



Stratéliance
la méthode commerciale & communication

Formation-Action

COMMERCIAL - VENTE

Valoriser votre offre et mieux cibler vos clients

Présentiel ou Distanciel

STRATELIANCE
dispose d'une déclaration d'activité enregistrée
sous le numéro 11 91 07224 91 auprès du Préfet de région d'Ile-de-France



Stratéliance
10, boulevard des Champs Elysées 91000 Evry-Courcouronnes
+33 (0)1 810 811 00
formation@strateliance.com
RCS Evry 792 011 900

www.strateliance.com

Conseil, formation et accompagnement en commercial et en communication

Valoriser votre offre et mieux cibler vos clients

Présentation de la formation

<p>Les objectifs de la formation</p> <ul style="list-style-type: none"> Mieux connaître votre entreprise, capitaliser sur ses forces pour mieux la vendre Valoriser votre offre en construisant vos argumentaires personnalisés Identifier votre clientèle cible et ses attentes, adapter votre argumentaire en conséquence Définir vos objectifs de développement Fixer vos objectifs réalistes et mesurables Mettre en place les fiches actions 	<p>Les profils concernés</p> <ul style="list-style-type: none"> TPE, PME, Micro-entreprise, Freelance, Créateur, Porteur de projet Dirigeant, Commercial, Assistant commercial, Téléprospecteur, Marketing/Communication Et aussi... pour la Profession comptable / Expert-comptable
<p>Les prérequis</p> <ul style="list-style-type: none"> Aucun prérequis de compétence n'est demandé pour cette formation Vous munir de votre dernier Bilan ou d'un prévisionnel d'activité pour les créateurs Disposer d'un ordinateur pouvant se connecter en wifi <p>Matériel nécessaire si formation chez Client</p> <ul style="list-style-type: none"> salle avec table en U + vidéoprojecteur + paperboard/feutre <p>Nb. participants par session (inter ou intra)</p> <ul style="list-style-type: none"> 8 maximum 	<p>Méthodes mobilisées et modalités d'évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> Accompagnement individuel : étude du domaine d'activité principal du stagiaire. (Définir, étude MOFF) Traitement des problématique et besoin de l'entreprise Travail en atelier avec formateur et outils co conçus par stagiaire et formateur Réflexion et travail individuel entre les séances avec correction et suggestions du formateur Evaluation de la formation : <ul style="list-style-type: none"> Questionnaire de satisfaction Outils produits (DAS / Client idéal/ MOFF/ Argumentaire) Remise attestation de fin de formation
<p>Présentiel, durée 14h00</p> <ul style="list-style-type: none"> 7h00 sur site + 4h00 offline + 3h00 visio Lieu : Stratéliance/Client/Location de salle + visio Date et lieu : à définir ultérieurement <p>Distanciel, durée 15h00</p> <ul style="list-style-type: none"> 8h00 online avec formateur et 7h00 offline seul.e Sur 5 sessions en distanciel Lieu : visio Dates : à définir ultérieurement 	<p>Les + de cette formation</p> <ul style="list-style-type: none"> Formation opérationnelle Cas pratiques personnalisés Elaboration d'outils personnalisés <p>Contact</p> <ul style="list-style-type: none"> Formation adaptable en fonction de vos attentes Nous contacter à formation@strateliance.com Nous vous contacterons sous 24h pour analyser vos besoins et planifier la formation
<p>Qualité de l'animateur</p> <ul style="list-style-type: none"> Spécialiste en stratégie des fonctions Marketing, Commerciale et Communication depuis plus de 20 ans : ancien Directeur Commercial et Marketing Le transfert de compétence est l'objectif de cette formation 	<p>Tarif</p> <ul style="list-style-type: none"> sur devis après l'étude de vos besoins <p>Accessibilité aux personnes en situation de handicap</p> <ul style="list-style-type: none"> Notre Organisme de Formation et notre Référent Handicap sont à votre écoute afin de permettre à chacun l'accès à nos formations. Une étude de vos besoins sera réalisée afin de coconstruire et adapter notre formation en lien avec les experts mobilisables. Référent Handicap : Thomas Bockstal tbockstal@strateliance.com

Le programme de formation - DISTANCIEL

Valoriser votre offre et mieux cibler vos clients

<p>Plan détaillé de la formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Diagnostic entreprise et étude de marché <ul style="list-style-type: none"> • Définissez ses domaines d'activité stratégiques (atelier pratique online) • Qu'est-ce qui vous distingue de vos concurrents ? • MOFF (Menaces/Opportunités – Forces/ Faiblesses) (atelier pratique online) • Définissez vos axes d'amélioration • Construisez votre MOFF (atelier pratique offline) • Conseils et axes d'amélioration 2) Identifier votre client idéal <ul style="list-style-type: none"> • Définissez votre client idéal (atelier pratique) • Finalisez l'étude MOFF et Client idéal (atelier pratique offline) 3) Retour des étude MOFF et Client idéal <ul style="list-style-type: none"> • Echanges, conseils, axes d'amélioration et finalisation 4) Construisez votre argumentaire de vente <ul style="list-style-type: none"> • Différence entre avantage produit et argument de vente • Travaillez votre argumentaire en fonction de vos différents types de clients • Qu'est-ce qui vous distingue de vos concurrents ? • Construisez votre argumentaire de vente pour une clientèle ciblée (atelier pratique online + offline) 5) Entretien de diagnostic fonctionnement d'entreprise pour calcul prix de vente (atelier pratique online + offline) <ul style="list-style-type: none"> • Identifiez les process de l'entreprise • Les résultats : compte de résultats, bilan, prévisionnel • Les objectifs et investissement en cours / prévus • Nombre d'heures réellement travaillée en « production » • Estimation du coût d'une heure de travail facturable sur outil spécifique 6) Retour des études argumentaire de vente <ul style="list-style-type: none"> • Echanges, conseils, axes d'amélioration et finalisation 7) Construisez une offre tarifaire équitable et rentable (atelier pratique online + offline) <ul style="list-style-type: none"> • Restitution du Calcul du prix de reviens d'une heure de main d'œuvre • Le bilan (prévisionnel) Les achats, les frais fixes, les salaires, amortissements... • Investissements prévus / Calcul de marge / Prix de vente / Nombre d'heures réellement vendables / Calcul du juste prix d'une offre rentable • Offre équitable : être convaincu pour être convaincant • Complétez votre offre Tarifaire pour les autres produits et services de l'entreprise (atelier pratique offline) 8) Retour les offres tarifaires <ul style="list-style-type: none"> • Echanges, conseils, axes d'amélioration et finalisation 9) Conclusion <ul style="list-style-type: none"> • Quizz de fin de formation • Conseils de fin
<p>Plan des annexes</p>	<p>Ateliers pratiques online et offline réalisés sur Office et GoogleForm personnalisés Support de présentation remis au format PDF</p>