

DEVELOPPEMENT COMMERCIAL STRATEGIQUE



PARTICIPANT(S) :

Tout salarié amené à réaliser une démarche commerciale auprès de clients et prospects (téléphone ou terrain)

ORGANISATION :

Durée : 14h soit 10h en distanciel + 4h de travaux intersession
Lieux : Classe virtuelle

INTERVENANT(S) :

Stéphanie Bouyer, consultante formatrice.

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010
Code APE-NAF 8542Z
N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin - CS 31996 -
33071 Bordeaux Cedex
Tél. 05 56 79 52 00
campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder 33504 Libourne
Cedex
Tél : 05 57 25 40 40
campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

Maîtriser les enjeux de l'action commerciale
Connaitre les différentes méthodes de prospection commerciale
Elaborer un pitch/argumentaire téléphonique
Structurer un rendez-vous R1 et R2
Avoir une argumentation adaptée à chaque client
Réaliser une campagne de prospection téléphonique
Présenter et argumenter son prix
Apprendre à traiter les objections du client
Conclure une vente et prendre congé

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Dynamique pédagogique qui favorise l'engagement de chacun dans une vraie réflexion.

L'interactivité sera soutenue par l'alternance d'apports théoriques, d'analyse de pratiques et de partages collectifs des expériences.

CONTENU DU PROGRAMME

-Notions fondamentales de la vente

Process, cycle et démarche des 7C

-Cibler et concevoir son action commerciale en B to B

Préparez votre action de prospection

Concevez votre offre

Préparez votre rencontre client/prospect

Quelques questions pour situer votre interlocuteur- Quels outils préparer

-Contact client en face en face

Communication verbale et non verbale

L'entrée en matière - Règle des 4X20

-Connaitre son client - la découverte

Diagnostiquez les douleurs de votre prospect/client - Ecoute active

Questionnement - SONCAS

-Comprendre

Les techniques gagnantes - Les différents champs d'investigation à creuser

-Convaincre et défendre son prix

Soyez Percutants dans vos arguments et parlez Bénéfices grâce au CABB

Les différents types d'arguments

Valorisez votre prix : les Techniques - Comment traiter l'objection : C'est trop cher

Les solutions alternatives, contreparties à la remise

-Contourner les objections

Qu'est-ce qu'une objection ? Comprendre le process pour mieux l'accepter

Les différents types d'objections et comment réagir en tant que vendeur

Process pour traiter une objection de manière efficace (méthode CRAC)

-Conclure une vente

Défendre son prix, les techniques pour éviter la négociation

Détecter les signaux d'achats de votre client - techniques pour conclure