

REDIGER UNE PROPOSITION COMMERCIALE EFFICACE

Public concerné :

Tout salarié en charge de participer à la rédaction de propositions commerciales

Prérequis :

Connaitre son offre commerciale

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- ☉ Comprendre les fondamentaux de la rédaction d'une proposition commerciale
- ☉ Disposer d'une méthode rédactionnelle
- ☉ Personnaliser leur proposition en fonction de leurs interlocuteurs et du projet

Modalités pratiques et conditions financières :

- ☉ Durée : 1 jour
- ☉ Nombre de participants : sur demande
- ☉ Calendrier d'intervention : sur demande
- ☉ Lieu : sur demande
- ☉ Tarif : sur devis

Moyens pédagogiques et techniques :

- ☉ Echanges et apports d'informations du formateur
- ☉ Exercices individuels



PROGRAMME

Séquence 1 : Concevoir une proposition commerciale pertinente

- ② Définir sa cible
- ② Elaborer efficacement sa stratégie
- ② Les rubriques incontournables de la proposition commerciale
- ② Faire la différence face aux concurrents

Séquence 2 : La présentation visuelle

- ② Structurer sa présentation selon un plan logique
- ② Les outils qui existent et ce qui fonctionne
- ② Les pièges à éviter

Séquence 3 : Personnaliser sa proposition commerciale

- ② Adapter sa proposition en fonction du projet et du client
- ② Personnaliser son chiffrage en fonction de son interlocuteur



SOUTENIR SON OFFRE COMMERCIALE EN RENDEZ-VOUS

Public concerné :

Tout salarié en charge de soutenir des propositions commerciales auprès de clients de l'entreprise, par téléphone ou en rendez-vous.

Prérequis :

Connaître son offre commerciale

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- ☺ Maitriser les différentes techniques de soutenance d'offres
- ☺ Utiliser l'offre commerciale comme outil d'aide à la vente et de closing
- ☺ Adapter sa soutenance au profil et cadre de communication de son interlocuteur

Modalités pratiques et conditions financières :

- ☺ Durée : 1 jour
- ☺ Nombre de participants : sur demande
- ☺ Calendrier d'intervention : sur demande
- ☺ Lieu : sur demande
- ☺ Tarif : sur devis

Moyens pédagogiques et techniques :

- ☺ Echanges et apports d'informations du formateur
- ☺ Exercices individuels



PROGRAMME

Séquence 1 : Enjeux et formats de soutenance

- ② Les enjeux de la soutenance commerciale
- ② Les différents formats de soutenance

Quizz de sensibilisation aux enjeux de la soutenance dans la démarche commerciale

Séquence 2 : Les étapes d'une soutenance « gagnante »

- ② Se préparer à l'exercice
- ② Soutenance brève – 10 minutes
- ② Soutenance détaillée – 1 heure
- ② Soutenance selon format imposé par le client

Séquence 3 : Comprendre le cadre de référence de son interlocuteur pour mieux s'adapter

- ② Savoir détecter le cadre de référence de votre client
- ② Comprendre ses motivations et ses freins
- ② Etre attentif aux signaux non verbaux

Séquence 3 : Attitudes gagnantes du vendeur

- ② Posture physique du vendeur
- ② La voix, l'intonation (méthode DIVAS)
- ② Le regard
- ② La gestion du stress, trac

Séquence 4 : Les outils

- ② La proposition écrite
- ② Les vidéos
- ② La démonstration produit

