

COMMERCIAUX : REUSSIR SES ENTRETIENS DE VENTE EN B TO B

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Développer ses performances commerciales en situation d'entretiens de vente, grâce à une posture et des techniques commerciales efficaces

PUBLIC CONCERNE

Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs d'affaires en prise de fonction ou souhaitant développer ses compétences en situation d'entretien commercial.
Formation accessible aux personnes en situation de handicap

PRÉREQUIS

Absence de prérequis

LIEU DE FORMATION

Formation inter-entreprises : Strasbourg
Formation intra-entreprise : dans les locaux du client

DUREE

14 heures, soit 2 jours

DATES DE FORMATION

En inter-entreprise : le lundi et le mardi de la deuxième semaine de chaque mois
En intra-entreprise : dates à définir ensemble

FORMATEUR / FORMATRICE

Formateur / formatrice expert(e) dans le domaine de la vente.

METHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formation présentielle ou **formation mixte** alternant du présentiel et du distanciel ou **formation à distance**

Méthodes actives avec mises en situation/exercices pratiques/jeux de rôle/travaux en sous- groupes avec analyse puis exposés théoriques.

Fiche de synthèse des points clés remise à chacun à l'issue de la formation

MATERIEL NECESSAIRE PENDANT LA FORMATION

Le stagiaire doit se munir d'un PC, d'une connexion internet, d'un bloc-notes et d'un stylo Le formateur fournit le vidéoprojecteur, le tableau blanc, le paperboard, les feutres, les post-it

SUIVI ET ÉVALUATION

Avant la formation : entretien individuel avec chaque stagiaire pour mieux cerner ses attentes spécifiques

Test de positionnement individuel permettant une évaluation diagnostique

Pendant la formation : évaluation des apprentissages tout au long de la formation grâce à des exercices validant l'appropriation des acquis

A l'issue de la formation : évaluation sommative et évaluation individuelle à chaud, évaluation individuelle à froid sous forme d'un questionnaire et d'un entretien avec le client 6 mois après la formation

Attestation de présence et d'assiduité individuelle

Attestation de fin de formation

EFFECTIF

Minimum 5 participants

Maximum 12 participants

COUT PEDAGOGIQUE NET DE TVA

Formation inter-entreprises : 920 € / participant

Formation intra-entreprise : nous contacter

PROGRAMME DE FORMATION

La relation client : les enjeux liés aux entretiens

- Distinguer les différents types d'entretien : découverte, argumentation, suivi
- Enjeux et objectifs de chaque entretien dans la relation clients
- L'importance capitale du premier entretien : climat de confiance et phase de découverte
- Optimiser l'entretien de présentation de sa solution grâce à la réussite du premier entretien

Réussir la phase de préparation des entretiens pour optimiser leur efficacité

- Obtenir des informations stratégiques pour vous différencier : type d'informations et modalités de recueil
- Préparer son premier entretien : pourquoi est-ce une étape décisive ?
- Structurer l'entretien de présentation de sa solution et développer la posture adéquate
- Organiser des entretiens de suivi de qualité, pour satisfaire son client et favoriser le réachat

Mener avec professionnalisme l'entretien de découverte : la condition du succès

- Réussir la phase de prise de contact : posture et techniques pendant la phase d'ouverture
- Découvrir son prospect avec méthode et professionnalisme : contexte, enjeux, motivation
- Identifier ses problématiques en repérant ses préoccupations et problématiques
- Transformer un besoin implicite en besoin explicite et générer un désir de solution

Evoluer du diagnostic vers la présentation d'une offre à forte valeur ajoutée

- Synthétiser les éléments clés de la phase de découverte
- Susciter l'intérêt grâce à l'écoute active
- Opter pour une argumentation persuasive : posture et techniques, réponses aux objections
- Annoncer son prix comme une caractéristique et clore la vente

S'inscrire dans une dynamique d'amélioration continue

- Proposer différents types d'entretiens de suivi : actions post entretiens et bilan qualité
- Structurer les entretiens de suivi en fonction de l'objectif
- Respecter ses engagements et apporter la preuve de l'écoute client
- Fidéliser ses clients : quelles actions mettre en œuvre ?