

1^{er} 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^{ème} JOUR

2. GERER LES CONFLITS DANS LA RELATION CLIE

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 :

Sur devis

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, 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 d'un questionnaire écrit effectué en fin de formation et de mises en situation.

SANCTION DE LA FORMATION :

Attestation de présence et d'évaluation des acquis.