PLAN DE FORMATION

- POEI -

BUSINESS DEVELOPER

Document mis à jour en octobre 2022

1. Plan de formation

MODULE 1 : **PRESENTATION DE L'ENTREPRISE** **7h**

Découvrir son histoire, son métier et ses enjeux commerciaux

MODULE 2 : **INTRODUCTION A LA PROSPECTION** **7h**

Comprendre et appréhender les enjeux de la prospection commerciale

Prendre conscience des 10 principales qualités du commercial BtoB à développer en permanence

MODULE 3 : **PASSER UN BARRAGE TELEPHONIQUE** **7h**

Apprendre à contourner les différents niveaux de barrage téléphonique d'une standardiste et d'une assistante

MODULE 4 : **LES 7 ETAPES DE LA PRISE DE RENDEZ-VOUS** **7h**

Maitriser les deux méthodes en sept étapes d'une prise de rendez-vous commerciale qualitative et appliquer la méthode de « l'entonnoir »

MODULE 5 : **BATIR SON PLAN DE PROSPECTION** **7h**

Définir sa stratégie d'action : ciblage et plan

Choisir ses priorités et définir ses objectifs

MODULE 6 : **LES MOTS MAGIQUES (Wording)** **7h**

Enrichir son vocabulaire de mots forts et positifs afin de développer un discours commercial stimulant évolutif

MODULE 7 : **LE PITCH COMMERCIAL ET L'ARGUMENTATION PERSUASIVE** **7h**

Construire un Pitch commercial adapté à son auditoire

MODULE 8 : **PROSPECTER EFFICACEMENT AVEC LES RESEAUX SOCIAUX** **7h**

Identifier les méthodes efficaces pour engager des prospects sur les réseaux sociaux

MODULE 9 : **OBTENIR DES RENDEZ-VOUS QUALIFIES** **14h**

Exploiter des fichiers : les principes clés, internet

Prendre des rendez-vous : franchir les barrages, répondre aux objections, verrouiller le rendez-vous

MODULE 10 : **CRM** **7h**

Utiliser l'outil de CRM, l'alimenter par des contacts commerciaux, planifier ses rappels

Apprendre à rédiger un reporting commercial

MODULE 11 : **GESTION DU TEMPS** **14h**

Utiliser son temps en fonction de son rôle, de ses priorités et de celles de son entourage professionnel

Organiser son temps et planifier les actions professionnelles à un horizon de plusieurs semaines dans un agenda souple

MODULE 12 : **MAITRISER L'ENTRETIEN COMMERCIAL POUR UNE PLUS GRANDE EFFICACITE PROFESSIONNELLE** **14h**

Préparation, prise de contact, cadrage de l'entretien, phase de démarrage, matrice d'écoute, reformulation, présentation argumentée, traitement des objections, négociation, prise de congé et détermination de la prochaine étape

MODULE 13 : **RELATION COMMERCIALE GRANDS COMPTES** **7h**

Analyse des spécificités des grands comptes

Analyse stratégique et position concurrentielle

Groupe réel d'influence et de décision

Plan de compte

MODULE 14 : **NEGOCIER AVEC UN ACHETEUR** **14h**

Objectifs de la négociation

Rapport de force, marges de négociation

Identifier les leviers de la négociation

Savoir construire son argumentaire

Etudier le dossier et préparer des documents d'appui : brochures, études, témoignages, produits, échantillons, …

Décider du choix des arguments en fonction des enjeux de l'acheteur (techniques, financiers, humains, recherche de productivité)

Etablir un tableau de concessions/contreparties

Identifier les techniques de déstabilisation et connaitre les parades

MODULE 15 : **SAVOIR SAISIR L'INSTANT** **7h**

Valoriser l'opportunité d'une situation et d'un produit

MODULE 16 : **GESTION DU STRESS** **14h**

Définir le stress et identifier ses facteurs

Apprendre à gérer le stress professionnel en utilisant les techniques de préparation mentale pour développer son assertivité et maitriser son stress

Expérimenter la relaxation par la respiration, l'automassage et la détente

MODULE 17 : **INTELLIGENCE EMOTIONNELLE DANS LA PROSPECTION COMMERCIALE ET LA VENTE** **7h**

Adopter une communication non-violente au travers de l'intelligence

MODULE 18 : **ANALYSE TRANSACTIONNELLE** **7h**

Apprendre à équilibrer les rapports de force au travers de l'Analyse Transactionnelle

Adopter la posture et le niveau de langage adaptés en prospection commerciale

Développer son écoute active

MODULE 19 : **PENSER EN BENEFICE CLIENT** **7h**

Penser en bénéfices clients pour provoquer une mise en confiance

MODULE 20 : **PROSPECTER PAR RECOMMANDATION** **7h**

Apprendre à prospecter par recommandation

MODULE 21 : **L'ART DE LA RELANCE** **7h**

Savoir appliquer une relance commerciale pertinente et efficace par email et par téléphone selon les enjeux et le contexte

Rédiger un email de prospection commerciale

MODULE 22 : **TRAITER LES OBJECTIONS ET SAVOIR INTERROGER** **7h**

Savoir investiguer et développer les bonnes questions de découverte du prospect

Traiter efficacement les objections d'un prospect (attitude et niveau de langage)

MODULE 23 : **SAVOIR ETRE ET SAVOIR VIVRE EN ENTRETIEN COMMERCIAL** **7h**

Intégrer les fondamentaux de la relation humaine et d'une communication commerciale simple et efficace lors d'un rendez-vous commercial téléphonique et physique

MODULE 24 : **SONCAS** **7h**

Détecter les motivations d'un prospect à partir de six données comportementales rationnelles (Sécurité, Confort, Argent) et irrationnelles (Orgueil, Nouveauté, Sympathie) afin d'obtenir un rendez-vous commercial et/ou conclure une vente

MODULE 25 : **AIDA** **7h**

Apprendre à amener un prospect à passer à l'action, autrement dit à devenir un client en quatre étapes (Accroche (ou Attention), intérêt, Désir, Action)

MODULE 26 : **BEBEDC** **7h**

Augmenter son taux de transformation et de performance commerciale par la découverte des besoins (Besoin, Enjeu, Budget, Echéance, Décideur, Compétiteur)

MODULE 27 : **SIMAC** **7h**

Dérouler un argumentaire de vente en captant l'attention et l'intérêt du prospect afin de le convaincre (Situation, Idée, Mécanisme, Avantages, Conclusion)

MODULE 28 : **5/70** **35h**

Contacter 70 prospects par jour pendant 5 jours d'affilés

Apprendre à tenir une rigueur et une discipline en prospection commerciale

Appliquer les méthodes apprises pendant la formation, mettre la théorie en pratique

Analyser ses appels, corriger ses erreurs, apprendre à s'évaluer

MODULE 29 : **BLITZ DAY** **7h**

Prospecter intensivement (+ de 200 appels) pendant une journée afin de dynamiser en un temps très court les résultats commerciaux, trouver rapidement de nouvelles opportunités et débloquer les verrous psychologiques du commercial

L'objectif de cet exercice pratique est multiple :

- S'engager à tenir des objectifs individuels dans un délai imparti et les respecter
- Renforcer la cohésion d'équipe en relevant un challenge commun sur un même dossier
- Apprendre à générer du leads qualifiés en quantité
- Augmenter son régime d'appels journaliers
- Améliorer sa directivité et son « closing » téléphonique
- Acquérir de l'assurance en pratiquant le cold-call (appel à froid / appel non préparé)
- Développer son aptitude à récolter de l'information
- Acquérir de l'endurance face à l'échec et à la pression
- S'approprier un nouveau schéma mental d'approche de prospection : « Prêcher le faux pour obtenirle vrai »

MODULE 30 : **METHODE DISC** **7h**

Apprendre à décoder le profil de ses clients et collaborateurs avec la méthode DISC (Dominant, Influent, Consciencieux, Stable)

Analyser le comportement d'un prospect/client et la manière dont il s'adapte à son environnement et identifier son process de prise de décision

MODULE 31 : **MEDDIC** **21h**

Apprendre avec la méthode MEDDIC (Metrics, Economic Buyer, Decision criteria, Decision process, Identify pain, Champion) à qualifier les opportunités de vente et les suivre dans un pipeline de vente structuré

Savoir mettre en place un calcul prévisionnel réaliste des ventes et le réaliser

2. Modules d'évaluation de l'apprenant

Chaque apprenant fera l'objet d'évaluations hebdomadaires inclus dans les modules. Les critères d'évaluation pour chaque stagiaire concerneront :

- **Sa personnalité et son comportement :**
  - Son attitude générale,
  - Son assiduité,
  - Sa capacité d'écoute,
  - Sa sociabilité,
  - Son ouverture intellectuelle,
  - Sa motivation.
- **Ses compétences commerciales :**
  - Sa capacité à comprendre le métier d'un client et ses enjeux,
  - Sa maitrise d'un échange commercial argumenté,
  - Sa capacité à argumenter et à convaincre,
  - Sa maitrise de l'entonnoir commercial,
  - Sa maitrise de la prise de rendez-vous,
  - Sa capacité à relancer un prospect,
- **Ses compétences organisationnelles :**
  - Sa capacité à arriver à l'heure,
  - Sa capacité à gérer les priorités,
  - Sa capacité à trouver (ou à proposer) une solution en cas de problème,
  - Sa capacité à mener une campagne de prospection dans son intégralité,
  - Sa capacité à mener en parallèle diverses campagnes de prospection,
  - Sa capacité à organiser ses rappels,
  - Sa capacité à appliquer en pratique les formations théoriques,
- **Ses compétences techniques :**
  - Sa capacité à « sourcer » et à veiller sur internet,
  - Sa capacité à maitriser un outil de CRM,
  - Sa capacité à utiliser les outils de bureautique (Word, Excel, Powerpoint, etc.),
  - Sa maitrise des agendas partagés en ligne
- **Ses compétences rédactionnelles :**
  - Sa maitrise de l'orthographe et de la grammaire française,
  - Sa capacité à synthétiser,
  - Sa capacité à rédiger un argumentaire commercial,
  - Sa capacité à rédiger un email commercial,
  - Sa capacité à rédiger une fiche de rendez-vous,
  - Sa capacité à rédiger un compte-rendu de campagne de prospection

3. Calendrier avec répartition des modules

# Semaine	Semaine calendaire	Total heures	Modules parcourus
Semaine 44	Du 02/11/2022 au 04/11/2022	21h	1 - 2 - 3
Semaine 45	Du 07/11/2022 au 10/11/2022	28h	4 – 5 - 6 - 7
Semaine 46	Du 14/11/2022 au 18/11/2022	35h	8 – 9 - 11
Semaine 47	Du 21/11/2022 au 25/11/2022	35h	10 – 12 - 14
Semaine 48	Du 28/11/2022 au 02/12/2022	35h	13 - 15 – 16 - 17
Semaine 49	Du 05/12/2022 au 09/12/2022	35h	28
Semaine 50	Du 12/12/2022 au 16/12/2022	35h	18 – 19 – 20 – 21 - 22
Semaine 51	Du 19/12/2022 au 23/12/2022	35h	28
Semaine 01	Du 02/01/2023 au 06/01/2023	35h	29 – 23 – 24 – 25 - 26
Semaine 02	Du 09/01/2023 au 13/01/2023	35h	28
Semaine 03	Du 16/01/2023 au 20/01/2023	35h	27 – 30 - 31
Semaine 04	Du 23/01/2023 au 27/01/2023	35h	28
	TOTAL :	399h	

4. Les principales compétences apportées par cette formation

- Utiliser les techniques de préparation mentale pour développer son assertivité et maîtriser son stress.
- Entrainer sa voix et son élocution en tant qu'outil de communication relationnelle pour obtenir l'impact escompté sur son interlocuteur.
- Entrainer à gérer des dossiers multi clients en utilisant des techniques d'agilité intellectuelle pour apporter un même niveau de qualité de service rendu.
- Utiliser les outils digitaux d'aide à la prise de rendez-vous (Pack-Office – outils d'agenda partagé – Messageries) pour faciliter les échanges en temps réels.
- Analyser l'environnement associé à un produit ou à un service innovant pour obtenir des informations utiles à l'élaboration d'une prospection reposant sur des messages pertinents par rapport à la cible visée.
- Réaliser une veille active, par les réseaux sociaux et la presse, sur le marché sectoriel visé en recherchant de nouvelles sources d'informations pour permettre de suivre son évolution, détecter de nouvelles opportunités et développer une communication experte avec le client.
- Analyser l'offre du commanditaire dans son contexte spécifique, ses avantages et points de vigilance pour permettre de définir clairement son positionnement et construire des outils et messages commerciaux pertinents.
- Elaborer un plan d'action de prospection commerciale en tenant compte des spécificités du marché cible visé et en intégrant les critères imposés par le commanditaire pour répondre aux objectifs fixés.

- Préparer les messages à communiquer pour la présentation de l'entreprise, les questions permettant au client de se projeter dans un projet éventuel ainsi que les objections possibles pouvant être opposées afin de se libérer de ces passages obligatoires et faciliter le lâcher prise et l'originalité dans le dialogue.

- Organiser la planification des rendez-vous avec les prospects, en tenant compte des disponibilités du commanditaire, pour obtenir une opérationnalité maximale.

- Utiliser les techniques de barrages téléphoniques en apportant régulièrement une approche adaptée et personnalisée pour obtenir un maximum d'opportunités de contacts concrets.

- Présenter l'entreprise du commanditaire en utilisant une bande-annonce pour permettre d'affirmer sa singularité identitaire de façon immédiate.

- Assurer une phase de découverte client, en adoptant une posture d'écoute active, en développant une approche de compréhension relationnelle (Analyse transactionnelle) et en utilisant les techniques de questionnement pour asseoir une relation authentique et créer un lien de confiance.

- Réaliser une présentation valorisante de l'entreprise et de l'offre reposant sur des références en mettant en avant son impact relationnel pour susciter l'envie auprès du client de poursuivre l'entretien.

- Adapter régulièrement une argumentation commerciale pertinente sur l'offre innovante, en prenant en compte les informations issues de l'observation portée à l'environnement du client, en communiquant sur les actualités sectorielles pour permettre de renforcer sa crédibilité.

- Utiliser différentes techniques de communication verbale, d'art oratoire et de mot juste au moment opportun pour s'assurer d'un discours éloquent et impactant.

- Traiter les objections du client en utilisant les différentes méthodes commerciales (SONCAS, AIDA) et en valorisant les points d'accords pour réduire ses résistances, le convaincre et le sécuriser.

- Réaliser une fiche de rendez-vous qualifié en y apportant toutes les informations utiles pouvant mettre en avant des leviers commerciaux et contribuer à la réussite de l'étape de la vente.

- Conclure la relation client en planifiant une rencontre avec un interlocuteur décisionnaire ciblé pour générer des opportunités d'affaires à forte valeur ajoutée.

- Utiliser les techniques de gestion du temps et des priorités pour optimiser sa stratégie de prospection multi-clients et accroitre sa performance.