

TECHNIQUES DE VENTE

COMPETENCE VISEE

Maîtriser les techniques de vente et d développer ses aptitudes commerciales

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✓ Permettre à chaque participant d'acquérir les techniques de base de vente et de prospection.
- ✓ Permettre à chaque participant d'améliorer la qualité ou l'efficacité de ses rendez-vous client.
- ✓ Connaître les spécificités liées à la vente de prestation en l'intérim
- ✓ Être à l'aise lors des rendez-vous clients et en prospection
- ✓ Maîtriser l'art de la négociation

PROGRAMME

Jour 1 (matin)

Accueil, introduction et tour de table

Module 1 : PSYCHOLOGIE DE L'ACHETEUR

1. MOTIVATION ET RÉSISTANCE À L'ACHAT

- La psychologie de l'acte d'achat
 - Les motivations du client
 - Ses critères de décision
- Les styles d'acheteur et comment s'y adapter
- Les différentes stratégies d'achat
- Les différentes étapes du passage à l'acte d'achat

2. LA DEFINITION DU CYCLE STRATÉGIQUE DE VENTE

- Mission et objectifs du service marketing et des forces de vente
- Les interactions entre le marketing et les forces de vente:
 - Comment les optimiser au bénéfice de tous
- Formaliser le processus de l'acte de vente
 - Les étapes et la stratégie à adopter
 - Les différentes options possibles - Avantages et inconvénients

Échanges en groupe et études de cas

Jour 1 (après-midi)

3. L'ORGANISATION PERSONNELLE

- Savoir analyser son portefeuille
- Déterminer les priorités de l'action commerciale
- Se fixer des objectifs de production
- Hiérarchiser ses priorités
- Réagir aux imprévus et aux urgences
- Les outils du vendeur



4. LE COMPORTEMENT DU VENDEUR ET LES ATTITUDES A DÉVELOPPER

- Prendre conscience de son mode de comportement avec les clients
 - Les mécanismes psychologiques liés à la relation client/fournisseur
 - Soigner l'image offerte au client
 - Identifier les obstacles à bien s'entendre quand on discute
 - Identifier les comportements d'affirmation de soi
 - Mobiliser son écoute
- Établir une relation de confiance
- Établir une relation positive
- Établir une relation constructive
- Savoir se programmer pour réussir sa vente
- Quelques tactiques à connaître

Mises en situation

Jour 2 (matin)

5. LES SAVOIR FAIRE : LA PRISE EN COMPTE DE L'AUTRE

- Identifier notre client : savoir observer autant qu'écouter
- Le comprendre : respecter ses normes et ses attitudes de valeur
- Analyser ses réactions émotionnelles
- Personnaliser au maximum la communication
- Savoir expliquer et éventuellement dire "non" avec courtoisie
- Faire participer le client à la recherche d'une solution
- Poser des limites
- Rassurer l'interlocuteur :
 - Dire l'action qui va être entreprise
 - prendre congé de façon positive

6. LES TECHNIQUES D'ÉCOUTE QUI FAVORISENT LE DIALOGUE

- L'écoute active
 - Relier les informations entre elles
 - Détecter les manques et les approximations
- Le questionnement
 - Faire parler le client
- La reformulation des attentes
 - Aller au-devant de l'information
 - Manifester sa compréhension
 - Se situer dans une relation d'aide (même quand on n'a pas de réponse immédiate à donner)
 - Apporter une solution ou une réponse à sa demande, savoir l'expliquer
 - Savoir respecter ses promesses
 - Les facteurs clés dans l'évolution d'un dialogue
- Se rendre disponible (même si on l'est peu) pour le client
 - Gérer les priorités entre le téléphone, les entretiens, la gestion des dossiers, les demandes internes...
 - Savoir auprès de qui trouver les informations pertinentes

Jour 2 (après-midi)

Module 3 : ENTRAÎNEMENT INTENSIF À LA NÉGOCIATION

7. POUR BIEN NÉGOCIER, IL FAUT BIEN SE CONNAÎTRE

- Test d'auto diagnostic de son style de négociation
- Analyse de nos points forts et de nos points faibles
- La recherche des intérêts mutuels
- Les attitudes du négociateur
- Critères d'une négociation commerciale réussie



8. POUR BIEN NÉGOCIER, IL FAUT SAVOIR BIEN PRÉPARER LA RÉUNION

- Savoir collecter les informations utiles
- Analyser le dossier
- Connaître les interlocuteurs: leur influence, leur capacité de décision
- Inventorier les rapports de forces et les enjeux
- Déterminer ses objectifs et imaginer ceux de la partie adverse
- Définir les limites : éléments négociables ou non
- Choisir sa stratégie : élaboration des scénarios
- Anticiper les résistances probables

9. POUR BIEN NÉGOCIER, IL FAUT SAVOIR CONDUIRE LA RÉUNION

- Reconnaître le style et la personnalité de ses interlocuteurs
- Ajuster la relation, ajuster son comportement
- Créer l'ambiance, impressionner sécuriser
- Choisir son argumentation : tirer parti de ses points forts et minimiser ses points faibles - connaître les arguments porteurs
- Répondre aux objections
- Déjouer les barrages classiques
- Savoir persuader et/ou convaincre
- Faire progresser la réunion et en accélérer l'issue
- Savoir sortir des impasses

10. POUR BIEN NÉGOCIER, IL FAUT SAVOIR CONCLURE LA RÉUNION

- Savoir enlever une décision
- Verrouiller l'affaire
- Formaliser l'accord et maintenir la relation

Simulations et jeux de rôles

11. SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement.
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant.
- Élaboration d'un plan personnel de progrès.

Évaluation et clôture

MODALITES ET METHODES PEDAGOGIQUES

- **Nombreuses mises en situations axées sur des situations vécues ou pouvant être vécues**
- Alternance d'apports théoriques, méthodologiques et d'exercices pratiques
- Remise d'un document de synthèse et d'un certificat de qualification de formation professionnelle à chaque participant
- Évaluation des attentes et des acquis en amont
- Évaluation des compétences et de la formation à la fin de la session – suivi post-formation
- Remise de documents de synthèse.

DUREE

2 JOURS (14 heures) en **présentiel**

PREREQUIS

Volonté de s'investir pleinement dans la formation.



PUBLIC VISE

Tout commercial en prise de fonction ou souhaitant acquérir les techniques de vente, toute personne souhaitant s'orienter vers un métier commercial, vendeur en fonction souhaitant s'améliorer sur les "fondamentaux" des techniques de vente et des attitudes commerciales, personnes en reconversion professionnelle, entrepreneurs ayant à vendre dans le cadre de leur activité.

NOMBRE DE PARTICIPANTS

Groupe de 6 participants maximum

MODALITES EVALUATION

Évaluation « à chaud » à l'issue de la formation et évaluation des acquis en amont et à la fin de la session pour mesurer la progression et l'acquisition des compétences.

Évaluation « à froid » à 6 mois pour valider la mise en place des compétences sur le poste de travail le cas échéant.

TARIF INTER-ENTERPRISES (PRIX PUBLIC)

960 € HT

FINANCEMENT ET MODALITES DE REGLEMENT

- Entreprise (Plan de développement des Compétences) : règlement 30 jours à réception de facture
 - Financement personnel : règlement en 2 fois par chèques encaissables au jour du démarrage puis le mois suivant
-

REFERENT

Référent pédagogique et administratif : Maei CATILLON maei.catillon@interactif.eu 01 47 23 84 20

PROFIL FORMATEUR

Formateur senior spécialisé dans la négociation, la vente et les techniques de prospection (ancien manager d'équipes de négociateurs) avec plus de 10 ans d'expérience dans la formation pour adultes.

LIEU DE REALISATION

2 avenue Marceau 75008 PARIS

ACCESSIBILITE HANDICAP

Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite

Adaptation des moyens : Support projeté adapté mis à disposition sur un ordinateur portable individuel pour les personnes malvoyantes, utilisation possible de l'application AVA pour les personnes malentendantes, rythme adapté et fauteuil ergonomique limitant la fatigabilité.

Référent Handicap : Maei CATILLON maei.catillon@interactif.eu 01 47 23 84 20

DELAI D'ACCES

Possibilité de s'inscrire jusque 15 jours avant le démarrage.

