

Programme: techniques de vente – 3 jours + 1 jour

Module distanciel: auto-évaluation, recueil des attentes.



Objectifs:

Maîtriser tous les étapes de l'entretien de vente, dont la découverte des besoins, l'argumentation, le traitement des objections et la conclusion pour améliorer ses performances.

Profil des participants:

Commerciaux ou fonctions travaillant au contact de prospects ou clients.

Prérequis:

Etre curieux et motivé par la découverte des techniques de vente.

Compétences acquises:

Capacité d'écoute, savoir se présenter, force de persuasion, gestion des priorités, optimiser son processus de vente.

Parcours pédagogique:

Auto-évaluation, recueil des attentes, sessions présentiels dont jeux de rôle, prise d'engagements individuels, et après 2 à 6 mois, session d'analyse des acquis et d'approfondissement des axes de progrès.

Moyens humains, ressources et méthode pédagogique:

Equipes:

un support reprenant tous les sujets abordés durant la formation, ainsi que les différents outils sont e-mailés aux participants pour faciliter la mise en œuvre post-formation.

Méthode:

un support reprenant tous les sujets abordés durant la formation, ainsi que les différents outils sont e-mailés aux participants pour faciliter la mise en œuvre post-formation.

Ressources :

un support reprenant tous les sujets abordés durant la formation, ainsi que les différents outils sont e-mailés aux participants pour faciliter la mise en œuvre post-formation.

Programme: techniques de vente – 3 jours + 1 jour

Module distanciel: auto-évaluation, recueil des attentes.



Séquence n°1 de modules présentiels:

- 1) La qualification des prospects. Définition des critères de scoring d'un prospect.
- 2) Phase de préparation: les clés pour optimiser sa crédibilité. Les informations et outils à rassembler avant l'entretien. La trame d'ordre du jour et la liste des informations clés.
- 3) Prise de contact: les 10 étapes d'une prise de contact réussie. Savoir se présenter, son entreprise et son offre commerciale. Les 3 piliers de la confiance.
- 4) Découverte: plan d'entretien, questions ouvertes, écoute active et diagnostic des leviers motivationnels pour évaluer l'intérêt de passer à la phase suivante.
- 5) Argumentation et conclusion: apprendre à distinguer vendre, marchander et négocier. Maîtriser la méthode SIMAC. Détecter les signaux d'achat et savoir engager le client.
- 6) Traiter les objections. Connaître les 7 raisons possibles pour une demande de baisse de prix et y répondre efficacement. Comprendre et appliquer les principes de l'assertivité.
- 7) Construire l'avenir. Maximiser les chances de satisfaction du client et obtenir des recommandations.
- 8) Tour de table, évaluations, prises d'engagements individuels et auto-évaluation des acquis.
 - Module distanciel: coaching individuel et/ou classe virtuelle.

Séquence n°2 de modules présentiels (après 2 à 6 mois):

- 1) Retour d'expérience et partage de bonnes pratiques: progrès réalisés et axes de progrès.
- 2) Savoir identifier les profils de personnalité avec la matrice KAPA pour adapter sa communication et maximiser son taux de succès en améliorant ses performances.
- 3) De la satisfaction à la préférence client: différences entre besoins exprimés et latents.
- 4) Tour de table, évaluations, prises d'engagements individuels et auto-évaluation des acquis.

Objectifs:

Maîtriser tous les étapes de l'entretien de vente, dont la découverte des besoins, l'argumentation, le traitement des objections et la conclusion pour améliorer ses performances.

Profil des participants:

Commerciaux ou fonctions travaillant au contact de prospects ou clients.

Prérequis:

Etre curieux et motivé par la découverte des techniques de vente.

Compétences acquises:

Capacité d'écoute, savoir se présenter, force de persuasion, gestion des priorités, optimiser son processus de vente.

Parcours pédagogique:

Auto-évaluation, recueil des attentes, sessions présentielles dont jeux de rôle, prise d'engagements individuels, et après 2 à 6 mois, session d'analyse des acquis et d'approfondissement des axes de progrès.

Moyens humains, ressources et méthode pédagogique:

Equipes:

un support reprenant tous les sujets abordés durant la formation, ainsi que les différents outils sont e-mailés aux participants pour faciliter la mise en œuvre post-formation.

Méthode:

un support reprenant tous les sujets abordés durant la formation, ainsi que les différents outils sont e-mailés aux participants pour faciliter la mise en œuvre post-formation.

Ressources :

un support reprenant tous les sujets abordés durant la formation, ainsi que les différents outils sont e-mailés aux participants pour faciliter la mise en œuvre post-formation.