



YOUR SALES ARE OUR SUCCESS.



## **Savoir-faire commercial : de la découverte au closing.**

### **Objectifs opérationnels :**

- Apprendre à prospecter
- Reconnaître le profil du client (SONCAS)
- Maîtriser Les 7 étapes de la vente
- Maîtriser la boîte à outils du commercial.
- Savoir inspirer confiance et crédibilité auprès de son client.

### **Durée de formation :**

2 jours – soit 14H

### **Coût de la formation :**

Inter-Entreprise : 1490€ HT pour les deux jours de formation.

Intra-Entreprise : 1890 € par jour de formation – limité à 8 participants.

3790€ pour deux jours de formation.

### **Public visé :**

- Toutes personnes souhaitant travailler, ayant travaillé, travaillant dans l'univers de la vente/du commerce,

### **Pré-requis :**

Le pré-requis pour participer à la formation est d'obtenir un score de 300 points à un test de vente commercial.

### **Aptitudes et compétences :**

A la fin de la formation, le candidat doit pouvoir se projeter dans le cadre de ses missions passées, actuelles ou futures, sur comment :

- Organiser son portefeuille commercial
- Savoir prospecter de nouveaux clients

*Hatmada Formation – 36 Rue Anatole France, 92300 Levallois-Perret - SIRET : En cours*

*NDA : En cours*



YOUR SALES ARE OUR SUCCESS.



- Maitriser les 7 étapes de la vente :
- Être en mesure de pouvoir prendre le lead de son entretien commercial et amener son client d'une étape à l'autre du process de vente.
- Pouvoir reconnaître les 6 caractères types d'un client.
- Savoir inspirer confiance et crédibilité.

### **Moyens et supports pédagogiques :**

Chaque thématique est abordée avec un double angle : théorique & pratique.

Un premier angle théorique afin de poser les bases de l'apprentissage : oralement par le formateur, s'appuyant sur une présentation powerpoint projetée au mur.

Dans un second temps, pour chaque thématique, nous mettons en situation les personnes suivants la formations pour ancrer le savoir théorique au plus profond d'eux, grâce à la pratique et surtout à la mise en pratique immédiate.

**Encadrement** : Le formateur est le dirigeant de la société : M.NABET Simon.

Diplômé d'un master « grande école » de l'école de commerce Kedge Business school – Titulaire de la chaire vente et négociation de Kedge Bordeaux et gagnant du concours de vente Mars et Hilti de 2017.

M. Nabet a ensuite travaillé comme commercial puis compté clé au sein de l'entreprise coca-cola, lui permettant d'approfondir ses connaissances théoriques par la pratique, pendant 3 ans.

Au bout de ces 3 ans, M.Nabet créera sa première entreprise : le groupe SNG, regroupant les entreprises : *Bureau des goodies* (marché des étudiants, écoles du supérieurs, lycée, collège, fac, IUT...) , *Kocorico* ( startup et multinationales) et *Personnaliz'it* (PME et artisans).

Ces trois entreprises sont spécialisées dans la personnalisation et la vente d'objets publicitaires et de textiles personnalisés.

Chacune sur son marché.

En 7 ans, c'est plus de 220 commerciaux qui seront recrutés et formés par M.Nabet afin de contribuer à la croissance et au succès de ces entreprises.

Après, 7 ans de développement commercial, le groupe SNG est racheté par Spartacus Venture, c'est la fin de l'aventure pour M.Nabet.

*Hatmada Formation – 36 Rue Anatole France, 92300 Levallois-Perret - SIRET : En cours  
NDA : En cours*



YOUR SALES ARE OUR SUCCESS.



3 mois plus tard, il ouvre un cabinet de consulting et conseil en stratégie commercial : l'aventure Hatmada est lancée !

### **Evaluation des acquis :**

L'évaluation des acquis : test de pré-formation, le candidat doit obtenir un résultat supérieur à 300 points.

En fin de formation, pour valider celle-ci, le stagiaire doit avoir une progression de 20% de son résultat.

Enfin, le formateur à le droit, en fonction de l'attitude et du potentiel du candidat de rajouter ou non jusqu'à 50 points sur ce test.

La formation se soldera d'une évaluation qualitative.

### **Délai d'accès :**

Le délai d'accès est de quinze jours.

### **Accessibilité :**

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, dans la mesure de nos possibilités : veuillez-nous contacter pour que nous puissions nous adapter à vos spécificités.

### **Plan de formation détaillé :**

#### **I) L'univers commercial**

##### **A) Aspect général :**

- 1) Pourquoi le service commercial est le plus important de l'entreprise
- 2) L'esprit commercial, qu'est-ce que c'est ?
- 3) L'importance du commercial en tant que personne
- 4) Sur quoi le commercial peut-il agir?

##### **B) Les différents profils et qualités d'un commercial**

- 1) Les différents profils de ventes



- 2) Votre profil de vente
- 3) Quelles sont les qualités d'un bon commercial ?
- 4) Pourquoi ces qualités ?
- 5) Adapter votre profil à votre client
- 6) Le SONCAS
- 7) Apprendre à s'affirmer en fonction du profil de son client.

## **II) Prospection commerciale**

### **A ) La prospection en générale :**

- 1) L'importance de la prospection
- 2) Pourquoi les commerciaux n'aiment pas prospecter : analyse de nos propres sentiments & freins.
- 3) L'esprit de conquête, qu'est-ce que c'est ?
- 4) Les qualités d'un bon démarcheur – l'attitude.
- 5)

#### **B ) Organiser son portefeuille commercial**

- 6) Faire le bilan de ses comptes existants
- 7) Etablir le bilan de ses comptes existants
- 8) Prioriser les actions de développement de votre portefeuille.
- 9) La matrice ABC : analyse du potentiel
- 10) Etablir les personnis de mes clients
- 11) Construire mon plan d'action commercial

### **C ) Prospecter dans le dur**

- 1) Les différentes méthodes de prospections.
- 2) Pécher à la dynamite et quantitatif
- 3) Pêche à la ligne et qualitatif
- 4) Attirer l'attention de son prospect
- 5) Hack et prescripteurs
- 6) Prospection 2.0 : linkedin et marketing digital.

## **III) Les 7 étapes de l'entretien de vente.**

### **A) Préparation du RDV**



- 1) Le nerf de la guerre : l'information.
- 2) L'importance de préparer votre RDV
- 3) Cerner le décisionnaire
- 4) Apprendre à chercher les informations essentielles à la préparation du rdv.
- 5) Méthode de préparation de l'entretien.

## **B) La phase de découverte**

- 1) Cerner son importance
- 2) Découvrir les éléments indispensables à découvrir : les 7 thèmes de la découverte.
- 3) Identifier toutes les informations à recueillir sur son client.
- 4) Apprendre à maîtriser l'exercice
- 5) Quelles questions poser & dans quel ordre
- 6) L'importance de l'écoute en entretien commercial
- 7) Les 5 niveaux de l'écoute
- 8) Préparer la conclusion de l'entretien dès le début.
- 9) Découvrir la posture de l'écoute éclairée : de commercial à consultant.
- 10) Analyse du besoin explicite et implicite

## **C) La reformulation :**

- 1) Pourquoi la reformulation est primordiale
- 2) Verrouiller ses découvertes : verrous, validation, reformulation, question de repêchage...
- 3) Maîtriser l'art de la reformulation commerciale.

## **D) L'argumentation commerciale**

- 1) Créer la boîte à arguments de mon entreprise
- 2) Créer la boîte à arguments de mes produits
- 3) L'argumentation sélective : choisir les arguments pertinents
- 4) Comment formuler ses arguments : méthodes CAP
- 5) Affirmer son tarif et affirmer une hausse tarifaire
- 6) Apprendre à argumenter – avec les techniques d'arts oratoires.
- 7) Elevator pitch

## **E) Objection et retraitement des objections**



- 1) Qu'est-ce qu'une objection
- 2) Vive les objections
- 3) Apprendre à recevoir les objections
- 4) Comment transformer les objections en arguments
- 5) Comment traiter les 5 catégories d'objection ?
- 6) Les bons reflexes par rapport aux objections
- 7) Déceler l'objection derrière l'objection
- 8) Déceler les fausses barbes
- 9) La méthode CRAC Objections.
- 10) La fameuse objection prix

**F) Reformulation et Préparation intermédiaire :**

- 1) Reformuler les objections et contre objections retraités
- 2) Savoir collecter oui en préparation du closing.
- 3) Faciliter la revente en interne.
- 4) Valider les conditions financières de l'offre pour éviter l'entrée en négociation.
- 5) Reconnaître les signes du moment de closer

**G) Le closing :**

- 1) Identifier ses propres freins à la conclusion : autodiagnostic.
- 2) Oser conclure
- 3) Atelier : verrouiller des points d'accord jusqu'à la signature pour sécuriser la vente.
- 4) Maitriser l'art du closing
- 5) Prendre congés.