



**PROGRAMME DE FORMATION  
TECHNIQUES DE VENTES TERRAIN**

<b>OBJECTIFS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquérir les techniques de ventes pour optimiser les ventes</li> <li>• Maîtriser la gestion de la relation client en face à face ; définir son besoin, valoriser l'esprit de la qualité de service</li> <li>• Connaître les différentes techniques de communication</li> <li>• Préparer son argumentation</li> <li>• Connaître les différentes étapes de l'entretien de la préparation à la conclusion</li> </ul>
<b>PRE-REQUIS</b>	Cette formation ne nécessite pas de prérequis
<b>MODALITES D'ACCES A LA FORMATION</b>	Aucun
<b>PROGRAMME DE FORMATION</b>	<p><u>Jour 1 :</u></p> <p><b>Comment développer le réflexe commercial vis-à-vis des clients externes et des "clients internes"</b>            La prise de contact - Qui prend l'initiative            Les comportements et expressions corporelles            Etablir un climat de confiance – Renforcer l'image de marque            Induire une communication positive Se fixer un objectif</p> <p><b>Préparer la découverte : Qualification des besoins - Savoir écouter, reformuler la demande</b>            Les obstacles à l'écoute            Utiliser les techniques d'écoute – Techniques            Motivations et freins d'achat            Maîtriser la reformulation</p> <p><b>Techniques de communication</b>            Facteurs d'inattention – Comment favoriser l'attention de la clientèle            Engager la conversation – Avoir une provision de questions.            Faire parler et parler : Organiser ses propos – Fonction du langage (expression/appeal/représentation)            Choix des mots – les expressions à bannir            Comment donner du relief aux propos - Analyse d'une phrase</p> <p><u>Jour 2 :</u></p> <p><b>Préparer son argumentation</b>            Structure d'un argument en quatre points            L'argumentation personnalisée (produit + client).            Comment prendre un point d'appui pendant l'entretien</p>



	<p><b>La conviction</b>  Prouver ce que le vendeur avance  Comment rendre des exemples efficaces  Comment faire de la démonstration un véritable outil de vente</p> <p><b>La création du besoin</b>  Comment créer le besoin  Etre concret  Règles pour faire des descriptions imagées</p> <p><b>La conclusion, Comment conclure la vente et obtenir la commande</b>  Surveiller l'attitude du prospect  Amorcer la conclusion par un point de détail  Règles à connaître concernant la phase finale de la vente  Résumé des règles employées pour conclure la vente.</p>
<b>DUREE</b>	2 jours – 16 heures
<b>PROFIL DES INTERVENANTS</b>	Formateurs experts
<b>EVALUATION</b>	Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
<b>NOMBRE DE PARTICIPANTS</b>	1 à 5
<b>DATE</b>	Voir convention de formation
<b>LIEU</b>	INTRA-ENTREPRISE
<b>MOYEN PEDAGOGIQUE</b>	Apports théoriques, propositions de techniques, étude de cas pratiques.
<b>COUT DE FORMATION</b>	Voir convention de formation
<b>FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION</b>	Attestation de fin de stage