

Apprendre à vendre et négocier : les bases pour tous

INFORMATIONS

CETTE FORMATION EST DESTINÉE À :
Tout public.

PRÉ REQUIS :
Aucun prérequis n'est nécessaire.

DURÉE DE LA FORMATION :
2 jours (14 heures)

NOMBRE DE PARTICIPANTS/SESSION :
Minimum 4. Jusqu'à 12 participants

FORMATEUR :
Julie MELET

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Initier des « non commerciaux » aux fondamentaux de la vente
- Lever les freins liés à la vente
- Gagner en confiance et oser
- Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente « 6 C »
- Elaborer un pitch commercial individuel pour améliorer l'accroche client
- Intégrer les notions de vente conseil et de posture en clientèle
- Assimiler des outils pour être plus performant dans l'acte de vente
- Mettre la qualité des échanges au cœur de la relation client

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Cas concrets apportés par les stagiaires
- Mise en situation / sketches de vente
- Animations vidéos
- Apports théoriques
- Partage de l'expérience de la formatrice
- Animations d'ateliers en petits groupes, échanges et discussions

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Introduction au programme de formation et présentation des objectifs : Qu'est-ce que l'entretien de vente ?

- Définition de l'entretien de vente et de son rôle dans le processus de vente
- Les bénéfices d'une approche structurée en 6 étapes : les 6 C

Concevoir : préparation de l'entretien de vente

- Analyse de l'environnement du client et du marché
- Étude des besoins du client et des produits/ services à présenter
- Planification des objectifs de l'entretien et des questions à poser

Contacteur : la prise de Contact

- Techniques du pitch commercial pour établir une relation initiale avec le client

Connaitre : la découverte des besoins

- Techniques d'écoute active pour comprendre les besoins du client
- Questionnement stratégique pour identifier

les défis et les opportunités

- La reformulation et l'identification du profil SONCASE du client

Convaincre : la présentation des Solutions

- Adaptation des solutions aux besoins spécifiques du client
- Mise en valeur de la zone de valeur unique
- Argumentation axée sur les bénéfices client des produits ou services

Conclure : la réponse aux objections et la négociation

- Identification des objections les plus courantes
- Techniques de réponse constructive pour surmonter les objections avec la méthode ACTE
- Techniques de négociation pour conclure la vente : concessions et contreparties

Consolider :

- Gestion des étapes finales du processus de vente
- Le reporting et la mise à jour du CRM
- L'importance du suivi après-vente
- Techniques d'enchantement client et de fidélisation

Travailler sa posture de commercial

- Communication verbale et non verbale
- (*Ton, choix des mots, clarté du message,*

regard, posture physique, gestuelle)

- L'attitude positive
- La notion de confiance

Clôture du programme de formation :

- Récapitulatif des enseignements clés de la formation
- Quizz d'évaluation des acquis

✓ MODALITÉS D'ÉVALUATION

- En fin de formation, un QR Code permettra aux stagiaires de compléter le questionnaire de satisfaction à chaud
- 3 mois après la formation, un questionnaire d'évaluation à froid sera adressé aux stagiaires par mail

