

# Formation Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente

Formation éligible au CPF, contactez-nous au 09 72 37 73 73

|   |  |
|---|--|
| <b>Durée :</b>                                | 5 jours  |
| <b>Public :</b>                               | Commerciaux ou personnes ayant des fonctions commerciales et qui souhaitent professionnaliser leur démarche .  |
| <b>Pré-requis :</b>                           | Bénéficiaire d'une première expérience commerciale   |
| <b>Objectifs :</b>                            | Adopter une posture de vente conseil - Préparer l'entretien commercial : connaître son offre, ses clients et son marché - Adopter une stratégie commerciale adaptée à son secteur - Se préparer matériellement et psychologiquement avant d'opérer une visite client - Communiquer efficacement avec le client - Être force de proposition pour générer des prestations additionnelles - Maîtriser la démarche logique de vente et les techniques associées - Négocier jusqu'à la signature. Intégrer la fidélisation clients dans une stratégie commerciale - Savoir gérer les situations délicates - Développer le principe de recommandations actives |
| <b>Sanction :</b>                             | Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis   |
| <b>Taux de retour à l'emploi:</b>             | Aucune donnée disponible   |
| <b>Référence:</b>                             | COM101652-F  |
| <b>Code CPF:</b>                              | RS5970 - contactez-nous au 09 72 37 73 73  |
| <b>Note de satisfaction des participants:</b> | Pas de données disponibles   |
| <b>Certifications :</b>                       | MANITUDE : Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente (RS5970)<br>Pas de données disponibles au 01/04/2024  |

## Les fondamentaux du métier de commercial

- Le rôle du commercial
- Les qualités d'un bon commercial
- Les missions du commercial
- L'organisation du commercial

## Découvrir les notions fondamentales

- La vente de services
- Focus sur les marchés B2B

Les politiques de prix  
Les stratégies de vente  
Les cycles de vente  
Quelques cas typiques d'entreprises et de modèle de vente

### **Atelier : décrire le marché, les produits/services, le positionnement et la politique de prix de son entreprise**

#### **Les enjeux d'une relation client / fournisseur pérenne**

Le client : rappels et notions fondamentales  
Respects des engagements contractuels  
Les attentes du client / contrat de service  
Le sens du service dans un contexte marché hyper concurrentiel

#### **Les fondamentaux de la communication interpersonnelle dans un contexte client / prestataire**

Les principes de base des règles de communication: émetteur récepteur  
Le verbal et l'importance du non verbal  
L'empathie et l'assertivité  
La formulation positive , travailler son discours  
S'adapter à chaque client

### **Atelier : Cas pratique sur la communication + test d'assertivité**

#### **Recenser les outils du commercial**

Les supports commerciaux : carte de visite, plaquette commerciale, catalogue, site web  
Les supports de communication : le téléphone, le mail, le courrier  
Les supports de vente : devis, grille tarifaire, proposition commerciale  
Les support de négociation : argumentaire, connaissance des forces et faiblesses  
Autres supports : références, témoignages clients

#### **Présenter son entreprise**

Les points clefs de la présentation  
Savoir présenter son entreprise

#### **Les techniques de vente**

La prise de contact et la présentation (Bonnes pratiques et erreurs fréquentes)  
Les techniques de questionnement  
Structurer sa découverte et l'orienter  
La découverte des besoins (les différents types de besoins, explicites et implicites)  
Les motivations d'achat : méthode du SONCAS  
Les différentes techniques de reformulation  
Proposition et négociation  
Argumentation (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices clients et Preuves)  
Les techniques de traitement d'objections : ACRAC  
Savoir être force de proposition pour générer des ventes et services complémentaires  
Conclusion (Quand et comment conclure ?)  
Effectuer une bonne prise de congé  
Respecter les engagements pris et assurer un suivi de qualité  
Remonter les informations, problèmes, dysfonctionnements et alerter sa hiérarchie à bon escient

**Ateliers : Construction d'une grille de découverte des besoins et d'argumentaires**  
**Recensement et traitement des objections fréquentes / cas des stagiaires**  
**Mises en situation / cas métiers des stagiaires**

**La recommandation, outil de développement commercial et de fidélisation**

La recommandation, définition et avantages  
Les différents canaux de recommandation

**Atelier : Mises en situation et cas pratiques**

**Passage de la certification Manitude associée**