

FORMATION

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

Présentation de la formation :

L'entretien de vente reste la compétence centrale pour réussir dans la fonction commerciale. Cette formation va vous permettre de (re)découvrir et maîtriser les essentiels des techniques de vente, connaître et mettre en œuvre les techniques/outils auprès de vos clients et développer votre adaptabilité et flexibilité dans toute situation de vente. Parce que la vente est un métier, parce qu'en maîtriser les fondamentaux est incontournable, cette formation apporte aux apprenants les techniques et réflexes pour monter en compétences et gagner en efficacité

Publics visés et Prérequis :

Cette formation est destinée à des Commerciaux - technico-commerciaux assistants commerciaux .

En prérequis pour cette formation, les apprenants devront avoir une première expérience terrain ou en négociation d'achat ou vente.

Positionnement avant la formation :

Avant l'entrée en formation, le stagiaire devra répondre à un questionnaire permettant de déterminer son niveau de connaissance actuel ainsi que ses attentes individuelles. Le questionnaire sera envoyé directement par mail au stagiaire ou bien remis en main propre.

Organisation de la formation :

Durée de la formation : 14 heures, 2 jours

Heures : De 9h00-12h30 et 13h30-17h00

Lieu : A définir

Rythme : Continu/discontinu

Mode d'organisation pédagogique :

Présentiel

Objectifs de fin de formation :

- ✓ Préparer une prospection efficace
- ✓ Identifier et maîtriser les 7 étapes clés de la vente
- ✓ Améliorer sa communication pour mieux cibler les besoins clients et enjeux
- ✓ Traduire son offre en bénéfices client et l'argumenter
- ✓ Savoir faire face aux objections et les transformer en éléments positifs
- ✓ Identifier le moment opportun pour conclure et s'engager conjointement
- ✓ Consolider la relation pour mieux fidéliser

Moyens pédagogiques , techniques :

Moyens et méthodes pédagogiques : sous forme de pédagogie active, la formation alternera théorie et pratique avec des exercices, des quiz, des cas concrets et mises en situation.

Support : un support de cours sera remis à chaque apprenant (sous format digital)

Moyens mis à disposition : une salle équipée de tables et chaises, connexion internet, vidéoprojecteur ou projection des supports sur un écran LCD

Matériels requis : apportez votre ordinateur

Moyens d'encadrements :

Formatrice et Coach Professionnelle Certifiée avec plus de 20 ans d'expériences dans des sociétés de types PME & Internationales avec une expertise dans le secteur du management, de la négociation commerciale et de l'entrepreneuriat.

JOUR 1

La prise de contact

- Définir les éléments clés d'une bonne présentation
- Expliquer pourquoi une bonne présentation est essentielle dans une prise de contact
- Mettre en pratique une présentation personnelle dans un contexte professionnel
- Comparer différentes façons de se présenter et identifier les forces et faiblesses de chacune
- Critiquer une prise de contact en identifiant ce qui fonctionne et ce qui pourrait être amélioré
- Analyser l'efficacité d'une première impression et ajuster sa communication en fonction des retours.
- Concevoir une présentation personnalisée et élaborer une stratégie pour optimiser la prise de contact.

La vente et ses fondamentaux

- Identifier les fondamentaux de la vente et les 7 étapes clés du processus commercial
- Expliquer l'importance d'un objectif clair et mesurable (SMART) et l'impact des bonnes pratiques sur la performance commerciale
- Mettre en pratique la méthodologie des 7 étapes de la vente et fixer des objectifs réalistes
- Détecter les erreurs courantes en vente et identifier les pièges à éviter pour optimiser son approche
- Analyser une situation de vente, juger son efficacité et ajuster son discours et sa stratégie
- Concevoir une approche de vente personnalisée en intégrant les meilleures pratiques et en évitant les pièges identifiés

L'étape de la découverte de la situation et des besoins du client

- Identifier les différentes techniques de découverte des besoins, les types de questions et les principes de l'écoute active
- Expliquer l'importance de la confiance dans la relation client et le rôle des motivations dans la prise de décision
- Mettre en pratique des techniques de questionnement et d'écoute active pour mieux cerner les attentes du client
- Détecter les leviers de motivation et les besoins cachés en analysant les réponses du client

Exercices : mise en pratique de différentes situations à partir de cas concrets

JOUR 2

Construction d'un argumentaire adapté à son interlocuteur

- Créer une suite logique après la découverte des besoins
- Construction d'arguments sous 3 formes principales
- Découvrir les 5 types de techniques de vente
- Démontrer l'adéquation de la solution au besoin
- Savoir utiliser l'argumentaire SONCAS
- Mettre en avant les bénéfiques clients grâce à la technique du CAB
- Formuler une proposition : devis, offre, présentation verbale
- Se différencier de la concurrence
- Questionner à travers différentes techniques

Savoir convaincre pour persuader son client

- Recenser les distinctions entre convaincre et persuader, ainsi que les 3 formes de persuasion.
- Illustrer comment chaque forme de persuasion influence la décision du client et décrire l'utilité de la technique des 4C
- Expérimenter la méthode des 4C en construisant une proposition commerciale structurée
- Décomposer les stratégies de persuasion et différencier leur pertinence selon les profils clients
- Examiner une approche commerciale, mesurer son impact et justifier des améliorations possibles
- Élaborer une stratégie de persuasion sur-mesure en intégrant les techniques les plus adaptées

Apprendre à répondre aux objections

- Qu'est-ce qu'une objection ? Quel message se cache derrière ?
- Les 5 types d'objections les plus courantes
- Transformer une objection en élément positif
- Identifier les types d'objections et les anticiper
- Traiter l'objection prix avec différentes techniques.

Conclure l'entretien et signer

- Repérer les signes indiquant qu'il est temps de conclure un entretien
- Distinguer les différents types d'injonctions et leur impact sur la conclusion de l'entretien
- Mettre en œuvre des techniques pour obtenir un engagement du client et finaliser la signature
- Examiner les signaux du client pour déterminer le moment opportun de conclure
- Évaluer l'efficacité des méthodes utilisées pour obtenir l'engagement du client
- Concevoir une stratégie personnalisée pour conclure efficacement l'entretien et prendre congé
- Fidéliser.

Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats :

Avant la formation :

Quizz initial d'évaluation des connaissances sur la thématique

Un entretien individuel avec le formateur pour déterminer les besoins

Pendant la formation :

Des exercices, quizz, QCM et mises en situation tout au long de la formation pour tester vos connaissances et évaluer votre progression.

Feuille d'émargement par demi-journée ou relevé de connexion à signer par chaque stagiaire et par le formateur.

Fin de la formation :

Quizz final d'évaluation sur la thématique afin de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

Evaluation de la formation :

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Délais et modalités d'accès à nos formations :

Les délais d'accès représentent la durée entre le moment où un stagiaire procède à une inscription à une formation et le moment de la réalisation de l'action de formation. Les délais d'accès moyens sont de 4 semaines pour une formation intra-entreprise, à compter de la date de signature de notre proposition commerciale.

Solutions de financement :

Contactez-nous, pour trouver la meilleure solution de financement adaptée à votre situation:

- Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH
- L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise
- TNS, indépendant, artisan et commerçant vous cotisez pour la formation
- Pôle Emploi sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

Satisfaction client sur la formation :

100% de clients satisfaits

La satisfaction client est issue des évaluations de fin de formation. La moyenne est calculée à partir de l'ensemble des évaluations datant de moins de 24 mois.

Accueil des personnes en situation de handicap :

Si vous êtes en situation de handicap, nous vous remercions de bien vouloir nous le signaler en amont de la formation afin que nous puissions prendre toutes les mesures nécessaires pour vous accueillir au mieux. Une étude de besoin sera faite pour pouvoir déterminer l'accompagnement adapté.