



TECHNIQUES DE VENTE

L'Entretien commercial en face à face - Niveau 2

Renforcer ses acquis dans la gestion de l'entretien de vente en face à face.

Travailler son positionnement commercial pour adapter son approche commerciale aux besoins Clients.

Intégrer des techniques spécifiques pour surmonter des points de tension, des objections dont l'objection Prix.

Durée : 2 jours (14 heures)

Profil des participants

Tout collaborateur en situation de prospection / vente en face à face.

Pré-requis : Avoir suivi le stage Techniques de vente - niveau 1

Le + Méthode pédagogique

La formation repose sur une alternance entre les apports méthodologiques, les mises en situations et exercices pratiques.

La pédagogie participative repose sur les expériences des stagiaires.

Support de formation remis en main propre ou sous format numérique.

Animateur : Guillaume CINGAL

Consultant formateur en développement commercial : recrutement, formation, accompagnement opérationnel.

10 ans d'expériences professionnelles de direction commerciale en PME.

Modalités d'évaluation

Attestation individuelle de formation.

Evaluation des acquis des participants.

Evaluation de la satisfaction des participants.

Retour d'expérience de l'intervenant pour une organisation apprenante.



L'essentiel

Réf. PMETV4

Tarif : 700 € HT par personne
Pauses incluses.

Calendrier 2018 : Nous consulter

Lieu : CAPIFORMA
1 Rue Marie Curie - Europarc
31520 Ramonville Saint Agne

Horaires : 08h30-12h00/13h30-17h00

■ OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre la notion de positionnement commercial et l'adapter aux besoins Clients.
- Savoir utiliser des techniques commerciales pour faire face aux situations complexes et affronter l'objection Prix.

■ PROGRAMME

Le positionnement commercial

- Types de prestations
- Cibles
- Interlocuteurs et pratiques d'achats

Objectif de la phase : Savoir identifier ses cibles et les besoins à satisfaire

Bâtir ses argumentaires de vente

- La notion d'argument commercial
- Identifier ses caractéristiques forces
- Construire un argumentaire de vente

Objectif : Disposer d'arguments pertinents et percutants

Les techniques spécifiques utiles

- L'ouverture : savoir se présenter en captant l'intérêt de son interlocuteur dès les premières minutes
- La découverte : La méthode FOCA
- Savoir détecter le « besoin réel » du client
- L'argumentation : la notion de « bénéfice client »
- Le traitement des objections
- Le cas particulier de l'objection « prix »

Entraînement, mises en situation.