

### 1<sup>er</sup> JOUR

#### **1. DEVENIR UN MEILLEUR VENDEUR**

Les 4 C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure  
Donner une première bonne impression pour établir un contact positif.  
Découvrir son interlocuteur.  
Maîtriser les techniques de base dans toute argumentation.  
- Méthode SONCASE  
- Méthode CAB.  
Connaître les techniques de présentation du prix et savoir négocier.  
Conclure la vente et réaliser de la vente additionnelle.  
Prendre congé.  
Assurer le suivi de la vente (sens du service client) et fidéliser.

### 2<sup>ème</sup> JOUR

#### **2. GERER LES CONFLITS DANS LA RELATION CLIENTS**

Comprendre les conséquences pour l'entreprise  
d'une mauvaise gestion de ses clients.  
  
Le client, raison d'être de l'entreprise  
La qualité relationnelle : effets visibles et invisibles  
Bien gérer les litiges pour fidéliser

*Maîtriser ses émotions face à une situation difficile*  
Auto diagnostic de sa personnalité  
Analyser les situations difficiles vécues  
S'exprimer sans se défendre ni attaquer  
Ne pas avoir peur du conflit  
Avoir le bon comportement dans une situation violente

*De la négociation au compromis : étapes clés*  
Laisser le client s'extérioriser et prendre en compte son point de vue  
Identifier son profil psychologique  
Le questionner : méthode dite de l' « entonnoir »  
Comprendre l'origine du conflit  
Résumer et reformuler la demande du client  
Avoir une réponse adaptée et précise  
Proposer une solution immédiate  
Obtenir le consentement du client  
Confirmer par écrit son engagement

*Traiter les objections*  
Détecter les signes avant-coureurs et anticiper les réclamations  
Rechercher un objectif mutuel  
Trouver une relation gagnant-gagnant  
Adopter le langage « bénéfice client »  
Connaître les expressions à éviter  
Restaurer un climat de confiance et sécuriser le client

#### **OBJECTIFS :**

- Maîtriser les techniques de vente.
- Savoir développer ses ventes.
- Savoir gérer un conflit avec un client, tout en gérant ses émotions.

#### **NATURE DE LA FORMATION :**

Adaptation et développement des compétences.

#### **PUBLIC :**

Artisans et commerçants.

#### **PRE-REQUIS :**

Aucun

#### **EFFECTIF :**

Groupe de 8 personnes maxi

#### **DATES, HORAIRES ET LIEU :**

selon planning



#### **DUREE :**

16 heures (2 jours x 8 h)

#### **TARIF (à partir de) :**

250 € nets de taxes/jour/pers.

#### **CONDITIONS DE REGLEMENT :**

cf Conditions Générales de Vente

#### **ENCADREMENT/INTERVENANT :**

Emmanuelle TELLIER, Dirigeante d'IMAGE CONSULTING, spécialisée en Marketing/Vente. Diplômée Ecole Supérieure de Commerce.

#### **MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES**

##### **MIS EN ŒUVRE :**

Formation en présentiel ou distanciel, opérationnelle, qui alterne apports théoriques et pratiques.  
Rattachement des apports méthodologiques aux situations professionnelles quotidiennes vécues.  
Matériel utilisé : diaporama, paperboard, documents papier remis au stagiaire en cours de formation.

#### **MOYENS PERMETTANT DE SUIVRE**

##### **L'EXECUTION DE L'ACTION :**

Pour chaque demi-journée de formation, une feuille de présence (état d'émargement) sera signée par le stagiaire et le formateur, l'objectif étant de justifier la réalisation de la formation.

#### **MOYENS D'EVALUATION PAR L'ORGANISME DE FORMATION:**

Pour permettre de contrôler si le stagiaire a acquis les connaissances dont la maîtrise constitue l'objectif initial de l'action, l'évaluation du stagiaire s'effectuera au moyen de mises en situation.

#### **SANCTION DE LA FORMATION :**

Attestation de présence et d'évaluation des acquis.