

NEGOCIATION COMMERCIALE

NIVEAU

Basique



DURÉE : 21h

PROGRAMME

La vente : 3h

- Définition de la vente
- Les conseils pour réussir une vente
- Les qualités pour bien vendre

Le processus d'achat : 3h

- Capter l'Attention
- Éveiller l'Intérêt
- Provoquer le Désir d'achat
- Passer à l'action

Les clients : 2h

- Les différents types de besoins des clients : s'occuper de son cas
- Les réactions de défense et les motivations des clients
- Les types de profils des clients et comment s'y adapter

Préparer l'entretien de vente : 3h

- Les informations à recueillir
- Les objectifs à définir et les enjeux à comprendre
- Les arguments à préparer : le C.A.B
- Savoir répondre aux objections

La communication : 2h

- Définition de la communication
- La perception
- L'écoute
- La reformulation
- Le questionnement
- Le non verbal.



OBJECTIF

Comprendre les comportements et les besoins des clients.
Maîtriser l'entretien de vente vécu de façon occasionnelle.
Être à l'aise dans une négociation commerciale.



PUBLIC

Toute personne ayant l'occasion de vendre un produit.



PRÉ-REQUIS

Aucun pré-requis.



MATÉRIEL NÉCESSAIRE

Salles de formation équipées en ordinateurs et licences installées.



MOYENS ET MÉTHODES

Support de cours, exercices et tests de suivi de niveaux.
Editions ENI. Feuilles d'émargement, attestation de stage.



PROFIL DU FORMATEUR

Formateur expert possédant une expérience de 10 ans.



SUIVI DE L'ACTION

Tests pratiques et théoriques d'acquisition des connaissances tout au long de la formation et évaluation à chaud et à froid.

Test de niveau afin d'évaluer l'indice de compétences.

Les phases de l'entretien de vente : les 4 C : 5h

- Contacter :
 - la prise de contact
 - se présenter, présenter son entreprise
 - créer un climat favorable
- Connaître :
 - découvrir les besoins et les motivations du client
 - identifier l'interlocuteurs et entreprise
 - détecter les freins
 - rentrer dans la réalité de l'autre
 - synthétiser les informations
- Convaincre :
 - suggérer une solution
 - préparer son argumentation adaptée aux besoins du client
 - les objections : savoir y répondre positivement
- Conclure :
 - sonder
 - méthode du bilan
 - agir et engager le client

Les différentes situations de vente : 3h

- L'écoute
- La reformulation
- La synchronisation
- Le recadrage
- La relance
- Le questionnement
- Le non verbal