


## Techniques de vente

<p><b>Objectif :</b> Acquérir les réflexes de fidélisation et renforcer l'image de son entreprise. Comprendre les motivations et préoccupations implicites du client. Renforcer ses capacités relationnelles pour mieux gérer les situations difficiles et devenir performant. Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion.</p> <p><b>Nombreux jeux de rôle :</b> Filmés et débriefés où chacun identifie ses axes de progrès et développe les comportements gagnants.</p>	<p><b>Personnes concernées</b> Commerciaux.</p> <p><b>Pré requis :</b> aucun.</p>
<p><b>PROGRAMME</b></p>	<p><b>PEDAGOGIE</b></p>
<p><b>■ Rôles et missions du vendeur</b></p> <p>➤ <b>Démarche commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer le chiffre d'affaires et la marge</li> <li>• Etablir des relations de confiance</li> <li>• Fidéliser ses clients</li> </ul> <p>➤ <b>Missions classiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérer et développer une clientèle</li> <li>• Représenter l'entreprise</li> <li>• Déceler les intentions d'achat et les transformer en décisions</li> <li>• Remonter l'information</li> </ul> <p>➤ <b>La Vente Additionnelle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'importance de la Vente Additionnelle (V.A.)</li> <li>• Se préparer mentalement pour réaliser des V.A.</li> <li>• Ecouter le client pour saisir toutes les opportunités</li> <li>• Optimiser la phase de "conclusion"</li> <li>• Fidéliser pour réaliser des V.A.</li> </ul> <p>➤ <b>Communication sur les atouts de l'Entreprise</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire savoir : notoriété, prise de conscience de l'existence de l'entreprise ou du produit avec ses caractéristiques</li> <li>• Faire aimer : effet d'image, avoir un attrait pour l'entreprise, le produit ou la marque. On motive la préférence du consommateur</li> <li>• Faire agir : déclencher l'achat</li> </ul> <p><b>■ S'entraîner aux techniques de vente</b></p> <p>➤ <b>Préparer un entretien de vente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Collecter les informations sur votre client</li> <li>• Définir l'objectif et la stratégie de l'entretien</li> <li>• Adopter les bonnes attitudes</li> <li>• L'approche B to B</li> <li>• Utiliser les paroles qui accrochent</li> </ul>	<p><b>Le Formateur</b> Issu du management Très expérimenté en formation à la vente.</p> <p><b>Méthode pédagogique</b></p>  <p>La démarche consiste à repérer les différentes étapes de la vente, à diagnostiquer les points forts et les points faibles des participants et à optimiser l'efficacité de leurs suivis des affaires en cours</p> <p><b>Intra entreprise</b> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><b>Inter entreprise</b> Tarif par personne</p> <hr/> <p><b>3 jours</b></p> <hr/> <p><b>1 550 €</b></p> <hr/> <p>Réf : CO068</p>

➤ **Conduire un entretien de vente**

- Etablir le climat de confiance nécessaire à la négociation
- Maîtriser les techniques d'observation et de synchronisation
- Ecouter réellement et questionner efficacement
- Utiliser des outils efficaces pour identifier les besoins du client
- Maîtriser l'art de la reformulation pour analyser et hiérarchiser les informations

➤ **Déployer une stratégie et combiner des tactiques**

- Construire son argumentaire
- Argumenter de manière pertinente
- Soutenir l'argumentation en entretien
- Garder le cap en cas d'objections
- Comprendre les significations des objections
- Répondre aux objections

➤ **Conclure la vente**

- Percevoir le moment propice
- Formaliser la transaction : contrat, dossier financier
- Prévoir une suite après la conclusion

■ **Renforcer son efficacité personnelle en terme de vente**

➤ **Repérer son style de vente**

- Les styles de vente efficaces et inefficaces
- Le « Fermier » et le « Chasseur »
- Auto diagnostic et repérage de ses forces et faiblesses
- Augmenter son efficacité et sa motivation

➤ **La typologie clients**

- De nouveaux besoins/comprendre les comportements d'achat
- Des caractéristiques nouvelles
- Des usages d'achat différents
- Les types de Clients : « Sécurité », « Orgueil », « Nouveauté »
- Les types de Clients : « Confort », « Argent », « Sympathie »

➤ **Développer sa communication personnelle**

- L'entonnoir de la communication, les freins, les faiblesses : comment les contourner
- Mobiliser ses ressources verbales et non verbales
- Développer l'attitude positive et l'affirmation de soi
- L'analyse transactionnelle et les techniques d'influence : communiquer efficacement par la Programmation neuro-linguistique