

OBJECTIF DE LA FORMATION

Se perfectionner sur toutes les étapes de la vente. Gagner en aisance à chaque étape. S'entraîner par une mise en pratique personnalisée.

PARTICIPANT

Commerciaux et Responsables Commerciaux, Négociateurs, Chefs de centre de profit.

PRÉ-REQUIS

Avoir une première expérience commerciale ou avoir suivi une formation sur les techniques de vente

FORMATEURS

Spécialiste en Commercial

MODALITÉS ET PÉDAGOGIE

- Questionnaire d'évaluation en début et en fin de formation
- Cas pratiques et études de cas, Quiz
- Horaires : 9h00 à 12h30 – 13h30 à 17h00
- Nombre maximum de stagiaires : 8
- Formation disponible à distance ou en présentiel
- Méthode interactive et intuitive
- Support Stagiaire
- Assistance téléphonique
- Attestation de fin de stage
- Questionnaire de fin de formation

PROGRAMME

S'ADAPTER AU PROFIL DE CHAQUE CLIENT

Identifier les différents types d'interlocuteurs

Adapter son discours commercial en fonction de la typologie client

DECOUVRIR SON CLIENT

Ouvrir le dialogue par un questionnement pertinent

Améliorer son écoute active par une prise de notes adaptée

Saisir avec plus de pertinence les mots-clés

Développer sa capacité d'empathie sans perdre son assertivité

Maîtriser l'art de la reformulation

AFFINER SON ARGUMENTATION

Rappel des règles d'argumentation : sélection, formulation

Rappel des deux types de motivations individuelles à prendre en compte

Mieux systématiser la déclinaison C.A.B.

Évaluer les motivations individuelles dans la partie « bénéfice » pour l'interlocuteur client

TRAITER LES PRINCIPALES OBJECTIONS

Vraies ou fausses objections ?

Les 3 étapes clés du traitement des objections

MIEUX GERER LA PROBLEMATIQUE PRIX

Les trois techniques de négociation de prix

Utiliser ces techniques en situation difficile et conflictuelle

CONCLURE L'ENTRETIEN

Les trois techniques de conclusion

Perfectionner ses techniques de conclusion en fonction du sujet, du produit / service et de l'interlocuteur