










## Prospection phoning et techniques de vente terrain

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