

LA MALLETTE DU DIRIGEANT : Fondamentaux des techniques de vente



PRÉSENTATION DE LA FORMATION

OBJECTIFS

- Connaître l'importance de la relation client
- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

PARTICIPANTS ET PRÉREQUIS

La formation s'adresse aux chefs d'entreprises toute activité TPE/PME

Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de pré-requis

INTERVENANTS

- Conseiller en entreprise de la CCI Bordeaux Gironde, expert dans le domaine du marketing et de la vente

DURÉE / RYTHME

- 28 heures réparties en jour ou demi journées non consécutives
- Dates : consulter le calendrier

LIEU

- Couverture territoriale : Bordeaux, Libourne, bassin d'Arcachon, Haute Gironde, Sud Gironde, Médoc

VALIDATION ET INFOS PRATIQUES

- Évaluation des acquis, bilan et certificat de formation
- Intégralement pris en charge par l'AGEFICE dans le cadre d'un budget spécifique pour les TNS et conjoints collaborateurs relevant de l'AGEFICE, sous réserve d'un dossier complet
- Tarif : 1400 € (prix net de TVA)
- Possibilité de travailler à partir des données de l'entreprise : liasse fiscale des exercices précédents et comptabilité en cours. À défaut de données apportées par le professionnel, des exemples seront fournis durant la formation

MÉTHODE ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Alternance de cas pratiques et de cours théoriques
- Travail de groupe
- Interactions individuelles
- Partages d'expériences
- Séances de questions / réponses
- Exercices de mise en application individualisés et personnalisés
- Support pédagogique



Contact:

Chrystelle SAMBARREY

Tél: 05 56 79 51 25

mallette@bordeauxgironde.cci.fr

LA MALLETTE DU DIRIGEANT : Fondamentaux du marketing et techniques de vente

PROGRAMME

LA RELATION CLIENT

Identifier les parties prenantes de la relation commerciale

Comprendre les enjeux de la relation client :

- L'image
- Le chiffre d'affaires
- La fidélisation

Comprendre les attentes du client

Gestion de la relation client

- Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
- Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
- Détecter les attentes du client
- Mettre en valeur une solution
- Accepter critiques et objections

Gestion des réclamations et insatisfactions

- Faire face aux situations délicates
 - Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
 - Savoir refuser en préservant la relation
 - Gérer un incident, une insatisfaction
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

CONVAINCRE VOS FUTURS CLIENTS DE VOUS RENCONTRER

Préparer sa prospection

- Définir sa cible de prospects
- Constituer son fichier prospects
- Fixer ses objectifs de prospection
- Se mettre en conditions optimales

Techniques de communication téléphonique

- Savoir se présenter et susciter l'intérêt
- Savoir franchir le barrage du secrétariat
- Développer une écoute active
- Détecter les besoins du prospect
- Rédiger son scénario téléphonique
- Se préparer aux objections des prospects

ENTRETIEN DE NEGOCIATION

Négociateur, c'est quoi

La préparation de l'entretien de négociation :

- Les objectifs (court, moyen et long terme)
- Le timing de l'entretien
- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion

Les éléments en jeu en négociation

- Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
- Les attitudes relationnelles
- Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
- Les pièges de l'argumentation



Contact:

Chrystelle SAMBARREY

Tél: 05 56 79 51 25

mallette@bordeauxgironde.cci.fr

LA MALLETTE DU DIRIGEANT :

Fondamentaux du marketing et techniques de vente

PROGRAMME



Basculer sur la vente

- Développer un argumentaire commercial
- Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

LES ENJEUX DE LA NEGOCIATION DIFFICILE

Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence

- o Le client arrogant
- o Le client chronophage
- o Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
- o Le « bon copain »
- o Le client pointilleux
- o Le client râleur/contestataire/protestataire
- o Le client éternellement insatisfait
- o Le client versatile
- o Le client mutique, la communication difficile

Résoudre et désamorcer les situations de conflit

- Comprendre l'insatisfaction d'un client
- Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction

- Ouvrir le dialogue
- Pratiquer l'écoute active
- Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
- Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
- Le choix des mots
- La posture
- L'attitude mentale (son état d'esprit)

- Rechercher des solutions
- Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
- Chercher des points d'accord
- Construire une posture gagnant/gagnant
- Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)

- Savoir mettre fin à l'échange

Tirer des enseignements des situations de conflits

- Repérer les incidents fréquents
- Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
- Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
- Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits



Contact:

Chrystelle SAMBARREY

Tél: 05 56 79 51 25

mallette@bordeauxgironde.cci.fr