

Renforcer son efficacité commerciale

Parfaite connaissance des produits/services qu'il propose, qualités relationnelles, écoute et prise en compte des besoins, réactivité, telles sont les qualités que les clients attendent du commercial.

Parce que la vente est un métier avec ses techniques et méthodes, parce qu'en maîtriser les fondamentaux est incontournable pour réussir son action commerciale, cette formation donne aux commerciaux des techniques et des réflexes éprouvés qui renforcent leur efficacité et leur aisance professionnelle.

POINTS FORTS

Une prise de hauteur qui permet au commercial de bien cerner ses priorités sur son marché et définir son plan d'action.

OBJECTIFS

S'adapter aux attentes des clients B to B
Acquérir les techniques et outils de la vente
Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente

Acquérir la maîtrise des méthodes et des techniques indispensables pour améliorer sa productivité et piloter ses affaires avec efficacité.

INFOS PRATIQUES

Formation professionnelle inter-entreprises personnalisable en intra-entreprise

Durée : 2 jours (14 h) en présentiel

Groupe de 8 participants maximum

Prérequis : Aucun



PROFILS

Les forces de vente itinérantes et sédentaires

Réf. FC02

Prix INTER : 1 350 €HT (Dates et disponibilités sur demande)

Package INTRA : 2 460 €HT (Dans vos locaux : Groupe de 8 personnes maximum)

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Dialogue, partages d'expériences, échanges en plénière, mises en situation, tests d'autodiagnostic.

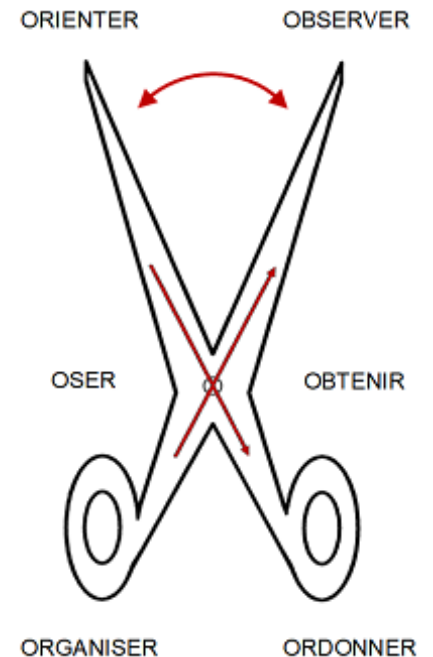
FORMATEURS

Nos consultants formateurs et animateurs sont des experts reconnus de l'action commerciale. Ils interviennent régulièrement en entreprise pour animer et piloter des actions de développement aux côtés des forces de vente.

Programme de la formation

Le schéma SIX « O » de la négociation

- 1 **ORGANISER**
 Planning des tournées :
 - Mes prospects + mes clients = une tournée
 - Création d'un plan de tournées
 Préparation de visite
- 2 **OSER**
 Contact avec l'Acheteur
 Les techniques et les attitudes de prise de contact
 (Exercices pratiques)
- 3 **OBSERVER**
 Motivations de l'Acheteur
 - Le schéma des motivations, les différentes motivations
 Recensement des besoins du Client
 - Poser les bonnes questions, savoir écouter
- 4 **ORIENTER**
 Points forts de l'offre
 - Les éléments de l'offre
 Réponses aux objections
 - Les différents types d'objections
- 5 **OBTENIR**
 Le feu vert d'achat
 Techniques de conclusion
- 6 **ORDONNER**
 Suivi administratif
 Suivi pour revendre



Moi au sein du groupe, je fixe mon propre CAP (le Cadre de mon Action de Progrès) et je m'engage dès maintenant dans sa réalisation sur le terrain.