

PROGRAMME DÉTAILLÉ

BUSINESS-FORCE DE VENTE

Réf.BU01013 BIEN VENDRE SANS ÊTRE UN COMMERCIAL DE METIER S'INITIER À LA VENTE

PUBLIC :

Dirigeants (TPE, PME), collaborateurs administratifs, collaborateurs techniques. créateurs ou repreneurs d'entreprises, jeunes à la recherche d'un premier emploi. Une "corde de plus à son arc" : savoir vendre mais aussi savoir "se vendre". Personnes en reconversion.

PRÉ-REQUIS :

Aucun.

OBJECTIFS :

La formation BIEN VENDRE SANS ÊTRE UN COMMERCIAL DE MÉTIER a pour objectifs de :

- Démystifier la vente et la fonction commerciale.
- Créer des réflexes commerciaux naturels chez les personnes formées.
- Être reconnu comme un vendeur "qui sort vraiment du lot".

DURÉE :

2 jours

MÉTHODES ET OUTILS

PÉDAGOGIQUES :

Une progression individuelle de chaque participant, basée sur la participation à de nombreux jeux de rôles et simulations de situations vécues en entreprise. Une part collective axée sur les fondamentaux de la vente, entièrement revus et corrigés. Un accompagnement individuel des commerciaux formés lors de quelques contacts clients (lorsque cela est souhaité par l'entreprise).

Méthode pédagogique participative. Validation des acquis (QCM). Attestation de formation. Formation théorique et pratique.

LIEU DE FORMATION :

En stage ou en intra.

EFFECTIF :

1 à 16 personnes.

Date d'élaboration 18/06/20 Dernière mise à jour 18/06/20 Version : 1

Vous avez un besoin de formation sur **BIEN VENDRE SANS ÊTRE UN COMMERCIAL DE MÉTIER** ? Profitez de nos solutions formatives dédiées à vos besoins et adaptées à votre activité professionnelle. Nos formateurs sont des professionnels recrutés pour leur expérience professionnelle et leur expertise sur les logiciels de publication assistée par ordinateur et de mise en page professionnelle. Nos consultants traceront avec vous un programme ciblé sur les précisions de vos demandes.

Partout en France : Amiens, Angers, Bordeaux, Dijon, Grenoble, Le Havre, Le Mans, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Nice, Nîmes, Orléans, Paris, Perpignan, Reims, Rennes, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse, Tours, Villeurbanne...

CONTENU

Préambule : le bon commercial n'est pas toujours celui que l'on imagine

Beaucoup d'idées reçues ont la vie dure, à commencer par le fait qu'un bon commercial est quelqu'un de forcément expansif, à l'aise en toutes circonstances et capable de vendre n'importe quel produit ou service. Rien de plus faux. En matière commerciale l'habit ne fait presque jamais le moine. C'est ainsi que nous formons régulièrement des hommes et des femmes qui n'étaient pas des professionnels de la vente (techniciens, administratifs) mais qui deviennent rapidement d'excellent commerciaux.

Programme

- Surmonter ses blocages et ses à-priori sur la fonction commerciale.
 - Comprendre les nouvelles attentes des clients vis-à-vis de leurs interlocuteurs.
 - S'organiser pour prospecter efficacement : auto-motivation, fixation d'objectifs, gestion de son temps
 - Décrocher des rendez-vous commerciaux simplement et en douceur.
 - Savoir donner une bonne impression immédiatement.
 - Découvrir les besoins exprimés ou potentiels de son interlocuteur. Faire parler un client peu loquace.
 - Utiliser les bons arguments pour convaincre, réaliser des démonstrations convaincantes.
 - Savoir répondre aux objections, notamment celles concernant les prix.
 - Conclure sans jamais repartir les mains vides mais sans forcer la main du client.
 - Pratiquer des ventes additionnelles de manière "soft".
 - Relancer avec le bon scénario pour ne pas sans importuner son interlocuteur.
- Ce programme est purement à titre indicatif. Nous l'adaptons en fonction des besoins des entreprises.

Les "plus"

- Une prise en compte profonde de la psychologie des personnes peu habituées à la vente.
- Une approche vraiment originale de la vente, qui ne donne pas l'impression au client d'être agressé.
- Une adaptation au contexte des entreprises (métiers, typologie de clients).
- La plupart de nos formations ont lieu dans les locaux de l'entreprise (sauf souhait contraire de la Direction) : pas de pertes de temps en déplacements pour les collaborateurs formés, limitation des frais.
- Une sensibilisation préalable des futurs commerciaux aux travers de plusieurs résultats d'enquêtes
- La remise d'un classeur complet "Méthode pratique de vente" ou de l'ouvrage "Entretiens de vente efficaces. Conjuguer résultats et respect du client", publié à l'Afnor par les formateurs.

Fin de formation

- Conclusions.
- Test de niveau et correction.
- Évaluation qualitative.
- Validation des acquis.
- Remise de l'attestation de formation.
- Remise d'un support de cours et documents annexes.

