

Durée 3 jours

(21 heures)

Objectifs

Acquérir une méthodologie, des techniques et réflexes pour gagner en aisance.

Acquérir les fondamentaux et développer des techniques relationnelles.

Développer son approche commerciale et relationnelle.

Se différencier de la concurrence.

Construire ensemble des outils adaptés à votre métier et votre activité.

Prérequis

Aucun

Moyens pédagogiques

Exercices en équipe : ateliers de réflexion, cas pratiques, jeux de rôles de mises en situation client.

PARCOURS PEDAGOGIQUE

L'avant-vente

- › La prise de rendez-vous
- › La préparation du rendez-vous
- › Les outils commerciaux
- › L'argumentaire : définir les bénéfiques clients pour donner envie d'acheter

La vente côté client

- › Définir ses souhaits et motivations
- › Connaître son client : questionnement et écoute active
- › Adapter son offre
- › Bâtir une relation de confiance

Réussir son entretien commercial ou comprendre ses échecs

- › Adapter son comportement et gérer ses émotions
- › Mieux se connaître pour adopter les comportements gagnants
- › Réussir la prise de contact pour ouvrir le dialogue
- › Gérer les situations difficiles

Présenter une offre personnalisée avec conviction

- › S'assurer d'avoir bien identifié les attentes et besoins du client
- › Se préparer aux objections pour concrétiser la vente
- › Vraies ou fausses objections
- › Rebondir
- › Travailler ses arguments
- › Défendre son prix
- › Conclure la vente

Ateliers

- › Construction des outils et argumentaires
- › Se mettre à la place du client
- › L'enjeu de la relation client
- › Qui suis-je ?
- › Brainstorming Réussite – Echec
- › Objections – réponses

Jeux de rôles : mises en situation client