



Objectif

Ce cours a pour objectif de

- Optimiser ses résultats commerciaux.
- Savoir vendre en fonction du besoin des clients.
- Se positionner face aux différents types d'acheteurs.
- Conclure une affaire et augmenter sa présence chez ses clients.

Participants :

Ce cours s'adresse aux Commerciaux, technico-commerciaux et vendeurs intervenant dans les secteurs de l'industrie, de la distribution, du négoce et auprès des particuliers.

Moyens pédagogiques

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences.

Mises en situation pour acquérir des réflexes commerciaux. Etudes de cas pour analyser des situations types rencontrées dans les relations commerciales.

Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret.

Validation des acquis

Exercices de mise en application tout au long de la formation, Exposés, Echanges, Tests, Jeux de rôle, questionnaire d'évaluation fin de formation

Prérequis

Aucun

Programme

1. CONNAITRE L'ENTREPRISE

- Les informations préalables pour une meilleure adaptabilité face au prospect
- La fixation d'objectifs professionnels et personnels
- Les outils commerciaux nécessaires à l'entretien

2. PRISE DE CONTACT

- Mettre en place un climat de confiance en utilisant la communication verbale et non verbale

3. AVOIR UNE PRESENTATION OPTIMALE DE SON ENTREPRISE





3. LA PHASE D'INVESTIGATION (DECOUVERTE)

- Les techniques de questionnement
- L'empathie et l'écoute au service de la négociation
- Les principes du feed back pour améliorer la communication
- Définir son plan de découverte personnalisé

4. DEFINIR SON OFFRE (ARGUMENTAIRE PRODUITS ET SERVICES)

- Les caractéristiques exprimées en avantages, adaptées au besoin du client
- L'adhésion du client pour une meilleure implication
- Les techniques pour créer son argumentaire

5. LE PRIX ET L'ARGUMENTAIRE

- La perception du prix dans la négociation
- Les techniques de présentation du prix pour valoriser son offre

6. DEFENDRE SON OFFRE

- Le fondement de l'objection
- Les points de passages obligatoires pour répondre aux objections
- Les objections principales et leurs réponses
- L'attitude du vendeur pour mieux gérer l'objection

7. NEGOCIER ET CONCLURE

- L'attitude du commercial face à la conclusion
- Les techniques pour anticiper face aux signaux d'achats
- Les 5 techniques de conclusion pour faire valider l'offre
- Les différentes propositions liées à la conclusion

8. LE SUIVI COMMERCIAL

- Les principales phases "d'après-vente"
- La gestion du dossier client pour renforcer sa présence et son chiffre d'affaires