

MAITRISER LES TECHNIQUES DE VENTE



Niveau 1 – Négociation commerciale

PARTICIPANT(S) :

Tout public

ORGANISATION :

Durée : 21 heures

Lieux : Campus du lac ou Campus de Libourne

INTERVENANT(S) :

Formateur expert dans la vente et la négociation commerciale

PRE-REQUIS:

Maitrise de la langue française

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010
Code APE-NAF 8542Z
N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin - CS 31996 -
33071 Bordeaux Cedex

Tél. 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder 33504 Libourne
Cedex tél : 05 57 25 40 40
campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

Appréhender les méthodes de vente ;
Prendre du recul sur ses pratiques commerciales ;
Maîtriser les étapes de la vente, de la conquête à la fidélisation ;
Savoir négocier et résister à la pression client ;
Savoir conclure ses ventes et atteindre ses objectifs.

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Exercices pratiques et simulation, jeux de réflexion, mises en situations, debriefing collectif, plan d'actions individuel

CONTENU DU PROGRAMME

LES 3 DIMENSIONS DE LA FONCTION COMMERCIALE

La dimension affective
La dimension professionnelle
La dimension commerciale

PREPARER SES VENTES

Déterminer les objectifs de la vente
Optimisation des objectifs en fonction de l'urgence et de l'importance
Anticiper les objections et les contraintes clients pour mieux s'adapter et recueillir les informations essentielles
Préparation d'un plan de découverte

REUSSIR LA PRISE DE CONTACT

Créer un climat favorable et ouvrir le dialogue
Importance des notions de synchronisation, d'empathie et d'écoute active
Le contact en rendez-vous
Phase d'échange basée sur l'observation de l'environnement
Construction et utilisation de phrases d'accroche

DECOUVRIR LES ATTENTES DU CLIENT

Connaitre les techniques de questionnement et de reformulation
Identifier le besoin et les motivations du client
Les motivations du client : Le S.O.N.C.A.S et comment l'utiliser
Etre stratège dans son questionnement : Le S.P.I.S
Développer l'écoute active et l'empathie

ARGUMENTER AVEC CONVICTION

Construire un plan d'argumentation structuré
Elaborer un argumentaire propre à son activité
Construction d'un A.G.O (Avantage Global de l'Offre)
Preuves
Développer des arguments percutants
Utilisation efficace du C.A.P (Caractéristiques Avantages)

TRAITER LES OBJECTIONS

Conseils pour répondre aux objections
Stratégie de traitement des objections A.I.C.V.R
Les contre arguments
Comment ne pas traiter toutes les objections de la même façon
Préparer la présentation et la défense du prix
Anticiper dès la découverte les objections prix
Acquérir la capacité à présenter fièrement et défendre le prix de ses prestations

NEGOCIER

Préparer ses négociations (Objectifs, Enjeux, Latitude, Temps)
Elaborer un tableau des objectifs et des concessions/contreparties
Savoir obtenir une contrepartie à toute concession
Méthodologie d'une négociation réussie en 7 étapes
Quelques tactiques de déstabilisation d'acheteurs à connaître...pour les déjouer !

CONCLURE POUR VENDRE

Préparer la conclusion en amont
Savoir lever les derniers freins
Conclure c'est être actif
Apprendre à repérer les signaux d'achat
Déclencher la prise de décision du client

PRENDRE CONGE ET FIDELISER

Consolider sa visite pour fidéliser : préparer et amorcer la prochaine vente
Savoir quitter le client