

Objectifs : Perfectionner l'approche de l'entretien de vente et de la négociation commerciale,
Renforcer sa connaissance des acheteurs,
Acquérir des techniques, améliorer ses performances commerciales et ses résultats,
Négocier en préservant sa rentabilité avec des clients à forts enjeux.

Public : Commerciaux sur le marché professionnel, conseillers clients, managers commerciaux, vendeurs, commerciaux marché particulier souhaitant évoluer vers le marché professionnel. Aucun prérequis.

Pédagogie : Alternance d'apports théoriques et de mises en situation par des travaux pratiques : adaptation du cours à votre environnement quotidien.

Profil de l'intervenant : Consultant, formateur, manager, spécialisé dans les métiers de la relation client, de la vente et du management.

Evaluation des résultats : La mesure des résultats obtenus se fera par la remise aux participants d'un questionnaire d'évaluation en fin de stage. Une attestation de suivi de la formation leur sera également transmise.

Durée : 24 h sur 3 jours

Horaires : 9h – 12h30 et 13h30 – 18h

Dates : Les 11, 14 et 15 Juin 2018 OU

les 3, 5 et 6 Décembre 2018

Lieu : à Montpellier

PROGRAMME DETAILLE :

Les Techniques de vente

Le programme est indicatif et sera adapté en fonction des attentes des participants

I – Le métier de commercial

- Quel type de commercial suis-je ?
- Quelles sont les qualités essentielles d'un bon vendeur ?

II – Préparer sa prospection téléphonique et ses entretiens face à face

- Analyser son portefeuille clients,
- Identifier ses acheteurs,
- Préparer ses premiers rdv
- La conception et la présentation de l'offre.

III – Appliquer les techniques de vente :

- Démarrage de l'entretien : savoir se présenter,
- Découverte psychologique du client,
- Découverte technique du client : ses attentes, ses besoins.

- Mise en place d'un atelier filmé : séquence de travail et d'entraînement.
- Débrief des entretiens filmés et mise en place des axes d'amélioration.

IV – Traiter les objections, argumenter et conclure

- Présenter et mettre en valeur le produit que « veut » le client.
- Savoir créer le besoin.
- Négocier et argumenter dans le cadre d'une relation gagnant-gagnant.
- Gagner face à la concurrence,
- Répondre efficacement aux objections,
- Reformulation de la commande définitive.
- Les ventes additionnelles ou « cross selling ».
- Conclusion et signature. Ne pas en avoir peur.
- Atelier d'entraînement : séquences filmées des intervenants en situation, puis debriefing.