



## **Programme exécutif franco-roumain agroalimentaire**

### **Module « Ventes-Achats-Négociations »**

#### **½ J1 : Module « Ventes »**

Maîtriser les fondamentaux de la vente est indispensable pour le commercial d'aujourd'hui car un bagage technique même solide ne suffit pas à réussir dans une fonction commerciale.

A l'inverse, les métiers de la vente nécessitent une parfaite maîtrise de la partie technique de l'offre afin de hisser haut les couleurs de la différenciation. Cette partie sera abordée dans la partie « argumenter »

#### **Objectifs de la formation :**

Apprendre les fondamentaux, valider les acquis existants, remettre en cause certaines croyances constituent l'objectif de ce module de base.

#### **Contenu :**

- B to B / B to D / B to C, des acteurs et des attentes différentes des interlocuteurs.
  - Quels sont vos interlocuteurs et leurs attentes ? : brainstorming
- Cas spécifique de la prospection : Veille sur le marché et les entreprises cibles, veille concurrentielle (entreprises, produits, services...) - Identification de nouveaux clients, des nouveaux marchés, qualification des prospects et évaluation des potentiels - Proposition et mise en œuvre de plans de prospection - Prise de rendez-vous avec des prospects - Représentations de son entreprise (lors de salons, des réunions de professionnels ...)
- Les 7 étapes de la vente
  - Se préparer
  - Se présenter
  - Découvrir la problématique du prospect ou du client
  - Argumenter

- Proposition de solutions techniques adaptées aux besoins des clients - Identification des besoins et des attentes techniques et budgétaires du client après entretien, lecture de cahiers des charges, d'appel d'offres ... - Recherche d'informations techniques, réglementaires, logistiques, financières et commerciales auprès des différents services de l'entreprise et/ou des fournisseurs - Identification des solutions pertinentes - Formalisation d'une proposition
  - Traiter les objections
  - Conclure
  - Suivi
  - QCM de validation des acquis
- 
- =>Exercices pratiques avec mises en situation, analyse et retour d'expérience

## 2/2 J1 : Module « Achats »

Développer un business ne se fait pas sans partenaires ...les clients. Quel est le job d'un acheteur, quelles sont ses interactions, quels sont ses leviers et risques vis-à-vis d'un fournisseur ? ....autant de questions qu'il est important de connaître pour un commercial.

### Objectifs de la formation :

Se mettre dans la peau d'un acheteur une demi-journée afin de mieux anticiper ses attentes, ses contraintes, son processus d'achat et ses outils.

### Contenu :

- Historique du rôle de l'acheteur Les outils d'un acheteur :
- Les facettes de la fonction suivant les secteurs et tailles d'entreprise
- Le processus achats
  - Les achats en amont
    - Veilles
    - Sourcing
    - Benchmarking , tests etc
    - Segmentation portefeuilles
    - Définition d'une stratégie globale et par portefeuille
  - Les achats opérationnels



- Consultations
- Négociation
- Contractualisation
- Les achats en aval
  - Implémentation
  - K.P.I
- Les profils d'acheteurs
- Les techniques de face à face
- Les techniques de déstabilisation soft et hard ainsi que leurs parades
  - =>Exercice pratique de segmentation de portefeuille.

## 1/2 J2 : Module « Négociations » :

Vendre et négocier sont deux choses différentes qui peuvent intervenir dans un même entretien. Beaucoup de commerciaux ne vendent pas suffisamment la solution avant d'entrer dans la phase de négociation ou bien commencent à négocier à la moindre objection.

### Objectifs de la formation :

Comprendre l'importance et la différence de vendre ou négocier, se préparer à la négociation et maîtriser ce type d'entretien est l'objectif de ce module.

Négocier dans un monde en crise est de plus en plus compliqué et nécessite donc une meilleure maîtrise de cette phase avec un client.

### Contenu :

- Vendre ou négocier ? Distinguer Demande de concession et objection !
- Les outils d'une préparation réussie
  - Les jeux de pouvoir
  - Le « clausier »
  - La gestion des concessions et contreparties
- Zoom sur la défense du prix et ses règles d'or
- Un peu de psychologie : les profils de négociateur
- Un peu de stratégie : les situations de négociation



- Test : de quel profil êtes-vous ?
  - =>Exercices pratiques avec mises en situation et analyse

## 2/2 J2 : Key Account Management

Les clients se regroupent et se concentrent, attendant de la part des fournisseurs une approche « Key Account ». C'est un autre métier !

### **Objectifs de la formation :**

Prendre conscience et comprendre l'approche Grands Comptes. C'est évoluer dans un autre monde avec des enjeux financiers et humains complexes.

### **Contenu :**

- Qu'est- ce qu'un Key Account?
- Les différents modèles de collaboration avec un Grand Compte
- Les rôles du Key Account Manager
  - Rassembler les bonnes données
  - Le SWOT 1, le SWOT 2
  - Gérer les équipes et les projets
- L'Account Business Plan, son utilité, sa construction.
- Stratégies de contact et de lobbying chez le client
- Gérer des projets
  - =>Bilan de compétences
  - =>Exercices et ateliers
  - =>simulations sur de vraies situations clients



## ½ J3 Organisation commerciale

La virtuosité n'est rien sans une bonne organisation et sans une saine gestion du capital temps !

### **Objectifs de la formation :**

Ce module vise à prendre conscience des vertus d'un bon ciblage et d'une bonne organisation du temps entre le Temps Actif de Vente (téléphone, face à face etc) et le temps nécessaire au support des activités (préparation des entretiens, reporting etc).

### **Contenu :**

- Les types d'organisation des forces de vente
  - Le ciblage
  - La gestion des priorités et le temps actif de vente
  - La gestion des fréquences de visite
  - La méthode u,i, U,I
  - Le reporting
  - La CRM
  - Recueil des informations nécessaires à l'élaboration d'un plan d'actions commerciales en direction des professionnels de son secteur : recueil d'informations sur les pratiques commerciales de la concurrence, caractéristiques économiques et commerciales de son secteur...
- =>Etude de cas concrète dans le domaine « agri » : Cas B.A.S.E



## 2/2 J3 Management des forces de vente

Etre un bon commercial et manager des commerciaux sont deux choses différentes, l'un étant une condition nécessaire mais ...loin d'être suffisante. Ce module complète le module précédent en « montant d'un cran » dans les responsabilités exercées.

### **Objectifs de la formation :**

Ce module vise à renforcer les compétences de managers existants ou à donner les principales clefs de la fonction à des commerciaux prêts à accéder à cette fonction.

### **Contenu :**

- Les systèmes de rémunération
- La motivation des commerciaux
- Conduite de réunion
- Fixation des objectifs
- La journée d'accompagnement terrain
- La formation
- Le fonctionnement matriciel
- Le business review

**Lors du module « Ventes-Achats-Négociations » aura lieu l'intervention de M. Florin Constantin : « L'intelligence économique- discipline support dans la conduite optimale des négociations »**

## J4 RH & Management

Le manager est confronté au quotidien à bon nombre de problèmes à surmonter, tant d'ordre technique que d'ordre managérial. Les différentes cultures d'entreprise « norment » par ailleurs ce qui est considéré comme « aligné » ou « dérivant ». RH et managers opérationnels collaborent sur certaines composantes du cycle managérial. Ce module plus général vient en complément du module management des forces de vente et concerne donc toutes les fonctions managériales.

### **Objectifs de la formation :**

Le fait de donner des repères opérationnels et personnels aux participants permettra aux stagiaires de mieux se positionner en tant que managé par rapport à son manager et donnera aux futurs ou actuels managers les moyens de s'étalonner par rapport aux « best practices »

### **Contenu :**

- Les rôles du service RH et des différents « stakeholders »
- Le cycle managérial passant par :
  - le recrutement
  - l'intégration
  - le coaching
  - la formation
  - le développement du salarié en liaison avec les RH et parfois la séparation.
- Les 4 postures managériales d'après « Blake & Mouton »
- Les entretiens de management :
  - L'entretien de recadrage simple avec la méthode DESC
  - Le recadrage
  - La gestion de conflits
  - L'entretien de fin d'année et de fixation d'objectifs



- =>Un cas « déroulant » de 6 situations concrètes permettra aux stagiaires d’être acteurs de leur formation toute la journée. Ce cas constituera le fil conducteur de cette journée afin que les stagiaires puissent être acteurs de ce module.
- => Des tests de personnalité compléteront cette formation afin d’offrir aux participants une meilleure connaissance de soi, utile en opérationnel.

**Lors du module « RH-Management » aura lieu l’intervention de Mme Natalia Gheorghe : « Principaux défis dans le processus de recrutement dans le secteur agro-agroalimentaire en Roumanie- focus sur les fonctions technico-commerciales »**