

▶ Développement des Compétences Commerciales
 ▶ Formation Inter-entreprises




Préparer un entretien commercial

2 jours
 [14 heures]
 DCCMK562

plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk562.aspx>

OBJECTIF

- A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :*
- Comprendre le rôle de l'entretien commercial dans le cycle de vente.
 - Préparer et structurer un entretien commercial.
 - Elaborer un argumentaire de vente
 - Acquérir les techniques d'entretien et de négociation
 - Conduire un entretien commercial avec un argumentaire percutant
 - Savoir s'adapter aux différents interlocuteurs.

PUBLIC

Commerciaux, technico-commerciaux et vendeurs.

PÉDAGOGIE

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences. Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret.

RÔLE DU FORMATEUR

Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprié méthodes et outils. Il pratique un accompagnement comportemental personnalisé à chaque apprenant par des méthodes d'écoute et de questionnement.

OUTILS UTILISÉS

selon les besoins de la formation

- Écoute active
- P.N.L. (programmation neuro-linguistique) et A.T. (analyse transactionnelle) Systémique (analyse des systèmes)
- Vidéo - jeux de rôles et analyse - Les jeux vidéos sont pris dans la pratique des personnes dans leurs vécus
- Télévision et caméra
- Un support de cours est distribué à chaque participant.

POINTS FORTS

Chaque participant recevra avant le stage un document sur lequel il précisera ses attentes. Ce document permettra au formateur d'orienter la formation en fonction des objectifs de chacun.

CONTENU

► Développement des Compétences Commerciales
► Formation Inter-entreprises



Préparer un entretien commercial

2 jours
[14 heures]
DCCMK562



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk562.aspx>

1 Préparer la visite commerciale

- > Mettre en œuvre ses atouts,
- > Recueillir les informations sur le client,
- > Préparer la réponse aux objections,
- > Se limiter à 3 objectifs,
- > Tester ses arguments.

2 L'argumentation pendant la négociation

- > Reformuler le besoin, résumer l'argument, apporter des preuves, montrer son intérêt pour le client,
- > Se différencier en produit et service, évaluer son impact,
- > Les méthodes de réponses aux questions/objections,
- > Savoir conclure.