

Votre contact

Monsieur Virgile CURTIT
03 88 35 35 38

Durée

1 jour
7 heures

Public

Chef d'entreprise
Chargé d'Affaires
Gestionnaire Commercial
Commercial

Prérequis

Aucun

Effectif

Minimum 6 participants
Maximum 12 participants

Moyens pédagogiques et techniques

Décrypter les phases de vente
Mesurer la persévérance commerciale
utile
Mettre en place des plans d'actions de
sa clientèle
Maîtriser un argumentaire et vocabulaire
adaptés
Négocier la phase « Prix » en approche
Gagnant-Gagnant
Vendre et faire vendre en situation
concurrentielle

Formateur

Chargé de projet et de développement

Suivi et évaluation

Auto-évaluation régulière des
participants par des tests en début, en
cours et en fin de formation.
Évaluation de la qualité de la
formation par les participants, analyse
de l'atteinte des objectifs.

Attestation de fin de formation

Informations complémentaires

Objectifs de la formation

- A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de :
- Acquérir les arguments et le vocabulaire adaptés en chaque circonstance
 - Maîtriser la communication et la gestion des tensions
 - Maîtriser les postures verbales et non verbales
 - Réussir l'entretien avec ses clients pour valoriser sa fidélisation

Objectifs pédagogiques

- Sensibiliser et responsabiliser sur l'accueil téléphonique, les personnes qui sont relation directe au téléphone avec les clients
- Créer du lien avec la clientèle existante et développer celui-ci avec la future clientèle
- Générer de la satisfaction client
- Maîtriser le vocabulaire et les postures au téléphone
- Savoir relancer les offres
- Savoir gérer les tensions

Contenu

LA VENTE-GENERALITES

Comment créer un climat de sympathie et de confiance
Savoir se différencier de ses concurrents
Valoriser son savoir-faire et son entreprise
Le savoir être et ses postures

LA DÉCOUVERTE DE SON CLIENT

Les 7 paliers de l'écoute active
La reformulation
L'art du questionnement
Identification des gains que le client recherche

ARGUMENTATION

Les différents pouvoirs d'influence

LA VALORISATION DE SON OFFRE

Comment valoriser son offre
Contre les objections classiques
Méthodes de validation

CONCLUSION ET FIDÉLISATION

Comment conclure ses entretiens
Savoir susciter la recommandation