MOZAIC FORMATIONS

PROGRAMME DE FORMATION TECHNIQUES DE VENTE	
OBJECTIFS	Acquérir les techniques de ventes 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	Jour 1 **:** **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 **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 **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/appel/représentation) Choix des mots – les expressions à bannir Comment donner du relief aux propos - Analyse d'une phrase Jour 2 : **Préparer son argumentation** Structure d'un argument en quatre points L'argumentation personnalisée (produit + client). Comment prendre un point d'appui pendant l'entretien **Eveiller l'attention** Que faire pour attirer l'attention Règles provoquant l'attention **Eveiller l'intérêt** Exposer les avantages, preuves, faits Règles pour éveiller l'intérêt et retenir le prospect

PROGRAMME DE **FORMATION (SUITE)**	**La conviction** Prouver ce que le vendeur avance Comment rendre des exemples efficaces Comment faire de la démonstration un véritable outil de vente **La création du besoin** Comment créer le besoin Etre concret Règles pour faire des descriptions imagées <u>Jour 3</u> **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. **Apprendre à écarter les objections** 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. Parades d'objections les plus fréquentes rencontrées
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.
COUT DE FORMATION	Voir convention de formation
FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage