

MÉTIERS

Renforcer ses techniques de vente et de négociation pour optimiser son activité-

PRÉSENTATION | Acquérir savoirs, savoir-faire et savoir-être correspondant au cœur de métier du technico-commercial.

<p>OBJECTIFS</p>	<p>Maîtriser les techniques favorisant le dialogue, la relation et la compréhension de l'autre dans le cadre d'une relation commerciale incluant de nouveaux contrats.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Mettre en oeuvre une démarche d'accueil client adaptée . ■ Maîtriser une méthode simple et rigoureuse pour préparer ses négociations. ■ Identifier les attentes des clients et adapter sa réponse en conséquence. ■ Accroître sa force de conviction lors d'une communication en situation de négociation. ■ Mieux défendre ses propositions et résister à la pression du prospect ou du client ■ Savoir bien gérer la fin de l'entretien de vente. <p>Organiser et gérer l'action commerciale sur un secteur de vente ou un portefeuille</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Définir les priorités de prospection ■ Gérer son effort commercial et son temps ■ Piloter ses objectifs de vente et obtenir des résultats commerciaux ■ Organiser l'action commerciale chaque jour, chaque semaine et chaque campagne.
<p>PRÉ-REQUIS</p>	<p>Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Jour 1</p> <p>Matin - Présentation commerciale - Réussir son premier contact</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créer dès les premiers échanges les conditions d'une relation commerciale profitable pour le commercial et le client. • Préparer son contact, préparer ses premiers mots. • Savoir parler positivement de son entreprise. • Valoriser son métier et proposer des solutions dans le cadre des activités du client. • Rassurer sur sa capacité professionnelle à apporter de la valeur ajoutée. <p>Après-midi - Le client et ses attentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinguer les trois types d'informations à obtenir pour un diagnostic exhaustif : besoins, enjeux et motivations personnelles du client.

	<ul style="list-style-type: none"> • L'art de recueillir des informations commerciales : la maîtrise des bonnes questions. • Maîtriser les outils de l'écoute active : silence, prise de notes, reformulation. <p>Jour 2</p> <p>Matin - Le client et ses attentes (suite)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montrer son adéquation aux besoins, enjeux et motivations de la filière. • Mettre en avant les bénéfices pour le client. • Surmonter les réticences et traiter les objections. • Aider le client à prendre sa décision. <p>Après Midi - Se positionner sur le marché</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discussion sur les résultats et la méthode. • Identification des progrès réalisables sur des points techniques. • Argumenter sur des prix de vente <p>Jour 3</p> <p>Matin – Consolidation des acquis de la séquence 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en oeuvre les acquis. 1er scénario : Un prospect 2ème scénario : Un client acquis 3ème scénario : Un ancien client <p>Après Midi – L'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les principes de l'organisation d'action Commerciale • L'organisation quotidienne • L'organisation hebdomadaire • Les outils nécessaires <p>Jour 4</p> <p>Matin - Application au portefeuille du secteur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en situation sur le portefeuille suivi • Analyse de l'action commerciale effectuée lors des séquences en entreprise • Optimisation du temps <p>Après Midi - Le pilotage de l'action</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le suivi et le contrôle de l'avancement • Les tableaux de bords • Bilan et projet • Conclusion
PUBLIC	Commerciaux, vendeurs, conseillers, débutants ou expérimentés
INTERVENANT	Formateur spécialisé avec expertise de terrain
RESPONSABLE DE FORMATION	Jonathan THEVENET

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de participants maximum : 12 • Remue-méninges, échanges, mutualisation, et apports théoriques ; • Animation et présentation du contenu sur supports PowerPoint et documents de synthèse, • Développement pédagogique à partir de cas concrets pour évoquer des situations rencontrées par les participants dans le cadre de leurs activités habituelles. • Clôture après questionnaire et mesure de la satisfaction en fin de formation.
VALIDATION	Certificat de réalisation.
DURÉE	4 jours (28 heures) réparties en deux sessions de deux jours
LIEU & DATE	À déterminer
COÛTS ET MODALITÉS	Pour connaître toutes les conditions d'accessibilité (y compris pour les personnes en situation de handicap), les délais d'accès et le prix de chacune de nos formations : nous contacter.