

CATALOGUE DE FORMATIONS

CFO_20220704_0

Direction opérationnelle

Conseil en stratégie de développement

Recrutement

Formations

Coaching

Qualiopi 
processus certifié

1 SOMMAIRE

1	Sommaire.....	2
2	Version.....	3
3	Catalogue de formations.....	4

2 VERSION

Nom document : Catalogue_Formations

Référence document : CFO_20220704_0

Rédacteur	Date	Destinataire(s)	Date révision	Nature révision	Date validation	Valideur
Sébastien Gressent	04/07/2022	Aude Dassonville			02/09/2022	Aude Dassonville

3 CATALOGUE DE FORMATIONS

Toutes nos formations sont réalisées en intra uniquement et la liste des formations présentes dans notre catalogue n'est pas exhaustive.

En fonction de la nature de la formation et de vos objectifs, les formations peuvent être mise en œuvre en présentiel, en distanciel ou en sessions mixtes (présentiel / distanciel).

Pour améliorer l'intégration des compétences, nos formations sont dispensées autour d'exercices et d'exemples concrets adaptés aux métiers de votre entreprise.

L'ensemble de nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap et les adaptations nécessaires sur le format, la durée et le contenu seront mises en œuvre.

Pour tous vos besoins de développement des compétences et de vos activités, contactez-nous !

3.1 FORMATIONS COMMERCIALES

3.1.1 Nos formations niveau 1

Découverte & Initiation – Je débute dans une activité commerciale et je souhaite acquérir l'ensemble des compétences de base nécessaire à ma prise de fonction, de la prospection jusqu'à la conclusion de la vente en passant par l'organisation commerciale.

- Fondamentaux de la vente – Niveau 1
- Prospection, fidélisation et vente additionnelle
- Plan d'actions commercial – Niveau 1
- Les clés de la vente indirecte
- Savoir contractualiser
- Gestion de la vente complexe – Niveau 1
- Négociation commerciale – Niveau 1

3.1.2 Nos formations niveau 2

Renforcement & Management – Je souhaite renforcer mes compétences commerciales sur l'ensemble de mon activité ou préparer ma prise de fonction de manager des ventes ou de Responsable Grand Compte.

- Fondamentaux de la vente – Niveau 2
- Plan d'actions commercial – Niveau 2
- Tableaux de bord commerciaux
- Initier une démarche Grand Compte
- Déployer une activité Grand Compte
- Animer un contrat Grand Compte
- Répondre et gérer un appel d'offres
- Gestion de la vente complexe – Niveau 2
- Négociation commerciale – Niveau 2

3.1.3 Nos formations niveau 3

Expertise & Direction – J'accède à un poste de Direction Commerciale et je veux maîtriser les 5 piliers de la fonction en développant les expertises spécifiques nécessaires.

- Établir une stratégie commerciale
- Définir le positionnement de son entreprise, d'une marque ou d'un produit
- Déterminer et mettre en place une organisation commerciale efficace
- Déterminer et mettre en place les outils de pilotage d'activité
- Établir une stratégie de communication efficace
- Adopter une démarche marketing

3.1.4 Table de synthèse

Intitulé de la formation	Découverte et initiation	Renforcement et management	Expertise et Direction
Fondamentaux de la vente	X	X	
Prospection, fidélisation et vente additionnelle	X		
Les clés de la vente indirecte	X		
Savoir contractueliser	X		
Gestion de la vente complexe	X	X	
Négociation commerciale	X	X	
Initier une démarche Grand Compte		X	
Déployer une activité Grand Compte		X	
Répondre et gérer un appel d'offres	X		
Plan d'actions commercial	X	X	
Tableaux de bord commerciaux		X	
Animer un contrat Grand Compte		X	
Établir une stratégie commerciale			X
Définir le positionnement de son entreprise, d'une marque ou d'un produit			X
Déterminer et mettre en place une organisation commerciale efficace			X
Déterminer et mettre en place les outils de pilotage d'activité			X
Établir une stratégie de communication efficace			X
Adopter une démarche marketing			X

3.2 MODES DE DISPENSATION

	Présentiel	E-learning	Distanciel	Mixte
Fondamentaux de la vente – Niveau 1	X		X	
Prospection, fidélisation et vente additionnelle	X			
Plan d'actions commercial – Niveau 1	X			
Les clés de la vente indirecte	X			
Savoir contractueliser				X
Gestion de la vente complexe – Niveau 1				X
Négociation commerciale – Niveau 1	X			
Fondamentaux de la vente – Niveau 2	X			
Plan d'actions commercial – Niveau 2	X			
Tableaux de bord commerciaux	X	X	X	
Initier une démarche Grand Compte	X		X	
Déployer une activité Grand Compte	X			
Animer un contrat Grand Compte	X		X	
Répondre et gérer un appel d'offres	X	X	X	
Gestion de la vente complexe – Niveau 2				X
Négociation commerciale – Niveau 2	X			
Établir une stratégie commerciale	X		X	
Définir le positionnement de son entreprise, d'une marque ou d'un produit	X		X	
Déterminer et mettre en place une organisation commerciale efficace	X		X	
Déterminer et mettre en place les outils de pilotage d'activité	X		X	
Établir une stratégie de communication efficace	X		X	
Adopter une démarche marketing	X		X	

3.3 NOS FORMATIONS NIVEAU 1 – DECOUVERTE & INITIATION

Je débute dans une activité commerciale et je souhaite acquérir l'ensemble des compétences de base nécessaire à ma prise de fonction, de la prospection jusqu'à la conclusion de la vente en passant par l'organisation commerciale.

- Fondamentaux de la vente – Niveau 1
- Prospection, fidélisation et vente additionnelle
- Plan d'actions commercial – Niveau 1
- Les clés de la vente indirecte
- Savoir contractualiser
- Gestion de la vente complexe – Niveau 1
- Négociation commerciale – Niveau 1



Présentiel



E-Learning



Distanciel



Mixte

3.3.1 Fondamentaux de la vente – Niveau 1



Mes questions	Objectifs	Modalités
Qu'est-ce que la vente ? Comment s'organiser ? Par où commencer ? Quand commence et quand s'arrête la vente ? Quelles sont les étapes d'une vente réussie ? Quel comportement adopter ?	Pour prendre efficacement ma fonction de commercial, je dois comprendre : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiser mon activité commerciale ➤ Préparer mes visites et mes entretiens de vente ➤ Comprendre le processus commercial global ➤ Savoir prendre contact et le conserver ➤ Découvrir les besoins du client ➤ Différencier les besoins exprimés, les besoins non exprimés, les attentes et les motivations d'achat ➤ Savoir argumenter et contre argumenter ➤ Savoir négocier et conclure ➤ Adopter une écoute active ➤ Savoir questionner ➤ Gérer les temps forts et les temps faibles ➤ Adopter une gestuelle et une posture adaptées 	Durée : 2 jours Tarif : 2.000 € ^{HT} /personne Modalités d'accès : ouverte à tout public Prérequis : aucun

3.3.2 Prospection, fidélisation et vente additionnelle



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Où trouver des clients ?</p> <p>Quelles différences entre suspect, prospect et client ?</p> <p>Quelles différences entre prospecter, fidéliser et vente additionnelle ?</p> <p>Quels sont les outils nécessaires et quand les utiliser ?</p> <p>Quelles sont les clés du succès pour transformer un prospect en client ?</p>	<p>Pour démarrer mes ventes, les entretenir et les développer, je dois comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vue globale de l'action commerciale – Prospection, fidélisation et vente additionnelle ➤ Impact sur la rentabilité commerciale ➤ L'approche téléphonique ➤ Utilisation des outils digitaux ➤ La prospection en face à face ➤ L'entretien de prospection ➤ Définir ma cible ➤ Organiser ma prospection ➤ Adopter une attitude de conquête ➤ Le discours commercial ➤ Savoir susciter l'intérêt ➤ Connaître les barrières et savoir les contourner ➤ Assurer un suivi efficace 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.000 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : aucun</p>

3.3.3 Plan d'actions commercial – Niveau 1



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'une stratégie commerciale ?</p> <p>Comment passer d'une stratégie à un plan d'actions ?</p> <p>Quelles sont les composants d'un plan d'actions ?</p> <p>Comment mettre en œuvre mon plan d'actions ?</p> <p>Comment suivre mon avancement et mes résultats ?</p>	<p>Pour créer et mettre en œuvre mon plan d'actions et atteindre mes objectifs, je dois comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qu'est-ce qu'une stratégie commerciale ➤ Différence entre stratégie et tactique ➤ Traduire mes objectifs en actions concrètes ➤ Définir mon planning ➤ Organiser mon temps ➤ Gérer mes priorités ➤ Les indicateurs clés de performance ➤ Savoir assurer un reporting efficace ➤ Mesurer les écarts et mettre en œuvre les actions correctives nécessaires 	<p>Durée : 1 jour</p> <p>Tarif : 1.000 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : aucun</p>

3.3.4 Les clés de la vente indirecte



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'une vente indirecte ?</p> <p>Comment vendre au travers de distributeurs ou de représentants ?</p> <p>Quelles sont les processus de décision ?</p> <p>Quelles sont les différences entre la vente directe et la vente indirecte ?</p>	<p>Pour démarrer mes ventes, les entretenir et les développer, je dois comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Différences entre besoins, attentes et motivations d'achat ➤ Comment développer une approche à forte valeur ajoutée ➤ Maîtriser l'écoute active ➤ Savoir cartographier une organisation cliente ➤ Rôles et missions des différents interlocuteurs ➤ Comment les décisions d'achat sont prises ➤ Comment développer une argumentation spécifique ➤ Savoir stimuler la vente indirecte ➤ Connaître et comprendre le client de son client ➤ Différences entre vente directe et vente indirecte ➤ Comprendre le rôle du commercial en vente indirecte 	<p>Durée : 1 jour</p> <p>Tarif : 1.000 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : aucun</p>

3.3.5 Savoir contractualiser



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'un contrat ?</p> <p>Quand un contrat est-il conclu ?</p> <p>Que contient un contrat ?</p> <p>Qu'est-ce qui est obligatoire ?</p> <p>Où et quand un contrat commence et s'arrête ?</p>	<p>Pour signer mes 1ers contrats et qu'ils soient applicables, je dois comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Notions de droit ➤ Identification des parties prenantes ➤ Obligations des parties ➤ Différences entre Conditions Générales de Vente, Conditions Générales d'Achat et Conditions Particulières ➤ Solutions de renouvellement ➤ Identification des risques ➤ Termes de paiement, assurances et incoterms ➤ Connaître les contrats à risques ➤ Clauses obligatoires ➤ Clauses recommandées ➤ Clauses accessoires ➤ Pénalités et juridictions compétentes 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.000 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : aucun</p>

3.3.6 Gestion de la vente complexe – Niveau 1



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'une vente complexe ?</p> <p>Quelles compétences dois-je avoir pour travailler en vente complexe ?</p> <p>Différence entre vente complexe et vente classique ?</p> <p>Comment apporter une valeur ajoutée supérieure ?</p>	<p>Pour débiter dans un environnement de vente complexe, je dois comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caractéristiques d'une vente complexe ➤ Différences entre vente complexe et vente « classique » ➤ Les facteurs clés de succès d'une vente complexe réussie ➤ Comprendre les différents processus achat ➤ Adopter une stratégie de vente adaptée et efficace ➤ Outils d'aide à la décision ➤ Identifier et analyser les risques ➤ Être impactant dès les premières minutes ➤ Identifier tous les acteurs de la décision, leur rôle et leur mission ➤ Mettre en œuvre une stratégie d'influence ➤ Adopter une posture conseil ➤ Comprendre les enjeux client ➤ Savoir prendre la main et la conserver 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.000 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : aucun</p>

3.3.7 Négociation commerciale – Niveau 1



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'un contrat ?</p> <p>Quand un contrat est-il conclu ?</p> <p>Que contient un contrat ?</p> <p>Qu'est-ce qui est obligatoire ?</p> <p>Où et quand un contrat commence et s'arrête ?</p>	<p>Pour signer mes 1ers contrats et qu'ils soient applicables, je dois comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Notions de droit ➤ Identification des parties prenantes ➤ Obligations des parties ➤ Différences entre Conditions Générales de Vente, Conditions Générales d'Achat et Conditions Particulières ➤ Solutions de renouvellement ➤ Identification des risques ➤ Termes de paiement, assurances et incoterms ➤ Connaître les contrats à risques ➤ Clauses obligatoires ➤ Clauses recommandées ➤ Clauses accessoires ➤ Pénalités et juridictions compétentes 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.000 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : aucun</p>

3.4 NOS FORMATIONS NIVEAU 2 – RENFORCEMENT ET MANAGEMENT

Je souhaite renforcer mes compétences commerciales sur l'ensemble de mon activité ou préparer ma prise de fonction de manager des ventes ou de Responsable Grand Compte.

- Fondamentaux de la vente – Niveau 2
- Plan d'actions commercial – Niveau 2
- Tableaux de bord commerciaux
- Initier une démarche Grand Compte
- Déployer une activité Grand Compte
- Animer un contrat Grand Compte
- Répondre et gérer un appel d'offres
- Gestion de la vente complexe – Niveau 2
- Négociation commerciale – Niveau 2



Présentiel



E-Learning



Distanciel



Mixte

3.4.1 Fondamentaux de la vente – Niveau 2



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Quelle est la différence entre stratégie et tactique ?</p> <p>Qu'est-ce que le positionnement commercial ?</p> <p>Comment développer et mettre en place un plan de prospection et de fidélisation ?</p> <p>Quels sont les outils et les canaux de communication commerciaux ?</p> <p>Comment mesurer mon activité commerciale ?</p>	<p>Pour être efficace dans ma fonction de commercial et atteindre mes objectifs, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Différences entre les actions court terme, moyen terme et long terme ➤ Composantes d'une stratégie commerciale ➤ La différence entre Indicateur Clé de Résultat et Indicateur Clé de Performance ➤ Les tableaux de bord ➤ Mise en œuvre d'une organisation adaptée ➤ Définition du tunnel de vente ➤ Calcul des temps en prospection et fidélisation ➤ Impact de l'attrition ➤ Définition des ressources nécessaires ➤ Argumentaire et contre-argumentaires ➤ Le discours commercial unique ➤ Les différents canaux de communication – mesure d'efficacité relative et plan d'actions ➤ Rédaction de cahier des charges ➤ L'entretien annuel ➤ Grilles d'évaluation commerciale ➤ Les plans de progrès 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.400 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

3.4.2 Plan d'actions commercial – Niveau 2



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'une stratégie commerciale ?</p> <p>Quelles actions mettre en place ?</p> <p>Comment construire son business plan ?</p> <p>Comment déployer son plan d'actions ?</p> <p>Comment suivre ses résultats ?</p> <p>Comment mesurer les déviations ?</p> <p>Comment corriger son plan d'actions ?</p>	<p>Pour atteindre mes objectifs ou celles de mon équipe, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définir les facteurs clés de succès du marché ➤ Connaître les ressources et les compétences clés ➤ Déterminer ses avantages concurrentiels ➤ Définir les objectifs globaux et spécifiques ➤ Répartition entre prospection, fidélisation et vente additionnelle ➤ Déterminer les ressources nécessaires ➤ Définir les indicateurs clés de performance ➤ Mesure du Retour Sur Investissement (RSI) ➤ Établir le tableau de bord ➤ Savoir communiquer un plan d'actions ➤ Définir les outils de suivi ➤ Assurer un suivi efficace des actions et des équipes ➤ Mesurer les écarts et déterminer les actions correctives nécessaires 	<p>Durée : 1 jour</p> <p>Tarif : 1.200 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

3.4.3 Tableaux de bord commerciaux



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'un tableau de bord ?</p> <p>Que contient un tableau de bord ?</p> <p>Comment créer un tableau de bord ?</p> <p>Comment faire vivre son tableau de bord ?</p> <p>Quels sont les indicateurs clés de performance ?</p> <p>Quelle différence entre ICP et ICR ?</p> <p>Comment mesurer la performance de mes équipes ?</p>	<p>Pour piloter efficacement mon activité et/ou celle de mon équipe, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Utilité et objectifs d'un tableau de bord ➤ Quels sont les composants d'un tableau de bord ➤ Assurer la cohérence d'un tableau de bord ➤ Définir le planning ➤ Quels objectifs ➤ Différences entre ICP et ICR ➤ Choisir les bons indicateurs et les mettre à jour ➤ Valider la pertinence de ses indicateurs ➤ Mise en place d'outils et de solutions de reporting 	<p>Durée : 1 jour</p> <p>Tarif : 1.200 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Communiquer ses tableaux de bord ➤ Conduire le changement ➤ Impliquer tous les acteurs ➤ Analyser les résultats et définir les actions correctives nécessaires ➤ Savoir communiquer avec un tableau de bord 	
--	---	--

3.4.4 Initier une démarche grand compte



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'un Grand Compte ?</p> <p>Différences entre Grand Compte et client « normal » ?</p> <p>Comment construire une démarche Grand-Compte ?</p> <p>Comment passer de la stratégie à l'action ?</p> <p>Comment communiquer son plan d'actions ?</p>	<p>Pour mettre en place une activité Grand Compte, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Savoir analyser son patrimoine clients ➤ Déterminer le potentiel et les cibles ➤ Avoir une vision globale – cartographier les forces en présence ➤ Définir les objectifs prioritaires et secondaires ➤ Déterminer le plan de ressources ➤ Établir son plan de communication interne et externe ➤ Définir les Indicateurs Clés de Performance et les Indicateurs Clés de Résultat ➤ Construire son plan d'actions ➤ Mettre en place les tableaux de bord ➤ Fédérer les équipes sur un projet commun ➤ Assurer un reporting efficace amont et aval 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.400 € HT/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

3.4.5 Déployer une activité grand compte



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Comment garantir la rentabilité des actions ?</p> <p>Qu'est-ce qu'une démarche Grand Compte ?</p> <p>Quelles sont les étapes d'une démarche Grand Compte ?</p> <p>Comment mettre en place un accord cadre ?</p>	<p>Pour qu'une activité Grand Compte soit efficace et rentable, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Déterminer le cadre et les limites de la négociation ➤ Identifier les acteurs, leur rôle et leur périmètre d'influence ➤ Maîtriser le rapport de force ➤ Préparation ➤ Transformer la stratégie en tactiques et en actions ➤ Anticiper les réactions ➤ Valider les accords ➤ Négocier et conclure ➤ Comprendre et maîtriser les enjeux ➤ Identifier les zones de risques et leurs potentiels impacts ➤ Construire et valider le modèle économique 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.400 € HT/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

	↷ Communiquer en interne et en externe	
--	--	--

3.4.6 Animer un contrat grand compte



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Quelles sont les techniques des acheteurs professionnels ?</p> <p>Comment développer son influence ?</p> <p>Comment suivre l'exécution d'un contrat ?</p> <p>Comment préparer la reconduction d'un contrat ?</p>	<p>Pour faire vivre efficacement un contrat Grand Compte, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les pièges ➤ Comprendre les objectifs des acheteurs ➤ Maîtriser la contre-argumentation ➤ Identifier et limiter les renégociations potentielles ➤ Identifier les acteurs visibles et invisibles ➤ Assurer une communication efficace ➤ Connaître son style commercial ➤ Savoir mobiliser les équipes et les ressources ➤ Savoir communiquer son avancement ➤ Savoir transformer une menace en opportunité 	<p>Durée : 1 jour</p> <p>Tarif : 1.200 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

3.4.7 Gestion de la vente complexe – Niveau 2



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Comment piloter mes ventes ou celles de mon équipe ?</p> <p>Comment assurer un management direct ou indirect ?</p> <p>Comment définir ses priorités ?</p> <p>Différences entre urgence et priorité ?</p> <p>Comment augmenter la prise de décision ?</p> <p>Comment bien communiquer ?</p>	<p>Pour être efficace en vente complexe et savoir animer mon équipe, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer une équipe projet ➤ Écrire et mettre en œuvre une stratégie d'approche multi-interlocuteur ➤ Gestion du temps et des priorités ➤ Piloter les ressources et les compétences ➤ Écriture et mise en œuvre d'un plan d'actions ➤ Les Indicateurs de Réussite ➤ Techniques avancées de la vente ➤ Savoir accélérer la prise de décision ➤ Communiquer en interne et en externe 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.400 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

3.4.8 Négociation commerciale – Niveau 2



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Différence entre stratégie et tactique ?</p> <p>Quels sont les rapports de force dans la vente ?</p> <p>Comment développer et affirmer la valeur de mon offre ?</p> <p>Comment faire valoir mes arguments ?</p> <p>Quelle psychologie dans la vente ?</p>	<p>Pour être un négociateur efficace et accompagner mes équipes, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Différences entre stratégie et tactique ➤ Les composantes d'une stratégie de négociation ➤ Détecter les enjeux pour son entreprise et pour son client ➤ Identifier les enjeux pour soi et pour son interlocuteur ➤ Connaître les techniques de déstabilisation pour les désamorcer ➤ Savoir gérer le temps ➤ Identifier ses leviers et inverser une tendance négative ➤ Adopter une posture adaptée ➤ Développer les bons réflexes ➤ Savoir identifier les objections prétextes ➤ Se connaître soi-même ➤ Établir le profil de son interlocuteur ➤ Connaître ses croyances limitantes ➤ Identifier les croyances limitantes de son interlocuteur 	<p>Durée : 1 jour</p> <p>Tarif : 1.200 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

3.4.9 Répondre et gérer un appel d'offres



Mes questions	Objectifs	Modalités
<p>Qu'est-ce qu'un appel d'offres ?</p> <p>Différences entre appel d'offres public et privé ?</p> <p>De quoi est composé un appel d'offres ?</p> <p>Comment répondre à un appel d'offres ?</p>	<p>Pour répondre positivement à un appel d'offres, je dois maîtriser :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qu'est-ce qu'un appel d'offres ? ➤ Comprendre pourquoi un appel d'offres est émis ➤ Savoir lire un cahier des charges ➤ Les différentes étapes d'un appel d'offres ➤ Documents essentiels d'un appel d'offres ➤ Connaître les spécificités des marchés publics ➤ Connaître la réglementation en vigueur sur les appels d'offres et la passation des marchés ➤ Connaître les caractéristiques des consultations privées ➤ Définir sa stratégie de réponse 	<p>Durée : 1 jour</p> <p>Tarif : 1.200 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale</p>

	<ul style="list-style-type: none">➤ Savoir interpréter un cahier des charges➤ Savoir se différencier et démontrer sa valeur ajoutée➤ Définir ses limites➤ Savoir rédiger une réponse à un appel d'offres	
--	---	--

3.5 NOS FORMATIONS NIVEAU 3 – EXPERTISE ET DIRECTION

J'accède à un poste de Direction Commerciale et je veux maîtriser les 5 piliers de la fonction en développant les expertises spécifiques nécessaires.

- Établir une stratégie commerciale
- Définir le positionnement de son entreprise, d'une marque ou d'un produit
- Déterminer et mettre en place une organisation commerciale efficace
- Déterminer et mettre en place les outils de pilotage d'activité
- Établir une stratégie de communication efficace
- Adopter une démarche marketing



Présentiel



E-Learning



Distanciel



Mixte

3.5.1 Établir une stratégie commerciale



Mes questions	Objectifs	Modalités
Qu'est-ce qu'une stratégie commerciale ? Comment définir et écrire une stratégie commerciale ? Quelles sont les composantes d'une stratégie commerciale ? Quelles sont les compétences nécessaires ? Quels sont les outils de formalisation d'une stratégie commerciale ?	Pour assurer la Direction Commerciale de mon entreprise ou de mon service, je dois être expert en : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définition de la vision, la mission et les valeurs d'une entreprise ➤ Priorisation et hiérarchisation des actions ➤ Management ➤ Définition des outils de pilotage adapté ➤ Définition des ICP et des ICR ➤ Outils de formalisation d'un plan stratégique 	Durée : 3 jours Tarif : 4.200 € HT/personne Modalités d'accès : ouverte à tout public Prérequis : être acteur de la fonction commerciale avec au moins 3 ans d'expérience et des fonctions d'encadrement

3.5.2 Définir le positionnement de son entreprise, d'une marque ou d'un produit



Mes questions	Objectifs	Modalités
Qu'est-ce que le positionnement d'une entreprise ? Différences de positionnement entre entreprise, marque et produit ? Comment déterminer sa cible commerciale ?	Pour assurer la Direction Commerciale de mon entreprise ou de mon service, je dois être expert en : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Outils méthodologiques marketing ➤ Définition de marché ➤ Définition de DAS 	Durée : 2 jours Tarif : 2.800 € HT/personne Modalités d'accès : ouverte à tout public Prérequis : être acteur de la fonction commerciale avec au moins 3 ans d'expérience et des fonctions d'encadrement

3.5.3 Déterminer et mettre en place une organisation commerciale efficace

Mes questions	Objectifs	Modalités 
<p>Quelles sont les différentes organisations commerciales possibles ?</p> <p>Avantages et inconvénients des différentes organisations commerciales ?</p> <p>Qu'est-ce qu'un plan de ressources ?</p>	<p>Pour assurer la Direction Commerciale de mon entreprise ou de mon service, je dois être expert en :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Management ➤ Organisation commerciale ➤ Démarche commerciale ➤ Calcul de ROI 	<p>Durée : 3 jours</p> <p>Tarif : 4.200 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale avec au moins 3 ans d'expérience et des fonctions d'encadrement</p>

3.5.4 Déterminer et mettre en place les outils de pilotage d'activité

Mes questions	Objectifs	Modalités 
<p>Comment piloter une activité commerciale ?</p> <p>Quels sont les outils de pilotage d'une activité commerciale ?</p> <p>Comment déterminer les bons indicateurs ?</p> <p>Fréquence de communication et de mise à jour des tableaux de bord ?</p> <p>Comment gérer la relation client ?</p>	<p>Pour assurer la Direction Commerciale de mon entreprise ou de mon service, je dois être expert en :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Management ➤ Définition de tableaux de bord ➤ Définition de plan de ressource ➤ Priorisation et hiérarchisation des actions ➤ Définition de cahier des charges 	<p>Durée : 3 jours</p> <p>Tarif : 4.200 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale avec au moins 3 ans d'expérience et des fonctions d'encadrement</p>

3.5.5 Établir une stratégie de communication efficace

Mes questions	Objectifs	Modalités 
<p>Quels sont les canaux de communications possibles ?</p> <p>Avantages et inconvénients de chaque canal de communication ?</p> <p>Bonnes pratiques de communication ?</p> <p>Comment adapter sa communication à sa cible ?</p>	<p>Pour assurer la Direction Commerciale de mon entreprise ou de mon service, je dois être expert en :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Communication de base ➤ Identification des canaux de communication adaptés ➤ Différences entre pluri-canal et omnicanal 	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Tarif : 2.800 €^{HT}/personne</p> <p>Modalités d'accès : ouverte à tout public</p> <p>Prérequis : être acteur de la fonction commerciale avec au moins 3 ans</p>

		d'expérience et des fonctions d'encadrement
--	--	--

3.5.6 Adopter une démarche marketing



Mes questions	Objectifs	Modalités
Qu'est-ce que le marketing ? Comment définir son marché ? Qu'est-ce que le marketing ? Quelles sont les spécificités du digital ?	Pour assurer la Direction Commerciale de mon entreprise ou de mon service, je dois être expert en : <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'histoire du marketing ➤ Les grandes fonctions du marketing ➤ Rôles et missions du marketing 	Durée : 3 jours Tarif : 4.200 € ^{HT} /personne Modalités d'accès : ouverte à tout public Prérequis : être acteur de la fonction commerciale avec au moins 3 ans d'expérience et des fonctions d'encadrement