



## Développer sa performance commerciale



2 J (14 heures)

### Public

Toute personne expérimentée en vente souhaitant perfectionner ses techniques

### Pré-requis

Avoir déjà suivi une formation sur les fondamentaux de la vente ou posséder une expérience dans la vente

### Méthodes et moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue Questionnaire préalable de positionnement  
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif  
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

### Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur  
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires  
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage  
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires  
Attestation de fin de formation

## Objectifs :

Développer son pouvoir de persuasion  
Mettre en place des techniques d'influence  
Améliorer son argumentaire produit et prix  
Maîtriser son entretien Client

## Programme détaillé :

### REFLEXES COMPORTEMENTAUX DE LA VENTE

Questionnement et écoute  
Focalisation sur l'objectif

Anticipation des points négatifs de notre offre  
Intérêt pour le client  
Importance du silence

### **CONDUIRE L'ENTRETIEN**

Rappel sur les types de question et leurs usages respectifs  
Identification des informations-clés à obtenir pour vendre  
Enchaînement des questions pour faire dire ce que l'on veut entendre

### **MAITRISER L'ACCROCHE COMMERCIALE**

Situations d'utilisation de l'accroche : pour gagner du temps et ferrer la vente  
Construction d'une accroche à partir du besoin du client et de la valeur d'usage du produit  
Adaptation du type d'accroches aux situations rencontrées

### **VERROUILLER SON CLIENT**

Hiérarchisation des besoins du client  
Transformation de la situation client en opportunité de vente  
Pré-vente de l'argumentation

### **VENTE ET DEFENSE DE SON PRIX**

Savoir présenter avantageusement son prix et minimiser les objections  
Savoir traiter l'objection prix  
Traitement des différents cas possibles : le « joueur », la concurrence, le budget

### **ARGUMENTATION QUI RENFORCE L'IMPACT DE SON DISCOURS**

Utilisation du modèle : caractéristique-avantage-preuve  
Adaptation de l'argument en fonction de la motivation du client  
Techniques pour augmenter l'impact de ses arguments

### **TECHNIQUES POUR INCITER LE CLIENT A PASSER A L'ACTION**

Identification des signaux d'achat parmi : la projection, la satisfaction, la discussion prix

### **LEVER LES OBSTACLES**

Le client reporte sa décision à plus tard  
Le client doute de la solution  
Le client doute de la justification du prix