SÉRIE – PROGRAMMES DE COACHING

AUDIT COMMERCIAL ET COACHING DE VENTES

INSCRIVEZ-VOUS

Un programme novateur et complet pour augmenter les résultats de ventes !

OBJECTIFS

Amélioration de la performance commerciale, augmentation des revenus et des marges bénéficiaires et constance de résultats.

1 855 935-2340

AVANTAGES RELIÉS AU PROGRAMME

- Augmentation substantielle des résultats de vente
- Cycle de vente raccourci
- Amélioration marquée du taux de vente (crédibilité et notoriété)
- Ciblage amélioré (meilleur taux de fermeture de ventes)
- Efforts de vente soutenus et réguliers
- Coût des ventes réduit
- Prix et tarification mieux respectés
- Meilleure qualification des prospects
- Politiques commerciales mieux respectées
- Niveau de maturité et de professionnalisme accru chez les vendeurs(euses) et/ou représentant(es)
- Surplus ou pertes d'inventaire mieux contrôlés
- Réduction du roulement de personnel au niveau des ventes
- Amélioration de l'argumentaire de ventes (pertinence et exactitude)
- Réduction substantielle des erreurs lors des prises de commande
- Meilleure satisfaction de la clientèle
- Importante réduction des réclamations dues à la non-conformité entre les livrables et la commande
- Réduction des délais de paiement (collection)
- Régularisation des flux de travail dans les différents départements de l'entreprise
- Meilleure communication et climat de travail entre les différents départements de l'entreprise
- Contrôle de la trésorerie amélioré

NOUS CONNAÎTRE

UN PROGRAMME DE COACHING EN 4 ÉTAPES – LA DÉMARCHE

PHASE I — AUDIT DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE SE DÉMARQUER… SE POSITIONNER

- **Mission, vision, valeurs de l'entreprise** (pour motiver l'équipe de ventes)
- **Analyse de marché sommaire** – Habitudes de consommation de la clientèle (fréquence, valeurs et motifs), part de marché et concurrence
- **Potentiel commercial et capacité d'exploitation** (de la force de vente)
- **Analyse de la compétitivité (FFOM**, Benchmarketing)
- **Analyse de la valeur** (chaine de valeur de Porter) – Les préférences de la clientèle (prix, délais, variété, qualité)
- **Loi de Pareto** (Essentiel de l'offre, services et produits accessoires)
- **Diagramme de KANO**
- **Stratégie de prix et politiques tarifaires**
- **CRM Analyse :** organisation et utilisation
- **Techniques de ventes, offres** (approche client), suivis, promotions, argumentaire et procédures
- **Client mystère**

PHASE 2 — PLAN ET RECOMMANDATIONS : STRATÉGIES, PROMOTIONS ET POLITIQUES COMMERCIALES (FAISABILITÉ ET CAPACITÉS)

- **Kaizen**, analyse de la performance opérationnelle du service des ventes
- **Élaboration et mise en place du plan de ventes** (sollicitation, suivis, fréquence)
- **Analyse prédictive** (valeur moyenne des ventes, taux de fermeture de ventes et cycle de vente, revenus prévisionnels)
- **Analyse SMART tous départements** (mobiliser)
- **Mise à niveau des capacités de réalisation** (Goulots d'étranglements)
- **Limites de capacité et contrôles**
- **Plan de communication**

PHASE 3 — PRÉPARATION (OU RÉVISION) DU MATÉRIEL DE VENTE (DOCUMENTS DE GESTION)

- **Présentation générale**
- **Feuillets publicitaires et médias**
- **Fiches descriptives** (caractéristiques, spécifications, produits ou services accessoires
- **Documents promotionnels** (rabais, options)
- **Bons de commandes** (si approprié)
- **Procédures de travail** (réingénierie)
- **Rapports de ventes et d'activités**

PHASE 4 — GESTION ET ENTRAINEMENT DES REPRÉSENTANTS – FIXER ET ATTEINDRE LES OBJECTIFS DE REVENUS ET CONTRÔLE DE GESTION

- Maîtrise des produits/services vendus
- Accompagnement pour mise en place de la stratégie commerciale et élaboration des outils de vente et de gestion (tableaux de bord et indicateurs de performance)
- Formation et coachingdes vendeurs(euses) / représentant(es)
- Évaluation des effectifs et recommandations (professionnalisme, zèle, maitrise des produits/services, conditions de vente et procédures de travail)
- Argumentaire de vente : Termes, conditions, garanties et politiques commerciales
- Suivis quotidiens, hebdomadaires et mensuels (durée à déterminer)

LES COACHS

NADINE | MARTIN | MATHIEU | YVES

LIVRABLES PROGRAMME COACHING DE VENTES

CONSULTEZ LES LIVRABLES ICI

Définition des enjeux, des objectifs et des échéanciers

Description de la situation concurrentielle et du positionnement

Description du profil client : …
- Type de clientèle
- Motifs d'achat de la clientèle
- Habitudes d'achat de la clientèle
- Exigences (caractéristiques), qualité et valeur d'achat moyen

Évaluation de la force de ventes : …
- Les acteurs, vendeurs(euses), représentants(es), chargés(es) de compte
- La culture de ventes et la culture de l'industrie (compréhension et adhésion)
- La démarche : de l'approche-client jusqu'à la facturation
- Les habitudes de travail
- L'organisation (les territoires couverts, le degré de séniorité des acteurs)
- La maitrise des outils et de la procédure de vente

Révision et recommandations de la démarche commerciale : …
- La publicité
- Les modes d'intervention (oral, écrit)
- « La formulation »
- La proposition, l'offre de services et produits
- L'argumentaire (connaissance des produits, services, les avantages, les particularités)
- Le suivi (fréquences et prétextes)
- La négociation

Évaluation et scénario, coûts/rendements de l'activité commerciale globale (rendement des ventes, notoriété, pérennité et fidélisation)

Stratégie et design organisationnel …
- Faisabilité et limites de capacité (capacité financière, opérationnelle **et processus**)
- Organisation du travail (les ressources)

Réingénierie des processus de ventes

Relève des obstacles (internes et externes) susceptibles de contrecarrer les efforts de vente et de nuire à l'atteinte des objectifs de vente avec historique et exemples d'occasions.

Évaluation comportementale du personnel de vente et mise en place de facilitateurs stimulants (motivation, mobilisation, agilité, focus, constance, **jugement** et qualité du travail.

Évaluation du matériel de vente et recommandations (ordre, charte, acronymes)

Croquis et suggestion de présentation graphique et contenu

Suggestions de modèles de rapports de rendement : registre clients, propositions faites, carnets de commande, nature de l'offre, ventes, etc…

Réunions, déroulement, objectifs et adhésion : types, durée, orientation …
- Communications lors des réunions (informations, pertinence, résultats, objectifs, directives, les instructions)

Outils visuel (tableau, graphiques, histo/grammes), etc…

Argumentaire, préparation et rédaction

Indicateurs de performance clés et tableaux de bord de gestion indiquant les écarts de rendement et écarts de conduite (individuels et collectifs).

Programme de reconnaissance pour les meilleurs résultats et les meilleurs progrès (facultatif)

Formation et coaching des représentants(es), vendeurs(es), chargés(es) de compte.

FAIRE UNE DEMANDE

LES PRIX VARIENT selon **LA FORMULE** la plus approprié à vos besoins.

RÉSERVEZ DÈS MAINTENANT!

POUR EN SAVOIR PLUS SUR CE PROGRAMME, communiquez avec l'un de nos conseillers

1 855 935-2340

Tous droits réservés | © Éducaffaires Solutions