USAB1M - Vente et management dans les IAA

Mis à jour le 29-01-2024

Code : USAB1M

Unité spécifique de type cours

8 crédits

Responsabilité nationale :
EPN07 - Chimie Vivant Santé / Philippe FRAVALO

Contact national :
Pôle Agroalimentaire - EPN07
2 rue Camille Guérin
22440 Ploufragan
02 57 18 07 00
Loïc Louarme
loic.louarme@lecnam.net

Présentation

Prérequis

être admis dans la LP

Objectifs pédagogiques

Maîtriser les techniques de vente et de négociation en IAA
Comprendre et utiliser les techniques de management opérationnel.

Programme

Contenu

Négociation - 50h : maîtriser les différentes étapes d'une négociation commerciale en face à face. Comprendre les comportements et les attitudes favorables à la négociation. Déroulement d'une négociation, (préparation, prise de contact, découverte des besoins). Construire une argumentation. Prospection téléphonique. Attitudes et comportements.

Vente : Cibler son client ou prospect pour mener un rendez-vous commercial utile

Fixer son objectif : ambitieux et réaliste.

Présentation de la formation et de ses objectifs

Présentation des apprentis et du formateur, attentes des participants

définir un objectif SMART

la préparation de visite

Exercices et mises en situation

Contacter pour enclencher le dialogue

Objectif(s) pédagogique(s) : Donner envie par une prise de contact positive et motivante.

construire un argumentaire - méthode CAPB

travail sur les éléments connus de l'entreprise

créer un argumentaire par produit.

susciter l'intérêt par une accroche vendeuse

créer l'interaction avec le client

Exercices et mises en situation

Connaître les besoins du client pour adapter son offre

Découvrir la situation et les besoins clients

le pouvoir stupéfiant des questions

organiser son questionnement

déterminer les motivations clients (SONCAS)

questionner le client : techniques et bonnes pratiques

Exercices et mises en situation

Convaincre des bénéfices de l'offre pour persuader d'acheter

Conclure la vente pour emporter la commande

construire l’argumentaire

prévoir les objections

répondre en souplesse aux objections clients

saisir les “feux verts” pour conclure

engager le client à l’action

Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels.

Exercices et mises en situation

Négociation :

1-Attitudes : Postures / Discours / Etat d’esprit / Synergologie

2-La préparation : Comprendre les enjeux / Comprendre l’environnement / Lier le besoin a notre produit/Service / Le QQOQCP / La concurrence / Le prix / Le tableau de négociation / Identifier Les contreparties

3-L’entretien : Défendre sa position / Refuser la banalisation / Les techniques d’argumentation efficaces CAP/ABP/SONCAS / Traiter les objections / Repousser l’objection prix / Identifier les non-décideurs / Obtenir une contrepartie / Conclure la vente

Management de secteur - 20h : savoir manager un secteur commercial. Pilotage de l'activité. Gestion porte feuille client. Réalisation d'une tournée et actions optimisées. Optimisation de la relation client. Construction d'un PAC. Amélioration continue.

1-Pilotage de l’activité : Indicateurs / Objectifs SMART / CRM

2-Gestion de portefeuille client : Les types d’organisations / Cartographier un secteur / Organiser la clientèle / Construire une stratégie de développement / Méthode SPANCO

3-Réalisation des tournées et actions optimisées : Pareto / Calcul du potentiel de visite / Plan de tournée / Matrice d’Eisenhower / 4 P / La présentation de votre structure

4-Optimisation de la relation client : La connaissance client / La compréhension des besoins QQOQCP / Les 4 règles essentielles / Le traitement des objections / Les différents types de questions

5-Construction d’un PAC : Définition / Objectifs / Phases / Le support de pilotage / Le suivi

6-Amélioration continue : Roue de Dening ou PDCA /Les 5 règles d’or de la grande distribution

Management des équipes commerciales - 10h : Définition des objectifs. Caractérisation de l'équipe pédagogique. Différentes structrures commerciales. Rôle du manager. Leviers de la motivation.

Modalités de validation

- Contrôle continu

Description des modalités de validation

Mise en situation et jeux de rôles, étude de cas d’organisation commerciale

Quiz, présentation orale avec support de présentation, sketch, mise en situation, dossier de synthèse