



RUBRIQUE : VENTE ET COMMERCE





RUBRIQUE VENTE ET COMMERCE – SOMMAIRE

Assurer l'accueil visiteurs lors de manifestations commerciales.....	3
Assurer le suivi de la relation client.....	4
Incoterms.....	6
Le Téléphone au service	7
de l'efficacité commerciale	7
Négociation commerciale.....	8
Organisation commerciale	9
Présenter son entreprise et ses activités	10
Prospection commerciale.....	11
Techniques de vente - essentiel	12
Techniques de vente - perfectionnement.....	13
Relancer des impayés.....	14
Relations douanières.....	15
Sage Gestion commerciale	17
CCP - Assurer l'administration des ventes.....	18
CCP - Contribuer au développement et à la fidélisation de la clientèle.....	19
CCP - Participer à l'organisation et au suivi des actions commerciales	20

Assurer l'accueil visiteurs lors de manifestations commerciales



REFERENCE

2G-003 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Accueillir et renseigner les visiteurs lors de manifestations commerciales
- Renseigner sur l'entreprise, ses produits/services, ses conditions de ventes...
- Présenter de manière attractive et contribuer à la bonne image de l'entreprise

PUBLIC VISE

Tout représentant de la société lors de la manifestation (personnel d'accueil, assistants commerciaux, commerciaux..) en poste ou en prise de poste

PRE-REQUIS

- Français, allemand ou anglais B2
- Préparation de la formation : apporter les supports de communication disponibles lors des manifestations, plans des stands, objectifs spécifiques, consignes particulières...

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Accueil et communication

- Introduction : les salons, foires, portes ouvertes, visites de showroom : attentes des exposants et des visiteurs, enjeux, échanges sur les expériences des participants
- Assurer l'accueil des visiteurs connus, hésitants, inconnus à l'occasion de manifestations commerciales
- Orienter vers un spécialiste, inviter à patienter, orienter vers le produit/service recherché
- Communiquer de façon claire et assertive
- Travailler sa capacité d'écoute
- Mettre en œuvre les techniques d'écoute active, de questionnement et de reformulation
- Exercices pratiques de communication (émission, réception, restitution)
- Détecter les besoins ou informations souhaités et renseigner les visiteurs
- Adopter une attitude positive

Développer son savoir-faire commercial

- Faire un pitch entreprise : une présentation courte pour susciter l'intérêt
- Souligner les champs de compétences, performances produits, chiffres, références, valeur ajoutée en peu de temps et avec impact
- Choisir les bons mots (mots vendeurs, choix lexicaux..)
- Faire un pitch produit /service
- Répondre aux motivations d'achat courantes en présentant son produit (mise en application des motivations SONCASE)
- Adapter son pitch au profil du visiteur
- Utiliser les outils de communication à bon escient (panneaux, flyers, catalogues, vidéos, contenus flycase...)

Préparer son suivi clients/prospects

- Concevoir et renseigner une fiche contact

Assurer le suivi de la relation client



REFERENCE

2G-004 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Assurer le suivi de la relation clientèle courante
- Désamorcer des relations tendues suite à une insatisfaction
- Adopter un savoir-être calme, au service du client et de son entreprise

PUBLIC VISE

Personne en poste ou en prise de poste, assistant (e) commercial (e) ou commercial, sédentaire ou itinérant, personnel du service après-vente

PRE-REQUIS

- Français, allemand ou anglais B2
- Préparation de la formation : fournir des exemples de relations tendues vécues

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

7h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)

1

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Savoir-être commercial et communication adéquate

- La nécessité du suivi de la relation clientèle, fréquence et outils
- Le savoir-être dans le suivi commercial (en rendez-vous, par e-mail, via les modes de communication utilisés, les réseaux sociaux...)
- Utiliser le ton et le style adaptés à une relation commerciale

Gérer les incidents de la relation commerciale

- La courbe de confiance dans la relation
- Gérer les incidents (défaut, délais, non-conformité ...) et l'insatisfaction du client
- Chercher des solutions et mettre en place les actions correctives dans les délais annoncés
- Apporter une réponse satisfaisant les parties
- En cas d'insatisfaction soutenue ou d'attitude agressive (à l'oral et/ ou à l'écrit) : garder son calme et communiquer de façon assertive et courtoise dans une situation délicate
- Mettre en place des actions préventives et tendre vers le consomm'acteur

Du commercial sédentaire au commercial itinérant



REFERENCE

2G-023 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

Assurer la transition de commercial sédentaire à commercial terrain

PUBLIC VISE

Commercial sédentaire ayant une très bonne connaissance de son entreprise et de ses produits

PRE-REQUIS

- Français ou allemand B2
- Utilisation d'Excel et d'Internet

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Analyser son environnement et organiser son activité commerciale, délimiter ses cibles et outils commerciaux

- Analyser la concurrence et produits sur le marché
- Analyser sa compétitivité
- Diagnostiquer sa création de valeurs
- Arguments de vente
- Faire son SWOT commercial
- La cible de prospection (B to B, B to C, tailles de sociétés, zone chalandise, ...)
- Les objectifs chiffrés
- Elaborer son plan d'action commerciale
- Définir les supports de communications, les outils et les deadlines

Les spécificités de la prospection téléphonique et de la vente sur le terrain

- La communication verbale et non verbale
- L'attitude perceptible au téléphone, le savoir-être et le sourire
- La déperdition du message
- Communiquer de façon assertive
- Découvrir les besoins

Techniques de vente

- Les clés du langage
- Les mots vendeurs
- La méthode CAP
- Anticiper les objections
- Convaincre pour vendre
- Le suivi des actions des actions de prospection et de fidélisation

Incoterms

INTER



REFERENCE

2G-015 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Connaître les incoterms®2010 pour bien les utiliser et bien négocier
- Etablir un schéma logistique cohérent et sécurisé pour chacun
- Gérer avec efficacité ses dossiers import/export (de l'offre commerciale au paiement)

PUBLIC VISE

- Dirigeants PME/PMI, TPE
- Commerciaux (achat/vente), Ingénieurs commerciaux
- Chefs de projets, administration des achats / des ventes, logistique

PRE-REQUIS

Avoir des notions de base sur les incoterms®2010

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Nouveautés de la publication 2010

- Ils ne sont plus que 11 et s'utilisent en national autant qu'à l'international
- L'usage des incoterms® 2010 dédiés au fluvial et au maritime (vrac & conventionnel)
- La place des Omni modaux dans la publication 2010
- L'usage des Omni modaux en transport terrestre & aérien
- L'usage des Omni modaux en transport maritime conteneurisé et/ou en combiné

Incoterms® et contrats induits

- Obligations du vendeur en matière d'emballage et de marquage
- Gestion des opérations de douane export/import
- Conditions d'une facturation HT à l'international
- Gestion des opérations de chargement/déchargement, groupage/dégroupage, transport
- Schéma logistique et évaluation des opérations logistiques à mener
- Les incoterms® de ventes au départ : E, F, C
- Présentation des 8 incoterms® de vente au départ
- Différenciation du point de transfert de frais et du point de transfert de risques
- Différence entre transfert de responsabilité (risque) et transfert de propriété
- L'avantage des ventes au départ : délai et règlement
- L'assurance de la marchandise & le recours en cas d'avaries
- Les incoterms® de ventes à l'arrivée : DAT, DAP, DDP
- Présentation des 3 incoterms® de vente à l'arrivée
- L'usage du D et la gestion des risques
- Les conditions d'une vente en DDP

Choisir un Incoterms®

- Choisir un incoterms® en fonction de ses conditions générales de vente
- Choisir un incoterms® en fonction de ses objectifs et des risques encourus
- Choisir un incoterms® selon le mode de transport et/ou le type d'expédition
- Les 4 principaux incoterms® utilisés par l'entreprise (national, intra-communautaire, extra communautaire)

Place des Incoterms® dans la gestion commerciale

- La place de l'incoterms® dans l'offre commerciale
- La place de l'incoterms® dans le contrat commercial
- Les documents liés aux incoterms® (preuve de la réalisation du contrat)
- Distinguer les documents liés à la demande particulière du client
- La chaîne documentaire dans le cadre d'une garantie de paiement

Le Téléphone au service de l'efficacité commerciale



REFERENCE

2G-016 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Les subtilités des échanges commerciaux par téléphone
- Avoir un état d'esprit positif tourné vers le client
- Comprendre l'enjeu des échanges téléphoniques, dans la relation client
- Se donner les moyens de connaître son client, son environnement et se

PUBLIC VISE

Commerciaux. Managers commerciaux. Toutes personnes ayant une mission d'assistance commerciale

PRE-REQUIS

Aucun

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Gérer la prise de contact au téléphone

- Se présenter et donner une image valorisante de soi et de l'entreprise
- Adapter son message sur le fond et la forme par rapport à ses interlocuteurs, l'importance de l'écoute et de l'empathie
- Faire vivre sa voix, le volume, le ton, le rythme, le sourire.

Savoir transmettre les informations clés

- Mettre en valeur les arguments importants sur ses produits
- La découverte du besoin

Penser action, solution et fidélisation

- Apporter des réponses percutantes face aux objections.
- Travailler ses techniques de questionnement
- Pratiquer la reformulation
- Défendre son prix
- Intégrer et exploiter à bon escient les expressions et les mots positifs pour être rassurant et persuasif

Mettre en œuvre une démarche proactive pour fidéliser

- Orienter l'entretien vers une prise de commande voire une vente additionnelle
- Maîtriser la notion d'assertivité dans l'approche commerciale

Négociation commerciale

INTER



REFERENCE

2G-017 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Maîtriser une méthode simple et opérationnelle pour préparer et réussir toutes vos négociations commerciales
- Mieux défendre vos propositions commerciales et résister à la pression du client
- Gérer les situations commerciales difficiles ou déstabilisantes

PUBLIC VISE

Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs d'affaires

PRE-REQUIS

Maîtriser les fondamentaux des techniques de vente

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

**Définir les champs respectifs de la vente et de la négociation.
Conséquences attitude / méthode**

Adopter la bonne posture en négociation

- Identifier son style de négociateur

Se renforcer dans la lutte d'influence psychologique

- Comment éviter d'affaiblir sa position, gérer la pression
- Reconnaître les 6 curseurs du pouvoir en négociation et... les déplacer à son avantage

Préparer sa négociation dans les meilleures conditions

- Être conscient des conséquences sur la marge d'une baisse de prix ou de coûts non facturés
- Etablir son offre : son objectif, son plancher
- Clarifier ce qui est négociable, ce qui ne l'est pas
- Ajuster son positionnement tactique : niveau d'exigence initiale, pivots, axes de repli

La négociation en face à face

- Présenter son offre/ sa hausse de prix et Argumenter
- Savoir dire Non et le valoriser
- Pas de concession sans obtenir une contrepartie : comment la définir, la solliciter et l'obtenir?
- Comment réorienter les demandes de l'interlocuteur vers des concessions moins coûteuses ou non récurrentes pour ne pas altérer durablement ses résultats
- Les techniques de pré fermeture : maîtriser les questions de principe et organiser l'engagement

Mise en place d'un plan d'action personnel

Organisation commerciale

INTER



REFERENCE

2G-018 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Comprendre les leviers qui influencent les résultats
- Savoir mettre en place les outils (organisation, prospection, négociation, gestion du temps,..)

PUBLIC VISE

Toutes personnes ayant des missions commerciales et cherchant à optimiser son organisation

PRE-REQUIS

Aucun

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Organiser son temps de commercial efficacement

- Impact du stress sur la gestion du temps
- Astuces pratiques pour maîtriser son stress
- Hiérarchiser ses activités : stratégiques/peu stratégiques
- Gérer son quotidien grâce à un plan d'actions
- Fixer ses objectifs à moyen et long terme
- Maintenir ses priorités en dépit des aléas

Organiser son activité commerciale

- Le portefeuille
- Les différents indicateurs qui caractérisent un portefeuille
- Les 3 réservoirs d'un portefeuille, Client/Prospects/projet
- Les critères de mesure d'un client en implication et en potentiel
- L'évaluation du volume du portefeuille
- Les indicateurs opérationnels

Faire évoluer son organisation commerciale personnelle

- Faire l'état des lieux de son organisation commerciale et identifier les actions chronophages: repérer ses propres freins
- Construire son organisation commerciale idéale
- Organiser son duo avec son assistante commerciale : définir les missions, savoir déléguer

Présenter son entreprise et ses activités

Stratégie Commerciale



REFERENCE

2G-019 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Mettre en valeur son entreprise et ses activités
- Cibler pour mieux vendre

PUBLIC VISE

Dirigeants, managers, technico-commerciaux, commerciaux

PRE-REQUIS

- Français ou allemand B2
- Utilisation de Word, Excel, Powerpoint et d'Internet

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Présenter

- Présenter son entreprise et ses activités
- Mise en situation – feed-back (présentation en salle)
- Présenter chaque activité de façon détaillée en adoptant un discours clair
- Mise en situation – feed-back (présentation Powerpoint en salle)
- Choix lexicaux : adopter les mots vendeurs

Cibler

- Identifier ses cibles commerciales et les stratégies d'approche
- Identifier les besoins et les motivations d'achat (SONCAS)
- Exercices pratiques : adapter son discours commercial à ses cibles

Pitcher

- Faire un pitch entreprise
- Exercice oral et feed-back sur la prise de parole
- Faire un pitch produit
- Exercice oral et feed-back sur la prise de parole

Prospection commerciale

INTER



REFERENCE

2G-020 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Adopter un comportement efficace en prospection
- Cultiver un mental offensif pour entretenir son envie et son endurance en prospection

PUBLIC VISE

- Commerciaux, assistante ou managers commerciaux
- Toutes personnes ayant une mission de prospection commerciale

PRE-REQUIS

Aucun

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Développer son instinct de chasseur : les clés de la motivation et de l'endurance en prospection

- Développer un esprit offensif : penser positif, relativiser l'échec, accepter le non
- Améliorer son organisation personnelle pour ritualiser les plages de prospection
- Entretien son réseau pour prospecter sans s'en apercevoir
- Fidéliser et utiliser la recommandation comme vecteur de croissance

Définir un plan de prospection pour focaliser son énergie sur le vrai potentiel

- Identifier son marché et ses cibles dans la logique 80/20
- Analyser ses clients pour mieux qualifier ses suspects
- Exploiter, faire vivre et enrichir sa base de données au quotidien
- La question des clients perdus ou inactifs
- Cerner les bons interlocuteurs et les décideurs à contacter
- Construire des accroches courtes, percutantes et sur-mesure

Crédibiliser son approche par une entrée en matière personnalisée

- S'adapter à l'environnement client et créer un climat propice au dialogue
- Mettre en avant son expertise plutôt que ses produits
- Faire rentrer les prospects dans un processus organisé

Évaluer la performance de ses actions de prospection pour identifier les bonnes et mauvaises pratiques

- Préparer soigneusement son rendez-vous
- Identifier et planifier les actions à mener sur l'affaire

Techniques de vente - essentiel



INTER

REFERENCE

2G-024 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Conclure une vente de l'argumentation à l'accord.
- Traiter les points de désaccord avec un client
- Gérer son stress, afin de maîtriser la négociation commerciale

PUBLIC VISE

- Commerciaux, technico-commerciaux, assistante commerciale, ingénieur d'affaires, responsable de secteur
- Toutes personnes ayant une mission d'assistance commerciale

PRE-REQUIS

Aucun

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

21h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
3

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Gérer le processus de vente

- Les motivations d'achats
- Obtenir l'accord de son client
- Les risques liés au client qui souhaite réfléchir: comment emporter la décision
- Les petits plus qui donne envie de revenir

Traiter les objections

- Méthode DESC
- Hiérarchiser les arguments en fonction des objectifs à atteindre
- Comment prendre du recul
- S'accorder sur un terrain d'entente pour lever les blocages.

Traiter un désaccord

- Gérer l'agressivité du client face à un retard de livraison, un problème de références, un soucis de commande, une rupture de stock,...
- Utiliser l'énergie positive pour transformer une critique en solution
- Poser des questions ciblées pour comprendre les motivations
- Comprendre dans quel cadre le client réagit

Etre plus assuré et faire face aux négociations tendues

- S'approprier des techniques pour mieux gérer son stress
- La maîtrise de soi (projection, introversion, Identification) Techniques pour calmer le jeu
- Etablir un climat de confiance avec le client

S'approprier des techniques pour mieux gérer son stress

- La maîtrise de soi (projection, introversion, Identification) Techniques pour calmer le jeu
- Etablir un climat de confiance avec le client

Elaborer une stratégie de négociation

- Identifier l'objectif commun
- Jalonner les différentes étapes de la négociation
- Etablir différents scénarios
- Exploiter le jeu de la partie adverse, éviter de laisser découvrir le sien

Techniques de vente - perfectionnement



INTER

REFERENCE

2G-025 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Conclure une vente de l'argumentation à l'accord.
- Traiter les points de désaccord avec un client
- Gérer son stress, afin de maîtriser la négociation commerciale

PUBLIC VISE

Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs d'affaires. Toutes personnes ayant une mission d'assistance commerciale

PRE-REQUIS

Maîtriser les fondamentaux des techniques de vente

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Gérer le processus de vente

- Le plan de découverte
- Les motivations d'achats
- Obtenir l'accord de son client
- Les risques liés au client qui souhaite réfléchir : comment emporter la décision
- Les petits plus qui donne envie de revenir

Traiter les objections

- Les méthodes (DESC / CAP/ ...)
- Hiérarchiser les arguments en fonction des objectifs à atteindre
- Comment prendre du recul?
- S'accorder sur un terrain d'entente pour lever les blocages.

La satisfaction client, un enjeu capital

- Se positionner, situer son rôle, ses missions
- Mieux comprendre les attentes des clients
- La qualité de service de votre entreprise : un enjeu à tout moment et en toutes circonstances

L'identification des clients

- Les typologies de clients dans la distribution
- Leurs attentes visibles et cachées
- Les motivations d'achats dans le temps

S'approprier des techniques pour mieux gérer son stress

- La maîtrise de soi (projection, introversion, Identification) Techniques pour calmer le jeu
- Etablir un climat de confiance avec le client

Conclure la vente

- Obtenir l'accord de son client
- Les risques liés au client qui souhaite réfléchir: comment emporter la décision
- Les petits plus qui donne envie de revenir

Relancer des impayés

INTER



REFERENCE

2G-021 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Savoir prévenir les impayés
- Connaître les techniques et outils pour mieux encadrer et maîtriser ses encours clients
- Négocier au téléphone et comprendre les circuits de paiement des clients

PUBLIC VISE

Toute personne amené à relancer des factures clients au sein de la société

PRE-REQUIS

Aucun

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

La prévention

- La connaissance du client: aspects juridiques et financiers, les sources de renseignements, le risque et l'encours autorisé
- Le suivi des clients: les outils pour prévenir les impayés

Le traitement de l'impayé

- La constitution du dossier et le rassemblement des preuves
- Le pré contentieux

Les procédures judiciaires

- Les principales procédures
- Les mesures exécutoires

Mise en œuvre d'autres outils pour éviter les pertes

- La clause de réserve de propriété
- La rétention du bien
- La compensation légale

Les règles de la relance téléphonique

- Pourquoi il ne faut pas culpabiliser
- La relance avant échéance: pour qui, comment?
- Après l'amiable: quels moyens utiliser, quand, comment?

L'entretien téléphonique

- Principes de base de la communication
- Le vocabulaire et les termes appropriés
- La reformulation et la réponse aux objections
- La négociation et conclusion

Relations douanières

INTER



REFERENCE

2G-022 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

- Connaître le fonctionnement des déclarations
- Se mettre en règle vis à vis des autorités douanières et fiscales dans les opérations à l'international
- Gérer une déclaration directement ou par le biais d'un commissionnaire
- Connaître les possibilités

PUBLIC VISE

Dirigeants, commerciaux, administration des ventes/des achats, logistique, comptabilité

PRE-REQUIS

Aucun

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

14h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
2

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Les échanges internationaux et les obligations de l'entreprise

- Le principe de déclaration dans les opérations à l'international
- Impact des échanges internationaux et pièges pour l'entreprise
- Les missions de la douane et le soutien qu'elle peut apporter aux opérateurs
- Les conditions d'une vente en exonération de TVA à l'international
- Les preuves à l'exportation (EAD ou titre de transport international) à conserver
- Les risques à vendre en EXW à l'international ; les Incoterms® à favoriser à l'international

Les opérations intra-communautaires

- L'intracommunautaire : DEB & DES (quand, pourquoi, comment)
- Le contrôle de l'identifiant intracommunautaire de son client pour la DEB
- La justification de la facturation en exonération de TVA
- Schéma logistiques et déclarations: du flux direct classique aux flux particuliers des triangulaires
- Retours de marchandises, avoirs, prestations associées : déclarations et CA3
- Cross docking, VAD... (Particularités de certains produits, pays)

Éléments de la déclaration en douane

- Les obligations douanières : informations à fournir, modalités, procédure
- La définition du code douanier du produit (TARIC)
- La définition de l'origine du produit
- Le choix du régime douanier adapté
- La chaîne documentaire (liée à l'incoterms® & à la réglementation)
- Le Certificat d'Origine, l'EUR & l'ATR : « quand, qui, comment, pourquoi »
- La déclaration import / la déclaration export: caractéristiques, formalités
- Les outils de déclaration / Sécurité et sauvegarde (ECS/ICS)

Fonctionnement de ma déclaration (Import et Export)

- Le calcul de la valeur en douane, fiscale et statistique
- Les droits et taxes à l'import, les accords préférentiels
- Les droits d'accises, les droits antidumping
- Les procédures de dédouanement, le DAU
- Les informations à fournir au déclarant ; les documents à obtenir du déclarant

Ciel Gestion commerciale



REFERENCE

2G-013 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

Acquérir la technique informatique pour être capable d'assurer la gestion commerciale et l'administration des ventes d'une entreprise

PUBLIC VISE

Personne concernée par le traitement des ventes

PRE-REQUIS

Connaître l'environnement Windows et avoir une pratique des ventes

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

35h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
5

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Démarrage de Ciel Gestion commerciale

- Interface de Ciel Gestion commerciale
- Paramétrage de la société

Création des bases

- Modification de la TVA
- Création et modification des clients, des fournisseurs et des représentants
- Création et modification des articles et familles d'articles

Documents d'achats et vente

- Création, modification et suppression
- Transfert en une autre pièce commerciale

Edition de documents

- Portefeuille de commandes
- Cadencier de livraison
- Etat du stock
- Echancier
- Relevé de comptes
- Relances clients
- Bordereau de remise en banque
- Lettre de pénalités de retard

Liaison comptable

- Paramétrage de la liaison
- Comptabilisation des pièces comptables
- Génération dans Ciel Comptabilité

Gestion des tarifs

- Création de tarif exceptionnel ou quantitatif
- Mise à jour des tarifs

Gestion du stock

- Gestion des reliquats articles
- Gestion des avoirs
- Etat de réapprovisionnement
- Génération de commande automatique
- Inventaire des articles
- Mise à jour du stock
- Catalogue des articles

Production et fabrication

- Création d'une nomenclature
- Commande fournisseurs d'une nomenclature
- Création d'un assemblage de nomenclature
- Etat de capacité de fabrication

Gestion des acomptes

- Création et suppression d'un acompte
- Comptabilisation d'un acompte

Edition de documents d'analyse

- Statistiques des clients, des fournisseurs, des représentants et des articles

Sage Gestion commerciale



REFERENCE

2G-014 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

Acquérir la technique informatique pour être capable d'assurer la gestion commerciale et l'administration des ventes d'une entreprise

PUBLIC VISE

Personne concernée par le traitement des ventes

PRE-REQUIS

Connaître l'environnement Windows et avoir une pratique des ventes

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

35h

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
5

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation animée en français
- De 4 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explications (50%) / mises en application (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers/projets
- Contrôle continu et certificat de stage

Démarrage de Sage Gestion commerciale

- Interface de Sage Gestion commerciale
- Paramétrage de la société

Création des bases

- Modification de la TVA
- Création et modification des clients, des fournisseurs et des représentants
- Création et modification des articles et familles d'articles

Documents d'achats et vente

- Création, modification et suppression
- Transfert en une autre pièce commerciale

Edition de documents

- Portefeuille de commandes
- Cadencier de livraison
- Etat du stock
- Echancier
- Bordereau de remise en banque

Production et fabrication

- Création d'une nomenclature
- Documents de fabrication
- Simulation de fabrication

Liaison comptable

- Paramétrage de la liaison
- Comptabilisation des pièces comptables
- Génération dans Sage Comptabilité

Gestion des tarifs

- Création de tarif exceptionnel ou quantitatif
- Mise à jour des tarifs

Gestion du stock

- Gestion des reliquats de commandes
- Gestion des avoirs
- Etat de réapprovisionnement
- Génération de commande automatique
- Inventaire des articles
- Mise à jour du stock
- Catalogue des articles

Gestion des acomptes

- Création et suppression d'un acompte
- Comptabilisation d'un acompte

Edition de documents d'analyse

- Statistiques des clients, des fournisseurs, des représentants et des articles
- Archivage des factures comptabilisées
- Suppression des factures comptabilisées



Bloc de Compétence

REFERENCE

2G-0010 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

Obtenir le Certificat de Compétences Professionnelles (CCP) correspondant

PUBLIC VISE

Tout public

PRE-REQUIS

- Sans niveau de diplôme particulier
- Projet validé par un Conseiller en Evolution Professionnelle
- Aisance à l'écrit et à l'oral en français

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

85h30 max ; formation continue ou en alternance

(volumes indicatifs et personnalisables en fonction des besoins et du profil)

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)

Rythme distanciel personnalisé

Session de validation en présentielle

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Exposés et illustrations avec diaporamas et/ou supports pédagogiques individuels
- Réalisation de synthèses de cours
- Exercices de réflexions et travaux de groupe
- Exercices individuels d'application et corrigés
- Evaluations formatives, normatives et correctives
- Travaux et révisions en salle tutorée ou e-learning ponctuellement
- 1 formateur pour 8 à 16 stagiaires
- Mises en situation avec utilisation des logiciels dédiés
- Exercices interactifs d'application et d'auto-évaluation

CT1 - Traiter les commandes du devis jusqu'au règlement de la facture

- Dans un but de satisfaction du client, effectuer les différentes opérations de gestion administrative des ventes dans le respect de la législation commerciale et des procédures en vigueur dans l'entreprise.
- Etablir les devis, vérifier et enregistrer les commandes, établir et éditer les bons de livraison, les factures, les avoirs et les relevés, enregistrer les règlements, à l'aide d'un logiciel de gestion commerciale.
- Classer les documents commerciaux sous forme papier ou numérique et actualiser les fichiers.
- Transmettre les documents et informations aux acteurs concernés : comptabilité, service expéditions, clients, force de vente.

CT2 - Assurer le suivi de la relation clientèle en français et en anglais

- Lors d'une demande d'information ou d'une réclamation de la part d'un client, rechercher une solution qui concilie satisfaction de la clientèle et intérêt de l'entreprise.
- Apprécier la complexité des enjeux et alerter la hiérarchie si nécessaire.
- Mettre en oeuvre les actions correctives pour faire face aux situations d'urgence : besoins particuliers, retards de livraison, avaries.
- Informer les interlocuteurs concernés - équipe commerciale, production, service expédition, comptabilité, transporteur - des actions à mettre en place ou des décisions prises.
- Actualiser les données des fichiers et dossiers clients.

CT3 - Prévenir et gérer les impayés

- Afin de limiter les impayés, dans le cas d'un nouveau client ou d'une commande d'un montant élevé, s'assurer de la solvabilité du client en collectant les informations relatives à sa situation financière. Pour tout crédit accordé, suivre les encours de règlement et les paiements. Si nécessaire, déclencher une demande d'encours auprès des organismes d'assurance crédit ou d'affacturage.
- En cas d'impayé, analyser l'historique du dossier client, effectuer une relance par téléphone ou par courrier, en fonction de la procédure de recouvrement de créances. Rechercher une solution avec le client dans un intérêt mutuel. En cas de non-respect des engagements, transférer le dossier au service contentieux. Informer les acteurs concernés et alerter son hiérarchique en cas de situation critique.

Un titre professionnel est accessible par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) ou suite à un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues dans l'arrêté du 9 mars 2006 relatif aux conditions de délivrance du Titre Professionnel du ministère chargé de l'emploi.

Titre(s) Professionnel(s) lié(s) :

- Assistant(e) Commercial(e)



Bloc de Compétence

REFERENCE

2G-0011 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

Obtenir le Certificat de Compétences Professionnelles (CCP) correspondant

PUBLIC VISE

Tout public

PRE-REQUIS

- Sans niveau de diplôme particulier
- Projet validé par un Conseiller en Evolution Professionnelle
- Aisance à l'écrit et à l'oral en français

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

35h max ; formation continue ou en alternance (volumes indicatifs et personnalisables en fonction des besoins et du profil)

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
Rythme distanciel personnalisé
Session de validation en présentielle

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Exposés et illustrations avec diaporamas et/ou supports pédagogiques individuels
- Réalisation de synthèses de cours
- Exercices de réflexions et travaux de groupe
- Exercices individuels d'application et corrigés
- Evaluations formatives, normatives et correctives
- Travaux et révisions en salle tutorée ou e-learning ponctuellement
- 1 formateur pour 8 à 16 stagiaires
- Mises en situation avec utilisation des logiciels dédiés
- Exercices interactifs d'application et d'auto-évaluation

CT8 - Accueillir et renseigner les visiteurs en français et en anglais lors de manifestations commerciales

- Dans un but de développement et de fidélisation de la clientèle, accueillir les visiteurs en français et en anglais lors de manifestations commerciales : salons, foires, journées portes ouvertes.
- Susciter leur intérêt, les renseigner sur l'entreprise, ses produits ou services et leur remettre une documentation.
- En fonction de la nature de la demande et de l'interlocuteur, passer le relais à un commercial ou à un responsable.
- Renseigner la fiche contact de façon systématique.

CT9 - Réaliser une opération de prospection téléphonique

- Afin d'optimiser le travail de la force de vente, qualifier un fichier prospects et prendre des rendez-vous par téléphone pour les commerciaux, à partir d'un fichier existant ou d'une liste de contacts.
- Rechercher et sélectionner des contacts en fonction d'une cible visée, construire et utiliser un script d'appel téléphonique, contacter les interlocuteurs cibles en franchissant les barrières et actualiser les données du fichier.
- Faire le bilan de l'opération de prospection.

CT10 - Conseiller et vendre par téléphone

- Pour contribuer au développement commercial de l'entreprise, à l'occasion de contacts téléphoniques avec la clientèle, détecter ses attentes, la conseiller et l'orienter dans son choix.
- Vendre des produits renouvelables ou des consommables à des clients.
- Dans le cadre d'une action commerciale, promouvoir une offre, un produit ou un service additionnel par une argumentation construite et adaptée.
- Mettre à jour le dossier client.

Un titre professionnel est accessible par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) ou suite à un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues dans l'arrêté du 9 mars 2006 relatif aux conditions de délivrance du Titre Professionnel du ministère chargé de l'emploi.

Titre(s) Professionnel(s) lié(s) :

- Assistant(e) Commercial(e)



Bloc de Compétence

REFERENCE

2G-0012 G - Vente & Commerce

OBJECTIF

Obtenir le Certificat de Compétences Professionnelles (CCP) correspondant

PUBLIC VISE

Tout public

PRE-REQUIS

- Sans niveau de diplôme particulier
- Projet validé par un Conseiller en Evolution Professionnelle
- Aisance à l'écrit et à l'oral en français

PRE-REQUIS TECHNIQUES

Ordinateur, Tablette ou Smartphone connecté à internet, équipé d'un micro et de sorties audio

DURÉE en HEURES :

105h max ; formation continue ou en alternance
(volumes indicatifs et personnalisables en fonction des besoins et du profil)

RYTHME / NOMBRE DE JOURS

(Rythme distanciel organisé par demi-journée)
Rythme distanciel personnalisé
Session de validation en présentielle

MODALITE PEDAGOGIQUES :

Classe Virtuelle et visio avec Zoom
Accès plateforme d'apprentissage et ressources DIGIPAS

METHODES PEDAGOGIQUES

- Exposés et illustrations avec diaporamas et/ou supports pédagogiques individuels
- Réalisation de synthèses de cours
- Exercices de réflexions et travaux de groupe
- Exercices individuels d'application et corrigés
- Evaluations formatives, normatives et correctives
- Travaux et révisions en salle tutorée ou e-learning ponctuellement
- 1 formateur pour 8 à 16 stagiaires
- Mises en situation avec utilisation des logiciels dédiés
- Exercices interactifs d'application et d'auto-évaluation

CT4 - Elaborer et actualiser les tableaux de bord commerciaux

- Pour permettre une meilleure visibilité de l'activité commerciale et faciliter la prise de décisions stratégiques, élaborer et actualiser des tableaux de bord et de suivi.
- Collecter et vérifier les données chiffrées à partir de différentes sources identifiées.
- Concevoir et présenter tableaux et graphiques pour faciliter l'analyse des résultats en choisissant le type de calculs à effectuer, rédiger un commentaire succinct.
- Attirer l'attention de sa hiérarchie sur les éléments significatifs.

CT5 - Participer à la veille commerciale

- En vue de détecter de nouveaux marchés ou à l'occasion du lancement d'un produit, à la demande du responsable commercial, repérer et rechercher les données exploitables sur les tendances du marché et la concurrence, dans des sources d'information fiables.
- Analyser ces données, en faire une synthèse et la diffuser aux personnes intéressées.
- Constituer des dossiers thématiques portant sur l'innovation technologique, le positionnement d'un produit sur un marché et organiser sa documentation.

CT6 - Concevoir et réaliser un support de communication commerciale

- Dans le but de promouvoir l'entreprise, ses produits ou services dans le cadre d'une action commerciale, concevoir et mettre en forme divers supports de communication : plaquettes, offres promotionnelles, diaporamas, invitations, newsletter. Identifier l'objectif et la cible visés, rechercher les informations et éléments nécessaires à l'élaboration du support, rédiger dans un style adapté à la cible et au type de document, mettre en forme dans le respect de la charte graphique de l'entreprise.
- Vérifier la conformité des travaux réalisés par les prestataires internes et externes.
- Mettre à jour le site internet de l'entreprise.

CT7 - Organiser une action commerciale et en assurer le suivi

- En fonction des axes stratégiques et des plans d'actions définis par la direction commerciale, planifier une action commerciale telle qu'une opération promotionnelle, un lancement de produit, la participation à une manifestation commerciale, en contrôler le déroulement et établir le budget.
- Apporter les mesures correctives pour remédier aux aléas et/ou alerter la hiérarchie ou les personnes concernées.
- A l'issue de l'action, contribuer à l'élaboration du bilan.

Un titre professionnel est accessible par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) ou suite à un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues dans l'arrêté du 9 mars 2006 relatif aux conditions de délivrance du Titre Professionnel du ministère chargé de l'emploi.

Titre(s) Professionnel(s) lié(s) :

- Assistant(e) Commercial(e)



ASTRALIOS : Ils nous font confiance...



CLIENTS



OPCO

