

# PACK FORMATION 2010

## VENTE ET NEGOCIATION

### OBJECTIFS :

- ELABORER UNE STRATEGIE POUR MIEUX VENDRE
- MAITRISER SON ORGANISATION COMMERCIALE
- SAVOIR TRATER LES OBJECTIONS ET ARGUMENTER
- SAVOIR DECELER LES BESOINS DES CLIENTS, PROPOSER UN PRODUIT ADAPTE AU BESOIN, CREER UN BESOIN COMPLEMENTAIRE
- SAVOIR COMMENT ET QUAND PARLER DU PRIX

### PUBLIC CONCERNE :

- COMMERCIAUX SOUHAITANT SE PERFECTIONNER DANS LES TECHNIQUES DE VENTE

### PRE-REQUIS :

- AVOIR UNE PRATIQUE COMMERCIALE AVEREE

### METHODES PEDAGOGIQUES :

- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

### ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

**DURÉE** : 2 JOURS

## PROGRAMME

### 1. CONSIDERER LA SITUATION

- RECHERCHE SUR SON CLIENT/PROSPECT
- RECHERCHE SUR SON PRODUIT
- RECHERCHE SUR SON ENVIRONNEMENT

### 2. SE FIXER DES OBJECTIFS

- LA STRATEGIE D'OBJECTIF

### 3. LA MISSION DU VENDEUR

- LES FACTEURS DE L'EFFICACITE DU VENDEUR
- LA BALANCE DE L'ACHAT

### 4. LES 6 MOMENTS CLEFS D'UN ENTRETIEN DE VENTE

- LES 4 DIFFICULTES PSYCHOLOGIQUES
- LES 2 MOMENTS CLEFS OU SE FAIT LA DIFFERENCE

### 5. LA STRUCTURE D'UN ACTE DE VENTE

- LA PREPARATION DE L'ENTRETIEN
- LA PHASE PRIMORDIALE DU CONTACT
- LA DECOUVERTE COMPLETE DU CLIENT :
  - Besoins
  - Motivations
  - Circuit de décisions

- L'ARGUMENTAIRE QUI PERMET DE CONVAINCRE
- LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS
- LA PRESENTATION ET LA DEFENSE DU PRIX
- LA CONCLUSION QUI ENGAGE LE CLIENT
- LA PRISE DE CONGE QUI LAISSE UN BON SOUVENIR
- L'ANALYSE DE L'ENTRETIEN

### 6. MISE EN SITUATION

- JEUX DE RÔLE SUR DES CAS Réels
- ANALYSE DE CHAQUE JEU

### 7. LE PLAN DE PROGRES INDIVIDUEL

- IDENTIFIER SES POINTS DE PROGRESSION INDIVIDUELLE
- LA GRILLE INDIVIDUELLE DE PROGRESSION

PROGRAMME COFINANCE PAR :

