

Techniques de vente terrain initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Etre dans le domaine de la vente	 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 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

Acquérir les techniques de vente pour optimiser les ventes - Maîtriser la gestion de la relation client en face à face – définir son besoin, valoriser l'esprit de la qualité de service - Connaître les différentes techniques de communication - Préparer son argumentation - Connaître les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion

PROGRAMME

JOUR 1 :

Comment développer le réflexe commercial vis-à-vis des clients externes et des clients internes

- La prise de contact – qui prend l'initiative
- Les comportements et expressions corporelles
- Etablir un climat de confiance – renforcer l'image de marque
- Induire une communication positive se fixer un objectif

Préparer la découverte

- Qualification des besoins – savoir écouter, reformuler la demande.
- Les obstacles à l'écoute
- Utiliser les techniques d'écoute
- 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
- Choix des mots – les expressions à bannir
- Comment donner du relief aux propos – analyse d'une phrase.

JOUR 2 :

Préparer son argumentation – répondre aux objections

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

La conviction

- Prouver ce que le vendeur avance
- Comment rendre des exemples efficaces
- Comment faire de la démonstration un véritable outil de vente.
- Les objections sont fréquentes lors d'un échange commercial.
- Quel comportement adopter face à un interlocuteur qui objecte.
- Pourquoi l'interlocuteur objecte-t-il ?

La conclusion

- 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.