



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, ergonomiste, 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

