



MAITRISER LES TECHNIQUES FONDAMENTALES DE LA VENTE

Objectifs

- Découvrir les comportements clés qui favorisent l'écoute et la découverte de son interlocuteur
- Structurer les étapes de l'entretien vente
- Savoir mener un entretien de vente jusqu'à la conclusion.

Public

Commercial débutant dans la fonction, technicien ayant besoin de développer des capacités commerciales et toute personne s'orientant vers la vente.

Intervenant

Consultant en entreprise et spécialiste de la fonction commerciale

Méthodes de travail

Immersion rapide dans un contexte d'acteur de sa propre formation grâce à des jeux de rôles et l'utilisation du camescope.
Travail sur des situations concrètes immédiatement utilisables dans le cadre professionnel.

Durée / Dates

4 jours à Nantes (28 heures)
Les 23, 24 janvier – 6 et 7 février 2012
Ou les 21, 22 mai – 5 et 6 juin 2012
Ou les 17, 18, 27 et 28 septembre 2012
Ou les 15, 16, 29 et 30 octobre 2012
Ou les 26, 27 novembre – 10 et 11 décembre 2012.

Droits d'inscription

1150 €, exonérés de TVA, par participant

PROGRAMME DETAILLE

1er JOUR – COMMUNIQUER AVEC UN CLIENT

- Communiquer autrement en prenant en compte la communication verbale et non-verbale

Savoir identifier les comportements de son interlocuteur :

- Avec une approche d'autre grâce à la matrice d'Osgood
- Comprendre les grands axes du comportement du client.

2ème JOUR – CONTACTER ET DECOUVRIR SON CLIENT

Se présenter face à un prospect ou un client : les 4 mots clés qui permettent de créer l'entretien

- Exercice d'entraînement
- Découverte des axes d'écoute
- Les mots
- L'expression de la voix et du corps

La connaissance du client

- Avoir un but clair qui permet de gérer professionnellement cette étape délicate
- Ecouter de ce qui est dit et surtout le non-dit
- Mémoriser afin de préparer la future argumentation

3ème JOUR – ARGUMENTER ET REPONDRE AUX OBJECTIONS

- Présenter son produit, ses services en suscitant l'intérêt
- Présenter son prix : 4 techniques fondamentales qui conditionnent la suite de l'entretien
- Défendre son prix : le donnant-donnant, la poire en 2, le tiers exigeant, le tiers payant.

Traiter les objections

- La méthode dite de l'iceberg

Les réponses aux objections qui conduisent aux signaux d'achat

- La balance
- Le boomerang
- La preuve

4ème JOUR – CONCLURE ET CONSOLIDER SA VENTE

Les signaux d'achat, savoir les observer, les entendre et les utiliser

- Les signaux dits
- Les signaux non-dits
- Oser passer à la conclusion

Savoir utiliser la technique de conclusion adaptée

- L'action directe
- La poire pour la soif
- La technique Kennedy
- L'alternative
- L'appât
- La technique Columbo
- La technique dite de « la peau de l'ours »
- Le suivi client à préparer et à consolider vers une fidélisation
- Les « trucs » et astuces qui font la différence.