

Fondamentaux des techniques de vente

PRÉSENTATION

Responsable

Valerie CHARRIERE GRILLON

Publics et conditions d'accès

Personnes souhaitant prendre en charge des activités commerciales sans formation préalable dans le domaine. Niveau bac ou infra avec expérience professionnelle

Objectifs

Apporter des bases opérationnelles en techniques de vente (prospection, entretien de vente, négociation, conclusion, fidélisation) par des apports théoriques (2/3 du temps) et pratiques (1/3 du temps). Les pratiques seront basées sur des jeux de rôles ou des exercices de communication écrite.

Voir aussi les formations en

Vente
Technique de négociation
Technique de vente

PROGRAMME

Programme

Partie 1 : Prospecter efficacement

Préparation de la prospection

Définir les objectifs dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise

Elaborer et qualifier la base de données

Préparer les outils : argumentaire, objectionnaire

Connaître les techniques de prospection

Différentes méthodes : le publipostage, le téléphone, la prospection directe, Internet, les salons professionnels

Analyse en termes de coûts

Prospection téléphonique

Découvrir les clés de la communication téléphonique

Baliser les étapes de l'entretien (accroche, proposition, conclusion)

Passer les barrages secrétaires

Prendre RDV

Répondre aux objections

Rester positif et motivé

Maîtriser la prospection physique

Conduire un premier entretien

Identifier les principes de la communication

Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure

Découvrir les étapes clés de l'entretien

Développer un climat de confiance

Découvrir les premiers mots qui font vendre

Bilan de la prospection

Relancer par téléphone

Elaborer des tableaux de bord

Mettre à jour la base de données grâce aux informations recueillies

Partie 2 : Les techniques de vente et de négociation

Préparation de l'entretien

Etablir l'objectif de l'entretien et la stratégie à mettre en œuvre

Connaître ses marges de manœuvre

Collecter les informations clients existantes (historique d'achat, quantité, décisionnaire,...)

Préparer la découverte

Accueil et prise de contact

Accueillir le client

Se présenter

Présenter le déroulement de l'entretien

Introduire la société / Présenter les nouveautés

Découverte des besoins

Faire parler le client

Découvrir le client / l'entreprise

Découvrir ses besoins et motivations d'achat

Utiliser la reformulation et l'écoute active

Phase d'argumentation

Passer des caractéristiques aux avantages et bénéfices client

Présenter le prix avantageusement

Négocier en 5 temps

Traitement des objections

Connaître les types d'objections

Comprendre leurs origines et leurs raisons

Traiter les objections

Réussir à les anticiper

Conclusion et prise de congé

Repérer les signaux d'achats

Favoriser la prise de décision finale

Obtenir un engagement

Rester positif même en cas d'échec

Fidélisation

Relance qualifiée

Mettre en place des tableaux de bord et les tenir à jour

Développer une stratégie pour le futur

Partie 3 : Gestion du temps, organisation personnelle et savoir-être du vendeur efficace

Le temps

Gérer son temps

Organiser son emploi du temps

Savoir se préserver, des autres et de soi

Identifier les mangeurs de temps et s'en protéger

L'organisation au quotidien du commercial

Déterminer ses objectifs et ses priorités

Anticiper et planifier Déléguer dès que possible

Utiliser des outils d'efficacités commerciales (TIC, moyens de communication, ...)

Savoir s'adapter

Se connaître

S'affirmer.

Rester flexible et ferme Soigner sa présentation personnelle et sa communication interpersonnelle

Rester " battant " dans les difficultés

Centre(s) d'enseignement

Grand Est

Contact

Cnam - École MS - Département MIP
1D3P40, 37-2-07, 2 rue Conté
75003 Paris
Tel :01 40 27 25 15
Rosa Alves Suzano

Code Stage : ACD006

Equivalence UE

Fondamentaux des techniques de vente