



FORMATION VENTE

OBJECTIF

Cette formation vous permet de développer vos compétences rapidement, à appliquer immédiatement dans votre quotidien professionnel.

L'objectif est d'acquérir les compétences d'accueil, d'écoute, et de conseil sans lesquelles la vente ne peut être conclue.

Nous abordons également la psychologie du leader-ship.

Cette formation aux techniques de vente (ré-) ouvre de nouvelles perspectives pour améliorer son taux de transformation.

POPULATION CIBLE

Force de vente débutante et confirmée, encadrement.

DUREE

1 ou 2 JOUR (S).

191 Grande Rue – 69640 DENICE - T : 04.74.07.83.99 / P : 06.24.63.47.90
E-mail : vdupayage@energieconseil.net - web : www.energieconseil.net



CONTENU

La formation est axée sur 4 points principaux (A.D.A.C.) :

- Accueil.
- Découverte des besoins du client.
- Argumentation.
- Conclusion de vente.

La formation repose sur beaucoup de mise en pratique (training).

Programme :

- Accueil & présentation des objectifs.
- Test en réel afin de mesurer les capacités de chacun des vendeurs.
- Mise en place de l'A.D.A.C selon le déroulé suivant :
- L'importance primordiale de l'accueil : du parking au rayon.
- Le comportement du vendeur : du dress-code à l'analyse transactionnelle, quelles sont les attentes du client.
- La psychologie du leader-ship, pourquoi et comment atteindre ses objectifs.
- La découverte du client, ses besoins exprimés, la création de besoins nouveaux, la montée du désir (!)
Objectif : montrer au vendeur que la clé de la montée en gamme repose sur sa capacité à bien découvrir son client.
- Les informations à rechercher : usages, environnement, équipements périphériques, etc....
- Le principe de la découverte Passé, Présent, Futur.
- La reformulation : moment clef de la compréhension réciproque.



- Comment faire une proposition commerciale favorisant la montée en gamme : le produit parachute, le produit cible, le produit loto.
- Travail collectif sur comment créer le besoin chez le client :
- Ateliers par groupe de 2 ou 3 pour travailler sur les informations à découvrir en fonction des grandes familles de produits.
- Sketches de mise en situation.
- Passer le CAB ou le BAC : comment construire et utiliser ses argumentaires en fonction de l'ECOSSENS (typologie du client).
- La « bible argumentaire », outil de culture commune et de polyvalence.
- Apprendre à traiter les principales objections : méthodologie et réponses types.
- Identifier et réagir aux signaux d'achat du client (verbaux et non verbaux), le M.I.M. ou moment d'intensité maximum.
- Les méthodes pour provoquer la prise de décision du client.
- Conclure sa vente, vendre les services (en les proposant systématiquement !), fidéliser.
- Conclusion et tour de table.