

La vente – Fondamentaux & Techniques Vente2 - Fiche pédagogique



OBJECTIFS

Comprendre les rôles du vendeur. Connaître les différentes étapes de l'entretien de vente. Savoir gérer les objections. Gérer le rendez-vous client. Apprendre le ciblage des clients – Gestion du territoire et du temps

PUBLIC CONCERNE

Tout public à partir de 18 ans

PRE REQUIS

Pas de prérequis

DUREE DE LA FORMATION

14 heures

METHODE PEDAGOGIQUE

Interaction permanente entre les participants et le formateur

Apports théoriques lors d'exposés interactifs et supports vidéo

Echange d'expérience et de vécu

Exercices d'application

Jeux

INTERVENANT

Formateurs expérimentés et reconnus pour leur compétence dans le domaine, coach de vie, d'équipe et d'entreprise certifié HBDI Ned Herrmann

EVALUATION

Evaluations formatives et sommatives qui permettent de vérifier l'acquisition des capacités nouvelles et d'indiquer l'atteinte des objectifs pédagogiques

TARIF

Inter-entreprises

Nous consulter

Intra-entreprise

Nous consulter

Groupes de 4 à 16
personnes

FINANCEMENT DE LA FORMATION

Le financement des formations peut s'effectuer par les acteurs du financement de la formation en France (OPCO, Pôle Emploi, Région ou autre) Toutefois, les dispositifs de financement sont accessibles selon les critères de prise en charge qu'ils ont préalablement définis.

HANDICAP

Pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter en amont de la formation, nous permettant ainsi de préparer au mieux l'accueil de la personne et d'adapter si nécessaire le déroulement du stage.

CONTENU

PROGRAMME (Jour 1)

La préparation - les informations à réunir et à recueillir, définir ses clients cibles, préparation des objectifs de vente

Prise de contact - Identifier son interlocuteur et se présenter - Définir l'objectif de l'entretien : pour le vendeur et pour l'acheteur -

Découverte du besoin du client - Identifier les besoins du client, écoute active / prise de notes, les bonnes questions, avoir la bonne attitude - Proposer une offre adaptée, concrète et précise - Annoncer et détendre son prix

L'argumentation - Présenter son offre - Transformer les caractéristiques de l'offre en avantage client - Argumenter de façon efficace - (Méthode AIDA)

Comprendre et traiter les objections - Parler prix -

Clôture et points d'apprentissage

PROGRAMME (Jour 2)

Techniques de ciblage : Méthode QSWOT

Prix : Savoir fixer le bon prix pour la bonne cible

Étude de cas / simulation avec débriefing –

Gestion du territoire – les bases du suivi et initiation à la gestion de la relation client (Trello)