



# Acquérir les fondamentaux de la vente

## OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de :

- Préparer une visite
- Structurer l'entretien en fonction d'un objectif
- Argumenter de façon ciblée en fonction des attentes du client et de l'objectif
- Répondre aux objections
- Conclure une vente, un accord

### Public

Dirigeants, vendeurs, délégués et technico-commerciaux, représentants, ingénieurs commerciaux

### Pré-requis

Aucun

### Moyens pédagogiques

- Exposés brefs
- Méthodes actives : Jeux de rôles, découverte
- Tests
- Apport d'outils concrets immédiatement utilisables par les stagiaires
- Partage d'expérience

### Validation

Exercices de synthèse  
Fiche individuelle d'appréciation de la formation  
Attestation individuelle de participation

### Durée

14 heures réparties sur 2 journées.

### Date

Les 4 et 11 décembre 2014.

### Lieu

INTER : ESPL Angers.

### NaturePrestation

### Tarif

390 € HT / jour frais inclus soit 780 € HT pour la formation et par participant.

**Conditions de la proposition valables pour 2014**





# Acquérir les fondamentaux de la vente (nouveaux vendeurs)

## CONTENU

### **PRÉPAREZ L'ACTION**

*Construire un plan d'actions commerciales  
Définir des priorités en termes d'objectifs et de temps  
Élaborer un planning de visites*

### **PRÉPAREZ LA RELATION DE VENTE**

*Les qualités du vendeur  
Votre préparation psychologique  
La préparation de l'entretien en fonction de votre objectif  
La préparation matérielle de la visite*

### **LES ÉTAPES D'UNE VISITE DE CONSEIL**

*Les premières minutes chez le client  
Les quatre phases de l'entretien avec votre interlocuteur.*

### **LES PREMIERS INSTANTS DE L'ENTRETIEN**

*Vous mettre en relation positive avec votre interlocuteur*

### **QUESTIONNER POUR COMPRENDRE, PRÉPARER L'ARGUMENTATION**

*Questionner, écouter, reformuler.  
Poser des points d'appui pour l'argumentation*

### **VALORISER SA PROPOSITION**

*Construire et renforcer une argumentation  
Être persuasif.  
Présenter le prix  
Défendre la marge*

### **LA RÉPONSE AUX OBJECTIONS**

*Détecter les différents types d'objection.  
Comment répondre avec efficacité ?  
Quelle attitude adopter ?*

### **LES TECHNIQUES DE CONCLUSION**

*La conclusion directe.  
La proposition alternative.  
La proposition test.  
Obtenir un accord, un engagement.*

### **APRÈS LA VISITE**

*Organiser le suivi de l'affaire et suivre la bonne réalisation du dossier  
Remonter les informations commerciales importantes pour adapter les produits  
Suivre et fidéliser son client*

