

CONCLURE UNE VENTE EN 10 ETAPES

◆ **Personnes concernées :**

- ✓ Vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires, managers, responsables grands comptes et comptes clés
- ✓ Toute personne amenée à vendre un produit ou un service

◆ **Objectifs :**

- ✓ Maîtriser les techniques pour conclure une vente chez un prospect
- ✓ Comprendre les comportements d'achat et adapter ses techniques de prospection commerciale au cas par cas
- ✓ Savoir construire une argumentation convaincante
- ✓ Emporter l'adhésion et conclure une vente sous l'angle du conseil
- ✓ Gagner en professionnalisme et acquérir la confiance du client pour gagner des recommandations
- ✓ Pérenniser la relation client par une attitude de vente par le conseil.

◆ **Contenu :**

- 1) Comment et pourquoi préparer sa vente ?
 - La préparation mentale : lever ses propres freins et ses inhibitions
 - la préparation matérielle
 - Les connaissances préalables
 - Les prés requis d'une vente efficace
 - **L'ennemi du vendeur** en prospection commerciale
- 2) Comment accueillir/prendre contact adroitement ? Quelles sont les erreurs à éviter ?
 - La **règle des 4X20**
- 3) Comment et pourquoi mener une démarche « client » et non « produit » ?
 - La découverte de l' « homme » et de ses « besoins »
 - La détermination des motivations d'achat
 - ❖ **Méthode du Quintillien**
 - ❖ Approche **SONCAS**
- 4) Qu'est-ce que la reformulation ? Pourquoi la pratiquer ?
 - Le triple intérêt de la reformulation

- 5) Quelle proposition faire ? Comment la présenter ? Faut-il faire plusieurs propositions ?
 - Les erreurs à éviter
 - La proposition implicite
- 6) Comment convaincre l'interlocuteur ?
 - L'argumentation convaincante : la méthode CAP
 - Les pièges à éviter
 - ❖ L'inférence
 - ❖ La projection
- 7) Qu'est-ce qu'une objection ? Comment les traiter ?
 - Les différents types d'objection
 - La méthode ACRE
- 8) Comment et quand conclure une vente ?
Les techniques de conclusion proactives du « vendre » plutôt que « faire acheter »
 - La détection des feux verts
 - Techniques et comportements
 - Choix des mots et du langage
 - Gestuelle et postures appropriées
 - La méthode INDIGOS
 - Les pièges à éviter
 - ❖ La sur-argumentation
- 9) Pourquoi soigner sa prise de congé ? quelle conduite à tenir en cas d'échec ?
 - La prise de congé « mémoire »
- 10) Pourquoi et comment inscrire le client dans un suivi
 - Le suivi de la prospection commerciale

◆ **Méthodologie :**

- ✓ Construction d'outils de mise en application : chaque étape de la démarche de prospection commerciale est illustrée par des cas proposés par les participants
 - Exemples de découvertes
 - Argumentaires
 - Principales objections et réponses possibles
- ✓ Travaux en sous-groupes
- ✓ Simulations filmées et débriefées à chaud

◆ **Durée :**

- ✓ 2 jours