

Réussir ses rdv commerciaux pour mieux vendre

Objectifs :

Développer les ventes et fidéliser les clients en sachant :

- Mettre en œuvre les différentes phases de la prospection.
- Maîtriser les outils de base de la communication
- Analyser les besoins des clients
- Réussir ses entretiens de vente

Public concerné :

Toute personne souhaitant développer ses techniques de vente (commercial, technico-commercial...)

Durée :

2 jours soit 14 heures

Méthodes pédagogiques :

La formation se découpe en objectifs professionnels, illustrés par des cas pratiques.

Chaque étape est validée afin de contrôler l'atteinte des objectifs.

Animation d'un groupe de discussion, de réflexion guidée et d'analyse

Pédagogie active, basée sur le vécu et l'auto évaluation des participants.

Apports pratiques, jeux de rôles, apprentissage de la technique du consensus

Moyens pédagogiques et supports :

Groupe de travail de 8 personnes maximum

Un support d'exercices

Un support de formation

Intervenant :

Formateur spécialiste en communication et vente

**Audit/support de cours
Assistance téléphonique
COMPRIS**

Tous nos programmes sur
www.vitformation.fr

Programme de formation

Tour de table

Présentation des participants permettant à chacun de préciser ses attentes et les points sur lesquels il souhaite plus particulièrement travailler.

Perfectionner sa prospection

- Déterminer ses prospects-cibles
- Qualifier un fichier
- Les différents outils de prospection : le téléphone, le mailing, l'e-mailing...
- Bâtir un argumentaire téléphonique
- Passer le barrage des assistantes pour obtenir son interlocuteur
- Le cas particulier de la prospection-terrain « dans le dur »

Optimiser ses entretiens de vente

- Rechercher les informations sur le prospect, ses produits, son marché...
- Recueillir les premiers besoins
- Fixer une date de rendez-vous

Maîtriser les outils de base de la communication avec un client

- Identifier les principes de la communication
- Connaître et réduire les obstacles à une bonne communication
- Développer les gestes et les postures favorisant une communication ouverte
- Questionner avec précision
- Pratiquer l'écoute active
- Reformuler efficacement

Affiner les besoins du client

- Connaître les différents types de besoins
- Détecter les motivations à l'aide du SONCAS
- Optimiser la relation avec le client : le temps dont il dispose et ce qu'il attend de nous

Argumenter de manière pertinente

- Connaître les étapes clés de l'entretien
- Utiliser la règle des 4x20
- Découvrir la technique des 4C
- Développer un climat de confiance
- Savoir être à l'aise pour mettre à l'aise
- Utiliser les mots qui font vendre

Orienter le client

- Identifier la demande réelle du client
- Résumer ce qu'il souhaite
- Proposer des solutions adaptées : utiliser la méthode CAB
- Traiter les objections
- Prendre congé du client et laisser une bonne image

Savoir fidéliser la clientèle

- Optimiser une relation de qualité
- Se rapprocher du client pour en faire un véritable partenaire
- Les moyens à mettre en œuvre pour fidéliser

Conclusion de la formation

- Evaluation de la formation
- Mise en place du plan de suivi et de progression de chaque participant