

#05

#05 / CERTIFICAT PROFESSIONNEL (CP FFP) PROMOTEUR DES VENTES

PUBLIC

Salarié occupant une fonction commerciale dans l'entreprise (itinérant, vendeur sur site, technico-commercial, responsable des ventes...), ou le cas échéant, qui débute dans la fonction.

PRÉ-REQUIS

Être dans une fonction commerciale.

OBJECTIF GÉNÉRAL DE LA FORMATION

Permettre aux salariés d'augmenter leurs compétences commerciales en vue d'améliorer leurs performances, de professionnaliser l'acte de vente et la négociation.

DURÉE

- 10,5 jours (soit 73,5 heures).
- Un délai de 3 semaines est respecté entre chaque module, pour laisser le temps au candidat de mettre en pratique ce qui a été vu et pouvoir faire un retour d'expérience lors du module suivant.

INTERVENANTS*

La formation est dispensée par des experts spécialisés dans leur domaine d'intervention.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Essentiellement participatives, elles offrent l'intérêt d'échanges entre les participants. Elles proposent une alternance entre exercices et apports théoriques : autodiagnostic, travail en sous-groupe, échanges sur les pratiques professionnelles, mises en situation... Elles permettent l'acquisition d'outils directement applicables par l'apprenant dans sa pratique professionnelle.

VALIDATION DU CERTIFICAT

Elle se fait par le biais de 2 types d'évaluation complémentaires :

À la fin des modules, les connaissances sont évaluées grâce à la passation d'un QCM en ligne, qui garantit une neutralité dans la notation.

Rédaction d'un dossier projet à présenter devant un jury. Le dossier présente une action significative (Push ou Pull) de promotion de l'offre (spécifique ou globale), contribuant ainsi à développer la performance commerciale de l'entreprise. Quelques exemples : développer un nouveau segment marché, organiser un événement (salon, journées portes ouvertes...), construire un business plan commercial...

Il n'y a pas la possibilité de valider un ou plusieurs blocs de compétences.

PASSERELLE ET EQUIVALENCE

Aucune passerelle. Aucune équivalence.

SUITE DE PARCOURS ET DÉBOUCHÉS

À l'issue de la formation les suites de parcours possibles (en fonction de votre niveau au démarrage de la formation) sont : technico-commercial confirmé, conseiller de vente confirmé, responsable de secteur, responsable des ventes.

MODALITÉS D'INTERVENTIONS

- ✓ PRÉSENTIEL
- ✗ 100 % E-LEARNING
- ✗ BLENDED-LEARNING (MIXTE)
- ✓ CLASSE VIRTUELLE

DURÉE : 73.5 H SOIT 10,5 JOURS

TARIF : NOUS CONTACTER

**DATES : DÉMARRAGE LE 10 ET 11
OCTOBRE**

6 ET 17 NOVEMBRE

14 ET 15 DÉCEMBRE

17 ET 18 JANVIER 2023

13 ET 14 FÉVRIER 2023

FORMATION DISPONIBLE INTRA-
ENTREPRISE

04 90 31 51 90

les acteurs de
la compétence

créateurs d'avenirs professionnels



#05 / CERTIFICAT PROFESSIONNEL (CP FFP) PROMOTEUR DES VENTES

PARCOURS DE FORMATION

MODULE 1 : MARKETING ET ACTION COMMERCIALE

OBJECTIFS

- Mettre en place des actions commerciales efficaces.
- Se démarquer vis-à-vis de l'environnement concurrentiel.
- Se rapprocher des clients.
- Construire une offre marketing cohérente, le marketing mix.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- La compréhension du marketing au service du développement de vos parts de marché.
- De la stratégie marketing au plan d'action.
- Le Plan d'Action Commerciale (PAC).
- Des études de marché pour définir un PAC.
- Fidélisation clientèle par les outils de la communication.

MODULE 2 : NÉGOCIATION COMMERCIALE

OBJECTIFS

- Accueillir, découvrir les besoins et développer de l'empathie auprès des clients/prospects.
- Faire une offre adaptée aux attentes (évidentes et latentes) des clients/prospects par une écoute active, un esprit de synthèse et des qualités de négociation.
- Traiter les objections en étant attentif au bon respect de la relation commerciale/humaine.
- Développer la confiance auprès des clients et garantir la relation partenariale client/fournisseur.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Un outil très efficace : la négociation P.L.A.I.S.I.R :
 - **P** comme **PRENDRE** contact.
 - **L** comme **LAISSER** le client exprimer ses besoins, adopter une posture d'écoute active et intéressée.
 - **A** comme **ALLER** à la découverte du client.
 - **I** comme **INTÉRESSER** par une offre argumentée et séduisante.
 - **S** comme **SAVOIR** utiliser les objections comme appui à l'argumentation.
 - **I** comme **INCITER** à l'achat et à la prescription.
 - **R** comme **RASSURER** et fidéliser.
- Comprendre les différentes typologies de clients.
- Les compétences à mobiliser.
- La psychologie de la vente.

MODULE 3 : ACCUEILLIR ET FIDÉLISER LE CLIENT

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la fidélisation du client.
- Optimiser la qualité d'accueil : 1er geste de la fidélisation.
- Comment être bien accueilli par le client en visite clientèle ou en phoning ?
- Inscrire une image positive dans l'esprit du client.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Le rôle de l'accueil et les enjeux de la fidélisation.
- « L'accueil » : un métier de communication.
- La gestion de la relation client.
- Savoir accueillir en face-à-face.
- Savoir accueillir au téléphone.

MODULE 4 : GÉRER LES CLIENTS DIFFICILES

OBJECTIFS

- Comprendre et désamorcer les situations avec des clients difficiles.
- S'approprier les techniques de communication et les outils de la gestion clients.
- Apprendre à récupérer ses facultés après des moments difficiles.
- Désamorcer les tensions et appréhender les actions préventives à mettre en place.
- Développer des stratégies qui permettent de répondre avec assertivité (pas de fuite, pas d'agressivité, pas de manipulation) aux situations tendues.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Développer un bon niveau d'empathie vis-à-vis des interlocuteurs.
- Calmer les situations conflictuelles ou de tension.

MODULE 5 : LES TABLEAUX DE BORD FINANCIERS (NIVEAU INITIATION)

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux sous-tendus par les tableaux de bord dans une entreprise.
- Identifier les indicateurs financiers les plus significatifs en fonction de ses objectifs.
- Concevoir et utiliser son tableau de bord.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Les fondamentaux de la finance.
- La construction du tableau de bord financier.
- Le suivi des performances.

MODULE 6 : ACCOMPAGNEMENT ET SUIVI INDIVIDUALISÉS

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la relation client.
- Professionnaliser sa communication.
- Valoriser l'esprit et la qualité de service.
- Assurer l'image de marque de votre entreprise.
- Conduire une action commerciale.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Lors de l'accompagnement, il sera abordé avec le participant des questionnements autour des techniques de vente.
- L'accompagnement personnalisé permettra d'apporter une aide méthodologique pour la rédaction du dossier de fin de formation.

SOUTENANCE DEVANT LE JURY