

Prospection phoning et techniques de vente terrain

 Durée	3 Jours - (24 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Une première expérience dans une fonction commerciale est souhaitée	 Date	Voir convention
 Public	Vendeurs(ses) et toute personne étant en contact avec la clientèle et désirant s'initier dans la vente.	 Lieu	INTRA
 Intervenants	Formateur en marketing issu du commerce	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Jeux de rôles et mises en situation.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Connaître les différentes techniques de communication - Préparer son argumentation - Connaître les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion - Rendre efficace sa démarche pour atteindre son objectif - Acquérir les techniques de vente pour optimiser les ventes

PROGRAMME

JOUR 1 :

La Prospection

- Quoi dire pour franchir le barrage, obtenir le décideur
- Comment attirer l'attention dès les premiers instants, débiter l'entretien dans un climat favorable
- Comment installer l'échange, l'art du questionnement
- Quelles sont les informations essentielles à recueillir dès le début pour orienter la suite de l'entretien
- Prendre rendez-vous
- Envoyer une documentation, une offre ... ?
- Se donner toutes les chances pour « vendre le rendez-vous »
- Savoir répondre à toutes les objections habituelles ou inattendues
- Conclure avec un résultat palpable

Préparer la découverte

- Qualification des besoins - Savoir écouter, reformuler la demande
- Les obstacles à l'écoute
- Utiliser les techniques d'écoute – Techniques
- Motivations et freins d'achat
- Maîtriser la reformulation

Techniques de communication

- Facteurs d'inattention – Comment favoriser l'attention de la clientèle
- Engager la conversation – Avoir une provision de questions.
- Faire parler et parler : Organiser ses propos – Fonction du langage (expression/appel/représentation)
- Choix des mots – les expressions à bannir
- Comment donner du relief aux propos - Analyse d'une phrase

JOUR 2

Préparer son argumentation

- Structure d'un argument en quatre points
- L'argumentation personnalisée (produit + client).
- Comment prendre un point d'appui pendant l'entretien

Eveiller l'attention

- Que faire pour attirer l'attention
- Règles provoquant l'attention

Eveiller l'intérêt

- Exposer les avantages, preuves, faits

- Règles pour éveiller l'intérêt et retenir le prospect

La conviction

- Prouver ce que le vendeur avance
- Comment rendre des exemples efficaces
- Comment faire de la démonstration un véritable outil de vente

La création du besoin

- Comment créer le besoin
- Etre concret
- Règles pour faire des descriptions imaginées

JOUR 3

La conclusion ou comment conclure la vente et obtenir la commande

- Surveiller l'attitude du prospect
- Amorcer la conclusion par un point de détail
- Règles à connaître concernant la phase finale de la vente
- Résumé des règles employées pour conclure la vente.

Apprendre à écarter les objections

- 5 façons de répondre aux objections
- Règles générales pour répondre aux objections.
- Comment les vaincre
- Quel comportement adopter face à un interlocuteur qui objecte
- Pourquoi l'interlocuteur objecte-t-il ? Les reformulations. Quand il faut dire non à un client.
- Parades d'objections les plus fréquentes rencontrées