



Cette formation de trois jours s'adresse à toute personne souhaitant développer ou perfectionner ses compétences en vente, qu'elle soit débutante ou expérimentée.

L'objectif est de maîtriser l'ensemble des techniques de vente à travers une approche méthodologique structurée. Les participants apprendront à conduire un entretien de vente de manière efficace, en optimisant chaque étape du processus, depuis la préparation jusqu'à la conclusion et la vente additionnelle.

Pour qui : Pour tous commerciaux, qu'ils soient débutants ou expérimentés.
Prérequis : Aucun prérequis n'est demandé pour participer à cette formation.

Durée : 3 jours
*Formation intra. En présentiel ou à distance.
Déclinable en format individuel.*

Objectifs de la formation :

- Préparer chaque entretien en définissant des objectifs précis pour optimiser le temps et faire progresser le processus de vente.
- Utiliser des questions ciblées et des méthodes de découverte pour identifier les besoins exprimés et latents des clients, même ceux qui ne savent pas les exprimer clairement.
- Développer des stratégies d'argumentation convaincantes face à la concurrence en utilisant des méthodes éprouvées comme SAFI, APB, et SONCAS.
- Traiter les objections avec efficacité grâce à la méthode CRAC et à maîtriser les techniques de conclusion pour finaliser la vente avec succès.

Programme :

Jour 1 : préparation et questionnement

Définir des objectifs clairs pour chaque rencontre

- Techniques pour optimiser le temps d'échange et structurer le processus de vente.
- Élaboration d'une liste de questions clés pour guider l'entretien de vente.

Découverte des besoins et méthode SAFI

- Application de la méthode SAFI (Situation, Avantages, Fonctionnalités, Implication) pour structurer la découverte des besoins.
- Identifier les besoins latents des clients à travers un questionnaire adapté.

Mise en situation : Application des techniques de questionnement à travers des simulations et jeux de rôle.

Jour 2 : argumentation et relation client

L'argumentation structurée avec la méthode APB

- Présentation de la méthode APB (Avantages, Preuves, Bénéfices) pour structurer l'argumentation commerciale.

- Préparer une stratégie d'argumentation pour convaincre un client face à l'offre d'un concurrent.

Relation client et SONCAS

- Les 4*20 du contact
- Analyse des motivations d'achat (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie) et comment les utiliser dans l'argumentation.

Mise en situation : Utilisation des 4*20 et du SONCAS dans un entretien de vente simulé.

Jour 3 : gérer les objections, conclure et vente additionnelle

Gestion des objections

- Le traitement des objections avec la méthode CRAC
- La reformulation implication

Conclusion et vente additionnelle

- Les différentes techniques pour conclure efficacement une vente.
- Stratégies pour identifier et saisir les opportunités de vente additionnelle afin de maximiser la valeur de la transaction.

Mise en situation : Simulation complète d'un entretien de vente, de la phase préparatoire à la conclusion et la vente additionnelle avec retour d'expérience et ajustements.

Modalité d'évaluation

Test d'évaluation de formation sous forme de QCM.

Moyens pédagogiques

Exposés courts, échanges à partir de situations rencontrées, brainstorming, mises en situation, jeux de rôle, exercices individuels, débriefing collaboratif. Support pédagogique dématérialisé envoyé à l'issue de la formation.

Personne en situation de handicap

La prestation est ouverte à tout public.

Tarifs :

Sur devis, après adaptation sur mesure à vos besoins.

Une convention formalise les modalités.

Lieu :

A déterminer. Soit dans votre entreprise, dans nos locaux ou dans un lieu différent.

Individuel :

Déclinable pour une personne. Le formateur adapte son programme au besoin du collaborateur.

**Personnalisez cette formation
en fonction de vos besoins.**

Demande de devis