

## Négociation vente

<p><b>Objectifs :</b> Cibler sa clientèle, prospector, communiquer son savoir faire et réussir ses entretiens professionnels sont les tâches indispensables pour mener son Entreprise vers plus de succès. Les commerciaux doivent prendre conscience de l'intérêt majeur de maîtriser les techniques propres à la promotion et la vente de leurs produits.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Toute personne désireuse d'acquérir des connaissances en négociation vente</p>
<p><b>PROGRAMME</b></p>	<p><b>Pré requis :</b> aucun</p>
<p><b>🔧 Premier jour : la prospection</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🔧 <b>Comportement du client – changements fondamentaux</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Les changements du marché et ses conséquences</li> <li>❖ Le client aujourd'hui</li> </ul> </li> <li>🔧 <b>Cibler sa clientèle</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Les clients potentiels - qui sont ils ?</li> <li>❖ Les méthodes d'investigation</li> <li>❖ Exercices pratiques</li> </ul> </li> <li>🔧 <b>La phase de contact</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Les divers supports de communication</li> <li>❖ Préparer et rédiger un mailing</li> <li>❖ Exercices pratiques</li> </ul> </li> <li>🔧 <b>La prise de rendez vous par téléphone</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Obtenir son correspondant</li> <li>❖ Les techniques d'influence verbale</li> <li>❖ Exercices pratiques</li> </ul> </li> </ul> <p><b>🔧 Deuxième jour : l'entretien en face à face</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🔧 <b>La phase de contact</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Le comportement non verbal</li> <li>❖ L'écoute active</li> <li>❖ Exercices pratiques</li> </ul> </li> <li>🔧 <b>La découverte des besoins</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ La technique des questions</li> <li>❖ Apprendre à se " centrer sur l'autre "</li> <li>❖ Les motivations d'achat</li> <li>❖ Exercices pratiques</li> </ul> </li> <li>🔧 <b>Savoir faire la bonne présentation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Argumentaire et argumentation</li> <li>❖ Synthèse : qu'est ce qu'un argument efficace ?</li> <li>❖ Les 7 règles d'or de la communication persuasive</li> </ul> </li> <li>🔧 <b>La réponse aux objections</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Qu'est ce qu'une objection ?</li> <li>❖ Comment traiter une objection ?</li> <li>❖ L'objection prix</li> </ul> </li> <li>🔧 <b>Plan d'action personnel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Bâtir un plan d'action afin de mettre en application les techniques apprises</li> <li>❖ Construire son plan d'action personnel à partir d'un document guide</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>PEDAGOGIE</b></p> <p><b>Le Formateur</b></p> <p>Spécialiste des domaines commercial, marketing et luxe.</p> <p><b>Moyens et pédagogie</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Apports théoriques et méthodologiques. Progression rapide grâce aux exercices. Mises en applications concrètes à partir de débats et réunions sur vidéo.</p> <p><b>Intra entreprise France entière et International</b></p> <p><b>Tarif inter par personne</b></p> <p style="text-align: center;"><b>2 jours</b></p> <hr/> <p style="text-align: center;"><b>1 150 €</b></p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : DI054</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : [contact@proformalys.com](mailto:contact@proformalys.com) - Fax : 01 48 74 39 98  
Informations, dates de stage et inscriptions sur [www.proformalys.com](http://www.proformalys.com)