Techniques de vente boutique perfectionnement

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Avoir suivi la formation Techniques de vente initiation ou avoir une expérience de la vente
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en contact avec la clientèle souhaitant renforcer leurs techniques de vente
Intervenants	Formateur issu du commerce
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
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 papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier ses atouts et ses axes de progrès techniques et relationnels
- Fixer l'objectif de son entretien commercial et construire son guide de questions
- Convaincre le client ou le prospect en adaptant ses techniques à chaque situation
- Adopter les bons réflexes en situation de conflit

PROGRAMME

JOUR 1 :

Connaître son marché, piloter son secteur

- Observer et analyser son portefeuille client
- Gérer son secteur
- Analyser le circuit de décision du client

Découvrir et s'adapter au style de l'acheteur

- Identifier rapidement les styles d'acheteurs
- Les techniques d'achats qu'il faut connaître

Développer une relation de qualité et créer des points d'appui

- Se préparer, définir un objectif, un plan
- Rendre la présentation de sa société plus « vendeuse ».
- Dépasser la simple expression de besoins : identifier le niveau de maturité du besoin du client/prospect.
- Maîtriser les cas difficiles : le silencieux, l'agressif, etc
- Comment donner du relief aux propos – analyse d'une phrase.

JOUR 2 :

Sélectionner les arguments les mieux adaptés

- Exprimer les caractéristiques du produit et de l'offre en bénéfices pour l'entreprise et pour l'acheteur.
- Les techniques éprouvées pour bien argumenter et convaincre.
- Vendre une offre différenciant avec l'argumentation concurrentielle.
- Parfaire son argumentaire de vente et le développer.

Les réflexes pour recadrer et traiter efficacement les objections les plus difficiles

- Identifier le « pourquoi » de l'objection : savoir surmonter les inquiétudes du client
- Utiliser le recadrage pour aider le client à changer sa perception et diminuer l'objection
- Les techniques pour traiter avec aisance les objections.

Identifier les circuits de décision et conclure ses ventes avec succès

- 5 techniques pour conclure une vente et emporter la décision.
- Traiter les réticences objectives et dépasser les réticences irrationnelles
- Amorcer la conclusion par un point de détail
- Méthode pratique pour présenter son offre à un groupe d'achat
- Consolider sa visite en préparant le prochain entretien : 10 bonnes raisons pour que le client ait envie de vous revoir.