



Une formation à dimension humaine



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.

VENDRE EN PERIODE DIFFICILE

OBJECTIF

A l'issue de cet « Entraînement aux techniques de vente en période difficile » le stagiaire sera capable de :

- Mobiliser efficacement son attention sur la recherche des opportunités commerciales
- Comprendre les ressorts de la vente en temps de crise pour adapter son action
- Maîtriser les basiques de la vente concurrentielle
- Améliorer sa pratique commerciale

PROGRAMME

· **Comment les clients décident en période de crise ?**

- Quelles sont les étapes du processus d'achat chez les clients ?
- Qu'est-ce qui change ou va changer pour en tirer partie
- Comment aligner le processus de vente sur le processus d'achat du client pour être plus efficace?

· **Quelles sont les principales opportunités actuelles ?**

- Quels sont les besoins pour lesquels vous avez des réponses et que la "crise" va développer chez vos prospects?

· **Comment prospecter efficacement quand les clients sont très sollicités ?**

- L'approche téléphonique des prospects et des clients existants.
- Le rendez-vous de prospection
- Comment intéresser les clients qui ont moins de moyens et qui sont très sollicités ?
- A faire et à éviter dans la phase « **contact** »

· **Comment faire une découverte efficace pour trouver des opportunités chez le client ?**

- Quelles sont les informations prioritaires à découvrir ?
- Besoins, enjeux, sponsors, décideur, priorités
- Comment amener les prospects à prendre conscience et à parler de leurs difficultés?
- Comment se servir des difficultés de vos clients pour vendre ? Pas de douleur ! Pas de changement

· **Comment convaincre de l'intérêt de votre proposition ?**

- Comment lier votre offre aux besoins prioritaires du client?
- Comment démontrer la valeur de votre offre avec une approche de R.O.I. (Retour sur investissement)
- Comment traiter les principales objections liées à la crise ?

· **Comment conclure vos entretiens de façon efficace ?**

- Comment engager le client ?
- Comment gérer les dossiers qui se reportent et qui traînent?
- Comment garder sa motivation dans une période difficile?
- Comment rassurer, conforter et fidéliser le client ?