

Modalités d'admission :

- Sur dossier
- Après entretien
- Sans disposition particulière

Modalités d'enseignement :

- Présentielle
- Mixte
- A distance

Modalités d'entrées ou de sorties :

- A dates fixes
- Permanentes (sans dates fixes)

Public visé

- Toute personne souhaitant apprendre les principales techniques de vente ou améliorer ses compétences dans le cadre de son activité professionnelle.

Niveaux et prérequis

- Tous niveaux (Débutant à Avancé).
- Disposer d'un PC (Windows ou Macintosh), connexion Internet, caméra, casque (ou hauts parleurs de l'ordinateur) et micro.

Objectifs pédagogiques

- Utiliser les outils numériques pour augmenter ses ventes en magasin comme à distance.
- Utiliser les outils d'analyse connectés pour identifier sa cible et analyser son marché.
- Rendre le client acteur de la vente et de la promotion des produits et des services.

Durée

- Le parcours étant individualisé, la durée de la formation varie en fonction du niveau de départ du participant et des objectifs à atteindre.

Modalités pédagogiques

Evaluation initiale (Test de positionnement)



Accès illimité à une plateforme d'apprentissage en ligne 24h/24 - 7j/7 avec assistance



Cours individuels en Visio ou téléphone avec le formateur



Exercices fournis par le formateur en travail individuel et hors connexion



Certification 'Technique de vente omnicanal'

Technique de vente omnicanal

Form'Impact - Parc de l'Aéroport Le Forum 70 rue Schumpeter - 34470 PÉROLS
 Tél. : 04 67 60 30 66 contact@formimpact.fr www.formimpact.fr
 SIRET : 44520408400021 NAF : 8559A RCS Montpellier 445 204 084
 Déclaration d'activité n°91340530334

Mise à jour le 09/03/2022



Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

1. Plateforme d'apprentissage en ligne

- L'espace pédagogique est accessible à l'aide d'un identifiant personnel et confidentiel.
- L'application internet héberge des vidéos sur les modules abordés dans le programme ainsi que des quiz pour évaluer ses connaissances.
- Le temps d'apprentissage estimé est de 12 heures.

2. Accompagnement individuel avec le formateur

2.1 Le premier rendez-vous permet de :

- Etablir le parcours individuel de formation à partir de :
 - Un test de niveau ;
 - La définition des besoins.
- Valider les horaires des prochaines séances de formation par Visio ou téléphone.
- Quantifier le travail individuel à produire entre 2 rendez-vous : exercices envoyés par le formateur.

2.2 Les cours individuels permettent de :

- Garantir les meilleurs résultats grâce à un apprentissage individualisé et centré sur les objectifs fixés, un suivi entièrement personnalisé, une relation privilégiée avec son formateur, un rythme de formation adapté.
- Acquérir et développer de nouvelles compétences professionnelles, valider les connaissances acquises et renforcer les notions partiellement maîtrisées.

2.3 Le dernier rendez-vous permet de :

- Valider l'atteinte des objectifs de formation.
- Se préparer au passage de la certification visée.

Suivi et évaluation

1. Modalités d'évaluation :

- Evaluation initiale (test de positionnement).
- Exercices avec feed-back du formateur.
- Certification obligatoire dans le cadre d'un financement CPF.
- Recueil de la satisfaction des participants en fin de formation par questionnaire.

2. Modalités de suivi :

Contrôle de l'action de formation réalisée :

- Séances Visio ou téléphone au rythme défini par le participant et le formateur durant tout le parcours de formation.

Attestation de fin de formation :

- Nombre d'heures réalisées sur la période de formation.
- Score obtenu à la certification.

Profil du formateur

La formation est animée par un formateur expert dont les compétences professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées.

Déroulé pédagogique

Module 1 : La compréhension basique du processus de vente

- Introduction
- Quels sont les différents types de cycles de vente ?
- Vente en B2B ou B2C : modalités applicables par le vendeur et dispositions diverses.
- Abordons les spécificités de la vente en B2B.
- La vente en B2C : particularités.
- Qu'est-ce que la règle des 4 C dans l'univers de la vente ?
- Abordons le plan de vente et les 7 étapes de la vente incontournables pour atteindre vos objectifs.
- Comment intéresser vos prospects et clients avec un elevator pitch commercial ?
- Qu'est-ce que l'effet de halo ? Comment l'utiliser dans la démarche commerciale et quels sont ses avantages ?
- Qu'est-ce que le Customer Centric Selling ?
- Parlons de l'omnicanalité et de son impact dans l'organisation commerciale.
- Quels sont les motivations et les freins à l'achat des clients ?
- Adoptez la vente attitude.
- 10 conseils pour pratiquer l'écoute active.
- Quelle qualité et quelles conditions pour finaliser une vente ?
- Et si, dans le business, l'empathie était la principale compétence ? A quoi sert-elle ?

Module 2 : La prospection et la découverte client

- Les 4 étapes indispensables de la prospection client.
- 5 règles d'or pour mener sa prospection à la réussite.
- 6 étapes clés pour une prospection commerciale digitale efficace.
- Quelles sont les techniques de prospection commerciale efficaces ?
- La prospection commerciale par recommandation.
- Phase de découverte : oubliez vos a priori !
- Besoins clients ... Pas d'erreurs d'interprétation.
- L'art du Storytelling ou comment raconter une histoire qui fait vendre !
- Méthode QQQCP : sachez utiliser les bonnes questions pour la découverte des besoins de vos clients.
- Comment prospecter et vendre par téléphone ?
- Prospection commerciale : quelles sont les meilleures pratiques pour conclure une vente avec un prospect difficile ? Comment éveiller l'intérêt qui semble indifférent ?
- Comment réussir un plan de découverte et ainsi améliorer ses ventes ?

Module 3 : Le marketing d'avant-vente

- Le bouche-à-oreille.
- Les fondamentaux d'une recommandation réussie.
- Découvrez nos (13) conseils pour faire de votre salon professionnel une vitrine accueillante.
- Quelle stratégie marketing pour vendre en B2C : quelles sont les bonnes pratiques du moment ?
- Qu'est-ce que l'UX ?
- Les différents outils de communication.

Module 4 : Les techniques de vente

- Comment bien préparer son premier rendez-vous commercial ?
- Qu'est-ce-que la règle des 4 x 20 pour bien débiter un entretien commercial ?
- Quelles sont les techniques de questionnement à maîtriser pour mener à bien son entretien de vente ?
- Comment reformuler ?
- Qu'est-ce qu'un bon argumentaire commercial ?
- Comment réussir sa vente en 10 étapes.

- Quels outils pour mieux vendre ?
- 3 conseils pour doper vos ventes.
- Quelles sont les meilleures techniques de vente du moment ?
- Comment mieux vendre ?
- Conclure une vente : 13 règles d'or pour conclure une vente.
- Conclure une vente : 10 techniques qui fonctionnent !
- Techniques de vente en magasin, comment augmenter son chiffre d'affaires ?
- Quels sont les 8 freins à l'achat les plus couramment rencontrés ?
- Qu'est-ce qu'un mobile d'achat appelé aussi motivation d'achat ?
- Et comment décrypter les motivations d'achat de vos clients ?
- Qu'est-ce que la méthode de vente SIMAC utilisée par la force de vente de nombreux grands groupes internationaux ?
- Entrepreneurs, découvrez les 6 meilleures techniques de ventes pour vous aider à faire décoller votre business.

Module 5 : La prospection téléphonique

- Découvrez 7 astuces pour améliorer vos ventes par téléphone.
- Comment booster votre performance en télévente ?
- Comment dépasser vos propres freins et mener votre téléprospection avec succès ?
- Vendre à un client par téléphone : voici quelques astuces pour améliorer votre technique d'approche.
- Téléprospection : des erreurs à éviter ? Absolument !
- Comment augmenter vos prises de rendez-vous en téléprospection ?
- Script ou guide d'entretien téléphonique : l'indispensable préparation pour une déjouer les barrières lors de vos campagnes de télémarketing.
- Script téléphonique pour vos actions de prospection téléphonique : existe-t-il une méthode parfaite ?
- Nos conseils pour vous aider à réaliser des scripts d'appel efficaces pour atteindre vos objectifs.

Module 6 : La négociation

- Quelques exemples d'argumentation et de traitement des objections fréquentes.
- Négocier et défendre ses marges.
- Déjouer les pièges des acheteurs dans les négociations difficiles.
- Comment débloquer une vente ?
- Les 5 erreurs à ne pas commettre en négociation commerciale.
- 7 techniques pour réussir ses négociations commerciales.

Technique de vente omnicanal

Form'Impact - Parc de l'Aéroport Le Forum 70 rue Schumpeter - 34470 PÉROLS
Tél. : 04 67 60 30 66 contact@formimpact.fr www.formimpact.fr
SIRET : 44520408400021 NAF : 8559A RCS Montpellier 445 204 084
Déclaration d'activité n°91340530334

Mise à jour le 09/03/2022



- Techniques de Closing : remportez vos deals grâce au traitement des objections de vos prospects.
- Comment répondre aux objections commerciales les plus fréquemment rencontrées?
- Comment gérer les objections clients ?

Module 7 : L'après-vente et la fidélisation

- Pourquoi fidéliser ses clients ?
- Pourquoi s'intéresser à la fidélisation client ?
- L'importance de la vente pour garantir la fidélité client.
- Découvrez 5 conseils pour fidéliser un client.
- L'écoute : clé de la relation client.
- Vendeurs : soyez au top de votre relation client.
- Optimiser la gestion de son portefeuille clients.
- Quelles sont les meilleures stratégies pour développer son portefeuille client ?
- Le début de la relation client ou comment bien gérer l'après-vente et la fidélisation.
- Comment soigner sa relation client avec un site web ?
- Comment se différencier en temps de crise ?
- Quelles sont les meilleures stratégies en matière de fidélisation client ?
- Comment optimiser la gestion de votre portefeuille clients à l'heure du digital ?
- La satisfaction client, l'une des meilleures techniques de fidélisation.
- Les conséquences de l'insatisfaction client.
- Qu'est-ce que la relation client et comment soigner sa mise en application au sein de votre entreprise ?
- Comment enrichir une relation client à distance dans une organisation omnicanale ?
- Et si vous écoutiez vos clients mécontents ou insatisfaits ?
- Quelle est l'importance de cette écoute dans la fidélisation ?