



PRATIQUE ET TECHNIQUES DE VENTE

OBJECTIFS : Acquérir les techniques de base de la vente. Acquérir une méthode de vente efficace. Optimiser l'entretien de vente. Personnaliser la relation client. Fidéliser la clientèle. Faire évoluer ses techniques de vente pour rester présent sur le marché et faire face à la concurrence. Connaître son propre style de vendeur.

DUREE : 21 heures.

COUT : 703.50 €

DATES : Les 3, 4, 5 Novembre 2009

PUBLIC : Nouveaux vendeurs, ingénieurs commerciaux, technico-commerciaux, administratifs et techniciens non formés aux techniques de vente ; personnes souhaitant orienter ou réorienter leur parcours professionnel vers un métier commercial.

PROGRAMME :

CLARIFIER SA COMMUNICATION

La communication idéale. Comment je communique ? Le chemin à parcourir. La force des mots. L'expression corporelle. Peur et plaisir de communiquer. Les facteurs influents et défavorables. La rétention et les fuites d'information. La modélisation efficace.

Les outils de communication du vendeur : l'écoute active, la boussole du langage, la stratégie d'excellence en communication.

MIEUX SE COMPRENDRE

Comprendre pour être compris

Quelles attitudes adopter en fonction du client ?

Savoir regarder, savoir écouter, savoir poser des questions pour connaître les véritables besoins du client.

Les besoins du client ont-ils été correctement analysés ?

Le conseil apporté au client est-il suffisamment personnalisé ?

Comment présenter le produit au client après avoir déterminé ses motivations et ses goûts ?

LES CINQ PHASES DE LA VENTE

La connaissance du client

Typologie des clients

Les différents intervenants dans la décision d'achat

Les attentes des consommateurs, leurs

comportements, leur style de vie

Besoins et motivations d'achat

Les comportements du client

Mieux connaître son client :

Que vient-il acheter ?

Quelles sont ses attentes et ses craintes ?

L'entretien de vente

Les techniques de vente et la psychologie appliquée à la vente

La communication vendeur/client

Savoir monter un argumentaire.

Le « drame » du prix. Savoir présenter son prix sans en avoir peur. Savoir négocier une remise.

Savoir répondre aux objections pour s'en servir comme argument de vente.

La conclusion de la vente

Percevoir les messages client et les signaux d'achat : le verbal et le non verbal

Accrocher le client et conclure au bon moment.

Savoir quitter son client en le fidélisant.

Parades et réponses aux objections

Pourquoi votre interlocuteur objecte-t-il ?

Parer l'objection.

Comportement, parade, réponse.

Votre comportement face à un interlocuteur qui objecte.

Retrouvez toute notre actualité sur www.ifacom.com

DRAC

SARL au Capital de € 7 622.45 - SIRET : 388 084 394 000 21 - APE : 8559A

Bureau et Centre : 27, Rue Achille René Boineuf - 97110 Pointe à Pitre - Tél : 05.90.20.19.37 Fax : 05.90.68.30.36

Siège social et Centre : 15. Rue Frébault - 97110 Pointe à Pitre - Tél : 05.90.93.06.30 - Fax : 05.90.89.09.93