

# FORMATION VENTE ET RELATION CLIENT

---

## Durée (en heures)

21

## Public concerné

Tout public.

## Prérequis

La formation sera adaptée à votre niveau.

## But de la formation

- Incorporer les besoins du client à sa démarche commerciale.
- Développer des méthodes de vente complètes et concrètes afin de parfaire ses entretiens.
- Assimiler les sept habitudes indispensables pour réussir une vente.
- Gagner en confiance et en aisance à tous les moments de l'entretien.
- Conclure positivement en répondant aux objections.
- Mettre en place les bonnes bases pour une relation durable avec le client.

## Programme

### Habitude 1 : Cibler les besoins du client afin d'établir sa démarche commerciale :

- Connaître le processus d'achat ;
- Connaître ses priorités ;
- Connaître la plus value qu'apporte le commercial ;
- Les différentes phases du processus de ventes ;
- Cerner son propre style de vendeur et développer ses qualités naturelles.

### Habitude 2 : Faire le tri entre les bons et mauvais prospects/clients en vue de rendez-vous de qualité :

- Classer ses priorités de commercial ;
- Trouver le bon objectif pour la bonne situation de vente ;
- Les objectifs fixés doivent être atteignables et ambitieux ;

- Se préparer pour le face à face (ressources matérielles, humaines et temporelles).

### Habitude 3 : Obtenir un rendez-vous :

- Franchir les barrages et obtenir le rendez-vous ;
- Travailler son image vocale, le premier contact doit être motivant et positif ;
- Contourner le refus ;
- La loi des 4 x 20 ;
- Donner confiance avec une présentation organisée ;
- Travailler son accroche pour intéresser son interlocuteur ;
- Susciter l'envie au prospect de s'exprimer.

### Habitude 4 : Faire du sur mesure en connaissant les besoins du client :

- Diagnostic complet des besoins du client ;
- Cerner les motivations et les freins réels ;
- Avoir une posture d'écoute active et sincère ;
- Préparer et poser les bonnes questions ;
- Mieux écouter (prise de notes, reformulation et silence).

### Habitude 5 : Prouver les atouts de l'offre pour augmenter les chances de vente :

- Argumenter au bon moment ;
- Préparer, affûter et énoncer ses arguments de manière efficace ;
- Se focaliser sur les motivations pour remporter la vente ;
- Savoir présenter son tarif ;
- Développer sa repartie en contournant les objections ;
- Verrouiller les accords avec le client.

### Habitude 6 : Conclusion de la vente :

- Connaître le moment idéal pour conclure ;
- Provoquer le comportement d'achat du client, et rebondir en cas d'échec ;
- S'engager mutuellement et verrouiller la suite.

### Habitude 7 : Fidélisation du client :

- Transformer les engagements en programme d'action et d'échéances ;
- Suivre l'activité avec des outils de reporting et de compte rendu ;
- Rester dans la tête du client pour de nouvelles affaires à venir.

## Méthodes pédagogiques

L'apprenant suivra cette formation avec un(e) formateur/formatrice en face à face pédagogique ou en petit groupe tous les jours de la semaine du lundi au samedi. Les heures pourront être modulables avec le ou la stagiaire. Le formateur et

l'apprenant pourront s'ils le souhaitent, appliquer la formation sur le terrain, dans le principe pédagogique de la « formation-action ». STRAFORMATION décline cependant toute responsabilité en cas d'accident ayant lieu en dehors de leurs locaux. Les moyens pédagogiques utilisés seront les supports écrits mentionnés en annexe. La formation sera dispensée en inter, dans nos locaux équipés d'ordinateur connecté en réseau avec possibilité de faire des exercices en ligne sur internet et d'aborder les thèmes souhaités par la stagiaire avec des situations concrètes. La formation pourra avoir lieu au sein de l'entreprise cliente si cela leur est préférable.

## Moyens pédagogiques

Le formateur adaptera le contenu pédagogique aux besoins de l'apprenant.

## Fin de la formation

Une attestation de fin de formation sera délivrée à l'apprenant à l'issue du stage, dans laquelle il sera indiqué l'intitulé de la formation, la nature, la durée de l'action ainsi que les objectifs atteints.