



NOS PROGRAMMES DE FORMATION
TECHNIQUES DE VENTE TERRAIN

Sommaire :

Techniques de vente terrain 2 Jours.....	2
Prospection phoning et techniques de vente terrain 3 Jours.....	4



PROGRAMME DE FORMATION
TECHNIQUES DE VENTE TERRAIN

OBJECTIFS	Acquérir les techniques de vente pour optimiser les ventes Maîtriser la gestion de la relation client en face à face ; définir son besoin, valoriser l'esprit de la qualité de service Connaître les différentes techniques de communication Préparer son argumentation Connaître les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion
PRE-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p><u>Jour 1 :</u></p> <p>Comment développer le réflexe commercial vis-à-vis des clients externes et des "clients internes" La prise de contact - Qui prend l'initiative Les comportements et expressions corporelles Etablir un climat de confiance - Renforcer l'image de marque Induire une communication positive Se fixer un objectif</p> <p>Préparer la découverte : Qualification des besoins - Savoir écouter, reformuler la demande Les obstacles à l'écoute Utiliser les techniques d'écoute - Techniques Motivations et freins d'achat Maîtriser la reformulation</p> <p>Techniques de communication Facteurs d'inattention - Comment favoriser l'attention de la clientèle Engager la conversation - Avoir une provision de questions. Faire parler et parler : Organiser ses propos - Fonction du langage (expression/appeal/représentation) Choix des mots - les expressions à bannir Comment donner du relief aux propos - Analyse d'une phrase</p> <p><u>Jour 2 :</u></p> <p>Préparer son argumentation Structure d'un argument en quatre points L'argumentation personnalisée (produit + client). Comment prendre un point d'appui pendant l'entretien</p>



	<p>La conviction Prouver ce que le vendeur avance Comment rendre des exemples efficaces Comment faire de la démonstration un véritable outil de vente</p> <p>La création du besoin Comment créer le besoin Etre concret Règles pour faire des descriptions imagées</p> <p>La conclusion, Comment conclure la vente et obtenir la commande Surveiller l'attitude du prospect Amorcer la conclusion par un point de détail Règles à connaître concernant la phase finale de la vente Résumé des règles employées pour conclure la vente.</p>
DUREE	2 jours - 16 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs experts
EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Apports théoriques, propositions de techniques, étude de cas pratiques.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage



PROGRAMME DE FORMATION
PROSPECTION PHONING ET TECHNIQUES DE VENTES TERRAIN

OBJECTIFS	<p>Comment rendre efficace sa démarche pour atteindre son objectif Acquérir les techniques de vente pour optimiser les ventes Maîtriser la gestion de la relation client en face à face, définir son besoin, valoriser l'esprit de la qualité de service Connaître les différentes techniques de communication Préparer son argumentation Connaître les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion</p>
PRE-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucun
PROGRAMME DE FORMATION	<p><u>JOUR 1</u></p> <p>➤ La Prospection</p> <ul style="list-style-type: none">• Quoi dire pour franchir le barrage, obtenir le décideur• Comment attirer l'attention dès les premiers instants, débiter l'entretien dans un climat favorable• Comment installer l'échange, l'art du questionnement• Quelles sont les informations essentielles à recueillir dès le début pour orienter la suite de l'entretien• Prendre rendez-vous• Envoyer une documentation, une offre ... ?• Se donner toutes les chances pour « vendre le rendez-vous »• Savoir répondre à toutes les objections habituelles ou inattendues• Conclure avec un résultat palpable <p>➤ Préparer la découverte : Qualification des besoins - Savoir écouter, reformuler la demande</p> <ul style="list-style-type: none">• Les obstacles à l'écoute• Utiliser les techniques d'écoute - Techniques• Motivations et freins d'achat• Maîtriser la reformulation <p>➤ Techniques de communication</p> <ul style="list-style-type: none">• Facteurs d'inattention - Comment favoriser l'attention de la clientèle• Engager la conversation - Avoir une provision de questions.• Faire parler et parler : Organiser ses propos - Fonction du langage (expression/appeal/représentation)• Choix des mots - les expressions à bannir• Comment donner du relief aux propos - Analyse d'une phrase



	<p><u>JOUR 2</u></p> <p>➤ Préparer son argumentation</p> <ul style="list-style-type: none">• Structure d'un argument en quatre points• L'argumentation personnalisée (produit + client).• Comment prendre un point d'appui pendant l'entretien <p>➤ Eveiller l'attention</p> <ul style="list-style-type: none">• Que faire pour attirer l'attention• Règles provoquant l'attention <p>➤ Eveiller l'intérêt</p> <ul style="list-style-type: none">• Exposer les avantages, preuves, faits• Règles pour éveiller l'intérêt et retenir le prospect <p>➤ La conviction</p> <ul style="list-style-type: none">• Prouver ce que le vendeur avance• Comment rendre des exemples efficaces• Comment faire de la démonstration un véritable outil de vente <p>➤ La création du besoin</p> <ul style="list-style-type: none">• Comment créer le besoin• Etre concret• Règles pour faire des descriptions imagées <p><u>JOUR 3</u></p> <p>➤ La conclusion, Comment conclure la vente et obtenir la commande</p> <ul style="list-style-type: none">• Surveiller l'attitude du prospect• Amorcer la conclusion par un point de détail• Règles à connaître concernant la phase finale de la vente• Résumé des règles employées pour conclure la vente. <p>➤ Apprendre à écarter les objections</p> <ul style="list-style-type: none">• 5 façons de répondre aux objections• Règles générales pour répondre aux objections.• Comment les vaincre• Quel comportement adopter face à un interlocuteur qui objecte• Pourquoi l'interlocuteur objecte-t-il ? Les reformulations. Quand il faut dire non à un client. <p>Parades d'objections les plus fréquentes rencontrées</p>
DUREE	3 jours - 24 heures
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs experts



EVALUATION	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE
MOYEN PEDAGOGIQUE	Apports théoriques, propositions de techniques, étude de cas pratiques.
COÛT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSU DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage