

Stage pratique de 2 jour(s)
Réf : VEN

Participants

Ce cours est destiné à des commerciaux et technico-commerciaux (avant-ventes) ou toute personne ayant suivi les Fondamentaux de la vente ou disposant de 3 à 5 ans d'expérience commerciale.

Pré-requis

Bonnes connaissances des techniques commerciales.
Expérience requise en vente.

Prix 2012 : 1250€ HT

Dates des sessions

Paris

19 mar. 2012, 14 mai 2012
19 juil. 2012, 15 oct. 2012
10 déc. 2012

Aix

10 mai 2012, 26 juil. 2012
8 oct. 2012, 3 déc. 2012

Lyon

10 mai 2012, 26 juil. 2012
8 oct. 2012, 3 déc. 2012

Nantes

29 mar. 2012, 24 mai 2012
1 oct. 2012, 17 déc. 2012

Rennes

29 mar. 2012, 24 mai 2012
1 oct. 2012, 17 déc. 2012

Sophia-antipolis

10 mai 2012, 26 juil. 2012
8 oct. 2012, 3 déc. 2012

Perfectionnement aux techniques de vente

OBJECTIFS

Organisée autour de mises en situation réalistes, cette formation vous permettra de vous perfectionner aux techniques de vente, et notamment d'améliorer vos comportements commerciaux, votre argumentaire et le traitement des objections.

1) Obtenir un rendez-vous avec un décideur

2) Acquérir la confiance dès les premières minutes de l'entretien

3) Découvrir

4) Affiner son argumentation

5) Traiter les objections

6) Conclure

7) Elaboration d'un plan d'action personnel

Travaux pratiques

Ce cours, très interactif, s'appuie sur une pédagogie ludique, des études de situations rencontrées, des jeux de rôle.

1) Obtenir un rendez-vous avec un décideur

- Obtenir la recommandation par le client : structurer une référence active.
- Identifier les bénéfices de votre interlocuteur de passer du temps avec vous.
- Lui communiquer ce bénéfice avec enthousiasme.

Exercice

Réfléchir à ses clients existants et se demander quels sont ceux qui pourraient vous recommander. Débriefing collectif.

2) Acquérir la confiance dès les premières minutes de l'entretien

- La règle des 4x20.
- L'importance du non-verbal.
- Les attitudes naturelles.
- Faire face à une attitude de réserve et de repli.

Exercice

Coaching sur la manière de présenter sa société en une minute (filmé et analysé).

3) Découvrir

- Que découvrir ? Stratégie, organisation, données techniques.
- Identifier le réseau d'influence.
- Détecter les besoins fonctionnels.
- Cerner les motivations profondes de votre interlocuteur.
- Pratiquer l'entonnoir des questions.
- Utiliser les outils de la découverte : questions, empathie, écoute active, reformulation.
- Identifier le style de communication de son interlocuteur et s'y adapter.

Travaux pratiques

Mise en situation en trinômes sur les cas des participants. Débriefing collectif.

4) Affiner son argumentation

- Choisir les arguments en fonction des informations recueillies en phase de découverte.
- Comment bâtir une argumentation selon les différents types d'interlocuteurs.
- Comment structurer ses arguments pour les rendre vraiment impactants.
- Savoir communiquer en termes de bénéfices client.
- Utiliser des preuves pertinentes.
- Utiliser les supports et outils de vente spécifiques.
- Se démarquer de la concurrence.
- Les trois techniques de présentation du prix.

Exercice

Présentation de la solution en lien direct avec les besoins identifiés durant la phase de découverte.

5) Traiter les objections

- Les différentes sortes d'objections.
- Les attitudes à adopter face aux objections.
- Les trois étapes clés du traitement d'objections.
- Les techniques de traitement.

Exercice

Jeu de base-ball : entraînement pratique sur les objections les plus fréquentes rencontrées par les participants.

6) Conclure

- Savoir détecter les " signaux d'achat ".
- Choisir la bonne forme de conclusion.
- Développer un sens de l'urgence : rétroplanning et enjeux.

- Parfaire ses techniques de conclusion en fonction du sujet, du produit et de l'interlocuteur.
- Elaborer le compte rendu de l'entretien de vente.

Exercice

Travail sur la reconnaissance des signaux d'achat et des signaux de vigilance. Rédiger le compte rendu de l'entretien de vente.

7) Elaboration d'un plan d'action personnel

- Auto-analyse et diagnostic des participants : points forts et points d'amélioration. Objectifs de progrès.