

Les tarifs et durées associés aux modules sont indicatifs. Nous les revoyons selon votre besoin et le nombre de jours commandés.
Pour des durées et des tarifs définitifs, nous consulter systématiquement.

Form. Commerciale

1250€HT/JOUR

Contacts:
M. Joseph FEDERICO, 06 26 60 61 59, jfederico@print6.net
M. Xavier LECAT, 06 33 53 57 74, xlecat@print6.net

Pré-Requis
Aucun

Délais d'Accès
Calendrier à définir avec l'entreprise.
Réalizable dès 21 jours, à signature.

Modalités
Formation en nos locaux ou sur site de l'entreprise.
Formation intra-entreprise, conçue sur-mesure.
Formation présentiel ou blended-learning.

Méthodes Mobilisées
Méthode Expositive (Powerpoint, Guides, Livrets, etc...)
Méthode Affirmative (Recommandations et Procédures)

EVALUATION
L'atteinte des objectifs pédagogiques sera évaluée, en fin de formation, par le biais d'un questionnaire de connaissances, d'un entretien, de la réalisation d'un exercice pratique ou par observation sur machine. Le choix de la modalité d'évaluation sera réalisée par le formateur au regard de la durée de la formation et des disponibilités des équipements en entreprise.

Objectifs de Formation
Mener une analyse critique de son offre commerciale
Analyser ses forces et faiblesses
Mettre en place des stratégies de gestion de la relation com.
Structurer et analyser son panel clients et ses voies de dev.

2 JOURS

MODULE 1 SEGMENTER ET CIBLER POUR GAGNER

- Les enjeux de la politique commerciale.
- Analyse A.F.O.M.
- Utilisation de la matrice Mc Kinsey.
- Workshop & segmentation de portefeuille clients et prospects.
- Orientation des ressources actuelles.
- Moyens à mettre en place et résultats escomptés.

2 JOURS

MODULE 2 ANALYSER, VENDRE, DÉFENDRE LA DIFFÉRENCIATION & VALEUR

- Cerner l'importance réelle de notre produit dans le process du client (Matrice Kraljic).
- Appréhender la déperdition entre la différenciation voulue et la différenciation perçue.
- Méthodologie de la chaîne de valeur, de coût et de perception.
- Instruire la relation clients (faits & figures).
- Défendre son prix.
- Atelier du triangle de la perception des +/- .
- Jeux de rôle sur la technique de défense du prix.

2 JOURS

MODULE 3 GÉRER ET OBJECTIVER LA RELATION COMMERCIALE

- La gestion de la relation client.
- Définition du besoin et de l'existant.
- Définir les sources. (automatique, manuel).
- Construire les indicateurs de la G.R.C.
- Définir le fonctionnement (qui, quoi, quand).
- Valorisation du concept dans une relation commerciale B to B.

2 JOURS

MODULE 4 KEY ACCOUNT MANAGEMENT & KEY ACCOUNT PLAN

- Définition des enjeux du Key Account Management.
- Définition d'un Key Account et du périmètre existant.
- La vente complexe.
- Compétence et structure nécessaires.
- Travailler en équipe matricielle.
- Le Key Account plan et les outils.
- Workshop sur l'existant.

2 JOURS

MODULE 5 STRATÉGIES, MÉCANISMES, LEVIERS ET CONTRAINTES ACHATS

- Dans la peau d'un acheteur.
- Manœuvres pour gagner du pouvoir.
- Les outils de segmentation de portefeuille achat.
- Les rôles, poids et fonctions dans le processus de décision B to B.
- La matrice de Kraljic et les leviers de la négociation.
- Appels d'offre et décomposition des prix.

2 JOURS

MODULE 6 COACHING COMMERCIAL ET COMPTE CLEF

- Accompagner les commerciaux dans la partie amont, face à face et aval de la vente.
- Valider la compréhension et la mise en œuvre de la politique ainsi que des outils existants.
- Identifier les Best Practices.
- Extension des Best Practices.
- Conduite du changement.
- Coaching "sur mesure" à définir.

Accessibilité

Référente Handicap de l'OF: Mme Raphaële Regerat
Tél : 03 26 92 02 27
e-mail : rregerat@print6.net

Aménagement du centre PRINT6 :
Exclusivement de plain-pied.

Place de parking Handicapé identifiée et réservée
Toilettes réservées et aménagées pour fauteuil roulant

Double-portes et couloirs suffisamment larges pour accueillir un fauteuil roulant