

Objectifs

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de : - Repérer ses forces et ses faiblesses dans différentes situations de vente, - Comprendre la diversité des comportements et l'intérêt de s'adapter à son interlocuteur. - Définir la typologie de son client et s'y adapter. - Savoir répondre efficacement à la demande de son client. - Savoir améliorer sa propre typologie comportementale pour élargir son champ d'action. - Négocier efficacement et faire valoir ses arguments.

Participants

Toute personne qui peut être amenée à vendre et à conseiller les clients de façon régulière ou occasionnelle.

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 mettent en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

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

Processus d'achat et typologie client

2 jours - 14 heures

Objectifs

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de : - Repérer ses forces et ses faiblesses dans différentes situations de vente, - Comprendre la diversité des comportements et l'intérêt de s'adapter à son interlocuteur. - Définir la typologie de son client et s'y adapter. - Savoir répondre efficacement à la demande de son client. - Savoir améliorer sa propre typologie comportementale pour élargir son champ d'action. - Négocier efficacement et faire valoir ses arguments.

Participants

Toute personne qui peut être amenée à vendre et à conseiller les clients de façon régulière ou occasionnelle.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences. Des exercices pratiques accompagnent les

apports théoriques et permettent un entraînement concret. La méthode permet à chaque vendeur de mieux se connaître et de s'adapter à son client. Ainsi les techniques de vente prennent toute leur valeur et leur justesse.

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

Les différentes phases de l'achat.

Les processus qui conduisent à l'achat.

Les facteurs psychologiques et leurs implications.

La typologie des comportements.

La typologie suivant les traits de caractères.

Les processus de choix du consommateur en fonction de sa détermination.

Savoir adapter son langage et ses argumentations en fonction de son client et de son mode de fonctionnement.

Savoir reconnaître son propre comportement d'achat.

1126