

FORMATION MANAGEMENT : CULTURE COMMERCIALE

Commercial pour non commerciaux

VNT.12

PUBLIC CONCERNÉ

- Tous les salariés de l'entreprise

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Pédagogie non-directive permettant une appropriation consensuelle des techniques de vente
- Apports théoriques et pratiques
- Réflexions de groupe guidées par l'animateur
- Questionnaires et tests
- Training vidéo (quelques mises en situation proposées par l'animateur ou à partir du vécu des participants)

FORMATION INTRA

Prix HT par Jour : 1190€
Durée conseillée : 3 jours
Participants : 10

FORMATION INTER

Prix HT par session : 1530€
Durée : 3 jours
Dates des sessions :
16/12/2010 - 18/12/2010

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer les principes fondamentaux de la vente (outils, méthodologie et comportements)
- Mener de façon active un entretien commercial sans objectif de réalisation
- Perfectionner et positiver son comportement face à un client

PRÉ-REQUIS

- Aucun pré-requis nécessaire

PROGRAMME

- Les enjeux de la relation client

Un peu de marketing : évolution des marchés
Le processus commercial : finalité et enjeux
Droits et devoirs des prospects/clients
Droits et devoirs des vendeurs

• **Mieux se connaître pour mieux vendre**

Quelles sont les qualités requises pour être commercial ?
Test : quel est mon Quotient d'Efficacité Commerciale ?
Quels sont mes points forts et mes points de progrès ?

• **Bien communiquer, le début de la vente**

Contrôler mes attitudes (le non verbal)
Créer un climat de confiance
Développer mon empathie
Écouter le prospect/client pour mieux le connaître
Parler positivement (le verbal)
Renforcer mon assertivité grâce à quelques repères

• **Construire et conduire un entretien commercial**

Oser questionner grâce aux techniques de questionnement
Découvrir les besoins d'un prospect/client grâce à la méthode SONCAS

CENTRE NATIONAL DE LA FORMATION - CONSEIL EN ENTREPRISE CNF - CE
38 RUE DES MATHURINS PARIS - AGENCE DE MARNE LA VALLEE : 01.64.21.09.94
Internet : www.cnfce.com E-mail : info@cnfce.com - FAX : 01.64.72.03.69

Faire une offre argumentée
Repérer les signaux et les freins à l'achat
Appliquer les techniques de base du traitement des objections
Conclure une vente ou comment amener mon prospect/client à prendre une décision