
 - Analyser objectivement les résultats avec ses équipes.
 - Identifier les dérives de l'offre vendue.
- 4 MANAGER LES SITUATIONS DÉLICATES**
 - Identifier et anticipez les situations de conflits.
 - Manager les situations d'incompétences ou de surqualifications.



L'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL

LES ENJEUX :

Vous êtes unique et vous méritez un accompagnement adapté à vos besoins. L'accompagnement s'adresse à toutes personnes souhaitant être aidées dans la stratégie commerciale, le management commercial, la vente, la négociation.

TROIS POSSIBILITÉS :

AFEST	Pour une formation et une réflexion en situation de travail
Coaching commercial	Pour un entraînement intensif et adapté
Conseil au dirigeant	Pour un éclairage sur le fonctionnement de son activité

LES TROIS PROFILS :

Les chefs d'entreprises souhaitent se faire accompagner pour définir leur stratégie commerciale et suivre les performances de leurs collaborateurs.

Les directeurs des ventes veulent monter en compétence sur la façon dont ils accompagnent leurs commerciaux avec les bons indicateurs.

Les commerciaux souhaitent progresser mais n'arrivent pas à mettre en pratique la théorie apprise en formation.

VOUS VOULEZ VOUS AMÉLIORER MAIS VOUS NE SAVEZ PAS COMMENT ?

LES ÉTAPES :

Première phase :

La première séance permet d'analyser et formaliser la situation actuelle, la situation souhaitée et la façon dont l'accompagnement va s'articuler. Nous définissons le nombre et la fréquence des réunions selon votre besoin et votre budget.

Deuxième phase :

Des réunions de suivi individualisées sont réalisées en présentiel ou en distanciel. Selon le cas de figure, des temps de formation, de questionnement sont utilisés. Nous faisons systématiquement des mises en situation de travail suivies de feed-back afin de permettre à l'apprenant de prendre du recul sur sa mise en œuvre.

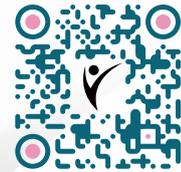
La méthodologie utilisée est soit :

- D'utiliser la situation de travail comme levier de développement de compétences (AFEST: Action de Formation en Situation de Travail).
- D'appliquer la méthodologie de coaching avec des remises en questions.
- De conseiller selon votre retour d'expériences.



MOTIVENTE

DÉCUPLONS VOS FORCES DE VENTE



Contact : Isabelle FOURZOLI

📍 51, avenue du Président John Kennedy - 93110 Rosny-sous-Bois

✉ isabelle.fourzoli@motivente.fr

📞 07 71 60 39 40 - 🌐 www.motivente.com