

L'ATF

en partenariat avec l'AFCAD organise une formation

Action de formation 4-2 « Dynamique de vente et performances commerciales pour les Technico-commerciaux des Industries Graphiques » (Paris 18)

A l'ATF/AFCAD 68, Boulevard St Marcel 75005 PARIS

De 4 à 13 jours non consécutifs

4 novembre 2010
8 / 9 novembre 2010
16 / 17 novembre 2010
22 / 23 novembre 2010
1 / 2 décembre 2010
7 / 8 décembre 2010
13 / 14 décembre 2010

Objectifs :

- Accompagner les techniciens de vente sur les évolutions du marché des IG.
- Conseiller le client sur le plan marketing.
- Assurer la fidélisation de la clientèle.
- Identifier les marchés potentiels et positionner l'offre de l'entreprise.
- Développer la prospection.
- Réaliser la négociation et la conclusion des ventes.

Public concerné :

Technico-commerciaux des Industries Graphiques et toute personne en relation commerciale avec les clients (fabricant, deviseur) souhaitant se dynamiser sur la fonction vente.

Dates de formation : de 4 à 13 jours

4 novembre 2010
8 / 9 novembre 2010
16 / 17 novembre 2010
22 / 23 novembre 2010
1 / 2 décembre 2010
7 / 8 décembre 2010
13 / 14 décembre 2010

Horaires de formation :

ATF/AFCA 68, Bd St Marcel – 75005 Paris - de 9H15 à 12H30 et de 14H00 à 17H45.

Tarifs :

Adhérents ATF : €/jour/stagiaire

Non adhérents : €/jour/stagiaire

Cette action de formation est imputable au titre du plan de formation de l'entreprise.

Modalités d'inscription :

Dès retour du coupon, l'AFCAD vous fera parvenir la convention de formation à nous retourner signée dans les plus brefs délais.

Pour tout renseignement complémentaire :

Contacteur :

Minna BELLI
Assistante permanente de l'ATF
LD: 01 45 44 33 99
Minna.belli@atf-flexo.com

Ou

Clara NICOLAIEFF
Assistante de l'AFCAD
LD : 01 44 08 64 29
nicolaieff@com-unic.fr

Programme de la formation

Jour 1

« Industrie Graphique : Répondre à une consultation marchés publics »
4 novembre 2010

Intervenant : Julien DUBOURG, spécialiste des appels d'offre publics dans le secteur des IG

- **Maîtriser l'environnement juridique**
 - Les acteurs de l'achat public
 - Le code des marchés publics
 - Vérification de la capacité à répondre à une consultation publique
 - Comment rechercher des consultations publiques ?
 - Bien cibler ses recherches.

- **Les différentes procédures d'achat**
 - Les règles de publicité et de seuils
 - Les appels d'offres ouverts et restreints
 - Les procédures adaptées
 - Le dialogue compétitif
 - Le contrat cadre

- **Les différents types de marchés**
 - Marché unique ou en lots

- **Analyser le dossier d'appel d'offres**
 - Le règlement de la consultation
 - Les critères de sélection
 - Le CCAP
 - Le CCTP
 - La grille de prix
 - Les demandes de précision en cours de procédure

- **Préparer son dossier réponse**
 - Répondre avec des partenaires : co-traitance ou sous-traitance ?
 - Remplir les pièces administratives : DC 4, DC 5, DC 7
 - Compléter l'acte d'engagement.
 - Chiffrer la proposition
 - Préparer le dossier technique
 - Constitution du dossier : support, mise en page, annexes, signatures et pouvoirs, pièces administratives, emballage, remise du dossier
 - Le cas des procédures dématérialisées

- **La réponse de l'acteur public**
 - Information suite à la commission d'appel d'offres
 - Recours possibles
 - Avoir des informations sur sa notation en cas d'échec

Jour 2

Acquérir les bases de la réflexion marketing

8 novembre 2010

Intervenant : Caroline GOBE

- Les composants du marché.
- La structure du marché.
- Les contraintes du marché.
- Le marketing au service du commercial / Evolution de la fonction commerciale.
- Nouvelles attentes des donneurs d'ordre
- Valeur ajoutée de la réflexion marketing
- Actions stratégiques et opérationnelles
- Veille concurrentielle
- Définition du métier de l'entreprise et marketing de l'offre
- La révolution numérique : véritable bouleversement et enjeu de société.

Etude de cas Marketing.

Jour 3

Rédiger son plan d'action commercial individuel

9 novembre 2010

Intervenant : Caroline GOBE

- **Les actions de segmentation :**
 - Etude du portefeuille clients
 - Estimation de sa valeur actuelle et future
 - Rentabilité du portefeuille existant.
- **La planification d'actions commerciales pertinentes :**
 - Développer une stratégie de fidélisation
 - Déterminer une stratégie de conquête
 - Identifier les segments de prospection
 - Construire son plan d'actions commerciales.

Jour 4

Construire et adapter son argumentaire

16 novembre 2010

Intervenant : *Caroline GOBE*

- **Enrichir la valeur de l'argumentation**
 - Vendre et négocier des solutions et des services
 - Apporter une solution globale aux clients.
- **Travail sur les compétences distinctives ou facteurs clés de succès de l'offre et sur ses avantages concurrentiels.**
 - Comment valoriser l'offre actuelle et future ?
 - Valorisation de l'identité et de la marque de l'entreprise.
 - Comment est elle référencée sur le marché ?
 - Réflexion sur la satisfaction et les attentes émergentes du marché.
- **Comprendre les comportements d'achat.**
 - Intégrer les prises de décision des donneurs d'ordre.

Jour 5

Développer par la prospection téléphonique:

17 novembre 2010

Intervenant : *Caroline GOBE*

- **L'action commerciale par téléphone :**
 - Savoir s'organiser et se préparer
 - Maîtriser les peurs de la prospection téléphonique
 - Intégrer la communication interpersonnelle
 - Etre en mesure d'exécuter des séries d'appels de prospection avec succès
 - Savoir passer les barrages.
- **La prise de rendez vous :**
 - Qualifier les potentialités prospects /clients
 - Elaborer sa stratégie de questionnement
 - Maîtriser les objections
 - Améliorer sa réactivité face aux prospects
 - Apprendre à détecter et à analyser les attentes prospects
 - Savoir prendre des rendez vous utiles.

Jour 6

Comprendre les démarches environnementales pour mieux les vendre

22 novembre 2010

Intervenant : Benjamin MATTELY

- Présentation des démarches "site" (Imprim'Vert, ISO14001) et "produit" (NF Environnement, Ecolabel, FSC/PEFC).
- Présentation approfondies de l'approche Bilan Carbone (Réduction et compensation).
- Comprendre le rôle et l'influence des ONG
- Segmentation environnementale de la clientèle.
- Analyse des clauses environnementales d'appels d'offres et proposition de réponses.
- Etude de cas d'actions de valorisation réalisées par des entreprises du secteur.
- Synthèse.

Jour 7

Optimiser la gestion de son temps

23 novembre 2010

Intervenant : Etienne LE BECHEC

- **Tenir compte du contexte pour organiser son temps :**
 - Connaître les contraintes déterminées par l'entreprise et l'organisation du service.
 - Clarifier les missions attendues.
 - Planifier efficacement son travail.
 - Clarifier les avantages et les inconvénients de ses comportements en matière de gestion du temps.
- **Gérer son travail au quotidien :**
 - Analyser de manière critique son emploi du temps.
 - Différencier l'importance, la priorité et l'urgence
 - Savoir se protéger des « croque-temps ».
 - Savoir gérer les imprévus
 - Savoir déléguer pour dégager du temps.
- **Optimiser le temps d'information et de communication :**
 - Choisir l'outil adapté : téléphone, courriel, mémo...
 - Concevoir un schéma rationnel d'information.
 - Rendre les réunions plus efficaces.

Jour 8

Attentes et comportement des nouveaux acheteurs

1 décembre 2010

Intervenant : François Pontévia

- **Identifier les styles d'acheteurs**
 - Découvrir les différentes typologies d'acheteurs
 - Identifier le circuit de décisions
 - Aider l'acheteur à valoriser son poste

- **Résister aux acheteurs**
 - Identifier les principaux pièges tendus par les acheteurs
 - L'argumentaire des acheteurs
 - Savoir réagir aux situations tendues : ultimatum, enchères inversées.

Jour 9

Valider ses capacités à prospector par téléphone

2 décembre 2010

Intervenant : François Pontévia

- Mesure de la rentabilité des actions de prospection : Rendez vous utiles, remise de prix, entretiens de vente, vente.
- Analyse des succès et des échecs rencontrés.
- Définition des actions de consolidation : Revue des argumentaires, revue des temps passés, revue des segments de prospection.
- Consolidation des axes et des moyens à mettre en œuvre pour persévérer.
- Analyse des indicateurs et tableaux de suivi de la prospection.
- Simulation, tests, exercices, développement personnel.

Jours 10 et 11

Attitude, expression et développement personnel

7 et 8 décembre 2010

Intervenant : Lou Ken

Mises en situation de groupe (méthode inspirée du training du comédien)

- **Construire sa présence.**
 - Analyser ses attitudes physiques et gérer ses énergies.
 - Construire sa relation à l'autre.
 - Décrypter ses comportements.
 - Apprendre à se contrôler.
 - Maîtriser l'expression verbale et non verbale.

- **Trouver son centre d'énergie.**
 - S'approprier une respiration naturelle.
 - Retrouver son rythme, son tempo, sa cadence personnelle.
 - Parler distinctement sans effort.
 - Aimer s'exprimer.
 - Identifier les situations stressantes.
 - Comprendre les conséquences du stress.
 - Contrôler son comportement et gérer son stress.

- **Connaître et canaliser sa palette émotionnelle.**
 - Le lâcher-prise.
 - Avoir une meilleure connaissance de soi.
 - Prendre confiance en soi.
 - Savoir résister à la pression.

- **Contrôler la prise de risque.**
 - S'approprier les outils d'une communication vraie.
 - Savoir s'adapter.
 - Développer l'écoute active.
 - Développer l'argumentation.
 - Résoudre des situations de blocage

Jours 12 et 13

De l'entretien de vente à la conclusion d'affaires :
13 et 14 décembre 2010

Intervenant : Patrick Bonnet

- **La préparation de l'entretien de vente :**
 - Aptitudes professionnelles du commercial
 - Développer l'écoute active
 - Identifier les circuits de décision.

- **L'entretien de vente :**
 - Le processus d'argumentation
 - Argumenter et convaincre à chaque étape
 - Savoir présenter les avantages de vos solutions
 - Savoir prendre la commande.

- **La négociation commerciale :**
 - Les domaines de négociations
 - Les types de négociations - les zones de négociations
 - Ne pas avoir le complexe du prix.
 - Savoir défendre le prix.

COUPON D'INSCRIPTION
A retourner par Fax au 01.43.36.09.51

Action de formation 4-2 « Dynamique de vente et performances commerciales pour les Technico-commerciaux des Industries Graphiques » (Paris 18)

4 à 12 jours de formation
Veillez cocher les jours choisis

- 4 novembre 2010
 8 / 9 novembre 2010
 16 / 17 novembre 2010
 22 / 23 novembre 2010
 1 / 2 décembre 2010
 7 / 8 décembre 2010
 13 / 14 décembre 2010

Entreprise: Siret :
 Adresse :
 Tél. : Fax :
 Dirigeant : e mail :
 Gestionnaire administratif du dossier
 e mail :

Adhérents ATF : €/jour/stagiaire
o Inscrit à ce stage sur jours

Nom et prénom: / Fonction :

Nom et prénom: / Fonction :

Nombre de Stagiaires	Prix €HT par stagiaire	Total €HT TVA 19,6%	Total €TTC
X	€HT =	+	=

Non adhérents : €/jour/stagiaire
o Inscrit à ce stage sur jours

Nom et prénom: / Fonction :

Nom et prénom: / Fonction :

Nombre de Stagiaires	Prix €HT par stagiaire	Total €HT TVA 19,6%	Total €TTC
X	€HT =	+	=

Rappel : Les participants s'engagent à effectuer la totalité de l'action de formation pour laquelle ils sont inscrits.