

MARKETING ET COMMUNICATION

Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente

OBJECTIFS :

Connaître l'importance de la relation client. Transformer l'appel téléphonique en entretien. Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation. Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation. Préparer ses négociations avec efficacité. Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante. Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues.

PUBLIC CIBLE

Dirigeants d'entreprise



PRÉREQUIS : Pas de prérequis.



MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :

Formation en présentiel avec alternances d'apports théoriques et d'exercices pratiques, diversification des situations pédagogiques : approches ludiques, approches compétences etc...



DURÉE DE LA FORMATION :

4 journées



DATES & LIEUX :

Selon vos disponibilités.



COÛT DE LA FORMATION :

Nous consulter.

1 / La relation client :

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale
- Comprendre les enjeux de la relation client : l'image, le chiffre d'affaire, la fidélisation
- Comprendre les attentes du client
- Gestion de la relation client : comportement (distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel) ; écoute (établir le contact et favoriser la confiance) ; détecter les attentes du client ; mettre en valeur une solution ; accepter critiques et objections
- Gestion des réclamations et insatisfactions : faire face aux situations délicates (annoncer un retard, une mauvaise nouvelle, savoir refuser en préservant la relation, gérer un incident, une insatisfaction
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

2 / Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer :

- Préparer sa prospection : définir sa cible de prospects, constituer son fichier prospects, fixer ses objectifs de prospection, se mettre en conditions optimales
- Techniques de communication téléphonique : savoir se présenter et susciter l'intérêt, savoir franchir le barrage du secrétariat, développer une écoute active, détecter les besoins du prospect, rédiger son scénario téléphonique, se préparer aux objections des prospects

3 / Entretien de négociation :

- Négocier, c'est quoi ?
- La préparation de l'entretien de négociation : les objectifs (court, moyen et long terme), le timing de l'entretien, les intérêts communs, la posture et le déroulement de l'entretien, se préparer à répondre aux principales objections, la conclusion
- Les éléments en jeu en négociation : les personnes (matrices sur les attitudes fondamentales, l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent), les attitudes relationnelles, les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité, les pièges de l'argumentation
- Basculer sur la vente : développer un argumentaire commercial, comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente, repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix



MARKETING ET COMMUNICATION

Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente

 **OBJECTIFS :**

Connaître l'importance de la relation client. Transformer l'appel téléphonique en entretien. Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation. Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation. Préparer ses négociations avec efficacité. Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante. Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues.

 **PUBLIC CIBLE**

Dirigeants d'entreprise



PRÉREQUIS : Pas de prérequis.

**MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**

Formation en présentiel avec alternances d'apports théoriques et d'exercices pratiques, diversification des situations pédagogiques : approches ludiques, approches compétences etc...

**DURÉE DE LA FORMATION :**

4 journées

**DATES & LIEUX :**

Selon vos disponibilités.

**COÛT DE LA FORMATION :**

Nous consulter.

4 / Les enjeux de la gestion de clients difficiles :

- Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence (le client arrogant, le client chronophage, le client expert, le « bon copain », le client pointilleux, le client râleur / contestataire / protestataire, le client éternellement insatisfait, le client versatile, le client mutique)
- Résoudre et désamorcer les situations de conflit
- Comprendre l'insatisfaction d'un client : reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation, analyser les causes de l'insatisfaction du client / les facteurs déclencheurs de mécontentement
- Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction

5 / Ouvrir le dialogue :

- Pratiquer l'écoute active
- Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
- Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
- Le choix des mots
- La posture
- L'attitude mentale (son état d'esprit)

6 / Rechercher des solutions :

- Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
- Chercher des points d'accord
- Construire une posture gagnant / gagnant
- Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
- Savoir mettre fin à l'échange
- Tirer des enseignements des situations de conflits : repérer les incidents fréquents, tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques) ; mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations ; mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits

