



PROGRAMME ET PLANNING DE FORMATION

Techniques de vente et méthode de l'action commerciale en point de vente : méthode 4P

1. Objectifs Pédagogiques

OBJECTIF et RESULTAT attendus:

Méthode 4 P en magasin et techniques de vente. Comprendre les enjeux de l'action commerciale en magasin à travers la méthode 4P et maîtriser les techniques de vente en magasin.

Réaliser des exercices pratiques et des sketches de training

1La phase de positionnement est réalisée :

L'analyse du besoin

En Amont de la formation lors du questionnaire des prérequis et des besoin envoyés et remplis par le stagiaire

Un questionnaire des acquis est réalisé en début de formation

2Méthodes de mesure d'acquisition des compétences décrites dans le programme ci dessous

Quizz sur les acquis en début et fin de formation

Quizz au cours de la formation

Etude de cas avec grille d'analyse .

Sketches avec grille d'analyse : s'entraîner à travers des cas

- Sketches des techniques de vente

Des éléments pour mesurer l'acquisition des objectifs et des compétences

3Validation et mesure des acquis et compétences EN FIN DE FORMATION

Questionnaire des acquis en fin de formation.

Bilan de tous les cas et sketches

Un certificat de fin de formation mesure sur une échelle l'acquisition des compétences liées aux objectifs attendus



2. Contenu général de la formation

JOUR 1 METHODE 4 P

PLAN D'ACTION SUR LES LEVIERS DU 4 P COMMERCIAL POUR RESUSSIR LE LANCEMENT COMMERCIAL SUR LE MARCHÉ

LE BON RESEAU DE COMMERCIALISATION :

CIBLAGE MAGASIN POUR LE LANCEMENT DE L'INNOVATION : un parc de magasin réduit et à potentiel

LE PRIX de vente résultat de votre analyse marché (consommateur, concurrence, attente marge réseau)

Le Bon Prix en phase avec Les attentes du consommateur (prix psychologique)

Le PVC pour le client : le prix marché Marketing avec quel taux de marge

Exercice : calcul des taux de marge

LE BON PLACEMENT DANS LE RAYON : le merchandising

A quel endroit dans le rayon ?

Quelle étagère, à coté de quels univers de produit ?

Définir un plan d'implantation simple.

LA BONNE PROMOTION : un accélérateur de rotation dans le rayon

Quelles actions promotionnelles pour inciter le consommateur à acheter son innovation à moindre coût?

- Types d'action : les bons de réductions (BRI ? etc..), Les PLV

- Prestataires/Budget

- Quelles performances en retour (progression de Vente moyenne hebdomadaire)

Le cas de l'Animation : quelle méthode, quel coût, quelle efficacité ?

La perception des clients Distributeurs

Etude de cas : choix d'une action de promotion, calcul d'un budget et mesure de sa performance

JOUR N°2 LA METHODE DE VENTE EN RENDEZ-VOUS CLIENT POUR VENDRE : PREPARATION ET TECHNIQUE DE BASE

LA PREPARATION : L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Une étape importante

Analyse activité entreprise, analyse des concurrents, définitions des objectifs de l'entretien.

L'ENTRETIEN DE VENTE

- CONTACT
- REDECOUVERTE
- ARGUMENTATION
- TRAITEMENT DES OBJECTIONS
- CONCLUSION
-

JOUR N°3 LA METHODE DE VENTE EN RENDEZ-VOUS CLIENT POUR VENDRE : sketch de VENTE ET d'entretien avec clients

REALISATION et ENTRAINEMENT A DES SITUATIONS DE VENTE : Commercial / Acheteur
Préparation, sketch de vente, débriefing



FOCUS TECHNIQUES
SOMCAS
SIMAC
TRAITEMENT DE L'OBJECTION

L'ARGUMENTAIRE AU TELEPHONE AVEC LE CLIENT

3. Public

Pré-requis nécessaire : Avoir une expérience de la commercialisation de produits agro-alimentaire dans différents réseaux de distribution en France. Une expérience des contacts clients en physique ou au téléphone, visio.

Public : Dans le cas où un stagiaire serait en situation **de Handicap** , l'organisme de formation est en capacité d'étudier l'ensemble des possibilités et de s'adapter selon le besoin.

4. Méthode pédagogique

UNE METHODE ACTIVE ET PARTICIPATIVE

- 🕒 Des **apports théoriques** sur la Politique commerciale , négociation, pilotage d'équipe
- 🕒 Des **illustrations** et **exercices** d'application.
- 🕒 Des **situations d'Interactivité** : animation avec support en diaporama, visionnage de films et d'animation **en présentiel Intra-Entreprise**
- 🕒 La **mise en action des participants** : favorisant la mise en pratique immédiate des concepts et outils, sur la base de cas concrets **et de sketches**
- 🕒 Des **échanges entre participants** pour favoriser les réactions, accompagner la concertation, s'accorder sur les termes employés, communiquer sur ses objectifs
Nous mettons au point des supports stagiaires illustrés et synthétiques. Ces outils sont remis aux stagiaires sous forme papier et sous forme électronique pour favoriser leur appropriation des contenus et contribuer ainsi à leur mémorisation.
Nos supports de intègrent également des **quizz et étude de cas, des sketches** permettant de mesurer les acquis.



5. Moyens pédagogiques, techniques , d'encadrement mis en oeuvre

Séances de formation **en présentiel Intra-entreprise**

Séances de formation en salle	Dossiers techniques remis aux stagiaires
Etude de cas concrets	Paperboard, présentation Diaporama
Exposés théoriques	Ordinateur , Vidéoprojecteur

La formation ayant lieu dans les locaux de la structure, cette dernière doit s'assurer qu'ils permettent aux stagiaires de suivre la formation dans des conditions satisfaisantes de sécurité, confort et mises en pratique des connaissances transmises (notamment pour les jeux de rôles), que la formation est dispensée dans des locaux distincts des lieux de travail habituels des stagiaires (art. D6321-3 Code du travail).

Les locaux doivent répondre aux normes ERP, accessibilité aux personnes à mobilité réduite et facilité d'accès par les moyens de transport. Le formateur assure également le suivi administratif de la formation depuis la proposition d'intervention jusqu'à la saisie des fiches d'évaluation .

Le formateur sur cette action sera BERNARD CHAUDERON titulaire d'un MASTER 2 (DESS) Management des entreprises agro-alimentaire option marketing Ancien Directeur Commercial et expérience pendant 15 ans en commercial terrain, développement des ventes, Négociateur, manager de force de vente Gérant de la société ABCOMMERCIAL, depuis 9 ans , qui accompagne des entreprises ,dans leur développement commercial et marketing.

Déclaration enregistrée sous le numéro 93.13.14482.13., auprès du préfet de la région Provence Alpes Cote D'Azur.

ABCOMMERCIAL certifié qualité QUALIOP1 24/08/2020 pour les actions de formation



6. Suivi de l'exécution-Evaluation

Suivi de l'exécution : Feuilles de présences signées des stagiaires et du formateur par demi-journée et attestation d'assiduité de fin de formation individuelle.

L'évaluation s'effectuera :

- en amont de la formation, avec un questionnaire d'évaluation des acquis
- en cours de formation pour chacun des thèmes,
- en fin de formation sur la base du questionnaire d'évaluation des acquis et de l'évaluation de la satisfaction par les stagiaires.

A l'issue de cette formation, une attestation d'assiduité de fin de formation sera remise aux stagiaires.

7. Durée -Organisation

DUREE : 3 jours soit 21 heures

Les horaires de formation sont : 09h – 13H / 14h – 17H00

Dates A déterminer avec le client

Rythme : en continue

Mode d'organisation pédagogique : présentiel

Lieu de formation : intra-entreprise

Une convocation et un plan d'accès seront transmis à chaque stagiaire.

Pour toute information concernant la formation, vous pouvez contacter

CHAUDERON BERNARD

TEL 0632177017

EMAIL : bchauderon@abcommercial.fr

Article 8 - Conditions financières

Formation sur mesure. Pour toute demande de devis, contactez-nous pour recevoir une proposition pédagogique et financière personnalisée.

L'entreprise bénéficiaire s'engage à procéder au règlement de ce prix directement au bénéfice de l'organisme de formation, et ce, par rapport aux droits de l'entreprise à l'égard de l'organisme paritaire collecteur agréé auquel cette dernière règle sa participation au financement de la formation professionnelle continue.



L'entreprise bénéficiaire s'engage à régler les factures émises par l'organisme de formation sous un délai de 30 jours à compter de la réception des dites factures.

Article 9 – DELAIS DE VALIDATION ET DE PLANIFICATION

MERCI DE ME RENVoyer LE PROGRAMME VALIDEE PAR RETOUR DE SIGNATURE AVANT LE POUR UNE FORMATION PREVUE sur Les mois

La convention de formation vous sera transmise après validation du programme.

Pour toute information concernant la formation, vous pouvez contacter l'intervenant de ABCOMMERCIAL :

CHAUDERON BERNARD

TEL 0632177017

EMAIL : bchauderon@abcommercial.fr



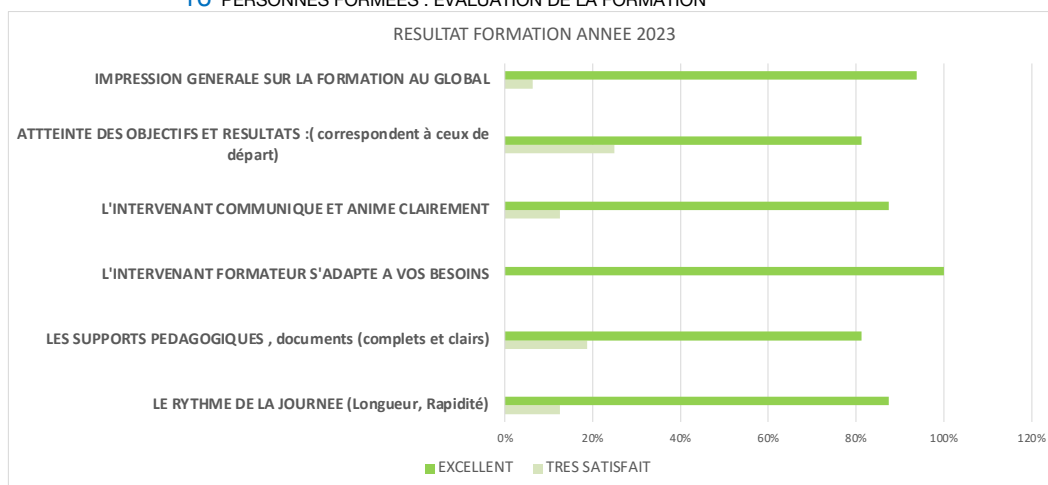
INDICATEURS DE RESULTATS ...2023 (MAJ 01/03/2024)

INDICATEUR DE RESULTATS 2023

EN 2023 FORMATION REALISEE PAR ABCOMMERCIAL (MAJ 01/02/2024)

6 ENTREPRISES

16 PERSONNES FORMEES : EVALUATION DE LA FORMATION



Données du 1er Janvier au 31 Décembre 2023 calculées sur la base des questionnaires de satisfaction reçus, complétés par les participants à l'issue des formations – Données actualisées annuellement.
S'ils le souhaitent, les stagiaires peuvent avoir accès aux résultats de nos enquêtes sur demande.
Il en est de même pour l'ensemble des parties prenantes (clients, organismes financeurs).

EN 2023 LES ENTREPRISES (6) / 100 % DES DIRIGEANTS :

- Très ou plutôt satisfait
- Les éléments acquis par les stagiaires ont été mis en pratique au sein de la structure
- Conseille les formations ABCOMMERCIAL à ses salariés et partenaires

Quelques commentaires :

» Formation très bien pilotée par M chaderon » : christine et luc Salsedo (DG Nice Gourmet/ SoccaChips®)

« M Chaderon est un très bon formateur , les acquis de cette formation nous serviront quotidiennement dans notre travail » : Jean Baptiste Fontana (Directeur Commercial Charcuterie Fontana)

Données collectées début 2024 calculées sur la base des questionnaires de satisfaction reçus, complétés par les Directeurs d'Entreprises – Données actualisées annuellement.
S'ils le souhaitent, les clients peuvent avoir accès aux résultats de nos enquêtes sur demande.
Il en est de même pour l'ensemble des parties prenantes (clients, organismes financeurs).