

DEPUIS 1994,

- . DES FORMATIONS SUR-MESURE
- . DES FORMATIONS AXÉES SUR L'ENTRAÎNEMENT

Quels sont vos objectifs commerciaux ?

. Booster ma force de vente

- . Augmenter mes parts de marché
- . Concrétiser de nouveaux clients

. Créer un réseau de distributeurs agréés

- . **Développer les ventes Services**
- . Vendre plus à mes clients

. Défendre mes prix

- . **Contrer un de mes concurrents**
- . Renouveler ma force commerciale

. Renégocier mes marges

- . Fidéliser mes clients
- . Développer un nouveau marché

. Motiver mes distributeurs

- . Valoriser nos différences
- . Réussir le lancement de produits

. Animer mon réseau de franchisés

- . **Développer des grands comptes**
- . Renforcer mon image

Vendez

6 modules
de formation

Téléphonez

5 modules
de formation

Managez

6 modules
de formation

Recrutez

1 process
de recrutement

Formation Expert



DES FORMATIONS SUR-MESURE CHEZ NOS CLIENTS

- . **Savoir prospecter sans rendez-vous**
 - . Augmenter le CA moyen / client
 - . Développer de nouvelles gammes
 - . Organisons des semaines de vente efficaces
- . **Valoriser et vendre nos services**
 - . Vendre nos plans d'actions Distributeurs
 - . Prospecter et développer des Grands Comptes
- . **Organisons un prospection régulière**
 - . Savoir prendre des rendez-vous au téléphone
 - . Savoir vendre des contrats bi-annuels
 - . Valoriser notre Image auprès de nos clients
- . **Relancer nos offres et devis**
 - . Développer un réseau de prescripteurs
 - . Négocier et conclure
- . **Ventes techniques, donner envie**
 - . Faire vendre une équipe Distributeurs
 - . Savoir justifier et vendre son prix
- . **Travailler en amont les appels d'offres**
 - . Soyons ambitieux et rigoureux dans nos ventes
 - . Transformer nos prospects à la première visite
 - . Développer son réseau de prescripteurs
 - . Etre ferme sur nos conditions de vente
 - . Découvrir les enjeux du client pour mieux vendre
- . **Comment relancer et suivre un Salon**
 - . Réussir nos ventes multi-décideurs
 - . Savoir vendre notre différence
 - . Soyons curieux pour vendre plus
 - . Négocier gagnant-gagnant
- . **Motivons nos agents commerciaux**
 - . ATC, réinventez votre prospection
 - . Vendre nos solutions globales
 - . Réussir ses budgets
-

MÉTHODES CONCRÈTES

- . simplifier la formation
- . garantir une adhésion rapide

PARTICIPATION ET DYNAMISME

- . donner envie
- . motiver

SAVOIR-FAIRE ÉPROUVÉ

- . 20 ans d'animation et de formation
- . notre expertise : la vente
 - . Industrie / Service / Distribution

FORMATIONS SPÉCIFIQUES

pour vos équipes commerciales

- . Mieux négocier
- . Vendre plus au téléphone
-

pour vos équipes managériales

- . Mieux animer des équipes
- . Mettre en place des plans d'actions
-

pour vos équipes techniques

- . Améliorer la relation client
- . Gérer les réclamations et litiges
- . Préparer la future vente
-

ET DES FORMATEURS PASSIONNÉS

- . une expérience
 - . de vente et d'encadrement
- . une culture terrain
 - . objectifs et résultats



FORMATION VENTE

. Vente Directe :

- . Le comportement et la motivation
- . L'écoute pour déceler les bons leviers
 - . Clients ou prospects
- . L'offre technique et commerciale / avantages services
- . L'argumentaire adapté à l'Histoire et l'Enjeu du client
- . Les méthodes et arguments pour faire la différence
- . L'enchaînement Prix-Conclusion-Prise de commande

. Vente Distribution et Agents commerciaux :

- . La stratégie et la préparation terrain Distributeurs / Agents
- . Le positionnement face aux Manager et Vendeurs
- . L'argumentation Produits, Services et Plan d'actions
- . L'animation des commerciaux Distributeurs / Agents
- . Le contrôle des actions et la stimulation

. Vente Grands Comptes :

- . Le comportement et le discours Leader
- . La préparation multi-décideurs et la synergie-réseau
- . La stratégie des acheteurs
- . L'écoute et l'analyse Besoins, Motivations et Enjeux
- . L'offre globale et les détails différenciateurs
- . La négociation et l'assertivité
- . L'engagement réciproque

. Vente Négociation :

- . La préparation : la stratégie de négociation
- . Les différents styles de négociateurs et d'acheteurs
- . La règle du Livre Ouvert
- . La stratégie d'objectifs « pas à pas »
- . L'offre animée et argumentée
- . La Négociation-Conclusion
- . Le principe des concessions réciproques
- . L'engagement et sa formalisation

. Vente Expo et Libre Service :

- . L'image et l'accueil
- . Le comportement du Spécialiste
- . Les questions pour cerner l'Envie du client
- . L'argumentaire efficace adapté
- . Les phrases pour déclencher l'acte d'achat
- . La vente additionnelle et la prise de congé



NOS CONVICTIONS

DES MÉTHODES

DES OUTILS

DES EXERCICES

DES ENTRAÎNEMENTS

DES OBJECTIFS

DES PLANS D' ACTIONS

VENDRE, C'EST ÊTRE CONVAINCU

VENDRE, C'EST DONNER ENVIE

VENDRE, C'EST ÊTRE DIFFÉRENT

**PLUS D'IMAGINATION,
PLUS D'EFFORTS,
PLUS DE CONVICTION,
PLUS DE RIGUEUR.**

*Certains se plaignent,
d'autres réinventent leur métier.*

FORMATION MANAGEMENT

. Management :

- . Le recrutement et l'intégration
- . Les objectifs, les plans d'action et leurs suivis
- . La motivation collective et individuelle
- . L'animation des réunions
- . La gestion du temps et du stress
- . La gestion des conflits

. L'entretien individuel :

- . La préparation et les outils
- . L'état d'esprit et le climat de l'entretien
- . Les échanges pour suggérer
- . L'assertivité pour recadrer
- . La conclusion et les objectifs de progrès

. Communication Story Telling :

- . Le Story Telling en milieu professionnel
- . Quelles Histoires raconter
 - . Valeurs-Société, Références-Applications...
- . Capter son auditoire
- . Adapter le Story Telling au quotidien de la vente

FORMATION TÉLÉPHONE

. Téléprospection :

- . L'envie et la rigueur de la prospection
- . La fiche et les informations prospect
- . Les barrages et l'idée du rendez-vous
- . La conclusion
- . Le planning de prospection

. Télévente :

- . L'organisation et les objectifs
- . L'offre et ses avantages
- . L'argumentaire de vente
- . La prise de commande téléphonique

. Gestion règlements :

- . Les outils et la préparation psychologique
- . Les excuses des mauvais payeurs
- . La gestion des litiges techniques
- . La conclusion