

**Objectifs :**

Acquérir une méthode de vente concrète pour réussir vos entretiens de vente.  
Développer ses propres outils de préparation et de conduite d'entretiens de vente.  
Gagner en aisance à chaque étape de l'entretien de vente.  
Répondre aux objections et conclure positivement.

**Public concerné et prérequis :**

Les équipes commerciales (télé-vente et terrain)

**Qualification des intervenants :**

Formation animée par un consultant spécialisé

**Moyens pédagogiques et techniques :**

Vidéo-projecteur, Paper-board,  
Evaluation au début de la formation sur les attentes  
Théorie, Mises en situation, Cas Pratiques  
Exercices  
Support de cours envoyé par mail

**Durée, effectifs :**

21 heures.  
11 stagiaires.

**Programme :**

Connaître son style de vente pour s'adapter au client : autodiagnostic  
Identifier son style de vendeur : "Quel style de vendeur êtes-vous ?".  
Les règles d'une communication efficace basée sur la confiance et la souplesse comportementale.

Connaître les besoins du client pour définir son offre  
Mener une découverte de la situation, des besoins du client.  
Déterminer les motivations réelles.  
Adopter une posture d'écoute sincère et active.  
Construire et mettre en œuvre sa stratégie de questionnement.

Convaincre des bénéfices de l'offre pour donner envie au client d'acheter  
Adapter ses arguments aux besoins et motivations du client.  
Présenter le prix avantageusement.

Répondre en souplesse aux objections du client.

Conclure la vente pour emporter la commande

Saisir le moment opportun pour conclure : les "feux verts" de la conclusion.

Engager le client à l'achat : les techniques pour conclure.

Transformer un échec en victoire à venir : que faire en cas de refus ?

Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels.

Consolider la relation pour mieux fidéliser le client

Traduire les engagements en plan d'actions et échéances.

Assurer le suivi d'activités, compte rendu et outils de reporting.

Rester dans le paysage du client pour saisir de nouvelles opportunités.

Le sens réel d'une vente additionnelle

Enjeux et valeur ajoutée du vendeur

Freins à la vente additionnelle

Différents objectifs de la vente additionnelle

Comment vendre mieux et plus

Anticiper les ventes additionnelles par une découverte pertinente

Susciter le besoin chez le client

Utiliser les éléments de réponse clients à bon escient

Construction de la passerelle entre la première vente et les suivantes

Enjeux, objectifs et valeur ajoutée du vendeur

Comment faciliter la proposition complémentaire

Argumentation de la proposition complémentaire

Conditions d'une bonne proposition complémentaire

Quand et comment la faire

Incitation à la prise de décision positive, travailler son mental

### **Modalités d'évaluation des acquis :**

Evaluation tout au long de la formation

Evaluation en fin de formation sur l'atteinte des objectifs

Evaluation à froid de 15 jours à 2 mois après la fin de la formation

### **Sanction visée :**

Une attestation de stage sera remise à chaque participant.

**Matériel nécessaire pour suivre la formation :**

**Délais moyens pour accéder à la formation :**

Inscription au plus tard 15 jours avant le démarrage de l'action

**Accessibilité aux personnes à mobilité réduite : Oui**

OUI

**Tarif :**

740,00 €

**Taux de satisfaction de la formation :**

89.34