

RELATIONS COMMERCIALES ET TECHNIQUES DE VENTE

PUBLIC Responsables d'agence, directeurs, ressources humaines, chefs d'équipes, attachés de presse, secrétaires de direction...

PRÉ-REQUIS Aucun

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Parce que vendre en gérant sa clientèle est tout aussi important que produire. Créer et entretenir une relation mutuelle bénéfique entre vous et vos clients. Renforcer votre approche aux techniques de vente de la prise de contact jusqu'à la signature

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation

RESITUER SON CADRE PROFESSIONNEL ET SES CONTRAINTES

- Rappel des critères d'achat et de satisfaction client
- Conseil, négociation, vente ; quelques clarifications
- Positionnement concurrentiel de l'entreprise
- Forces et faiblesses des autres acteurs sur le marché
- Image de marque de l'entreprise, en quoi puis-je y contribuer ?
- Quels sont les comportements attendus de la Direction ?

LES COMPORTEMENTS QUI FONT LA DIFFÉRENCE

- Soigner sa présentation physique
- Accueillir avec disponibilité et ouverture
- Manifester des attentions à l'égard du client
- Prendre le temps d'écouter une demande
- Développer son empathie
- Savoir décoder l'état psychologique de son interlocuteur, s'adapter
- Pratiquer l'art du questionnement et de la reformulation
- S'assurer d'une compréhension mutuelle, instaurer un bon climat relationnel
- Décoder les demandes formelles, implicites, confuses
- Conseiller avec professionnalisme, apporter des réponses pertinentes et cohérentes
- Savoir développer un argumentaire produit
- Traiter les objections clients et susciter l'acte d'achat
- Adopter les comportements qui fidélisent une clientèle

FAIRE FACE AUX SITUATIONS DIFFICILES

- Négociation tarifaire : comment préserver les intérêts de l'entreprise ?
- Savoir dire non avec diplomatie et courtoisie
- Gérer l'impatience et l'agressivité en cas de forte affluence clients
- Comment répondre aux critiques et aux sous-entendus ?
- Savoir traiter les réclamations clients
- Gérer son stress pour ne pas le communiquer aux clients et aux collaborateurs
- Gérer les pics d'activité en préservant la sérénité de l'équipe

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- De nombreuses mises en situation et jeux de rôles
- Apports méthodologiques et conseils pratiques
- Échanges sur la réalité professionnelle des participants
- Retour d'expérience de l'animateur



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur