



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 SUR SECTEUR

OBJECTIF

Mobiliser efficacement son attention sur la recherche des opportunités commerciales

- Comprendre les ressorts de la vente pour adapter son action
- Maîtriser les basiques de la vente concurrentielle
- Améliorer sa pratique commerciale

PROGRAMME

INTRODUCTION

1- SE PREPARER

A- MATERIELLEMENT

SUIVI CLIENTELE

B- PHYSIQUEMENT

Ai-je l'attitude physique du gagnant ?

Le choix des vêtements, des couleurs et des accessoires

C- PSYCHOLOGIQUEMENT

Ai-je une attitude positive ?

Je suis prêt à sourire.

L'importance du regard.

La poignée de main.

Une image superbe de préparation mentale.

L'auto ancrage en PNL

Le mode d'emploi en 7 points.

2-LA PRISE DE CONTACT

A- LA PRESENTATION DU VENDEUR

B- LES INTRODUCTIONS INTERDITES

Le temps

Le « comment allez-vous, »

Le foot, le rugby ,

La flatterie

Le « je passais par là »

Le « j'étais chez un tel »

Le « j'avais un trou entre deux clients »

Le « comment vont les affaires ? »

Le « Pas encore en vacances ? »

Le « Quoi de neuf »

Pourquoi toutes ses ouvertures hors sujet ?

C-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 ?

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



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.

E- LE BUTIN

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.

3-DECOUVRIR LES BESOINS DE SON CLIENT

A- EXEMPLES

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

B-LA FORCE DES QUESTIONS

Savoir utiliser les bonnes questions

Redevenir un enfant

B- L'ECOUTE ACTIVE

La soirée amicale

La gamberge

La prise de notes ?

Pourquoi prendre des notes ?

La bonne technique pour prendre des notes

4-PROPOSER

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 dir « OUI » sans perdre de l'argent

Quel doit être le montant d'une remise ?

5-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

6- CONCLURE

A- QUAND ET COMMENT

Quand conclure ?

Comment conclure ?

Les 3 mots magiques pour conclure

Aux 3 mots magiques, 3 réponses possibles

B-SAVOIRPARTIR

Qui doit prendre l'initiative de partir ?

Quand prendre cette initiative ?

Comment procéder ?

Pourquoi réussir sa sortie ?

C-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 ?



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.

Quelle sont les difficultés ?
Comment y parvenir ?