



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.

PASSER DU DEVIS A LA COMMANDE

OBJECTIF

Valoriser au maximum les contacts commerciaux et faire du devis un marché traité.

PROGRAMME

- . La présentation du devis : quand ? comment ?
- . Les précautions à prendre : conditions générales de vente, solvabilité du client, formalisation de l'accord.
- . Le devis de A à Z : les différentes phases de négociation

- Détecter le besoin du client et adapter sa proposition commerciale
- Développer une relation client dès le 1er contact (téléphonique ou en face à face)
- Savoir quand et comment présenter un devis
- Argumenter son offre et convaincre le client de signer : mise en situation

1 LES ENJEUX D'UN DEVIS

A UNE OU DES SOLUTIONS PERSONNALISEES

L'importance de la proposition

Quel est le budget du client ?

La présentation du prix

Il existe 5 faits cruels dans le marché actuel

B-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 ?

2 ARGUMENTER

A- LES NOTIONS DE CARACTERISTIQUE ET D'AVANTAGE

La notion de caractéristique

La notion d'avantage

B-L'ARGUMENT DOIT ETRE ADAPTE

L'arbre à came en tête.

C-LA FORCE DE CONVICTION

D- LES REGLES DE L'ARGUMENTATION

3- CONCLURE

A- QUAND ET COMMENT

Quand conclure ?

Comment conclure ?

Les 3 mots magiques pour conclure

Aux 3 mots magiques, 3 réponses possibles

4-SAVOIRPARTIR

Qui doit prendre l'initiative de partir ?

Quand prendre cette initiative ?

Comment procéder ?

Pourquoi réussir sa sortie ?



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.

A- PRENDRE DES REFERENCES ACTIVES

Qu'est ce qu'une référence active ?

Pourquoi les gens aiment donner des adresses ?

Quelles sont les raisons qui doivent motiver notre envie de créer des réf actives ?

Quelle sont les difficultés ?

Comment y parvenir ?