

Développer sa performance commerciale

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Enjeux

Créer de valeur ajoutée avec ses prospects et clients, savoir faire la différence et tirer parti de ses rdvs

Public

Tous profils commerciaux débutants ou expérimentés souhaitant acquérir une méthodologie et améliorer son efficacité commerciale

Prérequis

Être actuellement ou dans un avenir proche en situation de mener des entretiens commerciaux

Durée

2 à 3 jours / 14 à 21h

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation commerciale

Tarif

Nous consulter

Sanction

Attestation de fin de stage

Renseignements

Assolem – François Coutier
23 rue des Rancy – 69003 Lyon
06 71 61 42 59
francois.coutier@assolem.com
www.assolem.com

Les participants seront capables de :

- Structure sa démarche d'entretien de vente de façon professionnelle
- Identifier clairement les axes de collaboration avec le prospect et des axes de développement avec ses clients
- Mettre en avant plus facilement ses arguments, convaincre de sa différence et faire preuve d'assertivité
- Valider l'engagement du client et concrétiser la relation

CONTENU

La préparation du RDV en face à face

- Rendre plus efficace l'entretien en amont
- Se préparer psychologiquement, gagner en temps et en crédibilité

La prise de contact avec son interlocuteur

- Créer un climat favorable et poser les bases de l'entretien
- Rester maître du déroulement et du temps
- Donner une première bonne impression

La découverte de son client

- Les étapes clés de l'entonnoir de découverte
- Acquérir une méthode de questionnement, identifier les problématiques majeures de son client, les analyser et comprendre qu'elles seront les bases d'une bonne collaboration ou les bases du développement
- Découvrir une méthode permettant de rendre les besoins implicites en besoins explicites

Améliorer son écoute active

- Comprendre les rouages de l'écoute active et l'expérimenter

L'argumentation en lien avec la découverte

- Identifier ses avantages concurrentiels à partir de ses forces
- Convaincre son client de la valeur ajoutée de ses services et spécificités en utilisant une méthode de valorisation de ses arguments
- Faire preuve d'assertivité

La réponse à objection

- Traiter les objections éventuelles, lever les freins et identifier les signaux d'achats

La conclusion

- Obtenir l'adhésion de son interlocuteur et l'engager dans une collaboration et savoir parler du prix

Le suivi

MOYENS PÉDAGOGIQUES / ENCADREMENT

- Apports théoriques (support pédagogique remis aux stagiaires)
- Méthode interrogative
- Exercices pratiques (mise en situation, ateliers, jeux...)
- Échanges multimodaux (individu, binôme et grand groupe)
- **Réalisation d'un plan d'action personnalisé**
- Validation des acquis et évaluation de la formation