

Objectifs

Optimiser ses résultats commerciaux, Savoir vendre en fonction du besoin des clients, Se positionner face aux différents types d'acheteurs, Conclure une affaire et augmenter sa présence chez ses clients.

Participants

Commerciaux, technico-commerciaux et vendeurs intervenant dans les secteurs de l'industrie, de la distribution, du négoce, du service et auprès des particuliers.

Prérequis

Aucun

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Remarque

Rôle Formateur Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprie méthodes et outils. Il pratique un accompagnement comportemental personnalisé à chaque apprenant par des méthodes d'écoute et de questionnement. Point fort Chaque participant recevra avant le stage un document sur lequel il précisera ses attentes. Ce document permettra au formateur d'orienter la formation en fonction des objectifs de chacun.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Connaître l'entreprise

Les informations préalables pour une meilleure adaptabilité face au prospect

La fixation d'objectifs professionnels et personnels

Les outils commerciaux nécessaires à l'entretien

Prise de contact

Mettre en place un climat de confiance en utilisant la communication verbale et non verbale

Avoir une présentation optimale de son entreprise

La phase d'investigation (Découverte)

Les techniques de questionnement

L'empathie et l'écoute au service de la négociation

Les principes du feed back pour améliorer la communication

Définir son plan de découverte personnalisé

Définir son offre (Argumentaire produits et services)

Les caractéristiques exprimées en avantages, adaptées au besoin du client

L'adhésion du client pour une meilleure implication

Les techniques pour créer son argumentaire

Le prix et l'argumentaire

La perception du prix dans la négociation

Les techniques de présentation du prix pour valoriser son offre

Défendre son offre

Le fondement de l'objection

Les points de passages obligatoires pour répondre aux objections

Les objections principales et leurs réponses

L'attitude du vendeur pour mieux gérer l'objection

Négocier et conclure

L'attitude du commercial face à la conclusion

Les techniques pour anticiper face aux signaux d'achats

Les 5 techniques de conclusion pour faire valider l'offre

Les différentes propositions liées à la conclusion

Le suivi commercial

Les principales phases "d'après-vente"

La gestion du dossier client pour renforcer sa présence et son chiffre d'affaires