

Objectifs pédagogiques :

- Construire un argumentaire de vente
- Décrocher des nouveaux marchés
- Piloter son activité
- Réaliser un entretien découverte
- Maîtriser les techniques de questionnement
- Réaliser un argumentaire de vente
- Traiter les objections, la négociation et la recommandation
- Conclure une vente

Public concerné :

- Commercial ou personne exerçant des fonctions commerciales

Pré requis :

- Être commercial ou avoir des fonctions commerciales

Méthodes et moyens pédagogiques :

- Transmission d'informations via des supports powerpoint, vidéos, documentation diverse.
- Mise en situation par des études de cas ou des jeux de rôles.
- Echanges avec les participants.

Modalités d'évaluation :

- Les acquis de la formation seront évalués tout au long de la formation lors des mises en pratiques et en fin de formation avec la passation de la certification professionnelle

Validation :

- L'apprenant se verra remettre une attestation de formation et un certificat de réussite à la certification en cas d'obtention de cette dernière

Durée :

- 3 jours soit 21h00

Tarif CPF :

- 1 920 € TTC par personne (comprend la certification)

Calendrier :

- A définir selon les besoins de l'entreprise

Lieu :

- Dans les locaux d'AJF PERFORMANCE ou en distanciel via zoom

COMPETENCES VALIDEES

Au cours de la formation les candidats seront préparés en vu de valider les compétences ci-dessous lors du passage de la certification :

- Pratiquer un questionnement personnalisé dans le démarrage de l'entretien en s'appuyant sur son expertise afin de rechercher et comprendre les enjeux du client.
- Répondre aux enjeux du client en utilisant l'ensemble des informations récoltées dans la phase de questionnement afin de proposer une solution pertinente.
- Faire évoluer la solution en accompagnant le client dans sa phase de réflexion, en identifiant et traitant les objections afin de coconstruire une offre adaptée.
- Traduire les avantages de la solution en bénéfices client, en étant force de proposition afin de les intégrer dans sa phase de négociation pour démontrer les retours sur investissements de l'offre.
- Introduire dans sa conclusion de son entretien le suivi après-vente afin de rassurer le client, de respecter l'objectif négocié et de maintenir la relation pour créer les conditions favorables à une collaboration durable.
- Valoriser sa qualité de conseil et de relation client en récoltant des feedbacks positifs pour obtenir une recommandation active afin de développer son portefeuille de contacts et accélérer son développement commercial.

Nos formateurs sont sensibilisés à l'accueil et à l'orientation des publics en situation de handicap.

Quelle que soit votre situation de handicap, vous pouvez bénéficier d'un accompagnement personnalisé afin de vous assurer du meilleur déroulement possible de votre formation.

Nos formations sont accessibles et aménageables pour les personnes en situation de handicap.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR)

N'hésitez pas à nous contacter pour évaluer les aménagements possibles.

LE RENDEZ VOUS DECOUVERTE

Connaissance de son marché

- Savoir identifier ses clients
- Comprendre les attentes des clients par rapport à son offre
- Connaître ses produits et services en intégralité

Repérer les enjeux de la vente

- Créer un climat de confiance
- La Recherche des besoins du client
- Les enjeux pour soi
- Les enjeux pour le client
- Auto-diagnostic des freins éventuels

Identifier le groupe de décideurs

- Repérer les personnes influençant les décisions finales
- Comprendre le rôle de chacun dans la décision
- Repérer les éventuels freins personnels et professionnels à la prise de décision
- Adapter son discours à chacun des décideurs

Conduire l'entretien de découverte :

- Les différents types de questionnement
- La reformulation
- La réorientation
- La D.A (découverte accord)
- Construire un argumentaire
- La P.A (proposition accord)
- Définir ses objectifs : objectif primaire, objectif secondaire et le plan de repli

Conclure l'entretien de découverte :

- Valider l'accord du client sur l'expression du besoin
- Présenter aux clients les prochaines étapes
- Mettre en place le rétro planning

Définir ses outils de pilotage

- Fixer des objectifs de rendez-vous
- Définir un plan d'actions pour mettre en œuvre ses objectifs

CONCLURE UNE VENTE : AUGMENTER SON RATIO DE SIGNATURE

Préparer sa négociation !

- Vendre avant de négocier.
- Identifier l'impact d'un effort sur sa rentabilité.
- Mesurer les enjeux de la négociation : pour soi, pour le négociateur.
- Imaginer une solution de repli.
- Définir des objectifs clairs et ambitieux

Réussir l'entretien en face à face

- Garder la maîtrise de l'entretien
- Préparer la conclusion dès le début de l'entretien
- Repérer le moment où conclure
- Développer l'écoute active
- Repérer les signaux de décision
- Aider le client à prendre sa décision sereinement

Défendre votre offre !

- Présenter son offre en tant qu'Expert.
- Adapter son argumentaire à son interlocuteur.
- Se démarquer des concurrents.
- Valoriser ses points forts.

Résistez à l'objection prix !

- Valoriser son tarif.
- Résister aux demandes de négo prix.
- Traiter les objections positivement.

Limitez vos concessions !

- Résister et s'opposer à certaines concessions.
- Orienter le client vers les concessions possibles et plus intéressantes pour votre marge.
- Garder la main sur la négociation.

Conclure votre négociation !

- Verrouiller la négociation avec une méthode efficace.
- Rester serein face aux tentatives de déstabilisation.
- Conclure votre négociation.
- Passez à l'engagement client.
- Valider les conditions financières de l'offre pour éviter les négociations

Après la conclusion

- Respecter les engagements qui formalisent l'accord
- Rester en bonne entente avec le client même en cas de non décision

La recommandation active

- Comprendre l'intérêt de la recommandation
- Savoir bien recommander
- Traiter les recommandations de manière efficace