

Développer sa performance commerciale

2 j (14 heures)

Ref : CMDP

Public

Toute personne expérimentée en vente souhaitant perfectionner ses techniques

Pré-requis

Avoir déjà suivi une formation sur les fondamentaux de la vente ou posséder une expérience dans la vente

Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue
Questionnaire préalable de positionnement
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires
Attestation de fin de formation

La performance commerciale représente la capacité de votre entreprise à satisfaire ses clients notamment via une offre de produits répondant à leurs besoins et leurs attentes. Manager et booster la performance commerciale implique, d'animer les équipes commerciales. Motiver vos équipes de vente pour atteindre les objectifs fixés. Cette formation propose les outils indispensables à votre développement commercial.

Objectifs

- Développer son pouvoir de persuasion
- Mettre en place des techniques d'influence
- Améliorer son argumentaire produit et prix
- Maîtriser son entretien Client

Programme détaillé

REFLEXES COMPORTEMENTAUX DE LA VENTE

Questionnement et écoute
Focalisation sur l'objectif
Anticipation des points négatifs de notre offre
Intérêt pour le client
Importance du silence

CONDUIRE L'ENTRETIEN

Rappel sur les types de question et leurs usages respectifs
Identification des informations-clés à obtenir pour vendre
Enchaînement des questions pour faire dire ce que l'on veut entendre

MAITRISER L'ACCROCHE COMMERCIALE

Situations d'utilisation de l'accroche : pour gagner du temps et ferrer la vente
Construction d'une accroche à partir du besoin du client et de la valeur d'usage du produit
Adaptation du type d'accroches aux situations rencontrées

VERROUILLER SON CLIENT

Hiérarchisation des besoins du client
Transformation de la situation client en opportunité de vente
Pré-vente de l'argumentation

VENTE ET DEFENSE DE SON PRIX

Savoir présenter avantageusement son prix et minimiser les objections
Savoir traiter l'objection prix
Traitement des différents cas possibles : le « joueur », la concurrence, le budget

ARGUMENTATION QUI RENFORCE L'IMPACT DE SON DISCOURS

Utilisation du modèle : caractéristique-avantage-preuve
Adaptation de l'argument en fonction de la motivation du client
Techniques pour augmenter l'impact de ses arguments

TECHNIQUES POUR INCITER LE CLIENT A PASSER A L'ACTION

Identification des signaux d'achat parmi : la projection, la satisfaction, la discussion prix

LEVER LES OBSTACLES

Le client reporte sa décision à plus tard
Le client doute de la solution

