



PROGRAMME DE FORMATION

BASES DE LA VENTE



Public concerné

- Attachés commerciaux
- Chargé d'affaires
- Chef des ventes
- Fonctions commerciales itinérantes ou sédentaires

- Pré requis : Aucun
- Effectif : De 4 à 8 apprenants
- Déroulement : Présentiel
- Durée : 1 jour (7 heures)
- Lieu : A définir (intra)
- Dates : A définir
- Tarif intra à valider avec le client
- Formation accessible aux personnes en situation de handicap



Objectifs de la formation

- Maîtriser les différentes étapes d'un RDV de prospection
- Utiliser les bonnes méthodes pour mettre en avant son offre
- Savoir créer un climat favorable à l'échange
- Obtenir l'accord de principe de son interlocuteur



Modalités

- Fiche de positionnement individuel en amont de la formation
- RDV de cadrage avec les commanditaires pour valider les points clés à aborder
- Evaluation finale par les apprenants en fin de formation
- Bilan à froid sur les objectifs visés
- Livrable synthétique - Carte mentale



Méthodologie

- Ateliers séquencés par objectif pédagogique
- Apports théoriques animés
- Mises en situation / Exercices pratiques / Outils de facilitation
- Échanges et réflexion collective
- Formation En Situation de Travail (F.E.S.T.)
- Méthode participative et co-active



Contenu

- La préparation du RDV en amont
- Comment définir les objectifs principaux et secondaires du RDV
- Réussir sa prise de contact
- Rester en maîtrise du déroulé de l'entretien
- Les clés pour piloter sa découverte
- Dissocier les données techniques des motivations d'achat
- Convaincre avec des arguments ciblés
- Comment amplifier l'impact de ses arguments
- Utiliser les objections du clients pour favoriser le closing
- Conclure son entretien avec succès
- Les outils et techniques à connaître