

Commercial : Réussir ses ventes

Initiation

Objectifs :	
Acquérir et mettre en pratique des techniques pour réussir ses ventes avec méthode : - pour conduire avec succès un entretien de vente. - pour développer son potentiel de vendeur et satisfaire le client par un conseil adapté et personnalisé. Communiquer efficacement en fonction des situations.	
PUBLIC	Toute personne travaillant dans un service client et devant diriger la relation cliente.
PRE REQUIS	Aucun
ORGANISATION	Durée : 3 Jours (21h) Matériel : Un support de cours + pc Nombre de Stagiaires : Minimum : 1 personne et Maximum : 6 personnes
FORMATEUR	Formateur ayant une expérience confirmée de commercial
PEDAGOGIE	Pré-évaluation des besoins. Entretiens individuels et/ou collectifs. Mise en situation Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Réalisation lorsque le temps le permet des créations de projets personnels. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis (QCM ou mise en situation ou exercice test d'application). Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
MODULE SUIVANT	Argumenter et convaincre Niveau 2
HANDICAP	Notre centre de formation est engagé dans une politique du handicap, à consulter sur notre site internet à l'adresse suivante https://www.borg-services.com/politique-handicap/
PROGRAMME	
<p>1) Réussir sa rencontre avec le client :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La connaissance du client d'aujourd'hui : ses besoins, ses attentes, ses craintes. - Les composantes de la rencontre : l'environnement, les mots, les attitudes qui mettent en confiance. <p>2) Définir avec précision le besoin du client : L'écoute active :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse du langage verbal et non verbal du client, - les techniques de questionnement, - les méthodes de reformulation. <p>3) Développer une argumentation percutante : Qu'est-ce qu'un argument de vente? Comment convaincre ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter le bon produit, - Sélectionner les arguments, - Choisir les mots valorisants, - adopter l'attitude appropriée. <p>4) Garder la maîtrise de l'entretien en cas d'objection : Qu'est-ce qu'une objection ? Pourquoi le client émet des objections ? Comment identifier les différentes objections ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objections prétextes - Les objections sincères. <p>Comment répondre aux objections les plus courantes ? prix, choix, qualité, concurrence...</p>	<p>5) Conclure avec succès :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Repérer le moment favorable - Identifier les "feux verts" - Obtenir la décision positive - Réussir la fin du contact. <p>6) Développer les ventes par une offre produit, par un service complémentaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distinguer le produit indispensable du produit facultatif. - Identifier les services de l'entreprise. - Vendre le produit complémentaire ou le service.