

Formation Techniques de vente

PMETV3



Durée

2 jours (14 heures)

Maximiser la transformation de prospects en clients.

Démarches et outils pour vendre, vendre plus et vendre mieux.



Profil des participants

Commerciaux, vendeurs magasin, Technico-commerciaux souhaitant découvrir ou redécouvrir les pratiques d'argumentation commerciale et les étapes essentielles d'un entretien de vente.

Pré-requis : Aucun

Cette formation peut être accessible aux personnes en situation de handicap – Nous consulter.

OBJECTIFS

- > **Connaître les outils et les méthodes pour mener efficacement un entretien de vente et s'entraîner à les mettre en œuvre.**
- > **Savoir adopter une attitude commerciale et professionnelle aux différentes étapes de la vente, de la préparation à la conclusion.**



Tarif

Nous consulter



Calendrier 2023

Nous consulter



Animateur

Formateur - Consultant
Expert dans le domaine commercial.



Modalités d'évaluation

Attestation individuelle de formation avec évaluation des acquis à partir de mises en situation et/ou tests, questionnaires.
Evaluation de la satisfaction des participants



Lieu

CAPIFORMA
1 Rue Marie Curie
RAMONVILLE ST AGNE

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Repose sur une approche pragmatique, conciliant des apports théoriques, la présentation d'outils et des mises en situation.
- Un support mémoire des points clé est remis à chaque participant.



05 34 40 40 00



contact@capiforma.com



01, rue Marie Curie
31520 Ramonville Saint-Agne

PROGRAMME

Créer rapidement le contact et les conditions du dialogue

Instaurer un climat de confiance favorable à la vente

Prendre le client en considération

Comprendre et se faire comprendre : les fondamentaux d'une bonne communication.

Découvrir le client, ses besoins & ses attentes

Les différentes motivations d'achat

Conduire un entretien de découverte

Les techniques de questionnement : leur utilisation pertinente

L'écoute active et la reformulation

La communication non-verbale

Argumenter avec efficacité pour convaincre

Savoir adapter son argumentaire aux motivations détectées

Structurer ses arguments et adapter son vocabulaire

Parler en avantage client plutôt qu'en caractéristiques

Comment rebondir dans le cas où le produit demandé ne peut pas être proposé ?

Les écueils à éviter

Savoir positiver et anticiper les objections

Les différentes formes d'objections fondées et non fondées

Faire de l'objection une nouvelle opportunité d'argumenter

Répondre à l'objection spécifique du prix

Savoir conclure de façon positive avec ou sans vente

Identifier les signaux de prise de décision

Conclure la vente en s'assurant de la satisfaction du client

La vente additionnelle

Fidéliser et pérenniser la relation commerciale

Définition d'axes de progrès individuels.

