

Pour qui ?

Chefs de secteurs et commerciaux, manquant encore de bases méthodologiques pour suivre un fil conducteur et délivrer un message structuré, factuel et convaincant.

Objectifs :

Maîtriser les fondamentaux de la vente persuasive.
Adapter son argumentation commerciale au client.
Faire accepter votre offre par le client.
Développer un comportement et une expression persuasifs.

Programme :

1. Préparer efficacement ses entretiens

- Apprécier le client, l'interlocuteur, notre historique de relations
- Apprécier les alternatives, zones d'intérêt commun et opportunités d'aboutir
- Définir son ou ses objectifs, construire son argumentaire, anticiper les points de blocage et s'assurer de disposer des supports et outils nécessaires

2. Réussir la phase de prise de contact

- Faire une bonne première impression et établir un climat de confiance et de coopération
- Transformer le client en demandeur de solution et susciter l'intérêt pour aller plus loin

3. Comprendre son client

- Découvrir les besoins et motivations de son client
- Observer et décoder les attitudes et les réactions de son client
- Maîtriser les techniques de questionnement et de reformulation pour cerner les besoins explicites et implicites

4. Argumenter efficacement

- Penser au 4 P et s'en tenir au F.O.S.
- Respecter la structure du SIMAC

5. Traiter avec talent les objections

- Penser préoccupation et non objection
- Faire exprimer, hiérarchiser, comprendre, vérifier et... répondre

6. Conclure

- Maîtriser les dimensions verbales et non verbales
- S'adapter, se synchroniser et théâtraliser jusqu'au bout



© ioannis kounadeas / Fotolia

Les + pédagogiques :

- Session très structurante, tournée « méthode ». Animation dynamique et soutenue.
- Nombreux jeux de rôles et cas concrets.
- Travaux en collectif.

Commercial, Marketing et
Distribution