|  |
| --- |
| **Numéro du module :** |
| 2 |
| **Titre du module :** |
| Recommandations d’outils de vente et d’achat |
| **Résultat d’apprentissage :** |
| **Recommander des outils de vente et d’achat selon la clientèle cible afin d’ajouter une valeur sociale en lien avec des stratégies de commercialisation innovatrice de l’entreprise sociale.** |
| **Éléments de performance :** |
| * identifier les différents outils de vente et d’achat sur le marché * énumérer les avantages et les inconvénients de la vente en ligne et son impact sur l’entreprise sociale * comparer les différents systèmes transactionnels pouvant être utilisés par une entreprise sociale * prévoir l’impact de divers outils de vente et d’achat, tels que la vente en ligne, ainsi que leurs conséquences potentielles * proposer des stratégies à inclure dans un plan d’action pour réduire l’impact négatif potentiel des outils de vente et d’achat pour l’entreprise sociale * discuter de l’importance d’ajouter une valeur sociale dans les stratégies de commercialisation * choisir des systèmes transactionnels en lien avec les besoins de l’entreprise sociale * établir les jalons permettant de mesurer l’impact de l’implantation de systèmes transactionnels dans l’entreprise sociale * tenir compte des besoins de l’entreprise sociale lors de la sélection des outils de vente et d’achat * faire preuve d’innovation et de créativité en recommandant des outils de vente et d’achat qui répondent aux besoins du marché numérique |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre de l’activité** | Séance de cours 4 : Des outils de vente |

|  |
| --- |
| **Description** |
| **Résumé (1-2 phrases) :** |
| Cette séance de cours te permettra d’approfondir tes connaissances au sujet des divers outils de vente. |
| **Mise en contexte / Mise en situation :** |
| Le gestionnaire de l’entreprise sociale doit assurer son succès commercial dans son marché de prédilection. Pour ce faire, comme tu l’apprendras dans ce cours, il existe des outils de vente, appelés aussi outils d’aide à la vente (OAV), qui aident à améliorer les performances commerciales de l’entreprise sociale. Il est donc important de connaitre ces outils de vente et de savoir comment s’en servir pour obtenir de bons résultats.  Dans un premier temps, nommons les outils traditionnels qui regroupent tous les moyens physiques pour trouver ou fidéliser des clients. Ces outils sont nombreux, et il ne faut pas les négliger dans le contexte présent pour gagner des clients.  Depuis l’apparition d’Internet, les entreprises innovent et élaborent de nouvelles stratégies de vente qui influencent les décisions d’achat ou de recherche d’information des consommateurs. Ainsi, les outils de vente modernes s’appuient sur le développement d’Internet.  Alors, tu peux te questionner à savoir lesquels de ces outils doivent être privilégiés pour obtenir les résultats escomptés, c’est-à-dire trouver des clients. Prépare-toi à en comparer afin de déterminer les outils qui sont le mieux adaptés pour garantir le succès de l’entreprise sociale. |
| **Consignes, directives et ressources (liens, manuels, images, etc.) :** |
| Avant la séance de cours  Assure-toi de consulter les ressources suivantes   * [Pourquoi renforcer votre impact commercial avec des outils de vente adaptés ?](https://www.expert-activ.com/pourquoi-renforcer-votre-impact-commercial-avec-des-outils-de-vente-adaptes/) * [Les outils d’aide à la vente pour élaborer votre stratégie commerciale](https://www.booster-academy.fr/blog-booster-academy/outils-aide-vente-strategie-commerciale/)   **Thèmes à l’étude**   * Outils traditionnels de vente * Stratégies de vente innovantes * Avantages et inconvénients de la vente en ligne * Comparaison de systèmes transactionnels   + Impact des systèmes transactionnels * Réduction de l’impact (négatifs) des outils de vente * Comité de travail (discussion) * Période de questions * Présentation des travaux à venir |