



Public

Commercial ou toute personne souhaitant améliorer la qualité de ses activités commerciales



Pré-requis

Aucun



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

TECHNIQUES DE VENTE TELEPHONE ET DIRECT

PROGRAMME

NOTRE RAISON NATURELLE : L'ORDRE LOGIQUE DU VENDEUR

Comment personnalisée son introduction ?

Quelques exemples de raison naturelle

Les réponses possibles du client

Les règles de base de la communication

Comment exploiter les réponses du client ?

SON CAHIER DES CHARGES : L'ORDRE LOGIQUE DE L'ACHETEUR

La question à poser

Les réponses possibles

Un accord sans condition

Un accord avec condition

Une réponse insuffisante.

Qualifier notre interlocuteur

Etre sur d'avoir tous les éléments pour réussir la vente.

Les règles de base de l'utilisation du téléphone

1 Le choix des mots

2 L'utilisation de la voix

- Chaleur et rythme

- Intonation, ponctuation

- Adaptation du ton à l'interlocuteur

3 Le contact avec l'interlocuteur

- Suis-je avec le bon interlocuteur

- Etre au diapason

- Savoir utiliser le sourire et la sympathie

- Savoir rassurer

- Employer un langage positif

4 Connaître les motivations du client

- Achat décidé ou impulsif

5 Découvrir les feux verts au cours d'un appel téléphonique

- déceler les moments clés d'un entretien téléphonique

6 Répondre aux objections en les positivant

- Les types d'objection

- Comment y faire face

7 Finaliser une vente

- Trouver les mots efficaces

- Rassurer son interlocuteur



Public

Commercial ou toute personne souhaitant améliorer la qualité de ses activités commerciales



Pré-requis

Aucun



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30

14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

La Vente en direct

DECOUVRIR LES BESOINS DE SON CLIENT

Le premier point du cahier des charges est « de bons prix »

Le premier point du cahier des charges est « la qualité de vos produits »

De façon plus générale

LA FORCE DES QUESTIONS

Savoir utiliser les bonnes questions

Redevenir un enfant

L'ECOUTE ACTIVE

La soirée amicale

La gamberge

La prise de notes ?

Pourquoi prendre des notes ?

La bonne technique pour prendre des notes

PROPOSER UNE OU DES SOLUTIONS PERSONNALISÉES

L'importance de la proposition

Quel est le budget du client ?

La présentation du prix

Il existe 5 faits cruels dans le marché actuel

SAVOIR NEGOCIER

Les 6 explications de notre complexe du prix

Savoir dire « NON » sans perdre son client

Savoir dire « OUI » sans perdre de l'argent

Quel doit être le montant d'une remise ?

ARGUMENTER LES NOTIONS DE CARACTERISTIQUE ET D'AVANTAGE

La notion de caractéristique

La notion d'avantage

CONCLURE QUAND ET COMMENT

Quand conclure ?

Comment conclure ?

Les 3 mots magiques pour conclure

Aux 3 mots magiques, 3 réponses possibles