



INFPPF

TECHNIQUES DE VENTE

Programmes des parcours e-learning

Titre du parcours e-learning : **TECHNIQUES DE VENTE**

Durée du parcours : **14 heures**

<p>Objectifs :</p>	<ul style="list-style-type: none">1. Développement Professionnel:<ul style="list-style-type: none">• Comprendre et adopter les attitudes clés, savoir-être, et comportements attendus dans le métier de commercial.• Se positionner efficacement dans le domaine, identifiant ses forces et axes de progrès.2. Maîtrise des Techniques de Communication Interpersonnelles:<ul style="list-style-type: none">• Clarifier les éléments du schéma de communication.• Distinguer les vecteurs de communication et perfectionner les formulations impactantes.• Acquérir les compétences essentielles de l'écoute active et de l'empathie.3. Excellence en Prospection Commerciale:<ul style="list-style-type: none">• S'approprier les objectifs de l'action de prospection.• Collecter efficacement des informations sur les entreprises ciblées.• Utiliser LinkedIn de manière stratégique pour renforcer la prospection.4. Préparation et Organisation Professionnelle:<ul style="list-style-type: none">• Créer des outils efficaces pour organiser la prospection commerciale.• Développer des fichiers de prospection qualifiés et élaborer des plans d'action commerciale pertinents.5. Compétences en Prise de Rendez-vous:<ul style="list-style-type: none">• Se préparer de manière proactive pour vendre un rendez-vous téléphonique.• Acquérir les compétences nécessaires pour vendre un rendez-vous par téléphone.6. Maîtrise de l'Entretien de Vente:<ul style="list-style-type: none">• Mettre en œuvre les 4 étapes de la vente en face à face avec les "4 C": Contacter, Connaitre, Convaincre, Conclure.• Appréhender les spécificités de l'entretien de vente en point de vente.7. Adaptation à la Vente à Distance:<ul style="list-style-type: none">• Comprendre les éléments qui influencent la relation commerciale à distance.• Utiliser efficacement la visioconférence pour les entretiens de vente à distance.8. Application Pratique:<ul style="list-style-type: none">• Participer activement à des exercices pratiques, des études de cas, et des simulations pour renforcer les compétences acquises.• Créer des fichiers de prospection, rédiger des scripts téléphoniques, et concevoir des plans d'action commerciale.
--------------------	--

	<p>9. Évaluation Continue:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Engager des quiz réguliers pour évaluer et renforcer la compréhension des concepts clés. • Bénéficier d'un suivi et de conseils personnalisés lors des sessions de training intermédiaires. <p>10. Compétence Globale en Vente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquérir une compréhension globale des techniques de vente, couvrant les aspects communicationnels, prospectifs, préparatoires, et d'entretien en divers contextes.
Public concerné :	<p>1. Professionnels du Secteur Commercial :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agents commerciaux. • Responsables de ventes. • Chefs de secteur. • Toute personne évoluant dans le domaine de la vente. <p>2. Personnes en Formation Commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Étudiants en écoles de commerce ou programmes de formation commerciale. • Apprentis et stagiaires préparant une carrière dans la vente. <p>3. Entrepreneurs et Indépendants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires de petites entreprises. • Indépendants et consultants cherchant à améliorer leurs compétences en vente. <p>4. Toute Personne Cherchant à Développer ses Compétences Commerciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Professionnels souhaitant élargir leurs compétences en communication interpersonnelle. • Individus intéressés par l'apprentissage des techniques modernes de prospection et de vente. <p>5. Personnes en Reconversion Professionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individus en reconversion professionnelle vers des domaines liés à la vente. • Personnes cherchant à explorer une nouvelle carrière dans le domaine commercial.
Prérequis :	<p>1. Maîtrise de l'Informatique de Base :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaissance de base de l'utilisation d'un ordinateur, de la navigation sur Internet et de l'utilisation de logiciels de bureautique. <p>2. Compétences en Communication Écrite et Orale :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacité à communiquer clairement à l'écrit et à l'oral, car la vente implique une communication constante avec les clients. <p>3. Intérêt pour le Domaine Commercial :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un intérêt manifeste pour les activités commerciales et la vente. <p>4. Accès à un Ordinateur et à Internet :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disposer d'un ordinateur personnel avec une connexion Internet stable pour accéder aux modules de formation en ligne.

	<p>5. Motivation et Engagement :</p> <ul style="list-style-type: none"> Engagement à suivre le programme de formation de manière régulière et à participer activement aux exercices et aux évaluations.
Qualification de l'intervenant :	<p>Les 2 intervenants de cette formation ont une expérience prononcée de la vente et du management commerciale. Ils sont en outre dotés des qualifications et compétences clés suivantes :</p> <p>1. Expérience Pédagogique :</p> <ul style="list-style-type: none"> Expérience avérée dans la conception de programmes de formation eLearning, en adaptant le contenu pour différents niveaux de compétence et en utilisant des méthodes pédagogiques variées. <p>2. Compétences de Communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> Excellentes compétences de communication écrite et verbale permettent aux formateurs de transmettre clairement les informations et aider les apprenants à comprendre les concepts.
Programme :	<p>Partie 1 : Mobiliser les Techniques de Communication Interpersonnelles dans la Vente</p> <ul style="list-style-type: none"> Séquence 1: Se Positionner dans le Métier de Commercial Identifier les attitudes clés et comportements attendus. Explorer l'infographie métier. Créer sa carte d'ID de commercial. Auto-positionnement et synthèse. Séquence 2: Clarifier les Éléments de Communication Interpersonnelle Comprendre le schéma de communication. Répertorier les éléments du cadre de référence. Distinguer les vecteurs de communication. Travailler les formulations impactantes. Le fonctionnement de l'écoute active et de l'empathie. Exercices pratiques et synthèse. <p>Partie 2 : Préparer et Organiser sa Prospection Commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> Séquence 1: Collecter les Informations pour Bien Préparer sa Prospection S'approprier les objectifs de prospection. Collecter des informations sur les entreprises ciblées. Identifier les secteurs et acteurs du marché. Exercice d'étude de cas et synthèse. Séquence 2: Booster la Préparation de sa Prospection en Utilisant LinkedIn Utiliser le Social Selling et ses outils. Créer un profil LinkedIn percutant. Développer son réseau avec LinkedIn. Exercice de transposition avec correction et synthèse.

	<ul style="list-style-type: none"> • Séquence 3: Concevoir ses Outils pour Organiser sa Prospection • Créer le fichier de prospection qualifié. • Compléter le plan d'action commerciale. • Anticiper le suivi de la performance. • Exercice d'apprentissage avec correction et synthèse. <p>Partie 3 : Effectuer la Prise de Rendez-vous Téléphonique pour un Entretien de Vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Séquence 1: Se Préparer pour Vendre son Rendez-vous • Réunir des informations et préparer son script. • Utiliser un canevas d'entretien. • Mind Map pour synthétiser. • Séquence 2: Vendre son Rendez-vous par Téléphone • Phases clés du contact téléphonique. • Accrocher le client et proposer le rendez-vous. • Exercice d'application avec fiche méthode et correction. <p>Partie 4 : Conduire l'Entretien de Vente en Face à Face</p> <ul style="list-style-type: none"> • Séquence 1: Mettre en Œuvre les 4 Étapes de la Vente avec les "4 C" • Contacter, Connaître, Convaincre, Conclure. • Exercice d'application avec correction et synthèse. • Séquence 2: Spécificités de l'Entretien de Vente en Point de Vente • Conduire l'entretien en face à face dans un point de vente. • Démonstration et exercice avec correction. <p>Partie 5 : Conduire l'Entretien de Vente à Distance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Séquence 1: Éléments qui Exercent une Influence sur la Relation Commerciale • Caractéristiques des outils de relation à distance. • Impacts de la visioconférence. • Maîtrise de la préparation avec Mind Map. • Séquence 2: Spécificités de l'Usage de la Visioconférence dans l'Entretien de Vente • Les 4 étapes à distance. • Mot de l'expert et synthèse.
Moyens pédagogiques et techniques :	<p>1. Plateforme d'e-learning interactive :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilisation d'une plateforme en ligne conviviale, accessible depuis différents appareils (ordinateurs, tablettes, smartphones). <p>2. Cours en ligne multimédias :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contenus de cours sous forme de vidéos interactives, présentations animées, podcasts, et ressources multimédias pour diversifier les modes d'apprentissage. <p>3. Documents pédagogiques téléchargeables :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise à disposition de documents, infographies, et supports de cours téléchargeables pour permettre aux apprenants de consulter les informations hors ligne.

	<p>4. Quiz et évaluations en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intégration de quiz interactifs et d'évaluations en ligne pour tester les connaissances acquises et fournir un feedback instantané. <p>5. Exercices pratiques et études de cas :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proposition d'exercices pratiques et d'études de cas concrets pour appliquer les concepts théoriques à des situations réelles. <p>6. Accès à des ressources complémentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fourniture de liens vers des ressources complémentaires, articles, livres, et études de cas pour approfondir les connaissances.
Modalités d'évaluation des acquis :	<p>1. Quizz Interactifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des quizz intégrés tout au long des modules de cours pour évaluer la compréhension immédiate des concepts. <p>2. Évaluations Formatives :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des exercices pratiques, des études de cas et des missions à réaliser, permettant aux apprenants de mettre en pratique les connaissances acquises. <p>3. Évaluations de Résolution de Problèmes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des exercices et des études de cas axés sur la résolution de problèmes spécifiques rencontrés dans le domaine des ventes. <p>4. Quizz final en ligne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un examen final intégré à la plateforme d'e-learning, couvrant l'ensemble des connaissances acquises au cours de la formation. <p>5. Auto-Évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des mécanismes d'auto-évaluation encourageant les apprenants à réfléchir sur leurs propres performances et à identifier les domaines nécessitant une amélioration.
Sanction visée :	<p>Ce parcours de formation peut préparer à l'obtention des titres suivants inscrits au répertoire spécifique de France Compétences : FORMAVAR – RS5068</p>
Matériel nécessaire pour suivre la formation :	<p>1. Ordinateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un ordinateur personnel (PC ou Mac) avec une configuration minimale recommandée pour une expérience fluide de l'e-learning. <p>2. Connexion Internet :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une connexion Internet haut débit pour accéder aux modules de formation en ligne, aux ressources multimédias, et participer aux sessions en direct.

	<p>3. Navigateur Web :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un navigateur web à jour (Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, etc.) compatible avec la plateforme d'e-learning. <p>4. Logiciels :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des logiciels courants tels que les suites bureautiques (Microsoft Office, Google Workspace) pour la création de documents et la communication. <p>5. Casque Audio et Microphone :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un casque audio avec microphone intégré ou un microphone externe pour participer aux sessions en direct, aux discussions en ligne, et aux activités audio. <p>6. Compte LinkedIn (le cas échéant) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pour les parties de la formation liées au social selling, un compte LinkedIn actif est recommandé. <p>7. Bloc-notes et Stylo :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un bloc-notes physique ou électronique pour prendre des notes pendant les sessions et les modules de formation. <p>8. Environnement Calme :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un espace de travail calme et propice à la concentration pour suivre les cours sans interruption.
Délais moyens pour accéder à la formation :	Immédiat
Accessibilité aux personnes à mobilité réduite :	Oui