









## Réussir ses Ventes

Nous allons vous rappeler 2 clés pour réussir dans la vente : inspirer confiance et sympathie et appliquer des méthodes de vente qui prennent en compte les cycles de décision des prospects...

### OBJECTIFS

-  Savoir se préparer et se présenter en vue d'établir un contact réussi avec un prospect
-  Construire et maintenir jusqu'au bout une conviviale relation de confiance avec le client
-  Prévenir et éviter les pièges qui « cassent l'ambiance » et savoir rattraper une maladresse
-  Utiliser des méthodes de vente efficaces qui respectent le client et ses valeurs
-  Remporter l'adhésion en touchant à la fois le cœur et l'esprit
-  Surmonter les objections sans s'opposer au client

### PROGRAMME

#### Comment établir une conviviale relation de confiance avec un prospect

Préparation psychologique : se concentrer sur les besoins du client pour attirer le client vers nous  
Préparation physique et matérielle : comment inspirer confiance  
Règles de base pour établir dès les premières secondes un contact convivial

#### Comment préserver cette relation dans la durée

Prévenir et éviter les pièges qui cassent l'ambiance.  
Rattraper une maladresse.

#### Etre à l'écoute du client pour connaître ses besoins et ses motivations

Connaître les besoins réels du client nous permettra de lui proposer le produit plus intéressant  
Connaître les motivations du client influera sur la manière dont nous présenterons le produit

#### Influencer positivement sans manipuler

L'influence positive respecte les valeurs du client qui accorde alors sa confiance  
La manipulation ne respecte pas la personne, agit souvent contre ses intérêts

#### Convaincre et persuader

Convaincre s'adresse à la raison : le vendeur doit faire preuve de logique  
Persuader s'adresse au « cœur », touche les émotions

#### Ne pas forcer la vente

Faire prendre conscience d'un besoin par le questionnement « SAFI »  
Respecter les 5 phases du rythme de conviction

#### Répondre aux objections

Ne pas contredire le client, mais l'accompagner dans sa réflexion pour qu'il en tire lui-même des conclusions  
qui vaincront ses doutes et mèneront à la conclusion de la vente

#### Le premier contact

L'attitude mentale positive  
Le principe des 4 X 20 pour faire une bonne première impression

#### Savoir se vendre en apportant des preuves

Considération / Compétences / Fiabilité

#### Renforcer son potentiel et augmenter sa confiance en soi

Identifier ses limites et trouver les moyens de les compenser  
Les attitudes à respecter pour être et rester dans l'échange avec ses interlocuteurs

**DUREE**

3 jours

**PUBLIC**

Commerciaux...  
Vendeurs...

**Pré REQUIS**

Aucun

**EVALUATION**

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.  
Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

**PEDAGOGIE**

Méthode interactive comprenant des exposés, des exercices, des échanges d'expérience, des jeux de rôle à partager en groupe, des anecdotes riches d'enseignements.





Suite du programme...

Page 2 sur 2

#### **Savoir écouter son interlocuteur**

Identifier les processus de décision de ses interlocuteurs  
 Déceler ce qui n'est pas ouvertement exprimé  
 Analyser sur ce quoi vos interlocuteurs refuseront de transiger

#### **La découverte des besoins du prospect**

Attentes objectives / Attentes subjectives / Besoins réels  
 Les techniques de questionnement / L'écoute active

#### **La synthèse et la reformulation**

Verrouiller la définition des besoins et s'assurer de la bonne compréhension

#### **L'éveil de l'intérêt**

Adapter l'argumentation en fonction des besoins et de l'échelle des valeurs du client  
 La méthode « SPIN »

#### **Les 5 étapes de la conviction**

La formule « ICCCA »

#### **Convertir les caractéristiques en avantages**

La technique ETAC  
 La technique des accords partiels

#### **Négocier et argumenter**

Se servir des objections pour rebondir  
 Les bases d'une négociation gagnant/gagnant

#### **Provoquer la décision d'achat**

clarté / solution / logique / doute / contradiction  
 engagement / complicité / émotion

#### **Connaître et prendre en compte les courbes émotionnelles**

De soi même lors du processus de vente  
 Du prospect lors du processus d'achat

#### **Réagir efficacement en situation difficile**

Développer son assertivité  
 Gérer les objections et les conflits avec des techniques pertinentes en fiables  
 Développer son sens de la répartie  
 Mettre en œuvre des stratégies adaptées à chaque interlocuteur

#### **Conclure la vente**

L'attitude mentale lors de la conclusion  
 Le moment conclure / Les signaux d'achat  
 Les techniques de récupération

#### **INTERVENANTS**

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier :  
 sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

#### **TARIFS**

Inter-entreprises à Paris  
 Intra-muros en France entière  
 cliquez ici pour consulter sur notre site internet le calendrier et les tarifs

Vidéo de présentation

