



LA VENTE EST UN MÉTIER !

Pour réussir durablement dans les métiers de la vente, aptitudes commerciale et relationnel en clientèle ne suffisent plus. Une large palette de compétences est nécessaire. Ce cycle de formation à la vente constitue la formation de référence des professionnels de la vente.

De la vente à la négociation, un cycle de formation complet pour réussir dans sa fonction d'attaché commercial et s'approprier les 3 clefs de succès : organisation efficace, maîtrise des techniques de vente en face-à-face, capacité à négocier pour défendre la rentabilité de son entreprise.

PROGRAMME

Partie 1: MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE VENTE EN FACE À FACE (3 jours)

I – Les missions du commercial et les compétences attendues

- Les 7 missions clés.
- Les attentes du client.
- Les 6 étapes incontournables de la vente.

II - Préparer ses visites

- Déterminer l'objectif commercial.
- Anticiper pour mieux s'adapter au client.
- Recueillir les informations essentielles.

III - Réussir la prise de contact avec le client, le prospect

- Se présenter et présenter son entreprise.
- Créer un climat favorable et ouvrir le dialogue.
- Se synchroniser avec son client, prospect.

IV - Connaître les besoins et attentes du client

- Identifier besoins et motivations.
- Questionner pour identifier tous les besoins.
- Adapter sa stratégie à un client, un prospect.
- Comprendre le circuit de décision.

V – Argumenter pour convaincre

- Construire un plan d'argumentation structuré.
- Développer des arguments percutants.
- Impliquer le client dans l'argumentation.

VI – Traiter les objections à la vente

- Comprendre l'intérêt des objections dans l'entretien de vente.
- Traiter les objections du client.
- Acquérir des réflexes pour mieux rebondir sur les objections.

VII – Conclure la vente

- Préparer la conclusion en amont.
- Savoir lever les derniers freins à la vente.
- Les méthodes pour emporter la décision.
- Consolider pour fidéliser : amorcer la prochaine vente.

Partie 2: GÉRER SES PRIORITÉS ET SON TEMPS, OPTIMISER SON PORTEFEUILLE CLIENTS / PROSPECTS (2 jours)

I – Construire son plan d'actions commerciales

- Analyser son portefeuille selon trois principaux segments : fonds de commerce, domaine de gestion et potentiel de développement.
- Repérer les gisements de progression chez ses clients actuels.
- Identifier de nouvelles sources de prospection.
- Affiner le potentiel et l'accessibilité de ses prospects.
- Passer de l'analyse au plan d'actions.

II - Prendre des rendez-vous utiles par téléphone

- Qualifier ses prospects.
- Préparer sa phrase d'accroche.
- Susciter l'intérêt du prospect dès les premiers instants.
- Convaincre rapidement de l'intérêt d'un rendez-vous.
- Rebondir avec agilité sur les objections au rendez-vous.
- Laisser une bonne image et se créer des opportunités de rappel.

III - Gérer son temps et ses priorités commerciales

- Repérer ses mangeurs de temps.
- Définir ses priorités et les faire respecter.
- Comprendre et dépasser ses messages contraignants.

Partie 3: MAÎTRISER LES RÈGLES DE LA NÉGOCIATION COMMERCIALE (3 jours)

I - Préparer et anticiper efficacement la négociation commerciale

- Établir ses objectifs et prévoir des marges de négociation.
- Préparer la présentation et défendre son prix.
- Outils pratiques pour préparer ses négociations : tableau des objectifs et des concessions/contreparties.

II – Démarrer efficacement la négociation

- Rééquilibrer le rapport de force commercial : les bonnes réactions à adopter.
- Rester sur son terrain : la vente.
- Argumenter pour retarder l'entrée en négociation.

III – Obtenir en cours de négociation

- Oser exiger des contreparties.
- Valoriser toutes ses concessions.
- Limiter les exigences du client.

IV – Engager son client vers la conclusion

- Utiliser les techniques de pré-fermeture.
- Choisir son mode de conclusion.
- Préparer l'après négociation.

V – Déjouer les pièges courants des clients

- Repérer les tentatives de pièges des clients.
- Les erreurs à éviter et les tactiques possibles.

VI – S'affirmer dans les situations de tension

- Identifier sa capacité à s'affirmer face à un client difficile.
- Repérer ses comportements refuges.
- 2 outils pour s'affirmer en situation de négociation difficile et faire respecter ses objectifs tout en respectant l'autre.

Durée

8 jours soit 56 heures

Lieu : PARIS