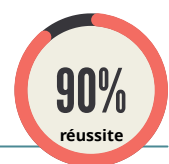


TECHNIQUE DE VENTE



Nombre de participant : 2 à 10 personnes
Durée : 14h - Délai d'inscription : J-21
Formation inter et intra-entreprise.
Lieu : France - La Réunion - Antilles - À distance

TARIF DE FORMATION

Sur devis, financement OPCO, CPF, La Région,
France Travail (Formation exonérée de TVA)

Public concerné :

Tout public, salarié et demandeur d'emploi
Accessible aux personnes en situation de handicap.
Contacter le référent handicap.

Pré-requis :

Être à l'aise avec les outils informatiques.
PC portable requis pour la formation à distance

Modalités pédagogiques :

Formation en salle et/ou entièrement à distance en visio
de 8h30 -12h et 13h - 16h30.
En journée ou demi-journée

Méthode pédagogique:

Alternance d'exposés, d'études de cas, d'exercices,
de mises en situation, de jeux pratiques.

Modalités d'évaluation :

Entretien de diagnostic préalable.
Une évaluation en cours de formation
Une évaluation de la satisfaction en fin de la formation.
Attestation remis en fin de formation

Ressources pédagogiques :

Fiches de synthèse
Vidéos et livres d'auteur

Expériences professionnelles :

Formateurs professionnels d'expériences métier et
diplômés de la formation professionnelle, intervenant
depuis 3 ans. Sabrina L

Poursuite de parcours :

- "Gestion de conflits"
- "Gestion des réclamations"

Objectifs :

A la suite de la formation, le stagiaire est capable de :
Acquérir des compétences fondamentales en techniques
de vente.
Maîtriser les étapes clés du processus de vente.
Développer des stratégies pour identifier et répondre aux
besoins des clients.
Améliorer les compétences en communication

Programme de la formation

Les fondamentaux de la Vente

Importance de la vente dans l'entreprise
Rôle et responsabilités du vendeur
Identifier les qualités et postures d'un vendeur
L'organisation de travail en équipe

Communication Commerciale

Améliorer son accueil et la prise de contact
Écoute active
Techniques de questionnement
Techniques de reformulation

Les étapes du Processus de Vente

La recherche des besoins
La présentation et l'argumentation des produits
et services adaptés au besoin
Savoir répondre aux objections clients
Comment traiter le prix
La conclusion de la vente principale
La vente additionnelle
La fidélisation client
La prise de congés

S'appuyer sur ses performances, identifier ses points de progrès, renforcer son expertise de vendeur

Repérer les différents styles de clients
Prendre appui sur les "motivations" pour développer des
arguments "sur mesure"
Anticiper les objections préparer ses réponses
Déclencher la prise de décision
Découverte des outils Marketing/communication