

Performance commerciale : les techniques de vente niveau 2

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Cette formation nécessite d'avoir suivi un programme de formation techniques de vente niveau 1/initiation ou d'avoir une expérience significatif dans la vente	 Date	Voir convention
 Public	Commercial, vendeur ou toute personne en contact avec la clientèle et souhaitant approfondir les techniques de vente	 Lieu	Voir convention
 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 :

Formation structurée en modules indépendants comprenant chacun trois phases : présentation d'une situation d'usage, explications des méthodes et outils logiciels nécessaires, mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Utilisation des documents de l'entreprise comme modèle.

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

Savoir aborder le client en repérant le niveau de maturité du besoin - Adapter ses techniques de vente selon la situation et l'individu - Aborder avec confiance les négociations

PROGRAMME

JOUR 1 :

Adapter son approche commerciale aux besoins client

- Identifier le niveau de maturité du besoin du client/prospect
- Repérer les 4 situations de vente
- Adopter le réflexe vente AGILE

Co-construire la solution : la vente conseil

- Faire exprimer le besoin client
- Découvrir les besoins implicites
- Construire avec le client la solution la plus adaptée
- Aider à prendre sa décision

JOUR 2 :

Créer le besoin : la vente persuasive

- Faire la différence rapidement avec la « bande annonce »
- Faire prendre conscience de problèmes à venir
- Montrer les risques pour le client d'une non-action
- Donner envie de changer

Se différencier par son expertise : vente réactive

- Explorer toutes les facettes du besoin client pour comprendre parfaitement la demande
- Les effets d'éloquence
- Préparer sa tactique de négociation