

Structurer et conduire un entretien commercial

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Enjeux

Créer de valeur ajoutée dès la première rencontre prospect, savoir faire la différence et tirer parti de ses rdvs

Public

Tous profils commerciaux débutants ou expérimentés souhaitant acquérir une méthodologie et améliorer l'efficacité de ses entretiens en face à face

Prérequis

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

Durée

2 jours / 21h

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation et accompagnement des agences d'emploi

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 :

- Adopter une démarche structurée et professionnelle ;
- Identifier clairement les axes de collaboration avec le prospect ;
- Argumenter efficacement et répondre aux objections ;
- Convaincre et obtenir l'accord de son interlocuteur sur la collaboration et le prix.

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

- Acquérir un questionnement permettant de trouver les problématiques majeures de son client, les analyser et comprendre qu'elles seront les bases d'une bonne collaboration.

Améliorer son écoute active

- Comprendre les rouages de l'écoute active par un exercice pratique et impliquant.

L'argumentation en lien avec la découverte

- Choisir une argumentation ciblée et pertinente ;
- Convaincre son client de la valeur ajoutée de ses services ou produits ;
- Développer son 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 ;
- **Réalisation d'un plan d'action personnalisé** ;
- Exercices pratiques (mise en situation, ateliers, jeux...) ;
- Échanges multimodaux (individu, binôme et grand groupe) ;
- Validation des acquis et évaluation de la formation.