

Technique de vente Niveau 1

Initiation

| | |
|--|---|
| Objectifs : | |
| S'adapter aux nouvelles attentes des clients B to B. Acquérir les techniques et outils de la vente. Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente | |
| PUBLIC | Toute personne souhaitant s'orienter vers un métier commercial et souhaitant acquérir les techniques de vente. Vendeur en fonction souhaitant s'améliorer sur les "fondamentaux" des techniques de vente et des attitudes commerciales. Personnes en reconversion professionnelle, entrepreneurs ayant à vendre dans le cadre de leur activité. |
| PRE REQUIS | Aucun |
| ORGANISATION | Durée : 2 Jours (14h) 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 | Technique de vente niveau 2 |
| HANDICAP | En cas de situation de handicap, contactez-nous pour connaître l'accessibilité à la formation en fonction de nos partenaires handicaps |

| PROGRAMME | |
|---|---|
| <p>1) CERNER les attentes clients dans sa démarche commerciale S'adapter aux nouveaux comportements d'achat des clients B to B. Intégrer les différentes étapes du processus de vente. Mise en situation Séquence "vos clients sont dans la salle"</p> <p>2) CIBLER son client ou prospect pour mener un rendez-vous commercial utile Fixer son objectif : ambitieux et réaliste. Collecter les informations en amont : Web, réseaux sociaux. Mise en situation Training "trouver l'information"</p> <p>3) CONTACTER pour enclencher le dialogue Donner envie par une prise de contact positive et motivante. Susciter l'intérêt par une accroche vendeuse. Créer l'interaction avec le client. Mise en situation Training "la prise de contact"</p> <p>4) CONNAÎTRE les besoins du client pour adapter son offre Tout découvrir de la situation, des besoins du client. Déterminer les motivations réelles Questionner le client : techniques et bonnes pratiques.</p> | <p>5) CONVAINCRE des bénéfices de l'offre pour persuader d'acheter Construire et présenter des arguments percutants. Valoriser son prix. Répondre en souplesse aux objections du client. Mise en situation Training "argumentation" et "objections"</p> <p>6) CONCLURE la vente pour emporter la commande Saisir le bon moment pour conclure : les "feux verts" de la conclusion. Engager le client à l'achat. Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels. Mise en situation Cas pratique sur toutes les étapes de la vente</p> <p>7) CONSOLIDER la relation pour mieux fidéliser le client Assurer le suivi après la vente. Rester dans le paysage du client pour fidéliser et revendre. Mise en situation bonnes pratiques de vente</p> |

