

CYCLE DE TECHNICIEN DES FORCES DE VENTE

PROGRAMME

CONTACT

Mme Christine Delaunay
Conseiller formation initiale
Faculté des Métiers au 02 99 05 46 06



Institut de Formation Commerciale

Rue des Frères Montgolfier – Campus de Ker Lann
BP 17201 – 35172 Bruz cedex
Tél 02 99 05 45 45 – Fax 02 99 05 45 30

CYCLE DE TECHNICIEN DES FORCES DE VENTE promo 2007 – contrat de professionnalisation

Objectif global :

Former un technicien de forces de vente efficaces et organisés

Durée de la formation : 12 mois

Secteur professionnel concerné :

COMMERCE VENTE DISTRIBUTION : négociation - télé négociation

Métiers possibles :

Représentant, conseiller commercial, télévendeur, attaché commercial

Public concerné

- Demandeurs d'emploi
- Congés individuels de formation
- Etudiants

Conditions d'admission

- Niveau bac et bac validé
- Age minimum requis : 18 ans
- Permis de conduire

Date de démarrage

- novembre 2007

CYCLE DE TECHNICIEN DES FORCES DE VENTE promo 2007 – contrat de professionnalisation

Formation modularisée

PROGRAMME

	Matières	Heures
LE MARCHE	ACTION COMMERCIALE	14
	MERCATIQUE	14
TECHNIQUES DE VENTE ET DE COMMUNICATION	TECHNIQUES DE VENTE ET NEGOCIATION COMMERCIALE	117
	MARKETING DIRECT	14
	VENTE A DISTANCE	14
	OPTIMISER SON IMAGE	7
	COMPRENDRE LA PSYCHOLOGIE CLIENT	35
	EXPRESSION ET COMMUNICATION	14
	GERER SON STRESS ET SE MANAGER	14
	GERER SON TEMPS ET SON ORGANISATION	14
	SE VENDRE SUR LE MARCHE DU TRAVAIL (21 H)	
GESTION	GESTION FINANCIERE ET COMMERCIALE	14
	CALCULS COMMERCIAUX	14
L'ENTREPRISE	CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE (7 EN ENTREPRISE)	14
	ENVIRONNEMENT JURIDIQUE DE LA FONCTION COMMERCIALE (14 EN ENTREPRISE)	7
	ORGANISATION COMMERCIALE	35
LES OUTILS TECHNIQUES	INFORMATIQUE, OUTIL DE LA PRODUCTIVITE COMMERCIALE	28
	ANGLAIS	42
	ECRITS COMMERCIAUX	14
SUIVI STAGIAIRES	SUIVI DES STAGIAIRES	23
EVALUATION	SOUTENANCES DES DOSSIERS	7
	TOTAL	455

**CYCLE DE TECHNICIEN DES FORCES DE VENTE
promo 2007 – contrat de professionnalisation**

ACTION COMMERCIALE

Objectifs	A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de : <ul style="list-style-type: none">• Prendre en compte les composantes et mettre en œuvre un plan d'action commerciale• Contribuer au PAC et à l'organisation du travail• Déterminer les actions à engager• Mettre en application les actions à engager
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none">• La position du PAC dans la stratégie globale marketing• Les politiques et stratégies commerciales• Le rôle de la prévision des ventes• La vente push et la vente pull• Le diagnostic et choix de l'action commerciale• Le contrôle de l'action• Les sources d'information
Durée	14 h en CP
Supports et Méthodes de travail	Mise en œuvre d'une pédagogie active et de modes d'évaluation <ul style="list-style-type: none">• cours• remise de documents pédagogiques• travaux en sous-groupes• training sur toutes les phases du plan d'action commerciale• analyses, synthèses et auto-évaluations• réalisation de missions pour le compte d'entreprises partenaires
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none">• Mercatique• Organisation commerciale

MERCATIQUE

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la stratégie commerciale de l'entreprise et la mettre en application sur le terrain • Concevoir et mettre en place certaines opérations de promotion • Collecter et évaluer des informations utiles issues du terrain • Maîtriser le vocabulaire professionnel • Utiliser les outils marketing • Anticiper les besoins potentiels de la clientèle
Contenu du thème	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'approche de la mercatique 2. Le concept de base et les démarches marketing 3. L'étude de marché 4. Le marché, segmentation ciblage et positionnement 5. Les composantes du marketing mix <ul style="list-style-type: none"> • le produit (cycle de vie, gamme, lancement) • le prix (fixation du prix) • la distribution • la communication 6. Les outils d'analyse du marché (système d'information - marketing)
Durée	14 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Cours • Réalisation de missions • Etudes de cas • Interventions de spécialistes
Thèmes associés	comprendre la psychologie client

TECHNIQUES DE VENTE ET NEGOCIATION COMMERCIALE

Objectifs	<p>A l'issue de ce module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser toutes les phases du plan de vente • Posséder le comportemental nécessaire au bon déroulement des entretiens de vente • Acquérir les performances personnelles en négociation commerciale • Dégager les mécanismes et les enjeux d'une négociation • Repérer ce qui facilite ou entrave une négociation sur les plans personnels, inter-individuel et institutionnel
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none"> • L'introduction à la négociation • La préparation de l'entretien de vente <p>1. Le déroulement d'un entretien de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • La prise de contact • La phase exploratoire • La proposition commerciale • L'argumentation • Le traitement des objections • La vente du prix • La recherche d'un accord • La conclusion d'un entretien de vente • La prise de congé <p>2. Les techniques propres à différents types de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vente en prospection directe • Vente de services • Vente en grande distribution • Vente de produits industriels et techniques <p>Le suivi et la fidélisation</p>
Durée	117 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en œuvre d'une pédagogie active et de modes d'évaluation <ul style="list-style-type: none"> - Cours - Simulations de vente - Vidéo - Analyses, synthèses et auto-évaluations
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques d'organisation commerciale • Mercatique

MARKETING DIRECT ET VENTE A DISTANCE

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser l'outil dans ses différentes utilisations • Adopter une attitude qui favorise l'écoute, l'échange tout en véhiculant une image favorable • Mettre en place un plan de prospection • Obtenir des rendez-vous de qualité • Contourner les barrages • Adapter un discours aux différentes situations professionnelles • Gérer des appels • Identifier les besoins • Suivre un guide d'entretien • Développer et maintenir de bonnes relations au téléphone • Prospecter par téléphone • Vendre au téléphone • Utiliser les autres outils de communication à distance
Contenu du thème	<p>1. Le Téléphone</p> <ul style="list-style-type: none"> • La préparation et les objectifs de l'appel • Le plan de prospection • L'écoute • L'argumentaire • Les principes de base de l'utilisation du téléphone • La gestion des réclamations /Le traitement des objections • La reformulation • La prospection /La prise de rendez-vous • Le couplage informatique / téléphonie • Les plates-formes téléphoniques <p>2. Le Publipostage</p> <ul style="list-style-type: none"> • La qualification fichier clients • Le ciblage • La rédaction de la lettre • Le coupon réponse <p>3. Le Commerce Electronique</p>
Durée	28 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Apports théoriques • Mises en situations pratiques
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques d'expression orale • Techniques de vente • Techniques d'organisation • informatique

OPTIMISER SON IMAGE

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la dimension du « paraître » dans une fonction commerciale • Prendre conscience de sa propre image • Faire évoluer son image en fonction de « ce que je suis », « ce que je fais », ce que je veux »
Contenu du thème	<p>1. L'image de soi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auto diagnostic • La perception des autres <p>2. Les contraintes de la profession</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les attentes des clients • Les évolutions <p>3. Les points de convergences et de divergences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse • La recherche de solutions - Tenue - Coiffure - Attitudes - Gestuelle - Images mentales
Durée	7 heures
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Entraînements individuels
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Communication • Vente • Technique de recherche d'emploi

COMPRENDRE LA PSYCHOLOGIE CLIENT

Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• Connaître les comportements d'achats et processus de décision des clients
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none">• L'inventaire des acquisitions personnelles• Les comportements d'achat<ul style="list-style-type: none">• facteurs socio-culturels• socio types• facteurs personnels• processus des décisions d'achat• La découverte du client<ul style="list-style-type: none">• L'analyse transactionnelle• La programmation neuro-Linguistique
Durée	35 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none">• Textes psychologiques et de personnalité• Questionnaires guides• Simulations
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none">• Techniques de ventes

EXPRESSION ET COMMUNICATION

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prendre confiance en soi dans sa relation avec l'autre • Oser prendre la parole devant un groupe et ouvrir une discussion • Maintenir une communication orale efficace • Se développer individuellement dans le travail et se former soi-même
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none"> • L'auditoire et l'interlocuteur • L'organisation de l'espace • Les aides matérielles • La présentation physique • L'exposé • La revue de presse • L'argumentation et la justification d'une opinion • La soutenance • Les principes d'expression orale • Le développement personnel dans l'environnement • Le feed back et son exploitation • Le travail de l'acteur
Orientations et bases de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Faire preuve de réceptivité et élargir son horizon • Enrichir sa culture générale et aiguïser sa curiosité • Jouer la carte de la créativité et de l'innovation
Durée	14 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Exercices d'expression orale et d'affirmation de soi devant le groupe • Présentations, débats et discussions thématiques • Jeux de créativité • Grille d'évaluation et d'objectifs personnels • Support vidéo • Préparation aux soutenances d'examen • Approche de l'expression théâtrale sous ses différentes formes
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de vente • Communication interpersonnelle • Training de l'acteur

GERER SON STRESS ET SE MANAGER

Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• Identifier son comportement pour agir
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none">• Faire son inventaire personnel• Se fixer des objectifs d'évolution• Repérer ses zones de motivations• Comprendre comment on se motive• Résister au stress
Durée	14 heures
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none">• Test de positionnement personnel• Simulations• Exercices d'expression orale et d'affirmation de soi devant le groupe• Relaxation et concentration
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none">• Image de soi• Communication• Techniques de ventes

GERER SON TEMPS ET SON ORGANISATION

Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• S'organiser pour améliorer son efficacité commerciale
Contenu du thème	<p>Gérer son temps</p> <ul style="list-style-type: none">• Recenser les tâches à effectuer• Déterminer la répartition idéale du temps de travail• Organiser l'emploi du temps sur une semaine <p>Organiser les tournées</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyser l'activité pour choisir les tournées• Maîtriser les différentes formes de tournées• Programmer les visites
Durée	14 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none">• Test de positionnement personnel• Cours• Intervention de professionnels• Etudes de cas
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none">• Action commerciale• Organisation commerciale

SE VENDRE SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se mobiliser en vue d'une recherche active • Mettre en place une stratégie globale de recherche d'emploi • Individualiser celle-ci en fonction des projets de chacun • Prendre conscience de ses compétences (points forts et points faibles) tant au niveau personnel que professionnel • Définir un projet professionnel en fonction de ses aspirations, de ses potentialités et du marché de l'emploi • Créer ou adapter les outils existants aux objectifs visés • Rendre le stagiaire autonome (maîtriser des techniques de ciblage) et confiant face aux recruteurs
Contenu du thème	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'optimisation des savoirs, savoir-faire et savoir-être <ul style="list-style-type: none"> • Grille de diagnostic en aval du projet professionnel 2. Le CV <ul style="list-style-type: none"> • Le CV, un outil de communication • Les techniques de ciblages • La construction • La mise en forme 3. La lettre d'accompagnement <ul style="list-style-type: none"> • La communication écrite efficace • Personnalisation du message 4. La prospection <ul style="list-style-type: none"> • La presse (PA, appels d'offres, secteurs d'activités) • Etudes de marché • Détection des marchés cachés • Internet • Constitution d'un réseau 5. Le téléphone <ul style="list-style-type: none"> • Techniques d'entretien (traitées par un spécialiste) • Relance téléphonique 6. Les entretiens de recrutement <ul style="list-style-type: none"> • Les questions de recrutement (anodines et pièges) • Les questions dérangeantes (appropriation d'un discours cohérent) • Communication orale efficace • Assertivité • Maîtrise des émotions • Ecoute active • Argumentaire • Objections
Durée	Rien en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Apports théoriques • Actions menées en parallèle • Recherche documentaire • Prospection téléphonique • Frappe des CV et lettres • Interviews terrain • entretiens individuels (personnalisation des démarches) • simulation et vidéo des entretiens de recrutement • remise d'un document pédagogique
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques d'expression orale • Techniques d'expression écrite

GESTION FINANCIERE ET COMMERCIALE

Objectifs	<p>A l'issue de la formation, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les rôles informatifs de la comptabilité • Connaître les principes élémentaires de comptabilité • Calculer les charges et comprendre leur incidence • Dégager l'historique d'un compte • Mesurer l'incidence de l'activité commerciale à travers l'étude du compte d'exploitation • Etablir le diagnostic d'une situation • Lire et interpréter un bilan • Calculer un taux de marge, un coefficient multiplicateur et proposer des barèmes de prix • Utiliser les ratios • Calculer les coûts • Calculer un prix de revient • Déterminer un seuil de rentabilité
Contenu du thème	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les opérations d'une entreprise avec les tiers <ul style="list-style-type: none"> • Patrimoine – Bilan - Opération de gestion - Compte de résultat 2. Le traitement de l'information <ul style="list-style-type: none"> • Les flux - Les documents comptables 3. Les opérations d'inventaire <ul style="list-style-type: none"> • Les stocks - Les immobilisations - Les provisions 4. La facturation <ul style="list-style-type: none"> • T.V.A. – réductions –éléments d'une facture 5. Les conditions de règlement 6. Les différents modes de financement 7. L'analyse de rentabilité 8. L'analyse de la stratégie financière 9. Le FR / BFR / CAF 10. La recherche du seuil de rentabilité <ul style="list-style-type: none"> • Méthode des coûts • Seuil de rentabilité • Point mort • Calculs prévisionnels 11. Le calcul du prix de revient 12. Les ratios courants
Durée	14 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Apports théoriques • Travail individuel d'application • Etudes de cas
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de vente • Techniques d'organisation • Mathématiques

CALCULS COMMERCIAUX

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les calculs commerciaux • Faire preuve de réactivité en calcul mental • Recourir aux outils mathématiques nécessaires pour les techniques de gestion • Mettre en œuvre des techniques statistiques pour le traitement des données commerciales • Formuler des propositions en matière de gestion de trésorerie et le choix d'investissement
Contenu du thème	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les calculs mentaux <ul style="list-style-type: none"> • opérations – coefficients – pourcentages – proportions 2. Les paramètres statistiques <ul style="list-style-type: none"> • terminologie – tableaux – graphiques 3. Les analyses statistiques <ul style="list-style-type: none"> • moyennes – médianes – variances – écarts types 4. Les outils d'analyse et de prévisions 5. Les éléments de probabilité
Durée	14 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Cours • Exercices individuels et en groupes • Etudes de cas
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de vente • Gestion et comptabilité • Techniques d'organisation

CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre l'entreprise, son fonctionnement, sa structure, son marché, son environnement afin de s'y intégrer rapidement • Connaître et situer l'entreprise en fonction de sa structure et de son organisation • Développer les relations professionnelles
Contenu du thème	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'entreprise, son environnement et ses contraintes 2. La structure et l'organisation des entreprises 3. L'étude des fonctions <ul style="list-style-type: none"> • l'activité commerciale de l'entreprise (l'action et la politique commerciale) • l'activité financière (incidence des résultats financiers) • l'activité production (les processus productifs – les choix économiques de production – les choix d'organisation du travail et la qualité) • L'activité logistique (domaines et enjeux – les processus d'organisation des approvisionnements) • Les hommes dans l'entreprise (la politique de personnel et l'administration du personnel) 4. Le diagnostic et les stratégies d'entreprise 5. La création d'entreprise 6. Le règlement intérieur de l'entreprise
Durée	14 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Apports théoriques • Exposés • Rencontres avec des chefs d'entreprise • Etudes de cas
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Economie • Droit • Techniques d'organisation

ENVIRONNEMENT JURIDIQUE DE LA FONCTION COMMERCIALE

Objectifs	A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de : <ul style="list-style-type: none">• Analyser un contrat de travail• Analyser un contrat de vente• Connaître les principales réglementations commerciales
Contenu du thème	<ol style="list-style-type: none">1. La législation de l'emploi<ul style="list-style-type: none">• contrat de travail• clauses particulières• licenciements• Conseil des prud'hommes• différents contrats de travail et leur application aux commerciaux• statut d'agent commercial /VRP/salariés2. La législation commerciale<ul style="list-style-type: none">• contrat de vente• liberté des prix et concurrence• réglementation commerciale• vente et prestation de service hors magasin3. Réglementation
Durée	7 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none">• Apports théoriques• Etudes de cas• Intervention du président départemental du conseil national des forces de vente
Thèmes associés	

ORGANISATION COMMERCIALE

Objectifs	<p>A l'issue de la formation, stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place les outils de la performance commerciale • Définir un secteur de vente • Cibler son portefeuille client • Rechercher les informations internes et externes • Définir des objectifs prioritaires • Construire son catalogue • Préparer ses rapports administratifs • Dresser une check list de ses outils • Identifier les clients potentiels et des décideurs • Assurer le suivi des prospects • Construire son dossier client • Stocker les informations • Connaître les logiciels d'organisation commerciale existants • Prévoir, surveiller et évaluer ses résultats • Gérer son temps
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none"> • Le secteur • Le portefeuille client • Les sources d'information • Les outils d'aide à la vente • Les documents de liaison entreprise • Le dossier client • Le compte client • Le courrier commercial • Les fichiers clients • Les rapports d'activité • Le rôle de la prospection • Le tableau de bord • La prévision des ventes • Les moyens de contrôle et d'évaluation de la performance • Le planning des actions • La gestion des priorités • La relance (téléphonique, courrier...)
Durée	35 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Cours • Intervention de professionnels • Etudes de cas
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de vente

**INFORMATIQUE
OUTIL DE LA PRODUCTIVITE COMMERCIALE**

Objectifs	A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de : <ul style="list-style-type: none">• Utiliser l'outil informatique et les logiciels de base (WORD EXCEL)• Connaître les nouveaux moyens d'accès à l'information commerciale et de choisir un matériel adapté
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none">• Le matériel informatique• Les logiciels progiciels<ul style="list-style-type: none">- Word- Excel- Power Point• Les fichiers – base de données• Les nouveaux moyens d'accès à l'informatique (WEB télématique)• Internet (en lien avec le commerce électronique)
Durée	28 heures
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none">• Exercices• Cas• Liaison avec les cours d'organisation commerciale, marketing direct, écrits commerciaux...
Thèmes associés	

ANGLAIS

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquérir et utiliser les bases de la langue anglaise pour communiquer • Appréhender l'anglais commercial
Contenu du thème	<p>Niveau I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expression sommaire • Formulation question - réponses simples • Descriptions simples • Notions d'écrit <p>Niveau II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication en langue courante dans des situations simples et quotidiennes • Expression écrite de messages simples • Compréhension de documents écrits <p>Niveau III</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expression fluide en situations courantes • Utilisation d'un vocabulaire précis • Compréhension globale de la plupart des messages <p>Niveau IV</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participation à des conversations authentiques • Possibilité de se faire comprendre en toutes situations <p>Niveau V</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autonomie linguistique
Durée	42 heures
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Méthodes audiovisuelles et audio orales • Salle d'auto formation et logiciels spécifiques
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de vente • Pratique du téléphone

ECRITS COMMERCIAUX

Objectifs	<p>A l'issue du module, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyser tout document écrit• Composer et formuler tout document écrit selon les normes en vigueur• Recenser les éléments nécessaires au traitement de l'information• Sélectionner les faits et arguments pertinents• Maintenir des communications écrites efficaces• Restituer tout ou partie du contenu d'une réunion ou activité• Enregistrer, stocker et exploiter les informations
Contenu du thème	<ul style="list-style-type: none">• La lettre (fond et forme)• Les notes : rôles et caractéristiques• La prise de notes• Le rapport (fond et forme)• Le compte rendu• Les différents moyens de communication par écrit et leur application• L'utilisation de l'outil informatique mis à disposition dans l'entreprise pour stocker et exploiter les informations
Durée	14 heures
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none">• Apports théoriques• Travail individuel d'application• Application pratique• Préparation du mémoire
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none">• Techniques d'expression• Communication• Organisation commerciale

PREPARATION SOUTENANCE MEMOIRE ET SUIVI

Objectifs	<p>A l'issue du module, en conclusion du module expression et communication, le stagiaire devra être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer l'objectif à atteindre • Choisir l'angle d'attaque de ses messages • Equilibrer sa terminologie en fonction de la cible • Exposer efficacement un sujet en temps limité • Utiliser au mieux différents supports visuels pour illustrer son propos
Contenu du thème	<p>1. Le dossier professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'entreprise • Les actions commerciales • Problématique/préconisation/solutions/résultats • Les critères d'évaluation <p>2. La présentation orale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation des notes et préparation de l'exposé • Mise en espace de l'exposé • Gestion des outils d'aide visuelle • Interactivité avec l'auditoire • Adaptabilité et souplesse face au jury
Durée	30 h en CP
Supports et Méthodes de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Entraînements individuels
Thèmes associés	<ul style="list-style-type: none"> • Communication • Vente