



FORMATION : LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

Public : Dirigeants, managers commerciaux et commerciaux

Prérequis : Avoir un métier au contact de la relation client (conseil, vente, avant-vente, service client)

Objectifs pédagogiques :

- Identifier les étapes fondamentales d'un processus de vente et leur rôle dans la progression d'une opportunité
- Conduire un entretien de vente structuré, de la prise de contact jusqu'à la conclusion
- Développer une posture commerciale professionnelle orientée vers la compréhension du client et la création de valeur

Durée et format :

- 2 jours (14 h)
- Présentiel
- Pour une efficacité pédagogique optimale, les sessions sont limitées à 8 participants

Méthodes pédagogiques :

- Apports théoriques dispensés par le formateur pour structurer les apprentissages.
- Pédagogie active :
 - Travail de préparation et de rédaction
 - Mise en situation et Jeu de rôle
 - Exercices de mise en application
- Nos méthodes sont actives et collaboratives, elles garantissent un équilibre entre apports théoriques, temps d'échanges, exercices et feedback.



Méthodes d'évaluation :

- Test de positionnement réalisé en amont pour identifier le niveau de départ.
- Exercice de rédaction des questions de découverte, adapté au contexte commercial de chaque participant.
- Exercice de construction d'argumentaires de vente des principales prestations selon la méthode BAC.
- Exercice de rédaction d'un guide personnel de traitement des principales objections rencontrées.
- Mises en situation sous forme de jeux de rôle avec feedback des participants et du formateur.
- Élaboration d'un plan d'actions individuel entre chaque session pour favoriser le transfert en situation de travail.

PROGRAMME DETAILLE :

Identifier les étapes fondamentales d'un processus de vente et leur rôle dans la progression d'une opportunité

- Les différentes étapes d'un processus de vente complexe et les enjeux associés
- La préparation d'un rendez-vous commercial
- Le projet du client
- Les freins au changement et leurs impacts sur la décision du client
- Les pratiques et comportements des vendeurs à succès

Conduire un entretien de vente structuré : de la prise de contact jusqu'à la conclusion

1) Bien démarrer son entretien de vente

- L'impact de la première impression sur la suite de l'échange.
- Les techniques permettant d'instaurer rapidement un climat de confiance et de susciter l'intérêt
- La posture commerciale favorisant l'écoute et le dialogue
- L'initiative, le cadrage de l'entretien et du processus de vente.

2) Découvrir les enjeux et besoins



- Les fondamentaux de la découverte
- Les techniques de questionnements
- Les enjeux, le degré de motivation, les critères de décision du prospect
- La demande vs le besoin
- Les freins et obstacles à la décision
- L'engagement du prospect

3) Argumenter et traiter les objections

- L'argumentaire personnalisé
- Les arguments orientés bénéfices clients
- Les méthodologies de traitement des objections

4) Conclure son entretien de vente

- Les signaux favorables à la conclusion
- Le ressenti du prospect
- Les techniques de closing
- Les micros-engagement, l'engagement et les prochaines étapes

Pratique :

- Mise en situation dans les 3 postures (commercial, client, observateur qui donne le feedback)
- Jeux de rôles

Développer une posture commerciale professionnelle orientée vers la compréhension du client et la création de valeur

- La posture de « vente conseil »
- La relation de confiance
- L'écoute orientée compréhension
- Les prises de consciences
- L'apport de valeur