

FONDAMENTAUX DES TECHNIQUES DE VENTE (4J)

Objectifs pédagogiques

- Connaître l'importance de la relation client
- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues.

Programme de la formation

1^{ère} PARTIE : Jour 1

La relation client

Identifier les parties prenantes de la relation commerciale

Comprendre les enjeux de la relation client :

- L'image
- Le chiffre d'affaire
- La fidélisation

Comprendre les attentes du client

Gestion de la relation client

- Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
- Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
- Détecter les attentes du client
- Mettre en valeur une solution
- Accepter critiques et objections

Gestion des réclamations et insatisfactions

- Faire face aux situations délicates :
 - ❖ Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
 - ❖ Savoir refuser en préservant la relation
 - ❖ Gérer un incident, une insatisfaction

Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

2^{ème} PARTIE : Jour 2

Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

Préparer sa prospection

- Définir sa cible de prospects
- Constituer son fichier prospects
- Fixer ses objectifs de prospection
- Se mettre en conditions optimales

Techniques de communication téléphonique

- Savoir se présenter et susciter l'intérêt
- Savoir franchir le barrage du secrétariat
- Développer une écoute active
- Détecter les besoins du prospect
- Rédiger son scénario téléphonique
- Se préparer aux objections des prospects

Informations :

Public Visé :

Dirigeants d'entreprises (et/ou leurs conjoint collaborateur), non-salariés ou assimilés.
Demandeurs d'emploi.

Prérequis :

Aucun

Durée :

28 heures

Limite d'effectif :

3 à 8 stagiaires.

Format : Présentiel en 2+2 jours (en fonction des contraintes du/des clients).

Certification : Attestation de fin de formation.

Lieu :

BM Formation, 5 rue de Conflans, Charenton-le pont 94220 ou en Entreprise.

Dates : 23-26 avril, 20-23 mai, 25-28 juin, 23-26 juil, 25-27 sept, 22-25 oct, 26-29 nov, 17-20 dec (possibilité d'ajouter des sessions en fonction de la demande).

Méthodes pédagogiques

- La formation est abordée de façon pratique avec des exercices directement liés aux besoins du (des) stagiaire(s),
- Echange entre l'intervenant et les stagiaires,
- Questions/réponses,
- Exercice récapitulatif en fin de formation.

Intervenant

Consultant/Formateur en Développement commercial.

Moyens pédagogiques

Ordinateur PC – Vidéoprojecteur, Paperboard, Supports de Cours imprimés et/ou numérisés.

Dispositif de suivi d'exécution du programme et d'appréciation des résultats

- Support de formation (format PDF),
- Feuille d'émargement,
- Exercice / quiz d'évaluation de compréhension en fin de chaque formation,
- Attestation individuelle de fin de formation.

Répartition du temps entre théorie et exercices pratiques

30% - 70%

Niveau obtenu

A l'issue de la formation, le stagiaire aura :

- une bonne compréhension de la relation client,
- amélioré son accueil clientèle,
- perfectionné ses méthodes de négociation.

Points forts / Les plus de cette formation

Formation en petit groupe, axée sur la pratique, basée sur des exemples concrets proposés par le(s) stagiaire(s).

FONDAMENTAUX DES TECHNIQUES DE VENTE (4J)

3^{ème} PARTIE : Jour 3

Entretien de négociation

Négocier, c'est quoi ?

La préparation de l'entretien de négociation :

- Les objectifs (court, moyen et long terme)
- Le timing de l'entretien
- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion

Les éléments en jeu en négociation

- Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
- Les attitudes relationnelles
- Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
- Les pièges de l'argumentation

Basculer sur la vente

- Développer un argumentaire commercial
- Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

4^{ème} PARTIE : Jour 4

Les enjeux de la gestion de situations difficiles

Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence

- Le client arrogant
- Le client chronophage
- Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
- Le « bon copain »
- Le client pointilleux
- Le client râleur/contestataire/protestataire
- Le client éternellement insatisfait
- Le client versatile
- Le client mutique, la communication difficile

Résoudre et désamorcer les situations de conflit

- Comprendre l'insatisfaction d'un client
 - ❖ Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
 - ❖ Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
 - ❖ Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction
- Ouvrir le dialogue
 - ❖ Pratiquer l'écoute active
 - ❖ Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler

- ❖ Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
- ❖ Le choix des mots
- ❖ La posture
- ❖ L'attitude mentale (son état d'esprit)
- Rechercher des solutions
 - ❖ Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
 - ❖ Chercher des points d'accord
 - ❖ Construire une posture gagnant/gagnant
 - ❖ Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
- Savoir mettre fin à l'échange
- Tirer des enseignements des situations de conflits
 - Repérer les incidents fréquents
 - Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
 - Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
- Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits