

INTRODUCTION

Objectifs : prendre du recul et trouver des moyens d'améliorer son efficacité commerciale

Contenu : la vente, la relation client, avec des modèles, des exemples.

Méthode : sortir le nez du guidon, échanger, partager, s'exercer, s'entraîner

Option : DU BON USAGE DU TELEPHONE

Les incontournables de l'efficacité au téléphone

Réflexion individuelle : ce que je retiens

Option : CIBLER LES DECIDEURS identifier les bons interlocuteurs et les influences

Accéder aux décideurs

Etoffer son maillage

La fonction achat

Se comporter face à différents profils

Les conseils, les prescripteurs, les réseaux, les clubs

LES GRANDES ETAPES D'UNE VENTE (ET LES COMPORTEMENTS ASSOCIES)

Prise de contact (politesse, disponibilité, première impression)

Mise en situation : la prise de contact avec un client

Découverte = récolte des demandes et besoins (écoute active, questions, reformulation)

Mise en situation : mener une phase de découverte

Argumentation (connaissance des avantages, conviction)

La solution globale (mobiliser les bons acteurs, coopération transverse)

Vendre sa valeur ajoutée : savoir-faire, show room, services, success stories...

Mise en situation : présenter mon offre

Traitement des objections (calme et questionnement)

Exercice : objections fréquentes et paradés

Conclusion (techniques de clôture, efficacité, le « plus » client, vente réussie ou pas)

Mise en situation : fin d'une transaction avec un client

Réflexion individuelle : ce que je retiens

LES PROFILS CLIENTS ET LES RESERVOIRS COMMERCIAUX

Le modèle de la plateforme : théorie et application

La prospection : techniques et astuces pour jouer

Les prospects / les occasionnels/ les fidèles, les prescripteurs / les clients « difficiles »

Mise en situation : gestion d'un litige client

Les cycles longs : rester au contact et rester motivés

Les réservoirs commerciaux : fidélisation, nouveaux clients, nouveaux produits, vente additionnelle et panier moyen... (de belles perspectives)

Réflexion individuelle : ce que je retiens

CONCLUSION

Synthèse

Plan d'action personnel : où dois-je progresser ?

Ancrage et dispositif de suivi

Contenu à
ajuster aux
besoins des
participants