



Mettre à niveau ses techniques commerciales

Initiation

Objectifs :	
Acquérir et mettre en pratique des techniques de bases : pour préparer sa prospection, pour conduire avec succès un entretien de vente., pour développer son potentiel de vendeur et satisfaire le client par un conseil adapté et personnalisé.	
PUBLIC	Assistant € et commercial€
PRE REQUIS	Aucun
ORGANISATION	Durée : 3 Jours (21h) Matériel : Un support de cours + pc Nombre de Stagiaires : Minimum : 1 personne et Maximum : 6 personnes
FORMATEUR	Formateur ayant une expérience confirmée dans la vente et la négociation
PEDAGOGIE	Pré-évaluation des besoins. Entretiens individuels et/ou collectifs. Mise en situation Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Réalisation lorsque le temps le permet des créations de projets personnels. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
MODULE SUIVANT	
HANDICAP	En cas de situation de handicap, contactez-nous pour connaître l'accessibilité à la formation en fonction de nos partenaires handicaps

PROGRAMME

<p>Jour 1 – PRÉPARER UNE PROSPECTION EFFICACE : ETAPE 1 VERS LA REUSSITE Mettre en place un plan de prospection Quel type de prospection ? Définition des différentes prospections : Directe, Indirecte Quels outils ? Quelle Cible ? Créer un rythme de prospection : définir le temps à passer ; le séquencer au mois ; au trimestre. Établir un plan de relance et de suivi : à quel moment relancer, de quelle manière. Saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect : boîte à idées pour recontacter un prospect de façon utile et originale. Faire de chaque client un apporteur d'affaires. Utiliser la recommandation à chaque affaire. En faire un levier de négociation. Savoir recommander pour être recommandé sur les réseaux sociaux. Adopter un mental de prospecteur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Savoir rebondir après un échec. • Visualiser la réussite. • Apprivoiser ses peurs par rapport à la prospection. <p>Jour 2 et 3 : VENTE EN FACE A FACE ET SUIVI Les 7 étapes de la vente 1) Réussir sa rencontre avec le client : La connaissance du client d'aujourd'hui : ses besoins, ses attentes, ses craintes. Les composantes de la rencontre : l'environnement, les mots, les attitudes qui mettent en confiance 2) Définir avec précision le besoin du client : L'écoute active : l'analyse du langage verbal et non verbal du client</p>	<p>les techniques de questionnement, les méthodes de reformulation. 3) Développer les ventes par une offre produit, par un service complémentaire : Distinguer le produit indispensable du produit facultatif. Identifier les services de l'entreprise. Vendre le produit complémentaire ou le service. 4) Développer une argumentation percutante : Qu'est-ce qu'un argument de vente? Comment convaincre ? Présenter le bon produit, Sélectionner les arguments, Choisir les mots valorisants, adopter l'attitude appropriée. 5) Garder la maîtrise de l'entretien en cas d'objection : Qu'est-ce qu'une objection ? Pourquoi le client émet des objections ? Comment identifier les différentes objections ? - Les objections prétextes - Les objections sincères. Comment répondre aux objections les plus courantes ? prix, choix, qualité, concurrence... 6) Conclure avec succès : Repérer le moment favorable Identifier les "feux verts" Obtenir la décision positive Réussir la fin du contact. 7) Prendre congé Les étapes après le Rendez-vous - Contractualiser - Comment proposer et innover - Comment finaliser/ signer</p>
---	--

