

## FORMATION CONCLURE UNE VENTE EN 10 ETAPES



### ◆ Public visé :

- ✓ 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.

### ◆ Prérequis :

- ✓ Aucun

### ◆ 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 Quintilien**
    - ❖ Approche **SONCASE**
- 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 implicante
  
- 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
  - 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

### Méthodes pédagogiques :

- ✓ 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

### Durées et modalités :

	Présentiel	Distanciel
Formation collective	2 jours (14h)	8h
Formation individuelle (Pack formation coachée)	8h30	9h30