

TECHNIQUES DE VENTES ET DE PROSPECTION

OBJECTIFS

Améliorer ses ventes

- Mettre en place et utiliser des outils et méthodes de prospection

PROGRAMME

- Organiser sa prospection
 - La préparation des outils (fichiers, tableau de bord, mail)
 - La préparation de l'argumentaire
 - L'environnement, le moment
 - Se conditionner positivement
- L'intérêt du client
 - La prise de contact
 - L'écoute active
 - L'empathie
 - Découverte des attentes du client
 - Questions ouvertes
 - Identifier les motivations du client
 - Les besoins factuels et personnels
- L'adaptation de l'offre
 - Une offre unique pour un client unique
 - Offrir le choix entre 2 possibilités
 - Valoriser le client sur son choix
- Répondre aux objections
 - Profiter de l'objection pour mieux connaître son client
 - Identifier le ou les vrai(s) frein(s)
 - Savoir rassurer le client
 - Le prix annoncé est le bon !
 - Mettre en avant les arguments
- La finalisation
 - Résumer l'entretien et les attentes du prospect
 - Proposition de l'offre, prise de rendez vous, envoi mail
 - Fixer une prochaine étape
 - Laisser une image professionnelle et sympathique
 - Formaliser les informations obtenues
 - Programmer et réaliser les relances

PRÉ-REQUIS / CONDITIONS DE REUSITE

- Personnel en charge de la commercialisation permanente ou occasionnelle (10 personnes maxi)
- Connaître le fonctionnement d'un établissement
- S'impliquer lors de la formation
- Etre en mesure de mettre en pratique les techniques présentées lors de la formation

INTERVENANT

- Formateur spécialisé en relations commerciales et management, ancien cadre dirigeant (direction générale, RH et développement commercial dans les services B to B et B to C)

MODALITES D'EVALUATION

- Evaluation par le formateur : mise en situation et reformulation (Attestation de formation individualisée)
- Évaluation par le stagiaire : questionnaire d'évaluation
- Evaluation par le dirigeant : entretien post-formation

MODALITÉS PEDAGOGIQUES*

- Durée : 14 heures sur 2 jours
- Outils et techniques pédagogiques :
 - Apports pédagogiques, échanges/discussions
 - Mises en situation

* Le contenu et l'organisation de la formation seront adaptés à la demande et aux spécificités du client.