

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Situer et comprendre les enjeux de sa mission commerciale
- Déceler et identifier les motivations d'achat des clients et prospects.
- Savoir s'exprimer et s'affirmer pendant un entretien de vente.
- Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente.

ORGANISATION

- **Durée**
4 journées – 28 Heures
- **Lieu**
Site de l'entreprise ou site d'ARAMIS Formation
- **Public / Pré requis**
Toute personne amenée à réaliser évoluer sur des fonctions commerciales et à réaliser ses actes de vente

CONTENU PÉDAGOGIQUE

MIEUX SE CONNAITRE POUR MIEUX VENDRE

- Le rôle du vendeur, ses missions et les représentations personnelles de la fonction

ETUDIER SES ATTITUDES FACE A UN CLIENT

- Valoriser ses points forts et contrer ses points faibles
- Développer son assertivité

CONNAITRE SON ENTREPRISE POUR MIEUX EN PARLER

- Savoir parler positivement de son entreprise : verbes d'action, chiffres, dates, résultats...
- Bien connaître l'offre de son entreprise

PREPARER SES ENTRETIENS

- Se fixer des objectifs ambitieux et réalistes
- Maîtriser en toute circonstance la présentation de son entreprise et de son offre
- Maîtriser la phrase d'accroche (prise de rendez-vous)
- Construire l'argumentation
- Prévoir les objections et les réponses
- Préparation mentale_: développer une attitude intérieure positive, choisir la voie du succès

CONDUIRE L'ENTRETIEN DE VENTE

- Établir le climat de confiance
 - Quelles sont les attentes du client au niveau de l'accueil_?
 - Quels messages adressons-nous au client_? (verbal, non-verbal, image de marque, empathie)
- Développer l'écoute par un questionnement actif, découvrir son interlocuteur
 - Reconnaître les différentes attitudes relationnelles
 - Diagnostiquer ses modes de communication et savoir se repérer dans les différents registres
 - S'affirmer dans la relation avec le client
 - L'équilibre dans la communication gagnant / gagnant
 - Les techniques de questionnement

- L'écoute active, détection d'informations, de mise en phases
- Les motivations rationnelles et irrationnelles
- Maîtriser la reformulation
 - La reformulation pour faire progresser l'entretien de vente
- Argumenter et négocier
 - Le plan de l'argumentation (avantages / bénéfices)
- Traiter les objections
 - Positions de l'acheteur et du vendeur face à l'objection
- Concrétiser et suivre la vente
 - Repérer les signaux favorables
 - La démarche logique de concrétisation (les points clés)
 - Le suivi de sa vente

MÉTHODES PEDAGOGIQUES

Afin de **favoriser la prise de conscience puis l'acquisition des réflexes** appropriés nous vous proposons des **méthodes pédagogiques actives, dynamiques** qui rendent les participants **acteurs de leur progression** :

- ◇ Test de positionnement individuel
- ◇ Echanges d'expériences à partir du vécu des participants.
- ◇ Brainstorming en grand groupe, travail en sous-groupes sur les problématiques rencontrées pour lesquels les participants expriment des difficultés
- ◇ Apports théoriques et méthodologiques par le formateur à chaque point clé.
- ◇ **Les participants travaillent à partir de cas pratique (s) réel(s)** : Jeux de rôles, entraînements guidés suivis de séance de débriefing à chaud
- ◇ **Perfectionnement d'outils : tout au long de la formation le consultant enrichit les outils existants.**

NOTRE MEMO, véritable guide opérationnel est remis à chaque participant. Il comprend les points clés évoqués en cours de formation accompagnés des fiches mnémotechniques

EVALUATION / VALIDATION

- ◇ Quizz de contrôle de connaissances en lien avec le positionnement initial
- ◇ Remise d'une attestation de formation