

Programme de formation : techniques de vente

Les objectifs de la formation sont :

- être capable de maîtriser différentes méthodes afin de faire bonne impression dès le premier contact avec le client
- être capable de trouver les besoins du client
- être capable de présenter et mettre en valeur ses produits et ses services
- être capable de traiter les objections
- être capable de conclure une vente
- être capable de mieux se connaître et de mieux connaître son client
- être capable de communiquer correctement

Public visé : Salarié en poste, entreprise

Prérequis : Aucun

Prérequis techniques : Disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet

Moyens prévus

Moyens pédagogiques : support de cours PDF, réflexion collective, apport du formateur

Moyens techniques : Ordinateur, Cours PDF

Suivi de l'exécution : QCM et feuille de présence signée

Sanction : Attestation de formation

Assistance technique et pédagogique : **Nom du formateur**

Évaluations qui jalonnent ou concluent l'action de formation : Quiz (QCM QCU et questions ouvertes)

Durée, période de réalisation et modalités de déroulement

Durée totale de la formation : 14 heures

Période de réalisation : **dates de formation**

Rythme : en continue

Modalité de déroulement : Présentiel

Détail du programme et Informations supplémentaires sur les activités pédagogiques
(répartition des modules)

<u>Module</u>	<u>Détails du module</u>	<u>Méthode pédagogique</u>	<u>Durée</u>
<u>Quizz entrée en formation</u>	Quizz évaluant le niveau de l'apprenant à l'entrée en formation	Evaluation (activité pédagogique)	45 min
<u>La première impression</u>	Introduction « le triangle de la vente » Les règles d'or de l'accueil Les 4x20 prise de contact de positive et motivante Créer l'interaction avec le client Les pièges à éviter	Réflexion collective et apport du formateur	125 min
<u>Rechercher les besoins</u>	Les techniques de découverte des besoins Cerner les besoins et les attentes client avec la méthode SONCAS	Réflexion collective et apport du formateur	100 min
<u>Présenter et mettre en valeur son offre produit-service</u>	Sélectionner et proposer l'offre produit / service Argumenter : construire et présenter des arguments percutants Cerner les signaux d'achat « les feux verts »	Réflexion collective et apport du formateur	100 min
<u>Traiter les objections</u>	L'objection : un atout, une force Réfuter une objections en 6 étapes Répondre à l'objection avec souplesse	Réflexion collective et apport du formateur	100 min
<u>La conclusion : le jugement affectif</u>	Comment conclure une vente Ventes additionnelle et ventes complémentaires Communiquer quant aux conditions commerciales La stratégie du « bien finir » Passez à autre chose Quittez le client	Réflexion collective et apport du formateur	125 min
<u>Mieux se connaître et mieux connaître son client</u>	Le cadre de référence L'apport de l'analyse transactionnelle « les drivers »	Réflexion collective et apport du formateur	100 min
<u>communication</u>	Communication verbale : entendre et être entendu Communication « non verbale » : ces gestes qui en disent long La distance adaptée : occuper l'espace Les clés d'une communication positive	Réflexion collective et apport du formateur	100 min
<u>Quizz fin de formation</u>	Quizz évaluant le niveau de l'apprenant à la sortie de formation	Evaluation (activité pédagogique)	45 min