

### **OBJECTIF :**

Cette formation a pour ambition de décomplexer les relations commerciales en s'appuyant sur des outils fiables et opérationnels. Il sera démontré qu'internet, le numérique et digital, les réseaux sociaux, télévente, et autres méthodes révolutionnaires de prospection et de négociation commerciales n'ont pas enlevé aux contacts et savoir-faire humains la décision finale.

### **FORMATION EN 5 THÈMES PRINCIPAUX :**

-  1. Etat des lieux : rapide constat des connaissances et expériences de prospection et de négociation commerciale permettant de personnaliser la formation des interlocuteurs et participants.
-  2. Les fondamentaux : les différentes théories, prospection et négociation commerciales jusqu'au 21<sup>ème</sup> siècle. Le marketing et la vente. Je prospecte donc je négocie.
-  3. De la théorie à la pratique, exemples réels et cas concrets : analyse d'échecs et de réussites. Validation des méthodes de prospection et de négociation commerciales immédiatement opérationnelles.
-  4. Les variantes de prospection et de négociation commerciales : suivant le produit, le marché, l'interlocuteur, la valeur... En pratique, au travers d'exemples réels fournis par l'animateur et les participants. Retour d'expérience.
-  5. Les outils supports indispensables : CRM, ERP, CGV, CGA, gestion/coût par client, par visite, quantifier les objectifs et les résultats, relance, rapport qualité, étude de marché... comment éviter que les rapports, chiffres et informations découragent la démarche commerciale.

### **PUBLIC :**

-  1. En priorité toute personne en contact avec les clients et/ou les fournisseurs : commerciaux, technico-commerciaux, acheteur, assistant, marketing, direction, SAV...
-  2. Plus largement, tout individu, acteur de l'entreprise, acheteur et vendeur d'un savoir-faire en interne ou en externe : production, comptable, finance, logistique, informatique... Créateur d'entreprise, club d'entreprises, association, collectivité locales...
-  3. Enseignants, étudiants d'école de commerce, de Master, d'IUT, formation continue...

### **MODULARITE :**

Nous nous adaptons en fonction de vos souhaits précis de formation, vos budget et disponibilité. Vous trouverez au verso des exemples de modules répondant à des demandes étudiées et définies avec nos clients.

### **INTERVENANT :**

*Benoît BERNARD, diplômé de l'European Business School, cumule plus de 30 années d'expérience du management achat, commercial, marketing, de la prospection et la négociation en BtoB et BtoC : en « tirant les sonnettes » ou via Internet, jusqu'à la vente à l'export d'équipements industriels complexes. Créateur et manager d'entreprises et d'un Groupement d'Employeurs, il enseigne et participe régulièrement à des jurys : club d'entreprises, école de commerce, IUT...*

*En 2017, il a créé InPromans Conseil qui vous accompagne de son savoir-faire opérationnel dans les domaines du management, du développement commercial-marketing, et de la formation.*

### MODULES :

Les modules de formation, Marketing et Communication, peuvent être adaptés à vos souhaits et besoins.

Il est possible de faire du sur-mesure et de croiser des modules avec d'autres formations, par exemple : Marketing et Communication...etc.

Modules		Objectifs pédagogiques	Contenu	Durée	
N°	Désignation			Heure(s)	Jour(s)
P-1	<b>PROSPECTER</b>	Découvrir et mettre en œuvre des techniques fiables de prospection.	- Toute entreprise doit prospecter. - Outils de prospection. - Mes clients prospectent pour moi. - Les vrais coûts de la prospection.	21	2+1*
P-2	<b>PROSPECTER en BtoB</b>	Découvrir et mettre en œuvre des techniques fiables de prospection en BtoB.	- Le plan d'action commerciale BtoB. - Outils de prospection en BtoB. - Prospecter <u>les</u> décideurs en BtoB. - La prospection-vente en BtoB.	21	2+1*
N-1	<b>NEGOCIER Achat/Vente</b>	Acheteur-vendeur : découvrir et appliquer les différentes techniques de négociation.	- Découvrir mon interlocuteur. - L'objectif de mon interlocuteur. - Techniques de négociation. - Gagnant/gagnant et responsable.	28	3+1*
V-1	<b>VENDRE</b>	Découvrir les techniques opérationnelles liées à chaque étape du cycle de vente.	- Le plan d'action commerciale. - La prospection. - La négociation. - La vente et l'après-vente.	28	3+1*
V-2	<b>VENDRE en BtoB</b>	Découvrir les techniques opérationnelles de vente en BtoB.	- Le plan d'action commerciale BtoB. - Particularités essentielles du BtoB. - La démonstration - négociation. - La vente, l'après-vente et le SAV.	28	3+1*
K-2	<b>MARKETING Opérationnel</b>	Découvrir les techniques marketings fiables pour booster les ventes.	- Le marketing dans tous ses états. - Stratégie et plan marketing. - Echecs /succès marketing. - Le marketing booste mes ventes.	21	2+1*
K-4	<b>MARKETING DIGITAL</b>	S'assurer que les outils marketing les plus récents boostent les ventes.	- Marketing et digital. - Stratégie et plan marketing. - Intérêt de tout savoir des clients. - Le marketing booste mes ventes.	14	1+1*

Par ces formations InPromans apporte conseil et savoir-faire OPERATIONNELS pour les marchés français et exports. Le principe de toutes nos formations :

- **1/3 de théorie indispensable pour maîtriser les fondamentaux.**
- **1/3 de confrontation et d'analyses à partir d'exemples réels et concrets.**
- **1/3\* de retour et d'expérience après mise en pratique sur le terrain.**

### **InPromans ne propose que des formations orientées résultats. Pourquoi remettre à plus tard ?**

Vous en conviendrez les besoins de formation, de mises à jour des connaissances, de validation des acquis (VAE), de prises de recul... existent !

Tentez l'expérience SANS LE MOINDRE ENGAGEMENT, et cherchons ensemble la formation ADAPTEE A VOS BESOINS par téléphone 06 33 54 78 14 ou mail : [benoit.bernard@inpromans.com](mailto:benoit.bernard@inpromans.com)