



2 jours

PROGRAMME DE FORMATION

En présentiel

À distance

## CONCLURE SES ENTRETIENS DE VENTE

### OBJECTIFS DE FORMATION

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

- Développer l'affirmation de soi dans leur relation client
- Réussir la phase de concrétisation de la vente

### PARTICIPANTS

- Commerciaux et vendeurs

### PRÉREQUIS

- Exercer la fonction commerciale

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ACTIVES

- Positionnement sur-mesure : questionnaire individuel ou audit préalable en amont de l'action pour une implication et une adaptation totale de la formation
- Méthodes pédagogiques interactives tenant compte des attentes, de l'expérience et du vécu professionnel de chaque participant
- Apports théoriques seront illustrés par des exemples concrets et mis en application au cours de chaque séquence pédagogique par le biais d'exercices pratiques
- Formation axée sur des simulations et des analyses de cas concrets
- Simulations avec enregistrements audio et vidéo pour les auto-évaluations de pratiques
- Utilisation d'outils pédagogiques adaptés selon les objectifs recherchés et le profil des participants
- Support individuel de formation

### ÉVALUATION

- Évaluation formative réalisée par l'intervenant tout au long de la formation afin de mesurer les acquisitions et les progressions
- Évaluation des acquis

### LES PLUS

- PAI : un plan d'actions individuel sera formalisé en fin de formation.
  - Programmes ajustables à vos attentes
  - Accompagnement personnalisé
  - Option démarche qualité :
- SQF – Suivi Qualité Formation : Synthèse détaillée et bilan du formateur.
- Cette formation est accessible à toute personne en situation de handicap, contact référent handicap au 02 43 61 08 47
  - Une expertise<sup>2</sup> de nos formateurs : technique et pédagogie active

### PROGRAMME DE FORMATION

#### 1. Structurer sa démarche commerciale de vente

- Les 6 phases clés du plan de vente
- Les objectifs de chaque étape et la gestion du temps
- La préparation psychologique, l'esprit gagnant
- La présentation de la démarche face au client

#### 2. Analyser le profil client lors du R1

- Les questions clés à poser
- Les profils acheteurs et les critères d'achat
- Comprendre les indicateurs de succès
- La présentation du process commercial

#### 3. Maîtriser les éléments de préparation du R2

- Les détails qui font la différence
- Savoir valoriser les atouts de son projet
- Les valeurs ajoutées du plan du projet

#### 4. Repérer les objectifs de la négociation

- La défense du projet initial
- La défense du prix
- Les peurs de la phase de concrétisation du projet
- Les signaux d'achat du client

#### 5. Réussir la conclusion de la vente

- Les techniques de conclusion
- Les objections réelles et les objections prétextes
- Les réponses aux objections client
- Les phrases qui font vendre
- La mise en condition d'achat du client

#### 6. Affirmer sa position commerciale face au client

- La notion de fermeté commerciale
- Les risques de la relation client affective
- L'affirmation de sa position de vendeur
- Savoir se conditionner sur chaque projet

#### 7. Construire sa démarche de progrès

- Les axes de progrès individuels
- Le plan d'actions
- La mise en œuvre du changement de pratique