

Objectif de la formation :

Développer ses performances commerciales par la maîtrise des techniques de vente

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Réaliser une prise de contact efficace permettant d'instaurer un climat favorable avec le client
- Recueillir les besoins et les attentes du client de façon structurée
- Proposer une solution adaptée aux besoins du client
- Réaliser une argumentation personnalisée selon la typologie du client et les produits proposés
- Répondre aux objections du client
- Conclure la vente et l'optimiser par de la vente additionnelle

Participants :

Sont concernés par cette formation les membres des forces de vente ayant besoin de développer leurs capacités commerciales.

Prérequis : Exercer ou avoir exercé la fonction commerciale

Compétences visées :

- Mener un entretien de vente de la phase de contact jusqu'à la concrétisation de la vente
- Agir en tant qu'ambassadeur de l'entreprise
- Avoir une posture orientée client

Formation en présentiel

Méthodes pédagogiques :

Quizz amont de positionnement du stagiaire
Activités découvertes et applicatives développées à partir de cas concrets
Démonstrations basées sur théorie et méthodes
Mises en situations et analyses détaillées
Quizz aval : bilan des acquis

Ressources pédagogiques : dossier digital partageant supports et documents de la formation

Méthodes d'évaluation :

Évaluations formatives réalisées au fur et à mesure de la progression de la formation
Évaluation sommative des acquis/atteinte des objectifs

Validation : Attestation d'assiduité de formation

Les plus de la formation :

Formation interactive organisée à partir de l'activité, du positionnement de l'entreprise.

Durée : 2 journées de formation de 7 heures

Programme de formation :

1. Identifier les fondamentaux de la prise de contact avec son client

- Lister les enjeux de l'instauration d'un bon climat avec son client
- S'appuyer sur des éléments observés de l'environnement de l'entreprise cliente

2. Découvrir le processus de la découverte des besoins

- Définir la notion d'écoute active auprès des clients
- Structurer la découverte des besoins
- Utiliser les différentes techniques de questionnement
- Identifier les motivations et mobiles des clients
- Reformuler pour poursuivre l'entretien de vente dans les meilleures conditions

3. Construire l'argumentation commerciale

- S'approprier la méthode de création d'un argumentaire par produit
- Le personnaliser selon les différentes motivations et mobiles d'achat de la clientèle

4. Valoriser l'argumentaire

- Utiliser un vocabulaire professionnel (précis et suggestif)
- Démontrer l'utilité et les moyens de faire se projeter le client dans l'utilisation du produit

5. Maîtriser le traitement des objections

- Identifier les différents types d'objections existantes
- S'approprier le processus de traitement des objections (méthode ART)

6. Maîtriser le processus de conclusion de la vente

- Déterminer le bon moment pour conclure
- Déterminer les enjeux et réaliser des ventes additionnelles
- Lister les différentes techniques de fidélisation des clients
- Définir les éléments verbaux et non-verbaux indispensables à une prise de congé de qualité