

## TECHNIQUES DE VENTES ET DE PROSPECTION

### OBJECTIFS

Améliorer ses ventes

- Mettre en place et utiliser des outils et méthodes de prospection

### PROGRAMME

- Organiser sa prospection
  - La préparation des outils (fichiers, tableau de bord, mail)
  - La préparation de l'argumentaire
  - L'environnement, le moment
  - Se conditionner positivement
- L'intérêt du client
  - La prise de contact
  - L'écoute active
  - L'empathie
  - Découverte des attentes du client
  - Questions ouvertes
  - Identifier les motivations du client
  - Les besoins factuels et personnels
- L'adaptation de l'offre
  - Une offre unique pour un client unique
  - Offrir le choix entre 2 possibilités
  - Valoriser le client sur son choix
- Répondre aux objections
  - Profiter de l'objection pour mieux connaître son client
  - Identifier le ou les vrai(s) frein(s)
  - Savoir rassurer le client
  - Le prix annoncé est le bon !
  - Mettre en avant les arguments
- La finalisation
  - Résumer l'entretien et les attentes du prospect
  - Proposition de l'offre, prise de rendez vous, envoi mail
  - Fixer une prochaine étape
  - Laisser une image professionnelle et sympathique
  - Formaliser les informations obtenues
  - Programmer et réaliser les relances

### PRÉ-REQUIS / CONDITIONS DE REUSITE

- Personnel en charge de la commercialisation permanente ou occasionnelle (10 personnes maxi)
- Connaître le fonctionnement d'un établissement
- S'impliquer lors de la formation
- Etre en mesure de mettre en pratique les techniques présentées lors de la formation

### INTERVENANT

- Formateur spécialisé en relations commerciales et management, ancien cadre dirigeant (direction générale, RH et développement commercial dans les services B to B et B to C)

### MODALITES D'EVALUATION

- Evaluation par le formateur : mise en situation et reformulation (Attestation de formation individualisée)
- Évaluation par le stagiaire : questionnaire d'évaluation
- Evaluation par le dirigeant : entretien post-formation

### MODALITES PEDAGOGIQUES\*

- Durée : 14 heures sur 2 jours
- Outils et techniques pédagogiques :
  - Apports pédagogiques, échanges/discussions
  - Mises en situation

\* Le contenu et l'organisation de la formation seront adaptés à la demande et aux spécificités du client.