



PLAN DE FORMATION DE LA FORCE DE VENTE

- I. Briefing des vendeurs**
- II. Présentation de l'entreprise (Historique, objectifs, ambitions...)**
- III. Présentation du/des produit(s)**
 - Ses qualités intrinsèques (*Caractéristiques, besoins, impact...*)
 - Ses standards de présentation (*gamme, marque, norme, étiquette, prix, emballage*)
 - Les services et qualités associés (*livraison, installation, réparation, conditions de garantie, service après-vente, modalités de paiement, conditions de fabrication, caractéristiques techniques, provenance*)
- IV. Informations relatives à la concurrence.**
- V. Caractéristiques principales des principaux intervenants du marché**
(*fabricants, les intermédiaires et les distributeurs*)
- VI. Typologie de la clientèle à qui ils vont vendre les produits.** (*critères et segmentations*)
- VII. Explication des lois en vigueur relatives à la vente.**
- VIII. Plan d'Organisation** (*gestion du temps, des stocks, du secteur, répartition des tâches*)
- IX. Mise en place des outils d'aide à la vente**
 1. Les fichiers clients (*connaitre les comportements d'achat des clients*)
 2. La documentation commerciale
 3. Les argumentaires de vente
 4. Le matériel de démonstration
 5. Les données chiffrées (*prix de revient, pourcentages, marge bénéficiaire*)
- X. Mise en situation / Entretien de vente**
- XI. Evaluation et Correction**