TECHNIQUES DE VENTE

3 jours (21 heures)

OBJECTIF

Etre capable de :

- Identifier ses atouts
- Démystifier les acheteurs : mieux les connaître,
- Donner des outils d'analyse du secteur,
- Approfondir les techniques de vente
- Mettre en œuvre les bons réflexes

PEDAGOGIE

- Entraînement intensif aux différentes formes de négociation
- Etude de cas concrets apportés par les participants

PARTICIPANTS

Commerciaux, ingénieurs commerciaux, technico-commerciaux, faisant de la vente en face-à-face

PROGRAMME

Connaître son marché, piloter son secteur

- Observer et analyser son portefeuille client.
- Gérer son secteur.
- Analyser le circuit de décision du client.

Découvrir et s'adapter au style de l'acheteur

- Identifier rapidement les styles d'acheteurs.
- Les techniques d'achats qu'il faut connaître.

Développer une relation de qualité et créer des points d'appui

- Se préparer, définir un objectif, un plan.
- Rendre la présentation de sa société plus "vendeuse".
- Dépasser la simple expression des besoins et creuser pour identifier les besoins profonds du client.
- Maîtriser les cas les plus difficiles : le silencieux, l'agressif, etc.

Sélectionner les arguments les mieux adaptés

- Exprimer les caractéristiques du produit et de l'offre en bénéfices pour l'entreprise cliente et pour l'acheteur.
- Les techniques éprouvées pour bien argumenter et convaincre.
- Parfaire son argumentaire de vente et le développer.

De la vente à la négociation : les clés pour présenter son offre et la rendre "attractive"

- Les techniques pour présenter sa proposition de façon naturelle.
- Frais annexes, points délicats : négocier des compromis mutuellement satisfaisants.
- Savoir défendre ses marges sans dériver.