



LES TECHNIQUES COMMERCIALES, CLES DU SUCCES DE LA VENTE

INFORMATIONS

03 88 47 10 96

mfo@metaformose.org

A QUI S'ADRESSE LA FORMATION ?

- Jeunes entrepreneurs
- Commerciaux
- Technico-commerciaux
- Débutants dans la vente
- Toute personne appelée à vendre en face-à-face

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Formation en présentiel, interactive axée sur la pratique pour une meilleure compréhension et application
- Supports vidéo et exercices (jeux de rôles, mises en situation...)
- Documents informatiques et papiers

PREREQUIS

- Aucun prérequis nécessaire

NOMBRE DE PARTICIPANTS

3 à 10 personnes

DURÉE DE L'INTERVENTION

2 journées soit 14 heures

8h30-12h et 13h30h-17h

EVALUATION

- Contrôle des connaissances en cours de formation, tests, questionnaires
- Fiche d'évaluation et de satisfaction stagiaire
- Attestation individuelle de formation

INTERVENANTS

- Formateurs seniors experts en management et en communication

Souvent le vendeur mène ses entretiens en restant dans la zone des connaissances techniques de ses produits. Pour atteindre de meilleurs résultats, il doit acquérir une vraie dimension de conseil en développant ses qualités d'écoute, d'empathie et d'affirmation de soi.

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- » Concilier le monde commercial et la communication
- » Comprendre les rôles attendus du commercial
- » Maîtriser les supports à la vente
- » Présenter des solutions aux besoins du client

LE PROGRAMME DE LA FORMATION

1. La mission du commercial

- Aspects techniques et de communication
- Aspects commerciaux
- Définition de la mission du commercial
- Travaux pratiques : Construction en groupe de la fiche métier

2. Maîtriser les outils de communication

- Développer l'empathie avec le client
- Savoir écouter le client et reformuler ses besoins
- S'adapter à son style de communication
- Présenter de «mauvaises» nouvelles
- Travaux pratiques : Exercices d'écoute active, reformulation, synchronisation, le verbal et le non-verbal

3. Gérer les étapes de la vente

- La prise de contact
- La phase découverte
- L'argumentation efficace
- L'opportunité des objections
- La conclusion au bon moment
- Travaux pratiques : Simulations d'entretien de vente

4. Maîtriser les situations à fort enjeu

- Différencier les besoins et les motivations d'achats
- Passer des caractéristiques aux bénéficiers clients (CAB)
- Les ventes additionnelles
- Travaux pratiques : Argumenter avec la méthode CAB, répertorier les objections et les réponses

5. Prospection, prise de rendez-vous et service après-vente

- La préparation, clé du succès de la vente
- Gérer les situations d'après-vente à fortes émotions
- Travaux pratiques : Exercices de prospection et de gestion des erreurs