

COMMERCE | 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 réussite

- ❑ Personnel en charge de la commercialisation permanente ou occasionnelle
- ❑ S'impliquer lors de la formation
- ❑ Être en mesure de mettre en pratique les techniques présentées lors de la formation

INTERVENANT |

- ❑ Formateur spécialisé en relations commerciales et en 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 (remise d'une attestation de formation individualisée)
- ❑ Évaluation par le stagiaire : questionnaire d'évaluation
- ❑ Evaluation par le dirigeant : entretien post-formation

MODALITES | *

- ❑ Durée : 14 heures sur 2 jours
- ❑ 1 à 8 personnes maximum
- ❑ Modalités pédagogiques : échanges/discussions et mise en situations
- ❑ Rôle du formateur : apport théorique et évaluations des acquis
- ❑ Matériel utilisé : diaporama, documents techniques
- ❑ Documents remis aux participants : contenu du cours et documents techniques
- ❑ Participation à des mises en situations et échanges

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