



# COMMERCIAL TERRAIN : ADOPTER UNE DEMARCHE ACTIVE ET GAGNER DES MARCHES

## OBJECTIFS

Définir l'objectif des actions de marketing  
Structurer l'entretien, garder l'ascendant sur l'interlocuteur et le guider jusqu'à la conclusion.

Acquérir des outils et méthodes visant à élargir son potentiel commercial à de nouveaux clients ou de nouveaux marchés.

## PUBLIC / PRE-REQUIS / EFFECTIF

Commerciaux, Vendeurs terrain.  
Groupes de 5 à 10 personnes (conditions optimales).

## DUREE

2 jours (14 heures).

## MOYENS PEDAGOGIQUES TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Stage animé par un consultant spécialiste des forces de vente – audit et diagnostic auprès de PME / TPE.

Exposés / Etudes de cas pratiques / Exercices de simulations (avec outils audio vidéo).

Un support est remis à chaque participant.

## METHODE ET OUTILS D'EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION

A chaque phase du programme, un questionnaire et/ou un exercice pratique permet au participant et au formateur de mesurer les acquis, les points non intégrés ou mal assimilés.

Une attestation de présence sera remise en fin de stage.

## PROGRAMME

### L'OFFRE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

Identité, Atouts

Communiquer « Qualité de Service » : les plus de mon entreprise

### DEFINIR SON MARCHÉ

Les cibles : Identités et attentes des interlocuteurs

La concurrence en place : se démarquer et comment ?

Les outils de prospection

La Gestion de son temps : se fixer des priorités

### APPROCHE TERRAIN

Organiser ses tournées, structurer l'approche

Visites commerciales : définir et traiter les priorités

### VENDRE LE RENDEZ-VOUS

Les phrases d'accroche : l'argumentaire à développer

Les techniques : être directif, traiter les objections,...

Conclure l'appel

### LA RELANCE COMMERCIALE DE SON FICHER

Définir l'objectif

Les buts à atteindre : réactiver un compte...

Choisir les messages

Idées principales et secondaires / Les mots clefs

Promouvoir une nouvelle variété, un nouveau produit

Vendre par téléphone