OBJECTIF : VENDRE

Développer son efficacité commerciale

par Jean-Michel FAIVRE

Le JD est souvent le commercial n°1 de son entreprise.
Cette formation propose d'acquérir des outils pratiques et une méthodologie pour développer son activité commerciale.
Elle permet également au JD de pouvoir manager et suivre ses commerciaux sur le terrain, en appliquant la méthodologie proposée.

FORMATEUR/TRICE

Jean-Michel FAIVRE a plus de 30 ans d'expérience dans l'accompagnement du développement d'entreprises. Il a développé une pédagogie active, pour permettre à chacun de se remettre en question dans ses pratiques, afin de développer son intelligence relationnelle : passer de la confrontation à la coopération.

OBJECTIFS, BENEFICES

- Cette formation a pour objectif d'améliorer l'efficacité et les performances commerciales des participants, dans le but de leur permettre de développer leurs ventes et leur CA.
  Il s'agit d'acquérir les fondamentaux de la vente, ainsi que les outils et les comportements pratiques pour mieux comprendre et gérer les relations commerciales avec ses clients, pour développer ses ventes, sur les plans quantitatifs et qualitatifs.

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir un objectif précis à chaque entretien de prospection ou de visite de clientèle
- Se préparer pour réussir le premier contact, et savoir se différencier pour un meilleur impact
- Maîtriser la conduite de ses entretiens commerciaux afin de découvrir les besoins et attentes de leurs clients afin d'identifier leurs motivations d'achat
- Argumenter et valoriser les avantages des produits et des services de son entreprise : la vente des avantages
- Négocier les conditions commerciales et accompagner son client jusqu'à la décision d'achat : valider et formaliser les accords

CONTENU, PROGRAMME

Introduction

Les principes actifs de la communication adaptés à la vente : les représentations personnelles, les filtres à la communication.
Comment chacun de nous se représente sa propre réalité et se construit son propre modèle du monde. Parce que chaque client est unique, on ne peut donc pas reproduire les mêmes schémas.

1. SE PREPARER

- Définir précisément l'objectif de son entretien, selon chaque situation : la « vente situationnelle »
- Prendre un rendez-vous par téléphone : les formules « facilitantes » et les mots à éviter

2. REUSSIR LE PREMIER CONTACT

« Nous n'aurons jamais une seconde chance de donner une bonne première impression »

- Créer rapidement un climat de confiance, et développer l'impact du premier contact / Outil travaillé : la Règle des 4 x 20 et la Synchronisation
- Se différencier pour réussir la présentation de son entreprise / Savoir poser le cadre de son entretien, afin de transmettre efficacement l'image de son entreprise

3. CONNAITRE : Découvrir le « profil » de son client et ses motivations

- Savoir conduire et garder la maîtrise d'un entretien structuré, savoir écouter et poser les « bonnes » questions / Outil : le modèle S.C.O.R.E.
- Recueillir des informations précises et les critères de motivation d'achat du client / Outils : la boussole du langage et les critères S.O.N.C.A.S.
- Communiquer « sur la même longueur d'onde » que son client, pour mieux comprendre son mode de fonctionnement

4. CONVAINCRE : La vente des avantages

- Mettre en valeur les avantages de son offre, selon les motivations de son client, en passant de sa propre logique à celle du client : la « vente situationnelle »
- Développer la vente additionnelle & la vente complémentaire
- Traiter et recadrer efficacement les objections : identifier les vraies et les fausses objections, puis utiliser l'objection de son client à son avantage / Outil : le recadrage

5. CONCLURE

- Savoir négocier les prix : se mettre à l'aise en situation de négociation
- Accompagner le passage à la conclusion, pour conduire à la décision avec élégance

METHODE ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Cette formation est basée sur une pédagogie active, afin d'impliquer les participants sur des cas concrets, directement liés au vécu de chacun.
Les aspects théoriques seront abordés en alternance avec les applications pratiques.
Une large part de la formation sera consacrée à des jeux de rôles, dont certains pourront être filmés en vidéo, et des exercices pratiques, en alternance avec les apports théoriques, présentant les outils de la communication appliqués à la vente.
L'évaluation de l'acquisition des compétences sera faite en continu, au travers des exercices pratiques d'application de la méthodologie et des outils présentés.
Un dossier pédagogique complet sera remis à chaque participant.

9, 10 & 11, 12 Février 2021 | **2 jours soit 14h00 de formation** | **€**