

Techniques de vente : perfectionnement



LA VENTE

Définition

Les services concernés par la vente en entreprise et leur interaction

LES ÉTAPES DE L'ENTRETIEN DE VENTE

Les bénéfices du plan de vente

Objectifs et contenu de chacune des étapes

LA PRÉPARATION D'ENTRETIEN

Matérielle/Stratégique/Psychologique

LA PRISE DE CONTACT

La communication orale

Les différents langages (verbal, non verbal, paraverbal)

La méthode des couleurs de Marston pour identifier les 4 typologies d'interlocuteurs

La présentation de soi et de son entreprise

LA DÉCOUVERTE DES BESOINS

L'identification des besoins auxquels répond l'offre

Les techniques classiques de questionnement

La technique de questionnement SPIS

La synchronisation sur les langages en situation d'écoute active

La reformulation de verrouillage des besoins

Les motivations d'achats SONCAS en lien avec l'offre proposée

L'ARGUMENTATION

La notion d'avantage concurrentiel

La technique d'argumentation BAC (Bénéfice Avantage Caractéristique)

L'adaptation de l'argumentation aux canaux de perception (VAK)

La proposition commerciale

LA NÉGOCIATION

Les 5 règles de la négociation gagnant/gagnant

Les concessions intelligentes

Les techniques de réponse aux objections

L'affirmation de soi face au client

LA CONCLUSION

L'identification des signaux d'achats

Les différentes techniques de conclusion

LA FIDÉLISATION

Les actions de fidélisation efficaces

Référents pédagogiques

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...

OBJECTIFS

Mener un entretien commercial de manière autonome et efficace. Développer son écoute pour identifier. Connaître et appliquer les techniques de réponse aux objections.

Savoir conclure positivement au bon moment

PRÉ-REQUIS

Avoir une première expérience commerciale et/ou avoir suivi une formation techniques de vente : les fondamentaux

PUBLIC

Commercial, vendeur, ingénieur d'affaires désirent se perfectionner à la vente et à la négociation

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Questionnaire pré-formation et/ou recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Apports théoriques (10%), mises en pratique (70%) et échanges (20%)
Elaboration de son plan d'actions personnalisé

APRÈS LA FORMATION : ACCOMPAGNER

4 rappels de contenu envoyés par mail
Suivi post-formation

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, exercices

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Tests, cas pratiques, exercices, mises en situation, jeux de rôle...

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction stagiaire
Synthèse fin de stage du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation

Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION

DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

DATES

Cf planning