Techniques de vente terrain initiation

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge de la vente et de la prospection terrain (commerciaux)
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 :

- Appliquer les techniques de vente pour optimiser ses ventes
- Gérer la relation client en face à face : identifier le besoin et valoriser la qualité de service
- Utiliser les différentes techniques de communication
- Préparer son argumentation
- Conduire 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
- Établir 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 '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.