



Initiation aux techniques de vente

2 jour(s) - 14,00 heure(s)

Programme de formation

Public visé

Vendeur, commercial, technico-commercial, ingénieur d'affaires.

Pré-requis

Aucun

Objectifs pédagogiques

- S'adapter aux nouveaux parcours d'achat des clients B to B.
- Acquérir les techniques et outils de la vente.
- Maîtriser les étapes de l'entretien de vente pour faire vivre une expérience client mémorable.

Description / Contenu

Créer des contacts

Cibler son client ou prospect pour mener un rendez-vous commercial utile

Fixer son objectif : ambitieux et réaliste.

Collecter les informations grâce au digital : Web, réseaux sociaux

Contacteur 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.

Analyser les besoins de son client

Cerner les attentes clients et le parcours client

Comprendre les nouveaux parcours clients.

Intégrer les différentes étapes du processus de vente
Connaitre 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.

Argumenter

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

Reformuler les objections

Traiter les objections
Reformuler les objections pour bien comprendre le questionnement du client
Identifier les objections les plus récurrentes
préparer les réponses possibles ;

Négocier

Identifier les solutions possibles pour les deux parties.
Obtenir des contreparties (contrat, volume, ...)
Finaliser l'engagement.

Conclure la vente

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.

Maintenir la relation commerciale

Consolider relation pour mieux fidéliser le client
Poursuivre l'expérience client après la vente.
Rester dans le paysage du client pour fidéliser et revendre

Modalités pédagogiques

Formation animée en présentiel ou classe virtuelle

Action par groupe de 1 à 8 personnes maximum

Horaires : 09h00-12h30 / 13h30-17h00

Moyens et supports pédagogiques

Alternance entre théorie et pratique.

Modalités d'évaluation et de suivi

Qu'il s'agisse de classe virtuelle ou présentielle, des évaluations jalonnent la formation : tests réguliers des connaissances, cas pratiques, ou validation par une certification à l'issue de l'action par les stagiaires, au regard des objectifs visés

Accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Afin de nous permettre d'organiser le déroulement de la formation dans les meilleures conditions possibles, contactez-nous.

Un entretien avec notre référent handicap pourra être programmé afin d'identifier les besoins et aménagement nécessaires.

Délai d'accès

- Pour les formations intra : Les modalités et délais d'accès sont à valider lors d'un entretien téléphonique préalable et selon disponibilités respectives.
- Pour les formations inter : Selon notre calendrier d'inter-entreprises