

VENTE - NÉGOCIATION COMMERCIALE



Durée : 2 jours

Horaires : 9h / 12h30 - 14h / 17h30

Soit 14h/participants.

COÛT PÉDAGOGIQUE PAR GROUPE (6 personnes maximum)

A partir de 2.000,00 € la journée nette de taxes,

Contenus aménagés à la culture de l'entreprise. Inclus supports de formation.

Site de formation : salle de formation fournie par le client dédiée (hôtels, résidence pour séminaires...)

Reste à votre charge restauration, déplacement et hébergement.

INSCRIPTION

Inscription ouverte toute l'année, les dates des sessions vous seront communiquées ultérieurement. Merci de compléter dans notre onglet contact votre nom, prénom, mail. Merci de préciser dans « sujet » la formation souhaitée et dans « message » votre Numéro de téléphone, votre poste actuel et nom de votre société.

Pour les participants en situation de handicap merci de contacter notre référent Handicap Magali Falleur magali.engel@mc2f.fr ou au 06 62 30 07 61, afin de prévoir toutes les mesures nécessaires.

PRE-REQUIS

Tous types d'expérience dans le secteur commercial : Commerciaux, Technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux et chargé d'affaires.

OBJECTIFS

- Acquisition démarche, réflexe et outils améliorant l'efficacité des entretiens de vente et de toutes négociations.
- Adaptation aux attitudes et comportements de l'acheteur.
- Comprendre et accélérer le process de signature.

DÉROULÉ DE LA FORMATION

Première Journée :

Accueil des participants

La qualité au service de la réussite :

- Que signifie faire de la qualité en relation commerciale ?
- La qualité c'est l'affaire de chacun.
- Comment cela s'intègre dans notre travail de commercial ?
- Échange du groupe sur ces différents sujets.

Les règles de base d'une vente efficace et efficiente :

- Que signifie être concret ?
- Quelles différences entre techniques et attitudes de communication ?
- Pourquoi avons-nous parfois des clients « difficiles » ?
- Les obstacles à une bonne communication.
- Comment réagissent nos interlocuteurs ?
- Comment les amener à signer le plus rapidement possible ?
- Le déclencheur de notre succès et de notre motivation.
- L'état d'esprit qui fait réussir une vente.

Jeux de rôle (1^{ère} partie) : la communication comportementale

- Mises en situation des participants les uns après les autres.
- Cette animation se fera sur les bases de l'exposé préparé à l'avance et aura pour thème :
 - Comment amener un client à adhérer à notre discours et à signer le bon de commande ?
 - Quels peuvent être les freins à cette signature ?
 - Qu'est-ce que j'attends de cette formation pour être encore plus performant lors de mes entretiens de vente ?
- **Analyse par le groupe.**

La communication comportementale au service du vendeur :

- Le processus de la réussite lors d'une vente.
- Les clients : qu'attendent-ils de nous ?
- Comment découvrir et répondre à leurs attentes ?

Les attitudes qui font vendre (1^{ère} partie) : jeux de rôles

- Quelles sont les qualités nécessaires pour bien vendre ?

- **Travail devant le groupe et analyse du contexte** : ce travail se fera sur l'exposé préparé à l'avance.
- Que signifie vendre ?
- Comment développer notre potentiel de vendeur ?
- Faire face au stress : de quelle manière maîtriser le trac et rester soi-même ?
- Le non-dit (gestes, sourires, attitudes....).
- L'importance de l'émotionnel dans nos relations avec nos clients.
- **Analyse par le groupe en point forts et points à améliorer.**

Jeux de rôle (2ème partie) :

- Mises en œuvre de ce que nous venons de travailler.
- Aller plus loin dans la vente en analysant les différentes phases qui participent à la réussite d'une action commerciale.
- **Le groupe analyse chaque animation en positif et en points d'amélioration.**

Bilan de la journée.

- Réflexion de Faire exprimer les participants sur leur vécu de cette journée et leurs besoins.
- Pour la deuxième journée, mener une réflexion sur le travail de la première journée et sur ce qu'ils doivent mettre en œuvre pour faciliter leur travail de commercial.

Deuxième journée :

Accueil des participants :

- Réflexion et travail de groupe.
- Qu'ont-ils retenu de la première journée ?

Comment se donner le maximum de chances de réussir une vente ?

- Travail sur les trois règles d'or.
- L'importance de notre subconscient dans notre réussite.
- Ces trois règles : bases de la réussite de nos animations.
- Mises en situation et analyse du contexte.

L'écoute base de la vente :

- L'importance de l'écoute dans la vente.
- Comment prendre en considération nos clients ?
- Les attitudes d'écoute.
- Mises en situation et analyse du contexte.

Jeux de rôle (3ème partie) :

- Mise en œuvre de ce que nous venons de travailler.
- Le groupe analyse chaque animation en positif et en points d'amélioration.

- Utilisation d'une grille de lecture des animations.

Les attitudes qui font vendre (2^{ème} partie) :

- Gérer les situations difficiles en situations de vente.
- Travail sur le schéma de la communication.
- Comment faire face à toutes les situations de vente même les plus difficiles ?

Les attitudes qui font vendre (2^{ème} partie) (suite) :

- Comment faire tomber l'agressivité éventuelle d'un client ?
- De quelle façon répondre aux questions embarrassantes des clients ?
- Garder son sang froid et sa motivation en toutes circonstances.
- ***Mises en situation et analyse du contexte par le groupe.***

Jeux de rôle (4^{ème} partie) :

- Comment mettre toutes les chances de son côté pour trouver un point d'accord avec le client ?
- Rappeler l'importance du premier contact en travaillant les bases d'un entretien de vente
- Situations d'animations difficiles : interventions des participants.
- Voir comment trouver un point d'accord avec le client.
- Savoir découvrir les facteurs d'achat (feux verts) et s'en servir afin de signer le plus rapidement le bon de commande.
- ***Le groupe analyse chaque animation en positif et en points d'amélioration.***

Evaluation des acquis :

- Le candidat s'auto-évalue sur ses acquis.

Bilan de la formation.

- Chaque participant expose sa vision de ces deux jours et la réponse à ses attentes.
- Chacun s'engage à mettre en œuvre ce qui a été étudié dans sa relation commerciale.
- Évaluation du stage.
- Remise du support de cours pour les deux jours.